

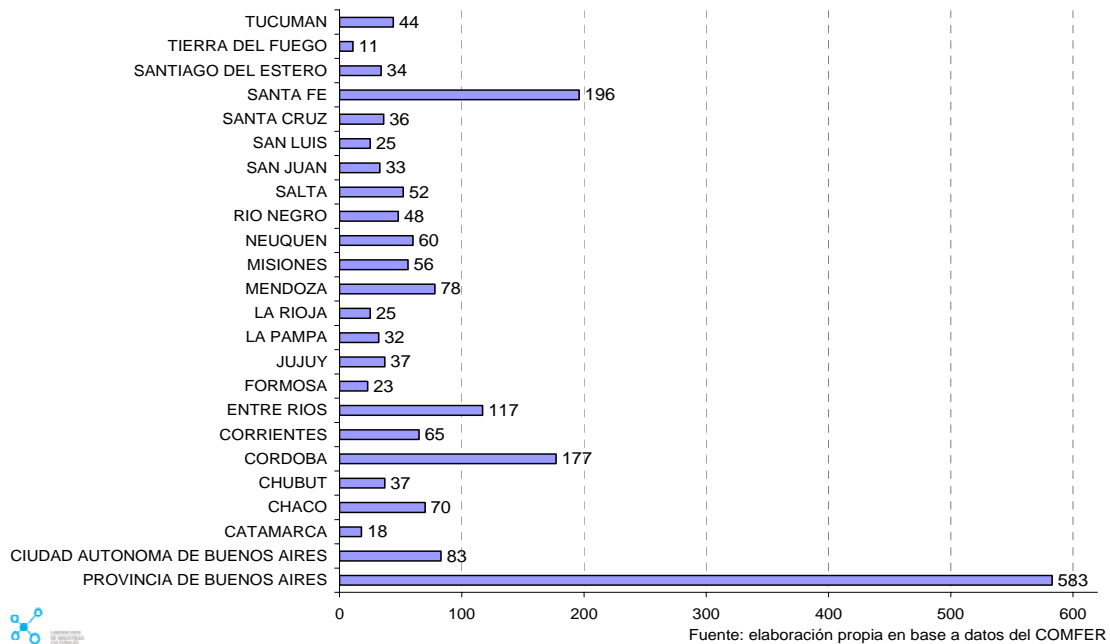
## LA RADIO EN ARGENTINA

### ❖ La radio y el país federal

El sector radiofónico es **uno de los sectores con características más federales** en el campo de las industrias culturales de Argentina, dado su inevitable “anclaje” en una localidad geográfica específica. Sin embargo, los

nuevos sistemas de telecomunicaciones (satélites, banda ancha) han permitido la proliferación de redes y retransmisión de programas desde la Ciudad de Buenos Aires. Según datos del COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) existen en el país **1870 radiodifusoras** registradas.

**RADIO. DISTRIBUCIÓN DE LAS RADIODIFUSORAS POR PROVINCIA. ARGENTINA. AÑO 2006**



Mientras que **la Provincia de Buenos Aires acapara el 32% del total de las radiodifusoras del país** (583 de las 1870 registradas) sólo el 4,5% están ubicadas en la Ciudad de Buenos Aires. Con excepción de Santa Fe y Córdoba, con 177 y 196 emisoras respectivamente,

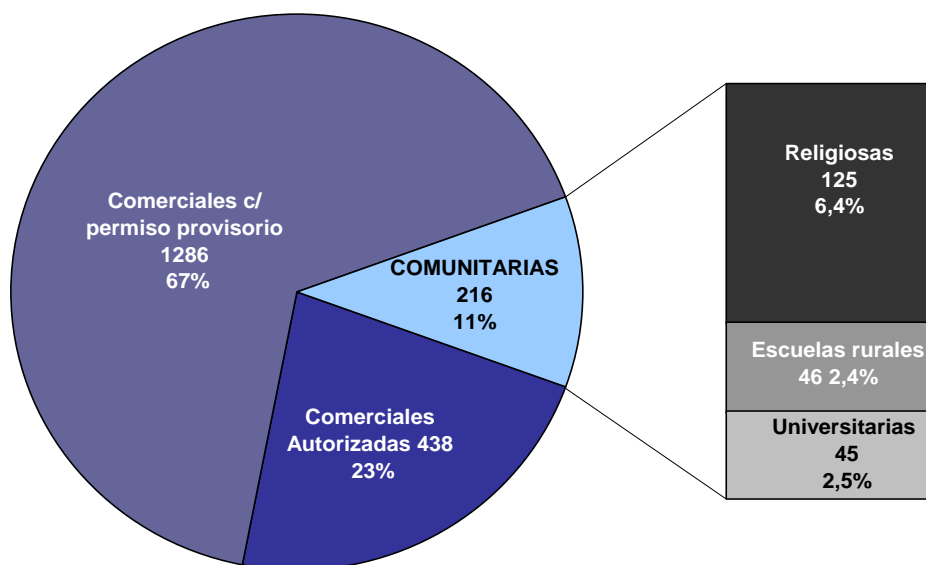
**el resto de las frecuencias se distribuyen con relativa equidad entre las provincias**, donde se destacan las casi 120 ubicadas en el territorio entrerriano.

