

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 4, año 2021. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-11-2

Transparencia mediática, oligopolios y democracia

¿Quién nos cuenta el cuento?

Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea

Manuel Chaparro Escudero; Victoria Gabilondo;
Lara Espinar Medina (Coordinadores)

Separata

Capítulo 11

Título del Capítulo

«Orígenes, situación y mapas de la radio comunitaria en Chile»

Autoría

Juan Domingo Ramírez

Cómo citar este Capítulo

Domingo Ramírez, J. (2019): «Orígenes, situación y mapas de la radio comunitaria en Chile». En Chaparro Escudero, M.; Gabilondo, V.; Espinar Medina L. (coords.), *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?* Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-11-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/cap11.emcs.4.p75>



El libro *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Nos encontramos ante un hecho incuestionable: desde hace décadas el proceso de concentración mediática es la norma en los estados contemporáneos y el poder político se ve supeditado a las líneas editoriales de los oligopolios mediáticos que tratan de conducir y representar a la opinión pública desde la opinión publicada. Así, las corporaciones de medios se han convertido en armas de propaganda de un modelo que se resiste al cambio y son el sustento del imaginario imperante en torno a la felicidad proporcionada por el consumo. La ausencia de regulaciones efectivas y la concentración mediática rompe el equilibrio de poderes que define a los sistemas democráticos.

Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento? pretende desvelar esta situación mediante la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM®) desarrollado por Laboratorio de Comunicación y Cultura (COMAndalucía) de la Universidad de Málaga, una herramienta que busca hacer transparente el comportamiento de los medios y permitir la introducción de mejoras mediante el reflejo de sus fortalezas y debilidades, posibilitando asimismo la implementación de políticas públicas eficaces en pos de la transparencia mediática y la rentabilidad social de la Comunicación.

La obra acomete en una primera parte el estudio de la situación del mercado de medios radifónicos y de televisión en España y, en una segunda parte, el diagnóstico de situación en buen número de países latinoamericanos y de la Europa mediterránea que permitan la aplicación de este indicador en sus respectivos países.

«Relevar los déficits democráticos, resaltar sus fallos normativos y de control, es ya iniciar el camino para la fijación de unas alternativas democráticas en políticas públicas de comunicación» (Del *Prólogo* de Enrique Bustamante.)

Prólogo, por Enrique Bustamante	9
Introducción, por Manuel Chaparro Escudero	17

PRIMERA PARTE

Marcos regulatorios, indicadores de rentabilidad y transparencia en España

1. Desafíos del audiovisual frente a la concentración y las plataformas: Un nuevo marco jurídico europeo y español	
<i>por Ángel García Castillejo; Manuel Chaparro Escudero</i>	25
<i>I. Antecedentes de la regulación audiovisual en Europa (1989-2018)</i>	26
<i>1. El acervo audiovisual europeo. De la CEE a la Unión Europea</i>	26
<i>2. La propuesta de la Comisión de modificación de la Directiva 2010/13/UE</i>	28
<i>3. Principales novedades de la nueva Directiva audiovisual de 2018</i>	31
<i>II. Y mientras tanto en España</i>	39
<i>1. Antecedentes de la regulación del audiovisual en España en el contexto de la Unión Europea</i>	39
<i>2. La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual (LGCA)</i>	45
<i>3. Adjudicación de TDT sin concursos contrarias a la LGCA</i>	51
<i>4. Los Prestadores públicos del servicio de comunicación audiovisual. Televisiones públicas (RTVE y autonómicas)</i>	52
<i>5. La nueva Ley de RTVE</i>	54
<i>6. El Regulador Audiovisual independiente. Un grave incumplimiento de la LGCA</i>	57
<i>7. Conclusiones</i>	59
<i>Referencias</i>	60
2. Las Políticas públicas de comunicación y los Indicadores de Rentabilidad Social en la Radio Comercial	
<i>por Manuel Chaparro; Victoria Gabilondo; Amal Mohammadiane; Ángel G. Castillejo</i>	63
<i>1. Situación de partida</i>	63
<i>2. IRSCOM en los medios de proximidad públicos locales</i>	65
<i>3. Las radios comerciales privadas locales y la rentabilidad social</i>	67

