



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

Facultad de Derecho
Departamento de Derecho Público General
Área de Ciencia Política y de la Administración

EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN REPÚBLICA DOMINICANA (1990-2023): UN ESTUDIO DE SU RELACIÓN CON EL PODER POLÍTICO

Tesis para optar al grado de
Doctora en Estado de Derecho y Gobernanza Global

Por:

JENNY MARÍA AQUINO AMPARO

Directoras

PATRICIA MARENGHI

MARINA HERNÁNDEZ PRIETO

Salamanca, octubre de 2024

Agradecimientos

A Dios, porque has sido mi refugio en los días de mayor angustia para sacar adelante esta investigación, porque me has mostrado el camino y me has dado la fortaleza en la fe para poder alcanzar este sueño. En mis momentos más oscuros, solo tu luz me ha dado la fuerza para continuar.

A mis padres, Ramón y Andrea, por ser quienes me han inspirado para mantener siempre la perseverancia y el optimismo en los sueños que se quieren lograr. Por ser el mayor y mejor ejemplo de que los sueños no tienen edad y que no hay obstáculo que no pueda vencerse. Por ayudarme a forjar mi carácter y amarme tal como soy. Por nuestras reuniones y reflexiones diarias, por las veces que me han visto llorar y cada uno me ha ofrecido su hombro y por esas otras veces en las que me dijeron: “queremos que te gradúes, pero te queremos sana y te queremos a ti...”. Por las mimosas, las dietas, los juegos en el celular, los libros de espiritualidad, las conversaciones sobre ángeles; por todo lo que son, porque soy un chin de eso mismo. Esto es de ustedes también ¡Los Amo!

A Patricia Marenghi, porque sabes que sin ti esta tesis no habría sido posible. Gracias por tomarme de la mano en los momentos de desesperación, porque la cercanía de tu ser siempre traspasó la pantalla y los miles de kilómetros que nos distanciaban físicamente. Por cada palabra de aliento, por cada empujón, por tus expresiones “¡Te voy a matar!” que me sacaban una sonrisa siempre que las escuchaba. Gracias, porque en tus momentos difíciles personales, a pesar de estar cargada de cosas, siempre estabas pendiente, con una mano tendida hacia mí, sin importar el lugar del mundo donde te encontraras. Has sido mi mentora, directora, y la investigadora de los enredos que hemos descubierto en esta tesis, pero que al final nos han unido para que seas parte de la República Dominicana. Puede que yo esté en un lugarcito de tu corazón, pero que sepas que tienes toda una esquina en el mío. Gracias por ser mi oración contestada a papá a Dios, la calma en mi tempestad y la motivación en días de angustia. ¡Ya solo me falta enseñarte el himno nacional para que seas tan dominicana como yo! Te quiero al infinito.

A Marina Hernández Prieto: gracias por ayudarme desde el primer día en la orientación para ubicarme en este doctorado. Me dijiste: “El proceso es lento y largo”; nunca pensé que fuera a serlo tanto (ja, ja). Has sabido acompañarme todos estos años, a pesar de las muchas obligaciones, no solo académicas, sino con el mejor trabajo que nadie toma en cuenta, quitándote horas como mamá para dedicarlas a mí. Gracias infinitas por estar, por ser tú y por mostrarme, como te dije hace un tiempo, que ahora falta camino por recorrer y espero contar contigo.

Ángel Badillo: quiero agradecerte por haberme acogido en el programa de doctorado; sin ti, todo esto no hubiera sido posible. No soy la alumna de las primeras oportunidades, más bien, en reiteradas ocasiones, me ha tocado ser de las segundas o terceras. Pero eso me ha enseñado a no rendirme. Gracias a ti y a tu capacidad de paciencia inagotable, pude enfrentar los procesos complejos que cuando inicié este recorrido ni siquiera entendía. Gracias por haber formado parte de este viaje. Ya nos une este doctorado: te sacaste una sobrina en el Caribe que estará eternamente agradecida.

A mis hermanos, en especial a Mariol y Mariú, por ser parte de este proyecto y trabajar conmigo en todo momento mientras sacrificaron horas para ayudarme a levantar la documentación y a transcribir las entrevistas para que yo lograra esta meta.

A Ramón Núñez Ramírez, por ser una de las piezas más importantes en este sueño, que hoy puedo ver hecho realidad. Gracias por darme la primera oportunidad en el canal 11 como periodista y por ayudarme a tener esperanza en que podía concretar mis objetivos. Bendiciones mil.

A Luis García y Wilkin de la Cruz, que hicieron todo lo posible para que este viaje hacia el doctorado se materializara, por estar pendientes a cada momento y por tenderme siempre la mano.

A Cynthia Abreu, por todas las horas y madrugadas que has pasado conmigo corrigiendo mis ideas; sabes que sin ti este proyecto no habría llegado a este punto. Sé que les he robado tiempo a Joan, Samuel y Sofía; eres una de las bendiciones para mí en todo este proceso y lo sabes. Te quiero y las gracias nunca serán suficientes.

A mi tía Ana María, por ser uno de los pilares de mi vida, por tus oraciones, por tu cariño y tu amor conmigo siempre.

A mi familia Vicioso Cordero, por ser la sombra que me cobija constantemente, por estar pendiente en la salud y la enfermedad, en las penas y las alegrías. Saben que los amo con todo mi corazón, tía Yibí, tío Álvaro, María Alejandra, Gaby y Michael.

