

## **Instituto de Derecho de los Medios de Comunicación**

### **Efemérides: celebración del Día Mundial de la Radio**

#### **La voz de los pueblos y vehículo de realización del derecho a la comunicación**

**Por Analía Eliades**

El 3 de noviembre de 2011, en el marco de la 36° Conferencia General de la UNESCO se reconoció el “poder transformador de la radio” a través del establecimiento del Día Mundial de la Radio cada 13 de febrero. Esta fecha marca el lanzamiento de la Radio de las Naciones Unidas en Nueva York en 1946.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) nos recuerda que “la radio es una fuente de información y movilización de gran alcance para la educación, el desarrollo económico y el cambio social. En un mundo donde el analfabetismo y el iletrismo afecta a una cuarta parte de la población mundial, la radio es el medio que llega a la mayor audiencia en todo el mundo. Patrice Berger, ingeniero en el CNRS (Centro Nacional de Investigación Científica) y Presidente de la Oficina de la Radiodifusión y de las Comunicaciones Electrónicas (ORCEL, Francia), *“la mitad de la población mundial se ve afectada de forma permanente por un analfabetismo de la información y la radio pública, asociativa y comunitaria sigue siendo el medio de referencia para miles de millones de personas”*.

“La radio juega un papel importante en las comunicaciones de emergencia y operaciones de socorro. También es una de las maneras más importantes para aumentar el acceso al conocimiento. El Día Mundial de la Radio tiene como objetivo aumentar la conciencia del público sobre la importancia de la radio, alentar a los Estados a facilitar el acceso a la información a través de la radio y mejorar la cooperación internacional entre los radios. En algunos países, los servicios públicos de radiodifusión y las radios comunitarias están a la vanguardia de esta cooperación”, sostiene la red mundial.

En Argentina, la celebración del Día de la Radio es el 27 de agosto, ya que en tal fecha, en el año 1920, algunos porteños, aficionados a la radioelectricidad fueron testigos de un hecho histórico: se constituyeron en los primeros “oyentes” de la radio al escuchar la transmisión de la ópera “Parsifal”, de Richard Wagner, desde la terraza del Teatro Coliseo de Buenos Aires.

Con tal hecho, Argentina se constituyó en pionera de la radiodifusión, teniendo en cuenta que recién el 2 de noviembre del mismo año se produjo la primera emisión orgánica en Estados Unidos.

Así comenzó la radiodifusión, con un transmisor de 5 watts de potencia manipulado por los “precursores” o “los locos de la azotea”: Miguel Mujica, Teodoro Bellocq, César Guerrico, Luis Romero Carranza y Enrique T. Susini.

Esa fue la primera transmisión de una serie regular, con horario preestablecido, ofrecida al público que poseía aparato de “galena”<sup>1</sup> y con ella comenzó a funcionar la Sociedad Radio Argentina, que obtuvo la primera licencia de radiotelefonía otorgada en el país.

La radio es parte de nuestras vidas. Es la tecnología de más bajo costo que siempre nos recuerda un despertar, la compañía en el trabajo o en el estudio, al tomarnos un taxi, o hasta en el manejo del auto de regreso a casa. Según la edad que tengamos nos provoca distintas sensaciones y evoca momentos. FM, AM, Onda corta, digital, en Internet, como sea, la radio sigue siendo protagonista entre los medios de comunicación y el derecho a emitir conforma parte de nuestra propia historia.

Considerada solamente como “comercial” para la hoy derogada Ley 22.285 fue un sello que marcó la discriminación para las radios populares, comunitarias y sin fines de lucro. En septiembre del año 2003, por primera vez, la Corte Suprema de Justicia de la Nación reconoció el carácter discriminatorio del viejo artículo 45 de la ley de la dictadura y sostuvo:

*“Que entre la radiodifusión y la prensa escrita existe una diferencia técnica fundamental, lo que determina que el derecho a la utilización del espectro de frecuencias radioeléctricas como medio de expresión o comunicación admita mayor reglamentación y que ese derecho deba ser ejercido dentro de los límites que impone la naturaleza reducida del medio utilizado, los derechos de terceros y el interés público. Pero tal reglamentación no puede ser arbitraria y excluir de un modo absoluto, sin sustento en un criterio objetivo razonable, a determinadas personas jurídicas de la posibilidad de acceder a una licencia de radiodifusión por no haberse constituido en una sociedad comercial, pues ello importa, en definitiva, una irrazonable limitación al derecho a expresarse libremente y de asociarse o no hacerlo”*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Los primeros equipos de radio, llamados de “galena”, no tenían parlantes sino audífonos. La recepción de estas primeras radios era muy rudimentaria. El sonido desaparecía por instantes y si las distancias eran extensas no se escuchaba la emisión. Dichos equipos eran de alto costo, y el nuevo invento sólo era accesible a los sectores con mayor poder adquisitivo.

<sup>2</sup> A. 215. XXXVII. Asociación Mutual Carlos Mujica c/ Estado Nacional (Poder Ejecutivo Nacional - COMFER) s/ amparo (Radio La Ranchada, de Córdoba). CSJN, 01/09/2003. Considerando 8º.

Siguiendo esa línea interpretativa la Corte declaró la inconstitucionalidad del Art. 45 de la hoy derogada Ley de Radiodifusión N° 22.285, en tanto no permitía que la actividad radiodifusora fuera prestada por asociaciones sin fines de lucro y fundó su pronunciamiento en la violación de los arts. 14, 16, 28 y 75, inc. 23, de la Constitución Nacional y del art. 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Ese primer pronunciamiento de la Corte sobre el carácter discriminatorio de la ley de la dictadura sentó las bases para la sanción de la ley 26.053<sup>3</sup> que reformó el Artículo 45 y finalmente para la sanción de la Ley N° 26.522, cuya plena constitucionalidad también avalada por la Corte, reconoce como prestadores tanto a las personas de derecho público, como a las personas físicas y a las personas jurídicas con y sin fines de lucro.

Finalmente, es necesario recordar que a través de la radio, como a través de otros medios de comunicación audiovisual se realiza el derecho a dar y recibir información, el derecho a la comunicación, sentando un nuevo paradigma comunicacional al reconocer la titularidad de tal derecho humano en el sujeto universal y superando la visión comercial clásica que sólo reconocía al sujeto empresario.

En este sentido, el artículo 2 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual establece:

**ARTICULO 2º** — *Carácter y alcances de la definición.* La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles.

La condición de actividad de interés público importa la preservación y el desarrollo de las actividades previstas en la presente como parte de las obligaciones del Estado nacional establecidas en el artículo 75 inciso 19 de la Constitución Nacional. A tal efecto, la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social de interés público, en la que el Estado debe salvaguardar el derecho

---

<sup>3</sup> Boletín Oficial: 15/09/2005.

a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión.

El objeto primordial de la actividad brindada por los servicios regulados en la presente es la promoción de la diversidad y la universalidad en el acceso y la participación, implicando ello igualdad de oportunidades de todos los habitantes de la Nación para acceder a los beneficios de su prestación. En particular, importa la satisfacción de las necesidades de información y comunicación social de las comunidades en que los medios estén instalados y alcanzan en su área de cobertura o prestación.