4. Mapa de la radio local comercial.....	71
5. Políticas autonómicas. El fracaso de la descentralización y la desconcentración	74
6. Las fichas de análisis IRSCOM para radios comerciales locales.....	81
7. Aplicación de indicadores a las cadenas privadas comerciales generalistas...	85
8. Resultados de la aplicación; IRSCOM Cadenas	88
9. Resultados finales: carencias relevantes en transparencia y resultados positivos en programación	94
Conclusiones	97
Referencias.....	99
3. Hacia un modelo mediático co-responsable con modelos de transición ecosocial: aplicación y alcance del Indicador de Transición Ecosocial <i>por Lara Espinar Medina; Manuel Chaparro; Lidia Peralta.....</i>	103
1. Introducción	103
2. Y ante esta realidad ¿cómo median los medios?	105
3. De los indicadores de rentabilidad social en comunicación a los indicadores mediáticos de transición ecosocial.....	108
4. El Indicador Mediático de Transición Ecosocial (IMTE): concretando el camino	111
5. A modo de conclusión	115
Referencias.....	116
4. La transparencia en los medios audiovisuales: análisis y propuestas para la democratización mediática <i>por Silvia Olmedo Salar; Carmen R. Monedero Morales; Francisco Martín Martín</i>	119
1. Introducción	119
2. Medios de información y transparencia	121
3. Una demanda internacional: la transparencia.....	123
4. Conclusiones	126
Referencias.....	127
5. Radio comercial y rentabilidad social: estudio del grupo Prisa en Andalucía <i>por Silvia Olmedo Salar; Paloma López Villafranca; Isabel Ruiz Mora.....</i>	129
1. Radio comercial, desvertebración territorial y políticas públicas.....	129
2. Cadena SER y Andalucía: historia de un encuentro	131
3. Análisis del funcionamiento y de las programaciones de la Cadena SER Andalucía.....	132
4. Presencia en Internet de la Cadena SER en Andalucía	135
5. Conclusiones	136
Referencias	137

SEGUNDA PARTE

Diagnósticos para la aplicación de indicadores
en escenarios de concentración y regulación

6. Antenas cautivas en democracias restringidas: panorama de situación en la Argentina del presente	
<i>por Damian Loreti; Mariana Baranchuk</i>	141
1. <i>Introducción</i>	141
2. <i>Las radios frente a Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual</i>	143
3. <i>El silenciamiento comunicacional como política de Estado</i>	148
<i>Referencias</i>	154
7. Estados débiles y élites mediáticas fuertes: una amenaza a la pluralidad y la diversidad en El Salvador, Nicaragua, Honduras y Guatemala	
<i>por Andrea Cristancho</i>	155
1. <i>El Estado y el sector comercial de medios en Centroamérica</i>	156
2. <i>Los medios de información en las leyes centroamericanas</i>	159
3. <i>A manera de conclusión</i>	163
<i>Referencias</i>	164
8. Panorama de la radiodifusión en Costa Rica: entre la desregulación y la ausencia de medios comunitarios	
<i>por Andrea Alvarado Vargas</i>	167
1. <i>Una ley obsoleta, omisa e irrespetuosa con las recomendaciones internacionales sobre libertad de expresión</i>	167
2. <i>Ausencia de medios comunitarios, regionales o locales</i>	168
3. <i>Concentración de medios en pocas manos: una realidad galopante</i>	171
4. <i>Insatisfacción de sectores sociales</i>	173
<i>Referencias</i>	174
9. La concentración mediática en Colombia. Para descentralizar la mirada	
<i>por J. Ignacio «Inaki» Chaves G.; Ricardo Gordo M.</i>	177
1. <i>Introducción</i>	177
2. <i>La comunicación en la democracia más antigua del continente</i>	178
3. <i>Independencia informativa en tiempos de TIC</i>	180
4. <i>El panorama en el corto y mediano plazo</i>	182
5. <i>Algunos apuntes para el debate</i>	183
6. <i>El monitoreo de los medios</i>	186
7. <i>El Índice de Rentabilidad Social</i>	187
8. <i>Reflexiones abiertas</i>	188
<i>Referencias</i>	190

