

M^a del Pilar MARTINEZ-COSTA

Factores de transformación de la radio europea. De la estructura de los monopolios al pluralismo tecnológico

La radiodifusión de servicio público nació de la convicción de que un recurso nacional escaso, como el espectro de frecuencias electromagnéticas, debía ser de titularidad estatal y empleado en interés del público. Esta escasez inicial de frecuencias justificó el establecimiento de los monopolios públicos de radiodifusión en Europa: organismos autorizados por el Estado que, en algunos casos, formaban parte de la estructura del Gobierno de turno y que, en otros, eran corporaciones de Derecho Público con autonomía económica e independencia política.

El modelo más representativo de estas corporaciones es, sin duda, la *BBC (British Broadcasting Corporation)*. El perfil dado por su primer Director General, Lord John Charles Walsham Reith, es permanentemente evocado cuando se revisa en detalle los propósitos y las metas de la radiodifusión de servicio público. Reith distinguía cuatro características que, a su juicio, definían a un servicio público de radio, a saber [1]: 1) autonomía económica y, por tanto, independencia respecto de cualquier móvil de beneficio; 2) cobertura nacional y esfuerzo por ampliar el servicio a toda la población; 3) control central unificado en la organización y gestión, evitando la presión sectorial o la iniciativa regional; y 4) alto nivel de calidad en la programación que se ofrece a la audiencia. Estas características fortalecían, según Reith, tres fundamentos de la radiodifusión: "Un compromiso con el servicio al público, una conciencia clara de sus obligaciones morales y unas finanzas aseguradas contra todo riesgo" [2].

La sombra de John Reith aún permanece en la filosofía de las grandes corporaciones de radiodifusión pública en Europa. Sus argumentos y conclusiones fueron los que, tiempo después, se esgrimieron para impulsar la ruptura de los monopolios públicos. No porque estuvieran viciados desde su origen, sino porque los sistemas de radiodifusión son algo dinámico y vivo como lo son las sociedades en las que surgen.

En consecuencia, no puede simplificarse el problema afirmando, como lo hace Debbasch, que la razón de la desintegración de los monopolios públicos es tan simple como el paso de la escasez a la abundancia permitida por la técnica [3]. La ampliación del espectro radiofónico, debido al ensanchamiento de la banda de frecuencia modulada [4], al uso del cable y al empleo de los satélites de telecomunicaciones, es sólo un aspecto desencadenante del problema. La actual crisis del concepto de servicio público afecta al conjunto de las características enumeradas por Reith y no sólo a la caducidad técnica del concepto de monopolio.

La radiodifusión de los años ochenta y noventa experimenta importantes transformaciones que la caracterizan desde numerosos puntos de vista. En los diversos países europeos, las estructuras institucionales han multiplicado sus programas, han diversificado sus formas y funciones, y han permitido la concurrencia privada nacional y europea. La estructura económica y política está en proceso de reformulación al resultar insuficientes los recursos financieros obtenidos mediante el pago de tasas o canon, y al incorporarse los recursos por publicidad. La crisis de ideación que afecta al medio en su conjunto se ha traducido en una oferta estándar de programación para una audiencia cada vez más desconocida. Además, se constata una extensión y aceleración de este proceso de cambio impulsado por las nuevas tecnologías para la transmisión de imágenes y sonidos.

En definitiva, la cultura del *public service* (autonomía económica, cobertura nacional, control

central unificado y alto nivel de calidad) postulada por John Reith está en proceso de reformulación estructural. Como lo señala Blumler, en la historia de la radio y de la televisión de Europa Occidental aquel clima de confianza y orgullo que habían sido los distintivos durante más de medio siglo, se ha modificado ante la obligación de adaptarse a un sinnúmero de condiciones esencialmente nuevas y desconocidas [\[5\]](#).

Desencadenadas por la incorporación de nuevas tecnologías, aunque en su origen fueran una exigencia velada de la sociedad, estas condiciones han terminado por ofrecer un nuevo mapa para el medio radio en Europa. El objeto de las siguientes páginas es describir el proceso por el cual estas nuevas condiciones se han traducido en factores de transformación de la radio europea.

1. Los cambios institucionales: del monopolio al pluralismo

En los últimos veinte años, se ha constatado el fin de los monopolios radiofónicos en los grandes países de Europa Occidental: Reino Unido en 1972, Italia en 1976, Francia en 1981, República Federal de Alemania en 1986. El último monopolio radiofónico europeo fue abolido en 1993: el parlamento austriaco aprobó una nueva ley de radiodifusión que permite la concesión de licencias privadas para radios regionales y locales, de carácter comercial, a partir del 1 de enero de 1994 [\[6\]](#).

El monopolio era un sistema estable y previsible. El nuevo sistema pluralista y de concurrencia está repleto de sorpresas, desafíos y oportunidades. Los cambios producidos en el ámbito institucional de la radiodifusión europea indujeron a reconsiderar la noción de organismo de radiodifusión que, en este marco geográfico, era un servicio de carácter e importancia nacional destinado a un público general.

En primer lugar se multiplicaron las cadenas de radiodifusión, luego aparecieron estructuras regionales y locales, y, finalmente, las corporaciones públicas debieron aprender a convivir con las empresas privadas y aceptar el juego de la libre concurrencia.

Para Lonsmann, la historia reciente de la radio en Europa está marcada por tres revoluciones: "Los años sesenta vieron la revolución de las radios piratas: estaciones ilegales y marginales que sacudieron los monopolios y condujeron a la elaboración de nuevos conceptos y a la creación de las emisoras musicales. En los setenta, se produjo el desmoronamiento de los monopolios: uno a uno, los Estados autorizaron, paralelamente a las emisiones nacionales, la implantación de estaciones locales (...). Los años ochenta vieron el advenimiento de la era comercial. La radio se transforma en una industria" [\[7\]](#).

Los países europeos han abordado esta triple revolución de forma diversa. Algunos, como la citada Austria, han mantenido los monopolios de Estado hasta fechas muy recientes. Otros, como los Países Escandinavos, han preferido implantar un sistema que restringe el desarrollo de las emisoras locales al ámbito no comercial. Otros, entre ellos Francia, han decidido que las leyes de mercado y de la concurrencia fueran marcando la evolución de su estructura. Y otros, como es el caso de Italia, están inmersos en un completo caos.

En sus orígenes, las redes nacionales de radiodifusión se concibieron como soportes de una serie de programas organizados con el criterio de una amplia y completa mezcla de contenidos pensados para atraer a todos los oyentes. La aparición de nuevas emisoras y la consecuente lucha por la audiencia, obligaron a los responsables de los servicios públicos a plantearse la alternativa de programas especializados, capaces de atraer a sectores de audiencias con preferencias singulares. Los servicios públicos nacionales se diversificaron. Surgieron así los segundos, terceros y cuartos

programas en las cadenas radiofónicas nacionales.

Básicamente, su creación fue la respuesta a la aparición de la televisión, que acaparó audiencias y publicidad nacionales. Se pensaba que la radio tenía mayores posibilidades de atraer nuevos públicos – rápidamente y a menor costo –, frente a la televisión que, en esos años, sólo disponía de un único programa [\[8\]](#).

En esta expansión, las corporaciones de radiodifusión tuvieron como aliada a la frecuencia modulada que supuso la disponibilidad de nuevas frecuencias de transmisión y una importante mejora de la calidad. Aunque el uso de la FM no se generalizó en Europa hasta finales de los años sesenta, jugó un rol importante colaborando con la ruptura de los monopolios públicos de radiodifusión en la década siguiente e impuso el predominio de la programación musical.

Pero esto fue sólo el comienzo. A la especialización de las emisiones nacionales, se sumó la descentralización geográfica, y funcional de las grandes corporaciones de radio en Europa. La radiodifusión pública abordó una nueva forma de organización del trabajo.

La descentralización, según Iseppi, representó una especie de respuesta genérica de adecuación de los aparatos de producción y distribución públicos al aumento de las necesidades culturales y de las reivindicaciones locales. En este marco, la descentralización debe entenderse como una respuesta práctica pero también como una exigencia política [\[9\]](#).