A ese triángulo perfecto de apoyo maravilloso, que no ha dejado de empujarme: Karlina, Vanessa y María (Sory) Grullón, gracias por acompañarme y por ser el pitido de la olla de presión, para desahogarme, para motivarme, para reírnos, para llorar, para ayudarme en los momentos de impotencia. Sin importar cuál fuera mi estado, ustedes siempre han estado ahí.

A Martín, Alfonso, Sefi, Rubén y Mari Carmen, Chari, y Conchi: gracias por ser mis manos derecha e izquierda, y por representar ese amor tan puro que permitió que nunca me sintiera sola, ante la pérdida de Martín; gracias por el cariño que siempre me profesan. Este logro es de todos ustedes, mi familia española.

A Luisa y Cristóbal, por ser el instrumento perfecto de Dios, por mostrarme que Dios nunca llega tarde, que todo lo hace en el momento justo... Gracias por transformar mi vida para siempre, y tener una hermosa historia que contar a mis nietos. Gracias por ser el milagro de Dios para mi vida, demostrándome el verdadero valor de ver al prójimo en el hermano.

A la tía Tina Barriuso, por ponerme en contacto con Lalo y Maite y hacerme parte de su familia desde el año 2007. Gracias por ser uno de los regalos de Dios que sigue en mi vida. En ti bendigo a toda la familia extendida.

A Lalo y Maite, por ser mi familia en Salamanca, por acogerme, por ser los primeros en vestirme para doctora un 17-12-17, ese día en el que tanto lloramos y reímos. Por esas comidas en casa con Lara, Chema e Inés, Marisol, Chema y Miriam, por disfrutar de los roscones de reyes y por demostrarme que la familia la podemos escoger de cualquier país.

A Ederson Dos Santos, por estar ahí para mí y ayudarme con tan solo una llamada, sin importar la hora en la que te requiriera; eres uno de los regalos de este doctorado.

A Teresa Díaz Díaz, de la Escuela de Doctorado, por acompañarme, acogerme y aconsejarme. ¡Dios te bendiga siempre!

A Luis Scheker, por ayudarme tanto en la agilidad de la tramitación de la documentación para esta tesis y en todo lo concerniente al Indotel, por aguantar mis audios de dos minutos y medio a las dos de la mañana, que nos quedan como anécdotas por siempre. Contigo agradezco a todas las personas del Indotel que colaboraron arduamente para poder llegar a este punto.

A mis sacerdotes Santiago y Luis, quienes me abrieron las puertas de la parroquia Santa Teresa y me hicieron parte de la comunidad, con los paseos tan hermosos que vivimos. Gracias por dejarme cantar cada domingo en misa.

A todas las personas que menciono a continuación y que fueron parte fundamental de esta investigación porque me cedieron su tiempo y su interés: Adalberto Grullón, Adriana Peguero, Adriano de la Cruz, Adriano Miguel Tejada (EPD), Alejandrina Germán, Alejandro Alba, Alex Jiménez, Amaury Guzmán, Amparo Arango, Antolín Polanco, Bienvenido Rojas, Carlos Alonzo, Carlos Polanco, Carolina Santana, Charlie Mariotti Tapia, Cristian Morel, Cristian Oviedo, Damasco Jiménez, Daniel Javier Santana, David Lorenzo, David Soriano, Domingo del Pilar, Domingo Montero, Elso Martínez, Fabio Cabral, Fabio Herrera, Fabricio Gómez M., Fausto Rosario, Felivia Mejía, Félix Núñez, Félix Reyna, Fernando Hasbún, Francisco Liranzo, Gonzalo

Castillo, Greidy Roa, Guillermo Tejeda, Gustavo Olivo Peña, Héctor Olivo, Hipólito Mejía, Homero Figueroa, Huchi Lora, Indhira Navarro, Ismael Reyes, Izaskun Herrojo, Jaime Ángeles, Jesús Nova, Johny Jones, José (Pinky) Pintor, José A. Lluberes, José Alberto Selmo, José Luis (Jochy) Santos, José Monegro, José Rafael Matías, José Rafael Vargas, José Reyes Gómez, José Tomas Pérez, Juan Carlos Albelo, Juan Miguel (JM) Hidalgo, Julio Hazím, Leidy Pérez, Leonel Fernández, Ligia Amada Melo de Cardona, Luis Acosta Moreta, Luis Emilio Trinidad, Luis González Fabra, Manuel Jiménez V., Mar Escribano, Margarita Cedeño, Margarita Cordero, Marisol Mendoza, Maritza López de Ortiz, Max Puig, Maybelle González, Miguel Ángel Núñez, Minou Tavaréz Mirabal, Monserrat Namnwm, Namphi Rodríguez, Narciso Isa Conde, Nathalie Romero, Nathanael Concepción, Nelson Arroyo, Nelson Didiez, Nelson Mateo, Orlando Jorge V, Padre Eric Wilson, Padre Manuel Ruiz, Pedro Caba, Pelegrín Castillo S., Manuel Jiménez, Persio Maldonado S., Persio Maldonado B., Rafael Núñez, Ramón Almánzar, Ramón Colombo, Ramón Puello Báez, Raquel Arbaje, Reyson Lizardo, Ricardo Nieves, Ricardo Rojas León, Richard Aquino, Richard Medina, Roberto Rodríguez de Marchena, Rubén Bichara, Ruddy González, Ruth Camil Santos, Sandra Russian, Saúl Pimentel, Valentín Báez, Víctor A. Villanueva, Víctor Bautista, Vieska Camilo, Vinicio Lember, Virtudes Álvarez, Viviano de León, Vladimir Olmos, Wilby Ramírez, Zoila De León y los 50 periodistas de las entrevistas.