10. Apuntes sobre la concentración de los medios de información audiovisual en Chile	
por Leonel Yáñez Uribe	193
1. Introducción	193
2. Concentración transversal	194
3. Concentración en la radio y la televisión chilena.....	196
Conclusiones	201
Referencias	202
11. Orígenes, situación y mapas de la radio comunitaria en Chile	
por Juan Domingo Ramírez.....	205
Conclusiones	209
Referencias	209
12. Democracy and media transparency: systemic failures in greek radio ecosystem and the rise of alternative web radio,	
por Lambrini Papadopoulou	211
1. Introduction.....	211
2. Greek media landscape: clientelism, concentration, diaplóki and rousfeti .	211
3. A brief history of Greek radio: savage deregulation and systemic failures .	212
4. Credibility issues for greek media	214
5. The rise and the importance of alternative web radio	215
6. Discussion.....	217
References	218
13. La radio en Italia, entre pluralismo y concentración	
por Marta Perrotta.....	221
1. Los años setenta y ochenta: la explosión del fenómeno	221
2. Los años noventa: primeras señales de concentración	221
3. La década del 2000: una lenta transformación	222
4. Digitalización y expansión de canales de distribución	224
5. Un sector vital y resistente	224
6. Año 2018: una instantánea de la radio nacional hoy	225
7. Diversidad de voces, concentración y pluralismo	227
Referencias	229
Sobre los autores.....	231

Orígenes, situación y mapas de la radio comunitaria en Chile

Juan Domingo Ramírez
[Universidad Austral de Chile]

El desarrollo de las radios comunitarias en Chile tiene una historia diferente a la del resto de América Latina. Hasta la década de los noventa, no existían antecedentes documentados del funcionamiento de experiencias radiales de transmisión permanente en el país. Las radios educativas en Colombia de fines de los 40, como radio Sutatenza, al igual que las radios mineras en Bolivia o las radios libres en Europa, no tuvieron un correlato en la sociedad civil chilena. Mientras, en Argentina, hay conocimiento de radios comunitarias en la década de los 80 y en Ecuador, en 1962, se ponían en el aire las Escuelas Radiofónicas Populares, (Segura, 2018; López Vigil, 2013; Gumucio, 2001). En Chile, la experiencia comunicacional de la sociedad civil y de la expresión política se dio más bien en radios del circuito comercial, de propiedad de partidos políticos, organizaciones sindicales y universidades.

En otros países latinoamericanos lo comunitario procede de una ocupación del dial, sin que exista solicitud de concesión al Estado. El modelo europeo también consistió en la ocupación del dial con las radios libres, espacio hasta entonces reservado exclusivamente a los medios estatales. La diferencia entre Europa y América Latina reside en que en el primer caso, la radio se potenció al término de la II Guerra Mundial como una actividad exclusiva del Estado para socializar políticas públicas, circunstancia que se mantendría hasta la década de los 80 en los países de la Unión Europea (Chaparro, 1998; 2002) y de los 90 en aquellos tutelados por la Unión Soviética, mientras en América Latina sigue siendo, mayoritariamente, una actividad netamente privada y comercial, por no decir casi exclusiva.

En Chile, la comunicación radial comunitaria se produce al término de la dictadura cívico-militar de Pinochet (1973-1989), ya que hasta entonces los medios eran controlados por las Fuerzas Armadas al servicio de la dictadura. Sólo a finales de la década de los 80 comenzaron algunas transmisiones esporádicas de radios comunitarias (Ramírez, 2015). Radio Villa Francia es una de las pioneras, instalada en una populosa barriada del sector poniente de Santiago de Chile, conocida por albergar una potente resistencia callejera a la dictadura; o la radio popular del barrio de La Victoria, en la zona sur de la capital, otro símbolo de oposición.

Transcurridos cuatro años del retorno a una democracia débil, tutelada por las fuerzas armadas, las radios comunitarias fueron reconocidas. Sin embargo,

la legislación de 1994 las denominó «radios de mínima cobertura». El gobierno y los legisladores chilenos —sometidos a la presión de la derecha y de las radios comerciales— las legalizan como un mero fenómeno tecnológico, no apto para trascender socialmente, con solo un vatio de potencia y restricciones para obtener concesión.