Aunque las distintas acepciones dadas al proceso de descentralización ponen de manifiesto la ambigüedad del uso del término, aquí se entenderá por descentralización el proceso por el cual las corporaciones públicas de radiodifusión europeas diversificaron sus áreas de cobertura, sus funciones y sus actividades. Esta diversificación se tradujo en tres grandes tendencias [\[10\]](#):

- 1) Descentralización geográfica de los sistemas de radiodifusión, a través del desarrollo de servicios de producción y emisión regionales y locales.
- 2) Descentralización funcional por la aparición de organismos especializados en algunas actividades de radiodifusión, como por ejemplo, la producción de programas y la difusión técnica.
- 3) Desarrollo autónomo o añadido de algunos servicios periféricos o complementarios a la actividad de radiodifusión, como la formación profesional, la documentación, la gestión de publicidad y la venta de programas.

No obstante, la cultura del *public service* seguía desarrollando sus propias ideas acerca del objeto del monopolio. Para las corporaciones públicas la radiodifusión debía responder a obligaciones de profesionalidad, veracidad, precisión, imparcialidad, legalidad, moralidad, pluralismo y máxima calidad. A largo plazo, esta concepción de servicio público, un tanto paternalista, tuvo mayor aceptación entre la élite política que entre la población general. Ese fue el momento en el que comenzó a resquebrajarse. Ante esta situación de distanciamiento social, la multiplicación de los programas y la descentralización no bastaron para evitar la descomposición de los monopolios públicos de radiodifusión.

A esta situación se sumaron tres desarrollos tecnológicos que tuvieron una influencia particularmente importante en el fin de los monopolios públicos, a saber:

- 1) La difusión por satélite y la explosión del vídeo doméstico que aumentaron el número de

canales y de programas que podían ser recibidos y que no estaban contemplados en la reglamentación nacional.

2) La disminución de los costos de los equipos de transmisión, tanto de radio como de televisión, que abrieron posibilidades a otros protagonistas ideológicos y comerciales.

3) La transmisión por cable y la radio en FM que ofrecieron una amplia disponibilidad para estaciones de radio y televisión locales y nacionales.

El fin de la era de los monopolios no ha significado el fin de los servicios públicos de radiodifusión – que aún mantienen importantes cuotas de audiencia –, pero sí ha dificultado su situación económica y su aceptación social. En cualquier caso, también ha generado un intenso y necesario debate dentro de los organismos públicos de radiodifusión.

En el Reino Unido, por ejemplo, la *BBC* afronta un nuevo período de consulta y estudio que culminará con la renovación de su estatuto el 31 de diciembre 1996. Será el séptimo Estatuto Real que regule el funcionamiento, la programación y la financiación de la *BBC*, así como sus relaciones con el Gobierno británico. Durante los años 1991 y 1992, la *BBC* puso en marcha 16 comités de estudio encargados de discutir y proponer alternativas para el nuevo estatuto acerca de los siguientes aspectos: difusión de información, espacios de entretenimiento, patrones culturales, educación, programación infantil, estándares técnicos, innovación tecnológica, papel regional e internacional, producción independiente, empleo y subcontratación de servicios, relación con colectivos específicos y labor empresarial. Por otra parte, los temas que más preocupan a la opinión pública son la reforma de la organización interna y la financiación de la corporación [\[11\]](#).

En Francia, el Gobierno elevó al Parlamento en 1989 un informe sobre el futuro del sector público audiovisual, consciente de la difícil situación en la que se encontraba tras la multiplicación de canales y operadores de radio y televisión. El informe optaba por el pragmatismo y la capacidad de adaptación ante el nuevo panorama audiovisual europeo. Algunas de las recomendaciones para la actuación conjunta del sector público audiovisual fueron: definir claramente la misión del sector público de radiodifusión, ofrecer una selección amplia de programas en función de la diversidad del público, producir y difundir espacios educativos y programas para la juventud, remarcar la dimensión regional de los servicios, instituir un nuevo tipo de relaciones con el Estado, participar en la difusión de programas por satélite y cooperar activamente con los grupos industriales en los proyectos tecnológicos europeos. Para el caso de *Radio France*, las conclusiones de este informe señalaban la necesidad de una mayor colaboración entre la radio y la televisión pública y de un mejor aprovechamiento de la infraestructura de las emisoras regionales. [\[12\]](#)

Con modificaciones parciales, las estructuras de radiodifusión pública se reubican en la era de la libre competencia. Esta apertura al pluralismo supuso el desarrollo de cinco tipos de emisoras ajenas a la estructura de la radiodifusión pública nacional, que aparecieron en contextos históricos distintos y con motivaciones diversas: radios periféricas; radios piratas; radios libres, independientes o comunitarias; radios locales comerciales; y radios nacionales comerciales. Entre estos cinco grupos, merece un apartado especial el desarrollo y auge alcanzado por las emisoras locales.

La radio comercial europea posee una tradición que se remonta al nacimiento de la radio. Si ha podido sobrevivir a la época monopolística de entreguerras, ha sido a través de las estaciones periféricas francesas y las estaciones españolas de gestión privada. A partir de los años setenta, el campo de actividad predominante de la radio privada en Europa ha sido el sector local,

produciéndose una verdadera explosión en el período 1977-1985, dada su simplicidad técnica y financiera. El Reino Unido establece las *Independent Local Radio* en 1972, Italia autoriza emisoras locales en 1976, Francia hace lo propio en 1981 y el Tribunal Constitucional de la República Federal de Alemania instauro un orden dual de radiodifusión en noviembre de 1986.

El incremento de la radio local en Europa – más de cuatro mil emisoras en 1986 – ha sido favorecido por la reducción de los costos de equipamiento y la paulatina desprofesionalización de la estructura de personal.

La aparición de emisoras locales comerciales tuvo diferentes ritmos y velocidades de implementación jurídica y política según los países. Fue regulada *a priori* en el caso del Reino Unido, y *a posteriori* en países como Francia e Italia.

En función de los destinatarios potenciales, el contenido de las estaciones locales ha evolucionado paralelamente en tres ámbitos de actuación: secciones geográficamente definidas (ciudades, barrios, etc.), grupos socialmente definidos (jóvenes, profesionales de edad media, etc.) e intereses específicamente definidos (géneros musicales, grupos políticos, etc.).

Para González Martín, tres han sido las circunstancias condicionantes del renacer de la radio como medio de comunicación local en Europa. En primer lugar, el auge de las aspiraciones regionalistas y autonómicas que identifican la descentralización comunicativa con el desmantelamiento del poder central; en segundo lugar, la búsqueda de medios de expresión adecuados para la nueva subjetividad que surgió en los años setenta (minorías, grupos marginados, movimiento contracultural, etc.); y en tercer lugar, el cuestionamiento económico de los monopolios de radiotelevisión [\[13\]](#).

Hasta el momento, existe una conciencia común europea sobre la compatibilidad entre la radio pública y la radio comercial, como partes que interactúan en un modelo radiofónico complejo. En un esfuerzo de síntesis, puede decirse que los monopolios han sido reemplazados por un sistema tripartito: el sector público, el sector comercial y el sector libre. Asimismo, geográficamente la radiodifusión se realiza en cuatro niveles: local, regional, nacional e internacional, siendo posible una combinación entre el sistema institucional y el geográfico.

En el debate interno de numerosos países europeos se percibe claramente la aceptación de un sistema de radiodifusión mixto, público y privado. Para Milano, la desreglamentación parece favorecer de hecho a las empresas privadas y ha obligado a los servicios públicos de radiodifusión a asimilar el modelo comercial [\[14\]](#).

Para unos y otros, la evidencia del pluralismo ha significado cambios estructurales: para las emisoras privadas, institucionales o libres, el paso de la ilegalidad a la legalidad; y para las emisoras públicas, la pérdida del monopolio y la aceptación del régimen de libre competencia. Este cambio institucional tiene causas y efectos en los ámbitos financiero, político programático y tecnológico de la radiodifusión.

2. La crisis de financiación: de la cultura del canon a la cultura de la competencia

Los cambios institucionales han modificado la situación financiera del medio radio en Europa. La apertura al pluralismo y la competencia de lo público y lo privado han impuesto un modelo económico basado en la competencia, modelo hasta ahora desconocido por los radiodifusores

públicos europeos.