Índice

Índice	1
0.1 Tablas y gráficos	3
0.2 Ilustraciones	5
1. Introducción	7
1.1 Tipo de investigación, preguntas y selección temporal	9
1.2 Objetivos, datos y técnicas de recolección y análisis	10
1.2.1 Entrevistas	11
1.2.2 Producción legislativa y reglamentaria	17
1.2.3 Notas en prensa	19
1.2.4 Otros datos	19
1.3 Estructura de la tesis	20
2. Marco teórico: teoría crítica, economía política de la comunicación y análisis de los sistemas de medios	23
2.1 La Economía Política de la Comunicación	23
2.1.1 La escuela anglosajona	24
2.1.2 La corriente francófona	27
2.1.3 La economía política de la cultura en América latina	30
2.1.4 La economía política de la comunicación en América latina hoy	33
2.1.5 Poder político y comunicación en los estudios críticos de la comunicación contemporánea	35
2.1.6 La investigación sobre medios en República Dominicana	37
2.2 Comunicación y política: el estudio de los modelos de sistemas de medios de comunicación	41
3. Políticas públicas de comunicación y marco regulatorio del sistema de medios en República Dominicana	51
3.1 Contextualización política de la historia de República Dominicana	57
3.1.1 Breve historia de la política dominicana hasta 1990	58
3.1.2 La política dominicana desde 1990	63
3.1.2.1 Las elecciones presidenciales de 1990	69
3.1.2.2 Las elecciones presidenciales de 1994	70
3.1.2.3 Las elecciones presidenciales de 1996 y parlamentarias de 1998	72
3.1.2.4 Las elecciones presidenciales de 2000 y parlamentarias 2002	74
3.1.2.5 Las elecciones presidenciales de 2004 y parlamentarias 2006	75
3.1.2.6 Las elecciones presidenciales de 2008 y parlamentarias 2010	77
3.1.2.7 Las elecciones presidenciales de 2012	78
3.1.2.8 Las elecciones de presidenciales de 2016	79
3.1.2.9 Las elecciones presidenciales de 2020	80
3.2 Las políticas de regulación estructural y técnica	81

3.2.1	Las regulaciones a las estaciones radioeléctricas en la dictadura de Trujillo	83
3.2.2	El periodo de Balaguer	86
3.2.3	El escenario contemporáneo	89
3.2.3.1	Las políticas de sociedad de la información y digitalización	94
3.2.3.2	El acceso libre a la información Pública y el gobierno digital	97
3.2.3.3	La televisión terrestre digital	100
3.2.3.4	¿De la Ley del Cine a la Ley Audiovisual?	104
3.3	Las políticas de regulación de contenidos y libertad de expresión	105
3.3.1	La censura en la dictadura de Trujillo	106
3.3.2	El periodo Balaguer	110
3.3.3	El escenario contemporáneo	113
4.	Estructura del sistema de medios en la República Dominicana	117
4.1	La prensa escrita en República Dominicana	120
4.1.1	Marco histórico de la prensa escrita dominicana	120
4.1.1.1	Los orígenes de la prensa escrita	121
4.1.1.2	La dictadura de Trujillo y el control de la prensa	124
4.1.2	La prensa escrita dominicana en la actualidad	125
4.1.3	Estructura del sector de la prensa escrita dominicana en la actualidad	127
4.1.3.1	Medios impresos diarios	128
4.1.3.2	Medios impresos de información no diarios	142
4.1.3.3	Medios de información digitales de República Dominicana (1990-2015)	147
4.2	La radio en República Dominicana	155
4.2.1	Marco histórico de la radiodifusión sonora dominicana	155
4.2.1.1	El surgimiento de la radio	156
4.2.1.2	La era Trujillo: expansión y control gubernamental	158
4.2.1.3	Proliferación y polarización	166
4.2.1.4	La vuelta a las restricciones y el crecimiento de la frecuencia modulada	167
4.2.2	La radio dominicana en la actualidad	170
4.2.2.1	El contenido de las emisiones radiales	172
4.2.2.2	Hibridación de la radio transmedia en las redes sociales	174
4.2.2.3	El podcast como alternativa a la producción de contenido radiofónico	176
4.2.3	Estructura del sector radiofónico dominicano en la actualidad	177
4.2.3.1	Las estaciones públicas y del Estado	177
4.2.3.2	Las redes radiales privadas	182
4.2.3.3	Emisoras religiosas en República Dominicana	195
4.3	La televisión en República Dominicana	199
4.3.1	Marco histórico de la televisión dominicana	199
4.3.1.1	La televisión abierta	202
4.3.1.2	Reordenación del sistema y explosión de la competencia televisiva	205
4.3.1.3	La expansión en la banda UHF	207
4.3.1.4	La expansión de la televisión por cable	208
4.3.1.5	La transformación de la televisión terrestre digital (TTD)	209
4.3.2	Los principales operadores de la televisión en abierto	214
4.3.2.1	Canal 4 Corporación Estatal de Radio y Televisión	214
4.3.2.2	Canal 7 Antena Latina	217
4.3.2.3	Canal 9 Color Visión	222
4.3.2.4	Canal 13 Telecentro	224
4.3.2.5	Canal 11 Telesistema	227
4.3.2.6	Canal 6 Medios Educativos y Comunicaciones	230
4.3.2.7	Canal 5 Telemicro	233
4.3.2.8	Canal 2 Teleantillas	235
4.3.2.9	Los canales de UHF	238
4.3.3	La televisión por suscripción	240
4.3.3.1	Los canales locales en el cable	248
4.4	Los grupos de comunicación en República Dominicana	249
4.4.1	De las familias a los grupos (y los bancos)	250
4.4.2	Modelos de grupos de comunicación	252
4.4.3	Grupo de Comunicaciones Corripio	253