La modificación de la ley de 1994 se produce en 2012 con la norma 20.433 que «Crea los servicios de Radiodifusión Comunitaria y Ciudadana» que aunque no incluyó mejoras relevantes; permitió aumentar la potencia máxima hasta los 25 vatios y las menciones publicitarias. Asimismo, como lo señala el nombre de la ley, se integra la denominación de Emisoras Comunitarias y Ciudadanas. Pese a ello, la situación en lo que respecta a su viabilidad no mejoró demasiado.

Es este el escenario de las radios comunitarias chilenas, que han venido luchando por conservar los espacios conquistados lentamente, sin que se haya llegado a un punto en el que se pueda hablar de su reconocimiento como actores sociales. Sin embargo, el número de comunitarias no ha dejado de crecer; según las cifras oficiales de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), en la década de los 90 había 58 radios comunitarias, mientras en 2018 la cifra alcanza las 367 frecuencias concesionadas.

Como se señaló, la ley de 2012 tampoco vino a solucionar los problemas de las radios al no consolidar garantías reales para un acceso equitativo al espectro radiofónico. El espacio asignado en el dial de la FM de Chile (88 MHz al 108 MHz) a la radiodifusión comunitaria se sitúa entre el 107.1 MHz y 107.9 MHz, lejos de los tercios asignados en otros países del entorno; limitando la altura máxima de antena a 18 metros. El espectro radiofónico se ha entregado casi en su totalidad a las radios comerciales. La legislación en la práctica no impulsa ni propicia la existencia de este sector, lo que cierra la posibilidad de entrada a actores cuya actividad sobrepase la de un territorio determinado.

En 2018, de las 367 radios comunitarias registradas, un 60% tenía asignada entre 15 y 25 vatios, una potencia restringida y territorialmente acotada que refleja el poco interés del Estado por potenciar esta forma de expresión ciudadana. A pesar de recogerse en la ley esta posibilidad, solo una emisora tiene autorización para transmitir con 40 vatios.

En todo caso, no hay hasta ahora cifras fiables sobre el número de radios comunitarias en Chile, con o sin concesión legal. La Subtel (Subsecretaría de Telecomunicaciones), oficina estatal encargada de mantener este registro, se limita a publicar cuatrimestralmente una lista con datos técnicos, ubicación geográfica y direcciones. El Censo de Radios Comunitarias realizado en Chile¹ en 2018, partió de un universo de 359 radios, con y sin concesión, sobre información de la Subtel, corregida con datos obtenidos en investigaciones anteriores a lo largo de 2017. El Censo se realizó en las 15 regiones del país, obteniendo datos cuantitativos que permiten tener un perfil de estas emisoras.

¹ Investigación financiada por el proyecto de iniciación FONDECYT no. 11160386 «Radios Comunitarias en Chile: Análisis de las variables de asociatividad, comunidad y afectividad en los procesos radialistas», 2016-2019, Chile.

El Censo estableció la existencia de 361 radios comunitarias. De estas emisoras, el 70% muestra un rango de estabilidad, transmitiendo durante más de cuatro años de manera ininterrumpida.

Una cuestión conflictiva en la radio libre y comunitaria es la de los permisos estatales para operar. En Chile, a diferencia de otras experiencias latinoamericanas, el 75% de las estaciones operan legalmente. El 25% que no posee concesión declara estar haciendo el trámite o no tener dinero para hacerlo y, dentro de este limitado porcentaje de no concesionadas, un 22% declara que no hará el trámite y seguirán como «radios libres», ejerciendo esa «insurrección» de la que habla Balibar (2013): la ciudadanía, en este caso, las y los radialistas de lo comunitario, irrumpen con una modalidad de acción activa y desafiante al Estado, lo que para el autor citado significa «inscribir la acción en los actos».

Las radios no concesionadas se agrupan preferentemente en zonas urbanas de alta densidad poblacional: el 62,3% se ubica en cinco regiones de la zona central del país, que incluye a la Región Metropolitana, que alberga la capital, Santiago de Chile. Esas mismas regiones agrupan el 64,3% del total de emisoras comunitarias, lo que es coherente con la distribución de habitantes; el 66,3% de la población del país vive en este territorio (17.557.003).