Ahora bien, la competencia en la que se ve inmersa la radio tiene dos campos de actuación, Un ámbito interno, pues la apertura al pluralismo ha provocado una saturación de la oferta local y nacional; y un ámbito externo, con la desaparición de fronteras permitida por las nuevas tecnologías y la creación de grupos multimedia de actuación nacional e internacional. En este contexto, la economía de las pequeñas estaciones de radio es siempre precaria, y, por el contrario, las estaciones de mayor cobertura poseen ciertas ventajas.

En cualquier caso, la estructura económica de la radio en Europa debe atender a cuatro aspectos que pueden considerarse como desafíos pendientes de respuesta, a saber: salvar de la crisis financiera a la radiodifusión pública, asumir el costo de la introducción de las nuevas tecnologías, reacomodarse ante la creciente concentración transnacional de medios y alcanzar la estabilidad tras la multiplicación de la oferta. Desafíos que implican necesariamente decisiones políticas y que no son exclusivos de la radio.

El proceso de descentralización de las grandes cadenas nacionales de carácter público ha supuesto también la descentralización de sus recursos económicos y, en consecuencia, ha puesto en peligro un equilibrio financiero que ya comenzaba a ser precario. La diversidad de programas y la multiplicación de los mecanismos de producción, administración, gestión y control de los entes públicos ha hecho aún más compleja la supervivencia económica del sistema. Fue el caso de Francia, donde hubo gran resistencia al proceso de descentralización, y es el caso de España donde y despidos masivos de personal.

Por otra parte, la expansión de la radio privada comercial ha planteado nuevas cuestiones acerca de las fuentes de financiación de la radiodifusión pública. Concretamente se cuestiona si es posible continuar financiando el sistema a través del canon que pagan los oyentes y telespectadores que poseen receptores de radio y televisión, independientemente de si escuchan o ven la radio y la televisión pública. Más aún, cuando no existe voluntad política de aumentar el costo del canon para evitar un rechazo mayor por parte del contribuyente-oyente que ahora tiene una oferta más amplia de programas de radio.

En el Reino Unido, el informe del Comité Peacock en 1986 y el Libro Blanco sobre la radiodifusión plantearon diferentes alternativas para abandonar o disminuir la fórmula de financiación del canon. Estas alternativas fueron finalmente rechazadas [\[15\]](#). De hecho, el Libro Verde elaborado por el gobierno de John Major contempla que la BBC siga financiándose con el canon que pagan los ciudadanos británicos por recibir las emisiones de radio y televisión.

La cuestión no estriba exclusivamente en continuar o no con la financiación a través de canon, Los ingresos por canon tienen cada vez menos peso en los ingresos globales de las corporaciones públicas [\[16\]](#).

La discusión sigue abierta, y aunque no se descarta la posibilidad de acudir al mercado publicitario en busca de recursos, se insiste en subrayar los peligros que supondría para la *BBC*, o para cualquier servicio público de radiodifusión, comprometer su programación a la búsqueda de la rentabilidad comercial.

Son muchas las voces autorizadas que sostienen que la radiodifusión pública debe funcionar exclusivamente con fondos públicos, y que la radiodifusión privada debe hacerlo con fondos privados; siempre y cuando, los políticos adopten las medidas necesarias para que ambas fórmulas

de financiación permitan la supervivencia de ambos sectores ante la competencia internacional y la evolución tecnológica.

Mientras esto se discute en algunos países europeos, otros – como Suecia, Alemania e Italia – han optado por el pragmatismo económico favoreciendo una progresiva comercialización del sector público. La competencia entre la radio pública y la radio privada es más fuerte desde que las emisoras de servicio público – nacionales, regionales y locales – aceptan utilizar las fórmulas de la publicidad y el patrocinio. Esta competencia ha sido calificada de desleal porque, de esta forma, la radio pública se beneficia de una doble financiación (subvención estatal y publicidad) mientras que la radio privada sólo cuenta con los ingresos por publicidad en un mercado cada vez más difícil.

En algunos casos, esta situación económica precaria se agrava por una discutible concepción de la programación que debe exigirse a la radio pública. Muchos grupos sociales afirman que la radio pública, justamente por contar con fondos públicos, debe asumir los aspectos más onerosos del trabajo radiofónico, como el mantenimiento de la infraestructura informativa más compleja y los programas destinados a las minorías religiosas, culturales y educativas. Ahora bien, cuando las corporaciones públicas han buscado reducir costos, han comenzado por estos rubros. Así, por ejemplo, la BBC ha comenzado a subcontratar programas a otras compañías y está en proceso de integrar los servicios informativos de radio y televisión para reducir gastos.

Puede decirse que, en gran parte, la crisis del modelo de la radiodifusión pública ha evolucionado hacia una crisis fundamentalmente financiera y plantea la subsistencia del modelo. Retomando el caso de la *BBC*, en el ejercicio 1991/92 tuvo unas pérdidas de 42 millones de libras. La lucha por lograr la independencia económica es ahora tan importante como mantener la independencia política. Es posible que la respuesta suponga el paso de la lógica administrativa a la lógica empresarial.

En este contexto, la introducción de las nuevas tecnologías tiene un importante costo económico y político para los radiodifusores europeos. Cuando se delibera acerca de estas nuevas tecnologías, los autores suelen subrayar las cuestiones políticas, sociológicas, culturales y también ideológicas, olvidando los aspectos económico-industriales y las repercusiones sobre la producción.

En la práctica, ocurre todo lo contrario. Toda innovación, afirma Scharf, supone un problema económico en el que el punto de vista financiero prevalece ya que sus consecuencias son importantes para la industria de cada país. En el ámbito de la comunicación, continúa el presidente de la UER, "las decisiones concernientes a las grandes innovaciones técnicas son tomadas al ritmo de deliberaciones de orden industrial o político que, serias o no, se caracterizan por la ausencia de los intereses de quienes serán sus usuarios futuros. Inmediatamente después de adoptada la política industrial, vienen las consideraciones de carácter social, filosófico e ideológico. Las necesidades de los medios son siempre examinadas en último término" [\[17\]](#).

De esta forma, a los radiodifusores sólo les compete adaptarse a estas innovaciones tecnológicas sin poder ejercer influencia alguna en la toma de decisiones y asumiendo el costo económico y social de su introducción en el mercado. Más aún, en el debate sobre el futuro de las nuevas tecnologías, los radiodifusores son tratados como simples clientes, como consumidores de un servicio y no como los promotores naturales de una operación común, de un servicio conjunto que se ofrece al público.

Los más entusiastas por la tecnología olvidan muy a menudo el hecho de que la puesta en funcionamiento de esos nuevos instrumentos implica inicialmente nuevos gastos (derechos,

personal, producción) para las emisoras, grandes o pequeñas, que obligan a importantes inversiones y que hacen peligrar su salud financiera. Toda innovación es costosa al comienzo. Muchas emisoras mueren en el intento y muchas nuevas tecnologías terminan por desecharse al no encontrar mercado. Por otra parte, estos gastos, en definitiva, terminan por ser asumidos por la audiencia, bajo la forma de retribuciones directas o indirectas.

Sólo a largo plazo, la introducción de esas tecnologías supone ventajas para los radiodifusores al permitir reducir los costos de difusión y de producción. Por ejemplo, tras treinta años de empleo del satélite, la difusión de programas y de publicidad por este medio, además de ser más eficaz, ha permitido la disminución del consumo de energía eléctrica ligado a los equipos de producción y transmisión, cuyos gastos han sido siempre cuantiosos. Además, no sólo ha permitido el ahorro de energía sino que, al popularizarse su uso, las tarifas de alquiler del satélite han disminuido notablemente.

De todas formas, Scharf recomienda la planificación conjunta entre radiodifusores e industriales para promover la investigación técnica y lograr una introducción y amortización normal o aceptable de las nuevas tecnologías resultantes [\[18\]](#).

Asimismo, la normalización y compatibilización técnica mundial simplificaría considerablemente la incorporación de nuevas tecnologías. Actualmente se trabaja con numerosas normas técnicas diferentes que dispersan su aplicación, diversifican el mercado en función de cada norma y limitan la concurrencia, mecanismo necesario para bajar los precios. Aquí el problema deja de ser industrial para ser fundamentalmente político, sobre todo en una Europa con fuertes intereses nacionales que repercuten en el mercado [\[19\]](#). Mientras algunos países no abandonen esta posición, el costo de las nuevas tecnologías en las etapas de investigación y experimentación continuará siendo elevado.