4.4.4	Grupo Listín Diario	255
4.4.5	Grupo Multimedios del Caribe	257
4.4.6	Grupo Telemicro.....	260
4.4.7	Grupo RCC.....	262
4.4.8	Grupo Diario Libre.....	263
4.4.9	Otros grupos relevantes.....	264
4.4.10	Los grupos religiosos	265
4.4.11	Los medios públicos.....	267
5.	Financiamiento de los medios y condiciones laborales de los periodistas	269
5.1	El financiamiento de los medios de comunicación dominicanos	270
5.1.1	Publicidad estatal (2004-2023).....	271
5.1.1.1	Publicidad de la DICOM (2012-2020).....	274
5.1.1.2	Publicidad de la DICOM (2020-2023).....	280
5.1.2	Financiamiento con publicidad privada de los medios de comunicación	282
5.2	Las condiciones laborales de los periodistas.....	287
5.2.1	Las condiciones salariales de los periodistas dominicanos	288
5.2.2	La dificultad para el acceso a formación académica y capacitación de los periodistas dominicanos.....	293
5.2.3	Periodistas y trabajo en el Estado	297
6.	Conclusiones.....	304
6.1	Las políticas de comunicación y su influencia en la configuración actual del sistema mediático	305
6.2	El financiamiento estatal y su impacto en la supervivencia de los actores mediáticos	308
6.3	La situación laboral de periodistas como condicionante.....	309
6.4	Las limitaciones de esta tesis doctoral	310
6.5	¿Una nueva oportunidad?	311
7.	Referencias.....	313
7.1	Entrevistas	327
7.2	Normativas.....	331

0.1 Tablas y gráficos

Tabla 1.	Entrevistas a informantes sobre el marco legal y regulatorio de la comunicación dominicana	12
Tabla 2.	Entrevistas a informantes sobre el sistema mediático dominicano.....	13
Tabla 3	Modelos de prensa según Siebert, Peterson y Schramm	42
Tabla 4	Sistemas de prensa según J. Herbert Altschull.....	43
Tabla 5	Los tres modelos: características de los sistemas de medios de comunicación	44
Tabla 6	Los tres modelos: características de los sistemas políticos.....	44
Tabla 7	Modelo Liberal Capturado	49
Tabla 8.	Principales leyes y decretos en materia de comunicación en República Dominicana (1930-2023).....	53
Tabla 9.	Partidos políticos en la República Dominicana (2024).....	64
Tabla 10.	Candidatos presidenciales de los principales partidos (1990-2024).....	66
Tabla 11.	Procesos electorales en la República Dominicana (1990-2020).....	68
Tabla 12.	Resultados electorales de 1990	70
Tabla 13.	Resultados de la Junta Central Electoral, elecciones del 1994	72
Tabla 14.	Resultados de la elección presidencial de 1996	73
Tabla 15.	Resultados de la Junta Central Electoral, elecciones de 1998	74
Tabla 16.	Resultados de las elecciones presidenciales en 2000.....	75

Tabla 17. Resultados de las elecciones parlamentarias en 2002	75
Tabla 18. Resultados de las elecciones presidenciales 2004	76
Tabla 19. Resultados de las elecciones parlamentarias de 2006	77
Tabla 20. Resultados de las elecciones presidenciales de 2008	77
Tabla 21. Resultados de las elecciones parlamentarias de 2010	78
Tabla 22. Resultados de las elecciones presidenciales de 2012	79
Tabla 23. Resultados de las elecciones presidenciales de 2016	80
Tabla 24. Resultados de las elecciones presidenciales de 2020	81
Tabla 25. Algunos medios de comunicación propiedad del Baninter	118
Tabla 26. Periódicos impresos de República Dominicana en 2023	126
Tabla 27. Periódicos impresos de República Dominicana en 1990	126
Tabla 28. Principales periódicos impresos de República Dominicana (2023)	128
Tabla 29. Revistas vinculadas a Listín Diario	130
Tabla 30. Revistas vinculadas a Editora El Caribe	132
Tabla 31. Revistas vinculadas a Editora Hoy	135
Tabla 32. Revistas vinculadas a Grupo Diario Libre	138
Tabla 33 Principales revistas de investigación, semanarios y encartes de periódicos dominicanos	142
Tabla 34 Principales periódicos digitales de República Dominicana	149
Tabla 35. Portales web de los periódicos impresos de República Dominicana (2023)	150
Tabla 36. Sitios web más visitados en República Dominicana (ahrefs) (2023)	151
Tabla 37. Sitios web más visitados en República Dominicana (Semrush) (2023)	151
Tabla 38. Emisoras ilegales denunciadas por ADORA	171
Tabla 39 Principales emisoras de opinión de corte político en República Dominicana	173
Tabla 40. Principales emisoras de corte musical en República Dominicana	174
Tabla 41. Emisoras del Grupo Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	178
Tabla 42. Emisoras radiales de organismos del Estado dominicano	180
Tabla 43. Grupo de Emisoras Comunitarias (CTC)	181
Tabla 44 Grupo Radio Cadena Comercial	183
Tabla 45 Grupo Telemicro	186
Tabla 46 Grupo Medrano	187
Tabla 47 Grupo Empresas Radiofónicas / Radioemisoras Unidas	188
Tabla 48 Grupo de Comunicaciones Corripio y Grupo de Comunicación Listín	189
Tabla 49 Grupo Hazim	190
Tabla 50 Grupo GTB Radiodifusores	191
Tabla 51 Grupo López	191
Tabla 52. Grupo Vargas Mejía	192
Tabla 53. Grupo RTN	192
Tabla 54 Grupo Megamedios	194
Tabla 55 Grupo Ultra	195
Tabla 56 Grupo Teleradio América	195
Tabla 57 Emisoras de FM autorizadas por INDOTEL sin concurso público	196
Tabla 58 Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA)	198
Tabla 59. Grupo Aire	198
Tabla 60. Grupo Amanecer	199
Tabla 61. Principales hechos en el desarrollo de la televisión en República Dominicana	200
Tabla 62. Estaciones de televisión terrestre en República Dominicana en 1978	204
Tabla 63. Unificación de las frecuencias (1995)	206
Tabla 64 Relación entre los canales de VHF y UHF en la República Dominicana	208
Tabla 65. Canales de televisión digital terrestre, por zonas de servicio (2022)	210
Tabla 66 Autorizaciones para el funcionamiento de CERTV	216
Tabla 67 Autorizaciones para el funcionamiento de Rahintel/Canal 7 Antena Latina	218
Tabla 68. Cambios de propiedad de Rahintel/Canal 7 Antena Latina	219
Tabla 69 Autorizaciones para el funcionamiento de Color Visión	224
Tabla 70 Autorizaciones para el funcionamiento de Telecentro	225
Tabla 71 Autorizaciones para el funcionamiento de Telesistema	229