❖ **Comerciales y comunitarias**

En el país, **existen más de 1700 radiodifusoras comerciales**, de las cuales, según el COMFER, **438 están registradas como “autorizadas” y 1286 poseen un “permiso provisorio”**. Existen **216** estaciones que aparecen bajo la categoría de **comunitarias** (religiosas, universitarias y de escuelas rurales, que incluye de frontera y de pueblos

originarios). Esta cifra prácticamente no ha variado en los últimos 10 años. Por otro lado, **9 de cada 10** de este total son FM. Las **universidades** detentan licencias en 45 casos, 43 de ellas FM y 2 AM. Las **religiosas comunitarias** comprenden un total de 126 y las correspondientes a **escuelas rurales** 46.

**Radio. Distribución de las emisoras según características. Argentina. Año 2006**



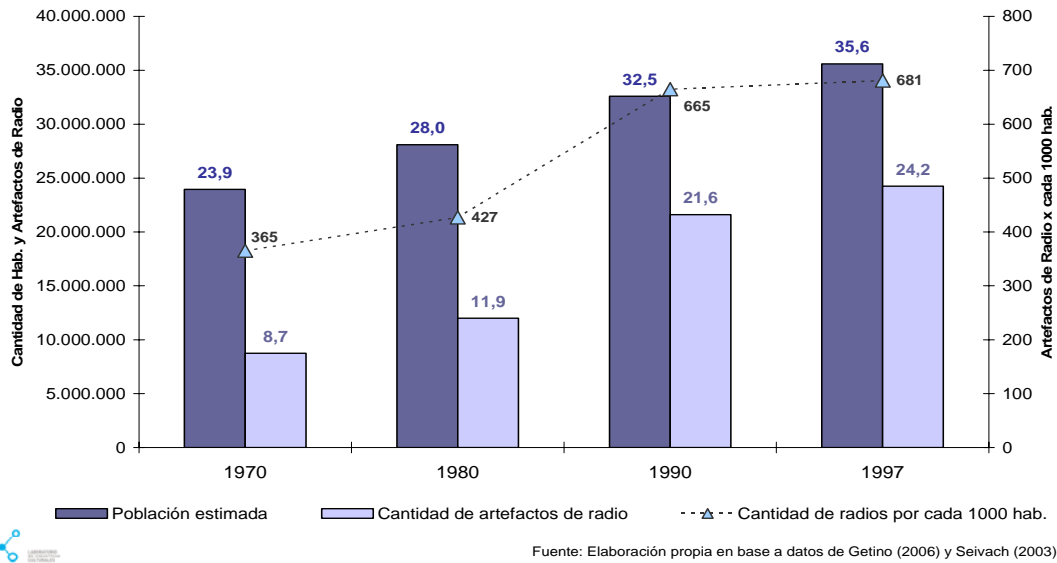
Fuente: elaboración propia en base a datos del COMFER

❖ **Cantidad de artefactos**

En 1970, en el país había 365 artefactos de radios cada 1000 habitantes, mientras que en 1997 la proporción había crecido a 681 cada 1000. En la actualidad hay **700 radios por cada 1000 habitantes**, lo

que indica que en la última década la cantidad de artefactos no se incrementó sensiblemente. **En Argentina existen aproximadamente 24 millones de artefactos de radio.**