En algunos casos, la introducción de las nuevas tecnologías ha favorecido una progresiva concentración de medios más allá de las fronteras nacionales con el objeto de compartir el costo de su puesta en funcionamiento. El fin de los monopolios públicos de radiodifusión ha supuesto también la posibilidad de que surjan nuevos monopolios o cuasi monopolios del sector comercial.

Los editores de periódicos son los medios más interesados en el desarrollo de la radio. Desde que la ley lo permite, este sector constata que la expansión hacia la radio constituye una derivación lógica de su actividad habitual. La radio suma importantes ventajas a los grupos editoriales como la promoción creciente de los productos del grupo, el reparto de los costos informativos y el poder beneficiarse de un segundo soporte para los anuncios publicitarios.

En Alemania, son las compañías de prensa y de cine las que han formado mayoritariamente la industria privada de radiodifusión. El resultado ha sido la creación de compañías de comunicación, vinculadas a diferentes sectores industriales.

En otros países, como Francia, son las instituciones financieras las que invierten en las nuevas radios comerciales. Este interés se remonta a la experiencia de la posguerra, época en la que las grandes casas financieras jugaron un rol importante en la reconstrucción de la prensa independiente. Más recientemente, y siguiendo en el caso francés, son los nuevos empresarios, como Hersant, Bouygues y Seydoux, los que persiguen el desarrollo de importantes grupos de comunicación partiendo de los beneficios obtenidos de su actividad principal: la prensa, la industria de la construcción y los transportes, respectivamente.

El proceso de concentración de la radiodifusión europea ha evolucionado tanto en sentido horizontal como en sentido vertical. Se advierte un aumento del número de emisoras en manos de un mismo radiodifusor que obtiene una hegemonía nacional clara, y crecen los fuertes vínculos entre los organismos de prensa y de radiodifusión a causa de la propiedad cruzada.

La tendencia a saturar los mercados nacionales, las leyes antimonopolio y la creciente liberalización del mercado europeo han favorecido, a su vez, una creciente integración internacional. Aunque, por el momento, no hay ninguna empresa de comunicación que haya alcanzado una posición dominante en Europa, es evidente que hay una serie de empresas que se han planteado una estrategia expansionista internacional con el fin de asegurarse su predominio en una serie de países.

La aparición de estos grupos de comunicación internacionales, financieramente fuertes, preocupa particularmente a los países europeos más pequeños y a las regiones que tienen una fuerte identidad cultural. Existe el peligro de que las compañías nacionales no puedan mantener la competencia y terminen por llegar a acuerdos de colaboración con las poderosas organizaciones extranjeras.

No obstante, la internacionalización de la radio está aún por llegar y se desarrollará según tres tendencias [\[20\]](#): las posibilidades de la radiodifusión vía satélite y por cable; el aumento de la venta de programas en las sociedades de radiodifusión internacional, las sociedades de *bartering* y las estaciones de radio temáticas, y la puesta en marcha del mercado único que consolidará un interesante mercado para la adquisición y participación en estaciones internacionales. Factores todos que permitirán estabilizar la multiplicación de la oferta radiofónica.

3. La evolución del marco político: del nacionalismo al paneuropeísmo

Las decisiones políticas relativas a la radio europea se han tomado a partir del convencimiento y de la necesidad de abandonar la estructura institucional de los monopolios públicos. A partir de allá, estas decisiones políticas se han traducido en conceptos como desmonopolización, regionalización, privatización, pluralismo, comercialización y competencia. Conceptos que, en cada país, se han materializado en medidas propias según el respectivo modelo de organización política.

Por otra parte, hace tiempo que Europa Occidental ha dejado de ser un conglomerado geográfico de Estados nacionales. En materia de radiodifusión y como instancia jurídico-política, Europa Occidental tiene preocupaciones y competencias comunes que, más recientemente, han tenido que considerar un nuevo componente: el desafío de Europa Oriental.

La creciente conciencia europea en materia audiovisual es un elemento que concurre en la configuración del modelo de radiodifusión de finales del siglo. Aunque muchos de los debates y efectos jurídicos coordinados a nivel europeo tienen como protagonista a la televisión, algunos de estos debates pueden asimilarse también al caso de la radio [\[21\]](#).

Ya se ha comentado que el paisaje de la radiodifusión europea conoce, en estos últimos años, una mutación rápida y fundamental. Además de la evolución tecnológica y el desarrollo de la radiodifusión comercial, esta mutación se caracteriza por el comienzo de una internacionalización europea. La apertura de nuevas emisoras de radio y televisión y la creciente oferta de programas han creado las condiciones propias de un mercado de libre competencia, no sólo en cada país en particular sino a nivel europeo.

La perspectiva comunitaria confirma que no es posible olvidar la dimensión internacional de la difusión radiofónica y la necesidad de elaborar numerosas reglas internacionales. Hoy los Estados no pueden elaborar estrategias de resistencia ante las emisoras extranjeras. De hecho, estas emisiones ya no pueden ser consideradas como totalmente extranjeras y la reglamentación estatal debe realizarse en el marco de una armonización comunitaria.

En consecuencia, se ha gestado una preocupación común por definir ese nuevo paisaje audiovisual europeo que, primero se plasmó con la colaboración en la distribución de material audiovisual a través del sistema de *Eurovision* y que, más actualmente, se ha traducido en proyectos de producción conjunta en el seno de la UER (*Euronews* y *Euroradio* [221]), en la promoción de la industria europea de programas audiovisuales (*Plan Media 91/95* y *Eureka Audiovisual*) y en instrumentos jurídicos del Consejo de Europa y de la Comunidad Europea.

No obstante, esta voluntad de integración se niega y encuentra demoras a través de muchos proyectos existentes que se basan en la cooperación bilateral o trilateral entre los Estados. Para Dubouis, esto se constata en los ámbitos técnico e industrial, donde se han desarrollado con desorden los proyectos de radiodifusión directa por satélite [231]. El mercado común audiovisual sólo será posible mediante una cooperación en la concepción, producción y explotación de las técnicas de radiodifusión, Por lo cual, es un desafío pendiente de resolución.

El cambio político-ideológico producido en Europa Central y Oriental suma nuevas variables al proceso de transformación que vive la radiodifusión del resto del continente.

Para Europa Occidental la apertura del Este implica varios desafíos: la reestructuración definitiva de los servicios de radiodifusión exterior, la posibilidad de ampliar el mercado y la inversión, la aparición de nuevos competidores aunque se encuentren en inferioridad de condiciones, la posibilidad de dar una utilidad inmediata a nuevas tecnologías como los satélites de difusión directa, y la necesidad de adoptar políticas de cooperación en el ámbito de la radiodifusión.

El presente y futuro de la radiodifusión de Europa Occidental no puede desarrollarse de espaldas al resto del continente. Así lo ha entendido la UER que, desde el 1 de enero de 1993, se ha fusionado con la ex-uniión de radiodifusores de la Europa del Este, la OIRT, en un sólo organismo.

4. Las estrategias de programación: nuevos contenidos para una nueva audiencia

En este contexto de cambio que se describe, los contenidos de la radio europea y el perfil de su audiencia no han permanecido estáticos sino que han evolucionado al mismo ritmo que los fenómenos ya mencionados y al ritmo de los cambios operados en los hábitos de escucha.

La concurrencia ha afectado a la radio en un doble sentido. Primero debió replantearse su especificidad ante la presencia y el desarrollo de otros medios, como la televisión, y de otros aparatos domésticos, como el estéreo personal. Luego, la apertura a la concurrencia en su mismo sector y las nuevas exigencias de los oyentes implicaron una nueva evaluación de su función comunicativa en la vida contemporánea.

En el ya descrito clima de concurrencia, los antiguos monopolios públicos de radiodifusión vieron cómo comenzaba a dispersarse la audiencia. Los que antes se beneficiaban de una audiencia monolítica, porque existía una única oferta, debieron modificar sus contenidos apostando por la programación diurna y sacrificando alguno de los programas generalistas en busca de la

especialización temática.

En cuanto a la radio comercial, la oferta de programación oscila entre las emisiones convencionales con contenidos de actualidad informativa y entretenimiento, y los programas fuertemente tematizados de emisoras que recuerdan más al estilo americano que al tradicional europeo.