Tabla 72 Autorizaciones para el funcionamiento de Medios Educativos y Comunicaciones, canal 6	232
Tabla 73 Autorizaciones para el funcionamiento de Telemicro, canal 5	235
Tabla 74 Autorizaciones para el funcionamiento de Teleantillas, canal 2	237
Tabla 75 Canales de UHF de la República Dominicana (2023)	238
Tabla 76 Propiedad de las licencias de canales UHF de la República Dominicana (2023)	240
Tabla 77. Operadores de televisión por suscripción en la República Dominicana, por zonas de servicio	245
Tabla 78. Estaciones radiofónicas vinculadas a la iglesia católica	265
Tabla 79. Estaciones radiales de las iglesias evangélicas	266
Tabla 80. Evolución del presupuesto de CERTV (2020-2023)	268
Tabla 81. Presupuesto General de la Nación y partida para la Publicidad Estatal	272
Tabla 82. Comparativo de la inversión publicitaria privada vs. publicidad estatal	285
Tabla 83. Salarios en los periódicos y en la TV abierta	288
Tabla 84. Escuelas de Comunicación en República Dominicana	293
Tabla 85. Universidades con postgrado en Comunicación en República Dominicana	294

0.2 Ilustraciones

Ilustración 1. Regiones y provincias del territorio de la República Dominicana	61
Ilustración 2. Hechos políticos relevantes (1942-1994)	63
Ilustración 3. Votos por partidos en las elecciones dominicanas (1990-2020)	67
Ilustración 4. Composición del Congreso de los Diputados (1990-2020)	68
Ilustración 5. Evolución de la TTD (2006-2023)	103
Ilustración 6. Películas extranjeras rodadas en República Dominicana (2011-2023)	104
Ilustración 7. Lectoría y penetración de los periódicos dominicanos (2013-2016)	127
Ilustración 8. Evolución de Listín Diario y los medios escritos del grupo Listín Diario (1889-2010)	130
Ilustración 9. Distribución de Diario Libre Metro	139
Ilustración 10. Evolución los medios escritos del grupo Diario Libre (1994-2023)	139
Ilustración 11. Evolución de la población con acceso a internet en República Dominicana	147
Ilustración 12. Principales hechos en la evolución de la radio (hasta 1930)	158
Ilustración 13. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas en el año 1939 (un año después de la ley 1938)	161
Ilustración 14. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas en el segundo semestre de 1950.	163
Ilustración 15. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas a finales de 1961	165
Ilustración 16. Procesos registrados en INDOTEL sobre frecuencias traspasadas al Grupo Progreso S.A.	184
Ilustración 17. Procesos registrados en INDOTEL sobre emisoras vinculadas a Radio Cadena Hispanoamericana	185
Ilustración 18. Procesos registrados en INDOTEL sobre emisoras transferidas a RTN	193
Ilustración 19. Procesos registrados en INDOTEL sobre frecuencias vinculadas a Megamedios	194
Ilustración 20. Evolución de los canales tradicionales de televisión terrestre en República Dominicana	204
Ilustración 21. Proceso de adecuación de las autorizaciones de servicios públicos de telecomunicaciones expedidas por la DGT a la Ley 153-98	207
Ilustración 22. Canales virtuales de la TTD en República Dominicana por zonas (2022)	212
Ilustración 23. Estaciones de televisión terrestre con área de servicio regional	213
Ilustración 24. Estaciones de televisión terrestre con área de servicio local	214
Ilustración 25. Cambios en la propiedad de Rahintel/Canal 7 Antena Latina (2002-2011)	220
Ilustración 26. Cambios en la propiedad de Canal 7 Antena Latina (2011-2019)	222
Ilustración 27. Síntesis del proceso de unificación de canales para Circuito Independencia ..	234