**Radio. Cantidad de artefactos totales (en millones) y cada 1000 habitantes. Argentina. Años 1952-2000**

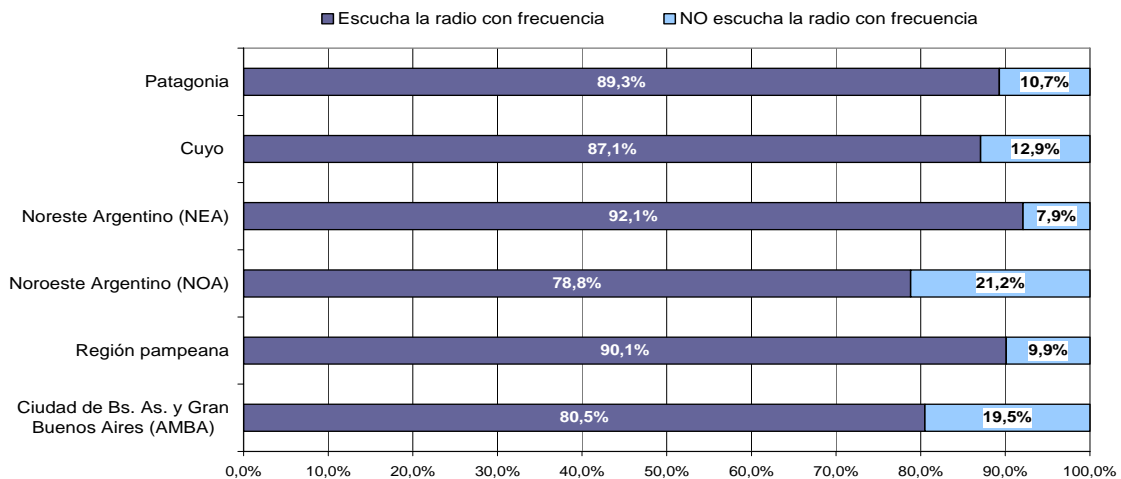


### ❖ Los oyentes

El hábito de escuchar radio en el país varía según la región. Por ejemplo, **en el área metropolitana de Buenos Aires y en el Noroste (NOA), el 20% de la población no escucha la radio con frecuencia.** En tanto, en la región pampeana y el Noreste, la cantidad de “no oyentes” se reduce al 8,5%.

En cuanto a los oyentes, **el 65% asegura preferir las FM** (generalmente, radios musicales), solo el 16% opta decididamente por AM (información, actualidad) y el restante 18% escucha ambas sintonías.

**Radio. Frecuencia con que se escucha la radio en el hogar según región geográfica. Argentina. Año 2005**



❖ **Facturación por publicidad**

Las grandes radios de la ciudad de Buenos Aires tienen un **nivel de facturación** muy superior a las provinciales y **retransmiten** a través de ellas buena cantidad de horas de **su programación**. Mientras que en la década del '80 la publicidad en Radio (ciudad de Buenos Aires) alcanzaba entre

el 8% y el 10% del total de inversiones de los anunciantes, a partir de 1993 comenzó a decrecer hasta llegar al 5,3% en 1999, repuntar al 7,7% en 2001 y caer fuertemente con posterioridad a la devaluación hasta el 2,8 en 2004.

**Inversión publicitaria en radio. Ciudad de Buenos Aires. 1994-2004**

Año	En millones de U\$S	% sobre el total
1994	211.9	6.2
1995	204.8	6.4
1996	226.7	6.6
1997	219.6	5.7
1998	215.1	5.4
1999	204.3	5.3
2000	231.5	6.7
2001	226.2	7.7
2002	88.7	3.8
2003	82.7	3.1
2004	93.4	2.8

Fuente: Elaboración propia con datos de O.Gettino, *El capital de la cultura* y AAAP

La Radio no sólo recibe ingresos por publicidad directa sino también mediante **la oferta de diversos productos** provenientes de organismos de gobierno, fundaciones, empresas, la política y el espectáculo, en una dimensión que configura de manera compleja su posición en la sociedad. La Radio, a su vez, **paga gravámenes al Estado** de

acuerdo a la legislación vigente, así como también lo hacen los llamados "servicios complementarios (circuitos de cable o satelitales por suscripción). Con estos recursos se financian tanto el COMFER como parte de la red de radiodifusoras estatales, el INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales) y el INT (Instituto Nacional de Teatro).