Puede afirmarse en consecuencia que, tanto en el sector público como en el comercial, la racionalización de la programación, es decir, el conjunto de contenidos resultantes de la apertura y la concurrencia han derivado en la especialización temática y la fragmentación del mercado. La fragmentación de la audiencia se opone directamente a las ideas sobre las que estaba fundada la programación mixta – ofrecer todo tipo de programas en una misma emisión para satisfacer a la mayor parte de la población – y supone también la identificación de mercados específicos para orientar una inversión publicitaria también fragmentada.

Asimismo, la racionalización de la programación, con la aparición de nuevos modelos, ha activado la competencia entre la radio pública y la radio comercial, tanto en el ámbito de los programas dirigidos a audiencias masivas como en los espacios emitidos para grupos más específicos seleccionados de acuerdo con preferencias concretas. Esto ha supuesto que, en algunos casos, las organizaciones de radiodifusión pública abandonen la antigua convicción de ser instrumentos culturales profundamente arraigados y representativos de la vida social y seriamente preocupados por la creación artística, para adoptar políticas de programación más comerciales.

En el antiguo régimen de los monopolios, la audiencia sólo disponía de una oferta limitada que respondía a la voluntad de los radiodifusores públicos. La información relativa a la evolución y estructura de la audiencia no era necesaria mientras las radios de servicio público tenían el monopolio de las ondas. Cada emisora debía responder directamente y justificar sus gastos ante el organismo del que dependía y, sólo indirectamente, ante el sistema político y social en el que operaba.

Mientras se estabiliza cuantitativamente la audiencia global del medio, se han producido modificaciones en las características cualitativas del oyente de radio en Europa. Se trata de una audiencia que se redistribuye en el nuevo mapa de concurrencia caracterizado por la multiplicación de nuevas emisoras y el mantenimiento del número de oyentes y que, además, experimenta un marcado rejuvenecimiento con el desarrollo de la radio musical especializada que ha descubierto el medio para los jóvenes comprendidos entre los 15 y los 24 años. Por otra parte, aumentan las exigencias de calidad de los programas y de las características técnicas de recepción de las emisiones al multiplicarse los canales de transmisión y perfeccionarse el sistema de emisión, y comienza a observarse una mayor flexibilidad en el consumo al incrementarse la intervención del receptor en la construcción de una programación a la medida ante la oferta cada vez más especializada.

Hay que señalar también que la radio se ha integrado en la vida cotidiana de los oyentes ya que la mayoría de los europeos escuchan la radio durante dos a tres horas al día, al tiempo que crece el interés por participar en los programas y en las políticas de programación de la emisora.

5. El proceso de incorporación de nuevas tecnologías: del sistema analógico al sistema digital

El desarrollo de la radiodifusión ha estado siempre ligado al desarrollo de su tecnología en tres sectores distintos: la producción, la distribución y la recepción. Por ser un medio de comunicación estrechamente ligado a la tecnología, la radio presenta tres exigencias en constante evolución:

asegurar una cobertura más completa, ofrecer una mayor alternativa de programas y mejorar la calidad de recepción. Los cambios tecnológicos refuerzan los cambios institucionales: multiplican los servicios de radiodifusión, modifican los hábitos de escucha y favorecen la aparición de nuevas formas de organización y programación.

Como se ha apuntado, muchas de las disputas en torno a la necesidad de mantener la radio pública, estaban directamente relacionadas con los cambios experimentados en las capacidades de estos sectores: automatización de equipos, utilización del cable, la fibra óptica y los satélites de transmisión directa, digitalización de todo el proceso de radiodifusión, ampliación de la capacidad de almacenamiento y ampliación del espectro de frecuencias disponibles, entre otros.

Ya lo afirmaba en 1973 el Ingeniero Jefe de Relaciones Exteriores de la BBC, Edward Pawley, cuando examinaba algunos aspectos de la evolución técnica y sus repercusiones en la radiodifusión: "Es probable que los futuros desarrollos técnicos tengan efectos importantes sobre la estructura de la radiodifusión de finales de siglo [\[24\]](#).

Pawley llegaba aún más lejos al señalar que los cambios operados en la producción y la recepción de programas están subordinados a la evolución de las formas de distribución, ámbito en el que es posible esperar los avances de mayor envergadura.

En este sentido, el mayor avance ha sido la tecnología digital que se ha incorporado, en mayor o menor medida, a todas y cada una de las actividades que hacen uso de la electrónica y, por supuesto, de la radiodifusión sonora.

En la primera faceta, la incorporación de equipos digitales permite mejor calidad sonora, facilita la operación de producción y permite un ahorro significativo en soportes magnéticos. Además del ya popularizado *compact disc*, actualmente existen tres formatos de audio digitales que se utilizan en la producción y conservación de programas: el *Digital Audio Tape* (DAT), el *Digital Compact Cassette* (DCC) y el *Mini Disc* (MD). Los tres sistemas utilizan diferentes tecnologías digitales de registro. El DAT registra la información en una cinta magnética a través de un tambor giratorio, similar a la que se utiliza para registrar la imagen en los magnetoscopios de vídeo. El DCC utiliza como soporte el *compact cassette*. Y el MD utiliza un minidisco magneto-óptico que admite el registro y la reproducción.

Durante su Convención Anual de 1988, la *National Association of Broadcasters* (NAB) no dudó en calificar a la tecnología digital como la revolución más importante acaecida en la década de los ochenta, pronosticando un excelente futuro para el DAT y el *compact disc* en el medio radiofónico [\[25\]](#).

En Europa, los equipos digitales comenzaron a introducirse lentamente en las emisoras a finales de los años ochenta. Por esos años, la *BBC* decidió utilizar el DAT para los archivos de su *Radio 1*, dedicada a música clásica. De esta forma, se logró mejorar la calidad de reproducción de aquellos materiales discográficos que habían sido grabados en estudios anticuados o que empezaban a deteriorarse, y se facilitó la tarea de selección y programación de sus espacios musicales. *Radio France* también instaló equipos de producción digital en 1989, aunque reconoce estar aún en la fase de exploración de las posibilidades técnicas del sistema.

La incorporación del *compact disc* ha sido más acelerada, debido fundamentalmente a la proliferación de las emisoras musicales. Estos soportes, en combinación con la informática, ofrecen grandes alternativas para la automatización, lo que disminuye los costes de producción y ofrece

una buena rentabilidad.

En esta faceta de producción, las funciones de montaje, grabación y reproducción pueden ser realizadas a través de tecnología digital, de tal forma que los productos son teóricamente de la misma calidad sonora, se realicen en un pequeño estudio de producción o en una gran cadena nacional de radio.

Pero la digitalización de todo el proceso de producción sería vana si finalmente no se puede hacer llegar al oyente un producto en idénticas condiciones de calidad a como se realizó en origen. De allí que sea necesario complementar la tecnología digital en la fase de producción con la digitalización de la señal transmisora de radio.

La digitalización es posible tanto en los estudios como en la última fase de la cadena de difusión de la señal, es decir, en los sistemas de modulación y transmisión.

En cuanto a esta faceta de difusión, el sistema numérico de radiodifusión sonora ofrece, aún en estado experimental, una mejora en la calidad de la señal de radio que puede compararse a la diferencia existente entre la calidad que tiene, en la etapa de producción, un *compact disc* frente a los discos analógicos tradicionales. La señal que se transmite es una serie de números que representan la intensidad del sonido y se reproducen por una escala binaria en lugar de la escala decimal habitual. Una señal de estas características es extremadamente sólida y resiste de forma óptima a las distorsiones, ruidos e interferencias [\[26\]](#).

Si bien esta nueva tecnología no está aún disponible en el mercado, responde a una necesidad claramente identificable, tanto para los oyentes como para los radiodifusores. Es una ventaja más en la era de la competencia.

Para unos y otros, se ha impuesto la necesidad de poner en práctica un servicio de radiodifusión sonora de alta calidad destinado a receptores domésticos y, en particular, a los receptores móviles. Más aún, tras el creciente desarrollo de las técnicas digitales en la producción y grabación de programas.

Para los radiodifusores, las técnicas digitales mejoran la calidad de la transmisión de los programas, reducen los costos de producción y permiten desarrollar nuevas técnicas de producción, en particular con la utilización de los ordenadores, como se ha indicado anteriormente. Para los oyentes, se produce una importante mejora de la calidad de recepción además de multiplicar la oferta de programas y servicios radiofónicos.