Ilustración 28. La televisión por suscripción en República Dominicana.....	248
Ilustración 29. Canales locales de televisión por suscripción, por año de creación.....	249
Ilustración 30. Medios del Grupo de Comunicaciones Corripio	254
Ilustración 31. Estructura accionarial de Teleantillas y Telesistema	255
Ilustración 32. Estructura accionarial de Editora Listín Diario S.A	256
Ilustración 33. Medios del grupo Multimedios del Caribe.....	257
Ilustración 34. Estructura accionarial de Editora del Caribe S.A.....	259
Ilustración 35. Estructura accionarial de CDN-TV y CDN-R	260
Ilustración 36. Medios del grupo Multimedios del Caribe.....	261
Ilustración 37. Estructura accionarial de Corporación de Televisión y Microonda Rafa, C. por A.	262
Ilustración 38. Estructura accionarial de Telecentro, S. A.....	262
Ilustración 39. Estructura accionarial de Radio Cadena Hispanoamericana, SRL	263
Ilustración 40. Estructura accionarial de Procomunicaciones, SRL	263
Ilustración 41. Partida para la Publicidad Estatal y % sobre el Presupuesto General de la Nación	274

1.Introducción

En el complejo entramado que existe entre la política y los medios de comunicación, las dinámicas de interdependencia y control se entrelazan de manera profunda e influyen tanto en la forma en la que se construye la opinión pública como en la que adquieren y se desarrollan las relaciones de poder. Refiriéndose a esta relación en República Dominicana, Colombo (2010: 38) sostiene que “La insólita expansión del sistema mediático dominicano tiene mucho que ver, precisamente, con las deformaciones del sistema político, en el que los partidos y sus facciones basan su accionar público en los espacios de difusión, a veces asumidos directamente por los líderes o sus agentes, o comprados (literalmente) a dueños de medios, productores de espacios y comunicadores”.

El interés acerca de la relación entre la política y los medios ha sido constante desde el surgimiento mismo de los medios de comunicación. En su condición de constructores y difusores de discursos e ideologías, los medios se consolidaron como actores relevantes para la formación de la opinión pública. La medida en la que lo hicieron, que fueron y son importantes para controlar o influir, que juegan un papel central para el funcionamiento de los regímenes políticos, ha sido y sigue siendo motivo de divergencia y debate entre diferentes autores e investigaciones académicas. La aparición de nuevas tecnologías (la llegada de la radio, la televisión, internet...) y la consecuente transformación de los sistemas mediáticos resultaron factores relevantes para declarar sus potentes o, por el contrario, limitados efectos. Al margen de la discusión sobre el grado en el que podían ejercer su influencia (los efectos), la nota coincidente fue, sin embargo, la de subrayar su importancia.

La situación de intermediarios privilegiados de la acción comunicativa de los medios, con incidencia en el espacio público y en la opinión pública, llevó al desarrollo de un creciente interés desde el campo de la política (y de los políticos) por adaptarse a sus lógicas (las lógicas mediáticas) al mismo tiempo que por intentar controlar su independencia. En ese contexto, además del interés por el estudio de los discursos mediáticos y sus representaciones sociales, proliferaron las investigaciones académicas sobre los sistemas mediáticos y sus estructuras, la concentración de la propiedad mediática y su impacto para el pluralismo y la diversidad, las políticas de comunicación y las estrategias de regulación/desregulación, la relación entre sistemas políticos y sistemas de medios, entre otros.

En línea con estas preocupaciones académicas, esta tesis doctoral explora el tema de la relación entre el sistema de medios de comunicación y el poder político en República Dominicana en el periodo comprendido entre 1990 y 2023 a partir del examen de tres dimensiones: (1) las políticas de regulación/desregulación implementadas por los diferentes gobiernos a lo largo del tiempo y su relación con la configuración del sistema mediático actual; (2) el financiamiento estatal (pauta oficial) y su impacto para la supervivencia de los actores mediáticos y (3) las particulares condiciones profesionales y laborales de los trabajadores de los medios, medidas a través de sus percepciones.

El abordaje de este tema se realiza en un contexto de escasez de bibliografía académica sobre este caso de estudio. Como podrá observarse en el marco teórico de esta tesis, que incluye un breve estado de la cuestión sobre las investigaciones que se detienen en el análisis de los medios de comunicación en el contexto dominicano, la producción científica en torno a este objeto de estudio es muy limitada. Dentro de ese escaso corpus, la que analiza las políticas de medios y la estructura del sistema mediático dominicano es casi inexistente.

Antes de pasar a explicar con más detalle las principales cuestiones metodológicas de este estudio, dos decisiones sobre el tratamiento del tema de esta tesis merecen una consideración inicial. La primera se refiere a la decisión de enfocar la investigación en los medios de comunicación tradicionales (la prensa, la radio y la televisión); la segunda, a adoptar una aproximación diacrónica para el análisis, al mismo tiempo que profundizar, después, en el periodo 1990-2023.

Sobre la primera decisión, si bien es cierto que las plataformas digitales y las redes sociales han transformado el ecosistema mediático y las preferencias y comportamientos de los ciudadanos para informarse, en República Dominicana los medios tradicionales continúan siendo los preferidos por la mayoría de la población. Un 63% de los dominicanos prefiere la televisión para informarse, un 13,2% los hace a través de periódicos en papel y un 7% utiliza la radio, mientras que solo un 9,3% indica que se informa principalmente por diarios digitales y redes sociales (UNESCO, 2017). Paralelamente, estos medios gozan de una alta confianza. Según Hagan (2019), el 69% de los dominicanos encuestados en la ronda 2016/17 del Barómetro de las Américas por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP) de la Universidad de Vanderbilt afirmaban confiar en los medios. Con este porcentaje, el país se coloca en la segunda posición con mayor confianza de todos los de América Latina. Para 2021, utilizando datos de la misma fuente, Rounds (2022), reportaba para República Dominicana la confianza más alta de toda la región. Estos datos se confirman también utilizando otras fuentes para la medición. Con información del Latinobarómetro, los datos de 2023 revelaban que es el país con más confianza (suma de algo y mucha) en todos los medios: televisión (48,9%), radio (55%) y prensa escrita (50,5%) (Latinobarómetro, 2023). En vista de estos datos, que confirman que se mantiene la importancia de los medios tradicionales para la ciudadanía, se optó por centrar el análisis en ellos.