Las tecnologías de automatización permiten a las emisoras estar en el aire las 24 horas del día. El 80% transmite todo el día gracias a los software libres de automatización de emisión, como Zara o Radit.

El uso de las redes *on line* busca una mayor conexión de la radio convencional con sus audiencias. A efectos de esta investigación asumimos el concepto de «red social on line o virtual» para diferenciarlas de las redes físicas de las personas que integran los medios y que se articulan socialmente desde el conocimiento personal. Las aplicaciones más usadas son los *Fan Page* y *WhatsApp*, desplazando a *Twitter* y *Messenger* como herramientas de contacto con sus comunidades virtuales.

En el marco de esta investigación se solicitó a las emisoras que se definieran en base a siete alternativas combinables de pertenencia territorial. Un 20% se autocalificó como urbana y un 24,6% como urbana-rural. El resto utilizó una serie de descripciones combinadas. Dos aspectos son relevantes en este punto. En la definición de radios comunitarias rurales, sólo un 4% reconoce su pertenencia territorial exclusiva, mientras las demás se definieron en una combinación de categorías rurales-urbanas, rurales-urbanas-juveniles, rurales-juveniles. Si bien es extraño que emisoras que territorialmente y por cobertura están en sectores rurales, intenten acercarse a lo urbano como un modo de insertarse en un ámbito que consideran más relevante, esta casuística denota la falta de reconocimiento del que goza la ruralidad.

Otro aspecto que debiera ser estudiado en profundidad es la autodefinición étnica de las emisoras. La adscripción absoluta al apartado «étnica» es baja y la mayoría se refleja en una combinación de radio étnica escolar, juvenil o religiosa. Pese a ello, el trabajo de campo identificó de manera clara que existían radios étnicas, principalmente en la Araucanía, región de territorios mapuches.

Los equipos humanos de las emisoras comunitarias son pequeños, con no más de cinco personas activas (66%). Sólo un 12% del total de las 361 emi-

soras comunitarias censadas cuenta con un equipo de diez o más personas, mayoritariamente voluntarias. Si bien esta realidad es positiva en términos de construcción de comunidad, las radios están expuestas a una alta rotación de colaboradores. Los honorarios o pagos mensuales se producen en radios de organizaciones comunitarias ligadas a municipios, a centros educativos (colegios y universidades) y ONG. Cabe señalar que la Ley de 2012 que crea los servicios de Radiodifusión Comunitaria Ciudadana prohibió a las municipalidades ser concesionarias de radios comunitarias y cerró las que existían; sin embargo, las alcaldías han encontrado otras fórmulas para salvar esta situación como la creación de organizaciones comunales (juntas de vecinos, agrupaciones de jóvenes, adultos mayores, centros culturales, entre otras) que sí pueden ser titulares de concesiones.

En Chile existen dos organizaciones de radio que aglutinan a las emisoras comunitarias: la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (ANARCICH) y la filial de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Sin embargo, el 49% de las radios censadas no pertenece a ninguna organización, lo que plantea la necesidad de generar un proceso de confluencia en el Tercer Sector. Al consultar la razón de este desinterés por estar afiliadas a organizaciones, la mitad de estas radios no asociadas declaran desconocer las instancias asociativas y no saber cómo pueden beneficiarlas. Lo más preocupante es que el 23% de este segmento no está interesado en hacerlo.

Existen colectivos que reúnen no sólo a medios comunitarios radiales sino a diferentes experiencias comunicacionales escritas, web y audiovisuales. Entre ellas se encuentran la Red de Medios de los Pueblos, la agencia Medio a Medio y el noticiario ciudadano coordinado por la radio universitaria de Santiago: «Juan Gómez Millas». Aun valorando la importancia de estas experiencias, no podemos hablar de un movimiento radialista y comunicacional de alto impacto.

A pesar de la falta de asociatividad, las radios mantienen un contacto permanente con la comunidad en la que se insertan, principalmente con movimientos sociales (medio ambiente, mujeres, étnicos, entre otros), y con las juntas vecinales. En cualquier caso, este contacto con las organizaciones no necesariamente se traduce en un acompañamiento en la gestión de las radios ya que, como se indicó, funcionan mayoritariamente con cinco personas de manera más o menos permanente.