Convencidos de la importancia del sistema digital, varios países europeos reunieron sus esfuerzos de investigación en el marco del proyecto Eureka 147 DAB. Este proyecto tenía como objetivo especificar las características del servicio y el conjunto de los equipos de las emisiones DAB en colaboración con la industria europea de la electrónica, la UER y la audiencia.

El sistema desarrollado bajo los auspicios del programa Eureka 147 DAB fue evaluado durante el *First International Symposium on Digital Audio Broadcasting* organizado en Montreux en junio de 1992 por la UER. En esa oportunidad, los más de quinientos profesionales y técnicos presentes coincidieron en señalar la importancia de dar con un estándar único para introducir los servicios de DAB en Europa tanto vía satélite como por redes terrestres. El sistema DAB no estará disponible en el mercado europeo hasta los umbrales del próximo siglo tras la demora en la adjudicación de

frecuencias definitiva para estas emisiones y la falta de estandarización de equipos [\[27\]](#).

Otro sistema de difusión digital es el desarrollado en Alemania con la participación de Telefunken bajo la sigla DSR (*Digital Satellite Radio*). El servicio se difunde a través de los satélites *Kopernikus* y TV SAT 2 que proporcionan dieciséis canales de radio, con una capacidad adicional para otros cuatro paquetes de dieciséis canales cada uno. La recepción del sistema DSR es exactamente igual al sistema de la televisión por satélite y la casa Grundig comercializa los receptores adecuados. El DSR ha sido también experimentado a través del sistema de satélites Eutelsat y de TV-SAT.

En 1973, con suficiente perspectiva, Pawley señalaba que sería un gran progreso poder introducir las señales numéricas en las emisiones de radiodifusión aunque no lo consideraba posible hasta la introducción de un nuevo parque de receptores. El veterano ingeniero de la BBC concluía que posiblemente con el advenimiento de la radiodifusión por satélite esto sería realidad [\[28\]](#).

Durante cincuenta años, la escasez de las frecuencias hertzianas fue la principal restricción para la expansión de la radiodifusión europea, debido a que las bandas de frecuencias medias (OM) y largas (OL), utilizadas para la transmisión de las señales, tienen un espacio limitado para las emisiones de radio y, al mismo tiempo, su recepción está sometida a numerosas interferencias.

El desarrollo de la frecuencia modulada resolvió temporalmente el problema de la calidad. En los comienzos, la FM se utilizó como medio de difusión complementario de los servicios ya existentes: los programas eran los mismos que se emitían por la OM pero de calidad superior [\[29\]](#). Aunque posteriormente se diferenció la programación, sólo con la aparición de los satélites se perfiló una respuesta clara a la necesidad de ampliar el espectro de transmisiones radiofónicas.

La radio por satélite dio sus primeros pasos a comienzos de los años sesenta aunque fue la televisión la que demostró la importancia de sus aplicaciones. A partir de los años ochenta, los satélites se utilizan diariamente para intercambiar información y para la retransmisión de importantes acontecimientos radiofónicos internacionales.

En los comienzos, los satélites se utilizaban para transmisiones punto a punto: una señal era transmitida por un emisor central hacia el satélite que los retransmitía a otra estación terrestre. Esta estación terrestre emitía la señal por circuitos terrestres hasta la audiencia. Aunque este sistema de distribución de la señal aún se mantiene, en la actualidad la industria de la radio asiste con impaciencia al desarrollo de la radiodifusión directa por satélite, que permite una transmisión punto-multipunto. En consecuencia, existen numerosos servicios de radio por satélite que llegan al auditorio directamente o a través de servicios de cable, destinados a ser relanzados por estaciones terrestres en su totalidad o como servicio complementario ocasional.

Todas estas modalidades de utilización del satélite suponen que la audiencia dispone del equipo de recepción adecuado: una antena y un sintonizador capaz de recibir y reproducir las señales sonoras recibidas, lo que limita su recepción a equipos fijos.

En la mayoría de los casos, se tiende a considerar a los satélites como una simple extensión espacial de las estaciones transmisoras terrestres. Pero de hecho han permitido la creación de nuevos organismos que concurren con la radiodifusión existente y el aumento de la oferta de programas disponibles; dos aspectos, hasta ahora, desconocidos en la radiodifusión europea.

En cuanto a la recepción de las señales de radio, destaca el desarrollo del *Radio Data System*. El

RDS fue creado a comienzos de los años ochenta para resolver ciertas inquietudes comunes entre los radiodifusores y la audiencia: la falta de comprensión de las indicaciones de localización de cada emisora y la dificultad de obtener una recepción de buena calidad en las zonas urbanas.

La proliferación de los servicios en FM en los últimos veinte años ha conducido a la saturación en numerosas regiones europeas. Las radios, en particular las pequeñas estaciones, sufren tanto las limitaciones de su zona de cobertura como de las interferencias con otras emisoras. La audiencia se enfrenta a una recepción dificultosa, la superposición de estaciones y la dificultad de localizar su programa. Para los automovilistas, estos problemas se incrementan por la necesidad de reorientar la antena para obtener una recepción aceptable. El RDS ofrece una solución a estos problemas.

El sistema RDS permite la transmisión de una señal digital inaudible de 57 KHz que se añade a la señal normal de radio y posibilita la prestación de servicios adicionales para la audiencia. Se añade un canal de datos a una señal de FM, inaudible para el oyente, pero detectable por un decodificador. Estos servicios pueden estar interrelacionados con el programa principal o ser totalmente autónomos y compatibles con la escucha del programa deseado.

El RDS se utiliza esencialmente en FM, aprovechando su ancho de banda para insertar un canal adicional de datos compatible con la transmisión monofónica o estereofónica. De esta forma, consigue utilizar mejor el espectro radiofónico, pues no precisa ninguna frecuencia especial para su uso [30]. Su aplicación generalizada depende en mayor medida de la renovación del parque de receptores.

Oficialmente las primeras transmisiones con RDS en Europa comenzaron el 1 de abril de 1988, pero las primeras experiencias se llevaron a cabo en Alemania a mediados de los setenta con el sistema ARI [31] y en el Reino Unido con el sistema CAR-FAX. Italia experimentó a mediados de los ochenta el sistema de isofrecuencias, que permite sintonizar en la OM un programa especializado gracias a un cable de fibra óptica y una serie de repetidores [32]. Francia inauguró su primer servicio de RDS en noviembre de 1987 en la cadena *France Inter*. El sistema actual fue desarrollado entre 1978 y 1982 por la Administración sueca de Telecomunicaciones bajo los auspicios de la UER.

El sistema RDS se aplica principalmente en los receptores de radio de los automóviles, pero posee igualmente aplicaciones domésticas. El receptor de radio se convierte en una pequeña terminal de datos, con una serie de códigos de función que facilitan su uso plural.

La señal, decodificada por receptores especiales, permite, entre otras ventajas, la sintonía automática, seleccionar el tipo de programas a recibir, visionar el nombre del programa recibido mediante una pantalla alfanumérica, escuchar de modo preferente programas con informaciones de tráfico, y conectar con una estación que emitiendo el mismo programa se recibe con mejor nivel. El sistema permite además implementar un servicio de mensajería electrónica o *Radio Paging*. Este servicio es operativo y tiene cobertura nacional en muchos países europeos.

El sistema RDS está definido en la norma europea n 50.067, aprobada por el CENELEC (*Comité Européen de Normalisation Eléctrotechnique*) en marzo de 1992 y publicada un mes más tarde. La elaboración del texto definitivo se realizó en colaboración con la UER que venía desarrollando las especificaciones técnicas del sistema desde 1984 [33].