En torno a la segunda decisión, esta tesis aborda con más profundidad el periodo comprendido entre 1990 y 2023 (la justificación de esta selección temporal se explica en las siguientes páginas). Sin embargo, dado que el estudio compagina el análisis de las políticas de comunicación con el análisis estructural del sistema de medios y estos dos aspectos son sumamente sensibles y dependientes de sus condiciones anteriores, la

investigación presenta también un diseño diacrónico o longitudinal más amplio. Como podrá observarse en cada uno de los apartados, los análisis retroceden en el tiempo para dar cuenta de los procesos, hechos y situaciones anteriores a 1990 que permitan explicar lo acontecido en el período estudiado, porque solo a partir del entendimiento de un contexto político y mediático previo y de la consideración de las decisiones tomadas en las etapas anteriores a los años analizados, puede comprenderse su estado actual.

1.1 Tipo de investigación, preguntas y selección temporal

La presente investigación se desarrolla en dos niveles de análisis diferentes: por una parte, se trata de una investigación de tipo empírico-descriptiva, cuyo objetivo es dar cuenta de la evolución de las características del sistema de medios dominicano y su relación con las estructuras del Estado y con el poder político en el periodo comprendido entre 1990 y 2023; por otra parte, y allí donde los datos lo permiten, la investigación se hace más ambiciosa y vira el interrogante hacia la identificación de las causas, por lo que pasa a un plano empírico-explicativo en cada una de las dimensiones que plantea.

Se trata de un estudio de caso¹ centrado en analizar las continuidades y transformaciones que ha experimentado el ecosistema mediático dominicano y explorar sus vinculaciones con otros actores y procesos del sistema sociopolítico. Un estudio de caso es, siguiendo a Yin (2018), “un método empírico que investiga un fenómeno contemporáneo (el ‘caso’) en profundidad y dentro de su contexto real, especialmente cuando los límites entre fenómeno y contexto pueden no ser claramente evidentes”². Según Ragin (2000: 64-87, citado en Vennesson, 2008):

un caso es un fenómeno o un acontecimiento elegido, conceptualizado y analizado empíricamente como manifestación de una clase más amplia de fenómenos o acontecimientos. Un estudio de caso es una estrategia de investigación basada en la investigación empírica en profundidad de uno o un pequeño número de fenómenos con el fin de explorar la configuración de cada caso y dilucidar las características de una clase más amplia de fenómenos (similares) desarrollando y evaluando explicaciones teóricas (Ragin, 2000: 64-87, citado en Vennesson, 2008).

En esta línea, siguiendo a King, Kehoane y Verba, “los casos de estudio resultan esenciales para la descripción y, por ello, fundamentales para las ciencias sociales. No tiene sentido tratar de explicar lo que no hemos descrito con un grado razonable de precisión” (1994: 44).

Las preguntas de investigación que guían este estudio del caso dominicano son variadas, pero todas ellas están encaminadas a examinar cómo se ha desarrollado la relación entre los actores mediáticos (y la estructura del sistema mediático) y el poder político en República Dominicana. Se trata de una pregunta general que plantea la exploración en

¹ Son “estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría” (Hernández Sampieri et al, 2014, p. 164). Para otras definiciones sobre los estudios de caso, véanse, por ejemplo, Eckstein (1975), Ragin (1992), George y Bennett (2005), Collier (2005) o Gerring (2017).

² Yin (2008) agrega que “en otras palabras, [el investigador] querrá realizar un estudio de caso porque desea comprender un caso del mundo real y asume que es probable que dicha comprensión implique importantes condiciones contextuales pertinentes para su caso”.

torno a la construcción y el ejercicio de las relaciones de poder entre ambos actores, su evolución a través del tiempo y la indagación por los mecanismos o lógicas con los que se plasman. En este sentido, varios interrogantes de investigación más específicos sirven como ejes articuladores de este trabajo y recorren los diferentes apartados. Entre ellos: ¿Cuáles son las principales características del marco regulatorio que rige la actividad de los medios en República Dominicana y cómo ha sido su evolución? ¿Cómo han influido las regulaciones (o la falta de estas) en el desarrollo del sistema de medios? ¿Cómo es y cómo se ha transformado la estructura mediática? ¿Cuáles son los principales atributos de su financiación? ¿Qué impacto tiene la publicidad oficial y cómo evolucionó su reparto? ¿Cuál es el margen de discrecionalidad con el que cuenta el Estado y cuáles son los mecanismos que emplea para la distribución?

Estas preguntas están formuladas con la finalidad de caracterizar la estructura del sistema mediático dominicano y el marco regulatorio que lo sostiene y analizar su relación con los mecanismos y actores del poder político que han contribuido a configurarlo y legitimarlo. El supuesto central del que parte este trabajo es que ha existido una connivencia (complicidad) permanente entre el poder político y el poder mediático que se articula sobre la base de tres mecanismos: (I) políticas públicas de comunicación, (II) financiación de los medios y (III) condiciones en la que los periodistas realizan su trabajo, que impactan, en última instancia, sobre la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de la comunicación.