Los problemas de financiación explican la precariedad de los proyectos, atribuible sobre todo a las leyes que regulan estas radios y no sólo a problemas de gestión. El financiamiento proviene mayoritariamente de los miembros de la emisora, ya que la ley no permite vender publicidad; aunque desde 2012 se pueden emitir menciones publicitarias, previo registro de actividades en el Servicio de Impuestos Internos, lo que obliga a pagar impuestos por dichas menciones.

Las radios inscritas para emitir menciones publicitarias son sólo un 43%, circunstancia que puede deberse al escaso ingreso que genera y a lo engorroso de los trámites. La mayor parte, de acuerdo con sus propios relatos, genera ingresos con publicidad encubierta, canjes y actividades sociales de recolección de fondos.

Conclusiones

Los datos obtenidos en el Censo reafirman la falta de reconocimiento por parte del Estado del papel de las radios comunitarias como agentes sociales y de expresión ciudadana.

La existencia de una ley restrictiva que califica a las emisoras como de «mínima cobertura», denominación que si bien se cambió por la de «Radios Comunitarias y Ciudadanas», sigue expresando la visión de un ejercicio limitado desde la práctica del Derecho a la Comunicación, lo que genera grandes dificultades para la creación y mantenimiento de estas radios.

Los datos obtenidos buscan servir como referencia para organizaciones y radios comunitarias, con el fin de incentivar su asociatividad, proporcionar más información a la hora de tomar decisiones y ejercer el Derecho a la Comunicación. Del mismo modo, este estudio pretende contribuir a generar políticas públicas en torno al movimiento de la radio comunitaria, aunque esta opción se muestra lejana por el poco interés del Estado en potenciar movimientos y expresiones desde la sociedad civil.

El análisis de la rentabilidad social de estos medios, más allá de los datos de análisis cuantitativos debería reflejarse —en la continuidad del proyecto Fondecyt (Ramírez, 2018)² y en colaboración con el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía (Universidad de Málaga)— en la adaptación del Indicador de Rentabilidad Social IRSCOM y en la dimensión social del papel de los medios comunitarios para incidir con más profundidad en políticas públicas favorecedoras de los medios del Tercer Sector.

Referencias

- Balibar, Étienne (2013): *Ciudadanía*. Buenos Aires: Colección Fundamentos.
- Chaparro, Manuel (1998): *Radio pública local*. Madrid: Editorial Fragua.
- Chaparro, Manuel (2002): *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Los Libros de la Frontera.
- Chaparro, M., Olmedo, S. y Gabilondo, V. (2016): «El Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM): medir para transformar», *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 21, pp. 47-62.
- Gumucio, Alfonso (2001): *Haciendo Olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social. Informe para la Fundación Rockefeller*. La Paz: Plurar Editores.
- Ramírez, Juan. (2015): *La radio comunitaria en Chile y su re-construcción en la era digital*. (Tesis doctoral), Facultad de Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2015/hdl_10803_334974/jdr1de1.pdf.
- Ramírez, Juan (2017): «Los afectos como variable en el análisis de las radios comunitarias en Chile», en Sierra, F. (Ed.) *Políticas de comunicación e integración económica intercontinental*. Quito: Ciespal.
- Ramírez, Juan (2018): «First Community Radio Census in Chile: how many are we, whe-

² Ver nota a pie 1.

re are we, what do we do?», ponencia 9th International Radio Conference: Free Radio. Monash University. Prato, Italy.

Segura, María Soledad (2018): *De la resistencia a la incidencia. Sociedad Civil y derecho a la comunicación en Argentina*. Argentina: Ediciones UNGS.

Webgrafía

López Vigil, Ignacio (2013): «Lo bueno, lo malo y lo feo de la ley ecuatoriana. Luces y sombras de la ley ecuatoriana de comunicación», en *Radialistas Apasionados y apasionadas*, disponible en <http://www.radialistas.net/article/lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-de-la-ley-ecuatoriana/>

Subtel (2018): *Informe del Sector de las Telecomunicaciones tercer trimestre de 2018*, Ministerio de Telecomunicaciones y Transporte: Gobierno de Chile, disponible en: https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2018/12/PPT_Series_SEPTIEMBRE_2018.pdf