Al mencionar las aplicaciones, servicios y códigos del RDS, el documento enumera diecisiete

funciones que se presentan esquemáticamente en el siguiente cuadro:

Servicios disponibles a través del *Radio Data System*

Función	Información
PI Programme Identification	Sintonía automática del emisor
PS Programme Service Name	Nombre de la estación
AF Alternative Frecuencias fuerte	Búsqueda automática del emisor de señal más fuerte
TP Traffic Programm	Memorización y búsqueda inmediata del programa de información sobre el tráfico
TA Traffic Announcement	Sintonía automática del programa sobre tráfico, independientemente de lo que se está escuchando
EON Enhanced other Network	Selección de otra fuente sonora
CT Clock Time and Date	Fecha y hora
PTY Programme Type	Género del programa. Búsqueda del género musical o hablado
PIN Programme Item Number	Atribución de un número a cada programa
RT Radio Text	Comentario del programa principal en el <i>display</i> bajo la forma de mensaje
Radiotext DI Decoder Identification	Identificación decodificación estéreo
MS Music/Speech	Identificación música o habla para una regulación óptima del volumen
TDC Transparent Data Channel	Canal para conexión con una red de datos
IH In-House Aplication	Aplicación a elección
EWS Emergency Warning System	Dispositivo de alarma ante emergencias
TMC Traf6c Message Channel	Recepción de mensajes de las autoridades de tráfico
Radio Paging	Transcripción de un mensaje personal

Fuente: Comité Européen de Normalisation Eléctrotechnique/European Committee for Electrotechnical Standardization, *Specification of the radio data systeme (RDS)*, European Standard n 50.067, Bruselas abril de 1992.

La popularidad del RDS aumenta en el Reino Unido, Francia, Irlanda, Alemania, Austria y Bélgica. En España es utilizado por *Radio Nacional de España*, la cadena *COPE*, *Radio España*,

Catalunya Radio y por algunas emisoras locales para el envío de informaciones bursátiles, música ambiental e información sobre tráfico. Las posibilidades del RDS no están agotadas. Aunque actualmente se circunscribe esencialmente a la información sobre tráfico, pueden implementarse otros contenidos como asistencia social, oferta cultural, información turística, servicios públicos ciudadanos, información rural, etc..

Las funciones que el RDS suma al receptor de radio favorecen el trabajo de autoprogramación – cada vez más necesaria ante la actual oferta diversificada –, y la calidad de la audición, además de ofrecer información servicio. La audiencia puede seleccionar entre las emisoras según dos criterios: la estación de radio y el contenido. Entre los contenidos, puede elegir entre formatos musicales y programación convencional. Estas alternativas tienen una gran influencia sobre los hábitos de escucha pudiendo derivarse en una nueva tendencia al *zapping* entre las estaciones de radio.

Por el momento, no hay un parque masivo de receptores de radio con este sistema. Una vez que el sistema sea lanzado al mercado y producido a gran escala, su costo será más competitivo para un amplio margen de la población.

6. El nuevo paisaje radiofónico europeo

La situación descrita hasta ahora puede sintetizarse en una serie de tendencias de la radiodifusión europea actual que configuran un nuevo paisaje.

En primer lugar, el debate sobre la concurrencia pública y privada ha conducido a la diferenciación entre los conceptos de monopolio público y de servicio público. Aunque históricamente están ligados, es importante comprender que si bien la estructura monopólica está caduca, no así la idea de que la radiodifusión es un servicio público. El servicio público no es patrimonio exclusivo de la radio pública; la radio comercial participa también de una voluntad de servicio a la comunidad. Hay consenso en la afirmación de que comercial y pública son circunstancias adjetivas, y que lo sustantivo es la radio. El proceso de reacomodación tras los cambios institucionales producidos en la radio en Europa aún continúa y tiene ritmos particulares en cada país. Los conceptos que han caracterizado este proceso son: desmonopolización, privatización, pluralismo, comercialización y concurrencia. Por otra parte, estos factores internos no pueden desentenderse de algunos factores externos como el desarrollo general de la economía, el progreso técnico y político, y las nuevas demandas sociales y nacionales.

En segundo lugar, la financiación de la radio pública se encuentra en situación de crisis y, por tanto, tiende a asimilar el modelo comercial incorporando la publicidad y el patrocinio. Actualmente nueve países europeos (Austria, Bélgica, Dinamarca, Alemania, Islandia, Italia, Holanda, Suiza y Yugoslavia) mantienen el sistema de canon o tasas como única vía de financiación de la radio; otros seis (Finlandia, Francia, Irlanda, Noruega, Suecia y Reino Unido) mantienen el canon por la tenencia de receptores de televisión y con estos fondos financian la radio pública; y otros reciben subvención pública al tiempo que admiten fórmulas publicitarias, como es el caso de España y Francia. Pocas alternativas más se presentan para la financiación de la radio pública, que deberá adoptar urgentemente decisiones al respecto.

Continúa también el proceso de concentración internacional de medios, con la incorporación paulatina de la radio, como una forma de distribuir mejor los recursos tecnológico-económicos y sus riesgos, y de diversificar la actividad de las empresas. Este proceso está motivado por la saturación de los mercados nacionales, la aparición de leyes antimonopolio y la creciente

liberalización del mercado europeo.

En materia de programación, un numeroso grupo de radiodifusores europeos evolucionan de un modelo convencional e integral hacia programas más específicos en función de las circunstancias de escucha de la radio y de los gustos de la audiencia. Se observa además que los contenidos que ofrecen las radios públicas y privadas son homogéneos y que, en algunos casos, la radio pública ha adoptado el ritmo y estilo frenético de las radios comerciales. Por otra parte, es cada vez más necesario dar con una metodología homogénea para medir, cuantitativa y cualitativamente, la audiencia de radio, tanto por países como a escala europea.

Finalmente, se constata un clima de prudencia para introducir en Europa las nuevas tecnologías. Posiblemente es fruto de la tensión existente entre dos actitudes, una política y otra comunicacional, que históricamente han retrasado la aplicación de esas mismas tecnologías: el empeño por desarrollar la investigación y la industria europeas, y la necesidad de conocer las características de la audiencia antes de proceder a la puesta en marcha de nuevos servicios. Si bien hay opiniones encontradas sobre las implicaciones y los efectos que tendrá el desarrollo de la radio digital por satélite, que van desde el escepticismo hasta la euforia, los radiodifusores europeos coinciden en que su implantación será progresiva, supondrá un mayor aprovechamiento del espectro y facilitará la recepción de la señal de radio. Cualquiera que sea el plazo, y cuando aún se está produciendo el reajuste debido a los últimos cambios, la radio europea se encuentra en el umbral de una nueva transformación.

[1] Cfr. BRIGGS, Asa: "The History of the Broadcasting in the United Kingdom", en *The Birth of the Broadcasting*, vol. I, Oxford, 1961, págs. 235-239 y LEWIS, Peter M. y BOOTH, Jerry: *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, Barcelona, 1992, pág. 91.

[2] Citado en BRIGGS, Asa: *cit.*, pág. 238.

[3] Cfr. DEBBASCH, Charles (dir.): *Radio et televisión en Europe*, París, 1985, pág. 14.

[4] El Plan Europeo para la radiodifusión sonora en FM, firmado en Ginebra en 1984, contemplaba la ampliación de la banda de frecuencias destinada a la FM, de los 100 a los 108 MHz. Con ello se planificaban más de 50.000 nuevas emisoras para toda Europa en la banda de 83.5 a los 108 MHz y se quintuplicaba el número de emisoras que contenía el primer plan elaborado en Estocolmo en 1961. Esta ampliación del espectro fue posible gracias al ensanche de la banda asignada y a la sustancial mejora de los métodos de planificación y de los sistemas de transmisión. Actualmente se estudia un nuevo ensanchamiento de la banda de FM de 83.5 a 76 MHz.

[5] BLUMLER, Jay G.: *Televisión e interés público*, Bosch, Barcelona, 1993, pág. 11.

[6] La ley sobre radios regionales y locales fue votada por el Consejo Nacional austriaco el 9 de julio de 1993 (BGB1, 506/1993). Por esta ley se crea un organismo de control de la radiodifusión regional, se permite una participación de hasta un 26% a empresas editoras de prensa y se limita la difusión de publicidad a un 15% del tiempo de transmisión que, en cualquier caso, no puede superar los 90 minutos por día. Esta legislación ha suscitado un intenso debate público entre periodistas e investigadores de la comunicación, fundamentalmente porque no prevé ninguna reglamentación

para las estaciones de radio no comerciales, cfr. TRAPPEL, Josef: "La radiodifusión en Austriche: les ébauches d'un avenir double face", en *Le Bulletin de l'Institut Européen de la Communication* (EIM) 3 1993, pág.18.

[7] LONSMANN, Leif: "L'évolution de la radio: trois révolution", en Pragnell, Anthony (ed.): *L'ouverture des médias en Europe 1983-1993*, European Institute for the Media, Düsseldorf, 1993, pág. 23.

[8] Cfr. Faus Belau, Angel: *La radio: introducción a un medio desconocido*, Madrid, 1981, pág.105.

[9] Cfr. ISSEPI, Franco: "Mitos, realidades y posibilidades de la descentralización televisiva, en RICHERI, Giuseppe (ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*, Barcelona, 1983, págs. 211-212.

[10] Cfr. WANGERMÉE, Robert: "L'évolution de la radiodiffusion et l'avenir de la l'UER", en *Revue de la UER* 2, 1982, págs. 15-16.

[11] Hay que señalar que la discusión sobre la estructura, funcionamiento, fines, independencia y financiación de la BBC es un tema permanente en su historia. La renovación de la licencia de funcionamiento de la BBC se produce periódicamente cada diez o quince años. Al renovarse esta licencia, es decir los términos y condiciones sobre los que debe funcionar la Corporación, el debate público entre los defensores del monopolio y los partidarios de la concurrencia se ha reproducido cíclicamente en la historia de la BBC. Esta licencia es un documento más habilitador que reglamentador y no ha sufrido grandes modificaciones en las últimas renovaciones.

[12] Cfr. TASCA, Catherine (et al.): *Rapport du Gouvernement au Parlement sur l'avenir du secteur public audiovisuel, ses missions et ses moyens*, Paris, 1989. Con anterioridad a este informe hubo otras reflexiones sobre el sector público audiovisual en Francia, como los informes Moinot de 1981, Bredin en 1985, L'cat en 1987 y Péricard en 1988.

[13] Cfr. GONZÁLEZ MARTIN, Juan Antonio: "Publicidad y cultura de masas", en A.A.V.V., *Rencontre de Torremolinos 1985. Radio y publicidad*, Madrid, 1985, pág. 156.

[14] Cfr. MILANO, Emmanuele: "Entre la logique commerciale et les impératifs du service public", en *Revue de la UER* 4, 1989, págs. 10-14.

[15] De hecho, las comisiones de estudio sobre el futuro de la radiodifusión británica posteriores a la Segunda Guerra Mundial – Pilkington (1962), Annan (1977) y Peacock (1986) – destacaron claramente que el sistema del canon constituía la mejor forma de financiar la BBC.

[16] Según estimaciones de la propia BBC, en el año 2000, el canon continuara representando el mismo nivel de ingresos para el sector audiovisual que en 1992, alrededor de 1.500 millones de libras.

[17] SCHARF, Albert: "Nouvelles techniques de radiodiffusion et problèmes économiques", en *Revue de l'UER* 1, 1984, pág. 13.

[18] Cfr. SCHARF, Albert: *ibid*, págs. 14-15. A este respecto puede destacarse la tarea realizada

por el *Institut für Rundfunk Technik*, órgano conjunto de la *ADR* y la *ZDF* alemanas, en el ámbito de la investigación, experimentación y formación de personal en nuevas tecnologías aplicadas a la radiodifusión.

[19] SCHARF, Albert: *Op. cit.*, pág. 14.

[20] Cfr. LONSMANN, Leif: "L'évolution de la radio: trois révolutions", en PRAGNELL, Anthony: *Op. cit.*, pág. 30.

[21] Wedell y Crookes apuntan que el Consejo de Europa y la Comunidad Europea (ahora Unión Europea) no consideran a la radio como parte fundamental de sus actividades de coordinación de las reglamentaciones nacionales de radiodifusión. Señalan como posibles causas que: a) estas instituciones perciben a la radio como menos importante o como sólo relevante para la política interna de los Estados; b) los problemas de la televisión son más graves mientras que la radio en Europa cuentan con mayor estabilidad; y c) por intereses políticos nacionales, la radio ha podido estar fuera de la agenda paneuropea. Cfr. WEDELL, George y CROOKES, Philip: *Radio 2000. Les ves ouvertes en Europe aux radios publiques et* Londres, 1991, pág. 83.

[22] Bajo los auspicios de la UER, Euroradio comenzó a emitir en septiembre de 1993. Se trata de *Euroradio* comenzó a emitir en septiembre de 1993. Se trata de un servicio de programas de radio para los miembros de la UER que se transmite por satélite hasta las estaciones terrestres. Su contenido es fundamentalmente musical. Retransmite alrededor de 1.400 conciertos al año, 85% de los cuales son de música clásica. Utiliza la estructura ya establecida por *Eurovision*. Cfr. Espace EBU/UER 20 (VII-1993), pág. 4.

[23] Cfr. DUBOUIS, Louis: "La communauté européenne, la radio et la télévision", en DEBAS, Charles (dir.): *Op. cit.*, págs. 315-325, que menciona concretamente los diferentes proyectos DBS desarrollados por el consorcio franco-alemán, la Sociedad Europea de Satélites gestora del satélite luxemburgués Astra, la Agencia Espacial Europea, la Unión Europea de Radiodifusión y el sistema Eutelsat.

[24] PAWLEY, Edward: "Dans un miroir, obscurément: l'évolution technique et ses répercussions en radiodiffusion", en *Revue de l'UER* 3, 1973, pág. 14.

[25] Mayor dificultad han encontrado otros equipos digitales para su incorporación al mercado de la radiodifusión. Es el caso del cassette portátil que, a pesar de sus indiscutibles ventajas para grabaciones de efectos o para la elaboración de reportajes, ha encontrado la resistencia de los reporteros, acostumbrados a la comodidad y reducido costo del cassette analógico de bolsillo. El primer cassette digital portátil de la casa SONY salió al mercado a finales de 1987 pero su incorporación a las redacciones radiofónicas es muy escaso. Las cartucheras digitales fueron lanzadas un año después, en 1988. Su introducción en el mundo profesional también es muy lenta debido a su elevado costo. No obstante, comienza a ser una necesidad en las emisoras musicales que utilizan ya otros sistemas digitales y en los que resulta inaceptable para los anunciantes los saltos de calidad que se producen en las pausas publicitarias.

[26] Cfr. PAWLEY, Edward: *Op. cit.*, pág. 18.

[27] Cfr. Espace EBU/UER 3, pág. 6.

[28] PAWLEY, Edward: Op. cit., pág. 18

[29] Entrados los años ochenta, en la mayoría de los países europeos se procedió a la prohibición del *simulcasting* o duplicación de la emisión, exigiendo la programación diferenciada en las emisoras de OM y FM pertenecientes a la misma cadena.

[30] La señal compuesta del espectro de FM puede contener un conjunto de señales subportadoras que pueden ser utilizadas con diferentes fines. Este programa suplementario es conocido como SCA y estuvo destinado inicialmente a música funcional. La utilización del ancho de banda de la FM para la emisión de otros servicios subsidiarios fue aprobado en 1955 en Estados Unidos por la FCC con el nombre de *Subsidiary Communications Authorizations*. La posibilidad de obtener otras subportadoras intercaladas en la banda base ha permitido otras aplicaciones informativas, entre las que se encuentra el RDS.

[31] El sistema alemán ARI (*Aurofahrer Rundfunk Information*) fue acordado por el Comité Técnico de la UER en 1974. Es un sistema de información por radio, analógico – por lo tanto limitado – y compatible con el digital RDS. A partir de 1984, la ARD comenzó a transmitir experimentalmente con el sistema RDS. Cfr. KOPITZ, D.: "Radio Data System – from Specification to Practical Reality", en *EBU Review Technical 233*, 1989.

[32] El sistema se implantó en la red italiana de autopistas con la finalidad de transmitir un programa especial con informaciones para los automovilistas sobre el tráfico, las condiciones de las carreteras, las condiciones meteorológicas y cualquier otra información de interés para los conductores. Estos programas, denominados *Viajar con seguridad*, se encabalgaron a los programas informativos de RAI 1 y RAI 2.

[33] Cfr. Comité Européen de Normalisation Eléctrotechnique/European Committee for Electro-technical Standardization, *Specification of the Radio Data System (RDS)*, European Standard nº 50.067, Bruselas abril de 1992. El estándar técnico americano tiene pequeñas variaciones con respecto al RDS europeo. Se denomina RBDS, fue lanzado en enero de 1993 y ya existen receptores en el mercado. Cfr. RAU, Michael: "The impact of the New Technologies on the Broadcasting", en *The New Technologies Seminar*, Madrid, febrero 1994, pág. 7.