El trabajo abarca 25 años, el periodo comprendido entre 1990-2023. Se ha seleccionado este periodo porque este lapso temporal posibilita describir y explicar cómo evolucionó el sistema mediático y analizar su relación con las instituciones y los actores del poder estatal. El año 1990 como inicio del corte temporal se justifica en tres hechos fundamentales. Por una parte, políticamente, esta década marca el fin de los años de gobiernos acusados de fraude electoral de Joaquín Balaguer (iniciado, el primero, en 1986). En segundo lugar, es en esta década cuando se va a producir una importante transformación del sistema de medios con la llegada de internet a la República Dominicana, en 1995. Por último, es en 1998, cuando se sanciona la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 153-98), que será, a partir de entonces, la principal normativa en materia de servicios de difusión y que dará lugar a la creación del INDOTEL, encargado del proceso de reordenamiento legal y reglamentaciones sectoriales desde entonces.

1.2 Objetivos, datos y técnicas de recolección y análisis

Esta investigación utiliza un enfoque mixto de recolección y de análisis de la información. Los métodos mixtos son “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2014, p. 534).

Los métodos de investigación mixta son la integración ordenada de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno (Chen, 2006; Johnson et al., 2006 citado por Hernández Sampieri

et al., 2014, p. 534). Utilizan la evidencia que aportan los datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para comprender problemas en las ciencias (Creswell, 2013a y Lieber y Weisner, 2014 citado por Hernández Sampieri et al., 2014, p. 534).

Recordemos que el objetivo general que se plantea este estudio es describir la relación entre el sistema de medios de comunicación y el Estado en República Dominicana a partir del análisis de tres dimensiones mencionadas al inicio de esta introducción. Este objetivo general puede ser desagregado en cuatro objetivos específicos para los que en esta investigación se han aplicado técnicas de recolección y tratamiento de información diferentes. Esos objetivos específicos son:

- a. Analizar el marco jurídico que rige los medios de comunicación en República Dominicana.
- b. Describir y analizar la estructura del sistema de medios dominicano y las características de los principales grupos mediáticos y su evolución hasta la actualidad.
- c. Examinar el sistema de financiamiento (público y privado) de los medios de comunicación.
- d. Explorar las condiciones profesionales y laborales de los trabajadores de los medios.

Para la consecución de los cuatro objetivos específicos mencionados, se llevó a cabo una exhaustiva revisión documental y bibliográfica de las investigaciones publicadas sobre el tema abordado. Como ya mencionamos, la producción académica que analiza el sistema de medios dominicano, su regulación y su financiamiento no es muy abundante, lo cual plantea importantes desafíos para esta investigación. Aun así, para cada una de las dimensiones analizadas en esta tesis, se procedió a revisar los textos (académicos, jurídicos, documentos e informes de organismos nacionales e internacionales) vinculados con el periodo analizado, pero también aquellos otros que describen la etapa anterior.

Además de la revisión de la producción bibliográfica, en esta investigación se priorizó el empleo de fuentes primarias para obtener datos, reconstruir procesos y establecer cadenas causales explicativas. Especialmente importantes fueron las fuentes vivas, que en este caso incluyen a informantes clave, expertos y protagonistas. A ellas se suma la profusa información proveniente de fuentes documentales primarias, principalmente aquellas elaboradas por actores políticos institucionales, tales como las leyes, decretos, reglamentos, etc.

Las técnicas de recolección de información adoptadas fueron (1) las entrevistas, (2) el relevamiento sistemático y procesamiento de la producción legislativa y reglamentaria y (3) la recopilación de información publicada en la prensa. A continuación, se describen con más detalle el desarrollo de cada una de estas técnicas aplicadas a este estudio.

1.2.1 Entrevistas

- (1) Entrevistas. Diseño y aplicación de entrevistas semiestructuradas y abiertas a informantes clave involucrados en la elaboración de la regulación de la comunicación (Tabla 1) y a directivos o expertos del sistema de medios (Tabla 2) y entrevistas estructuradas a trabajadores de los medios de comunicación, especialmente a periodistas.

Dado que la entrevista es una de las técnicas cualitativas más utilizadas para recabar información y para comprender el punto de vista de los participantes en los procesos estudiados, se realizaron olas de entrevistas a dos tipos diferentes de individuos. Por una parte, entrevistas a los expertos, protagonistas e informantes clave con la finalidad de (a) reconstruir procesos regulatorios (y desregulatorios) indagando en la cronología e historia acerca de cómo se habían desarrollado las normativas dominicanas más importantes en materia de comunicación y (b) definir la estructura del sistema de medios en el país y su evolución a lo largo del periodo estudiado. En este caso, se realizaron 14 entrevistas (Tabla 1) relacionadas con el tema del marco legal y regulatorio y 49 entrevistas (Tabla 2) centradas en la estructura mediática y sus actores.

Estas entrevistas contaron con un guion de temas variados y específicos, en función del ámbito de *expertise* de cada uno de los informantes, que incluía un conjunto de preguntas abiertas iniciales. A estas preguntas abiertas fueron sumándose nuevas cuestiones a partir de las respuestas recibidas.

Los entrevistados fueron seleccionados por su centralidad en alguno de los procesos de elaboración de las normas que rigen el campo de la comunicación en el país; por su conocimiento y participación en los organismos encargados de la regulación, funcionamiento y/o control de los actores del sector; y/o por su participación y conocimiento del sistema de medios de comunicación dominicano.

Tabla 1. Entrevistas a informantes sobre el marco legal y regulatorio de la comunicación dominicana

Nombre	Profesión	Cargo	Principal tema tratado durante la entrevista	Fecha de realización de la entrevista
David Lorenzo	Periodista/Abogado	Presidente del Instituto de Previsión y Protección del Periodista (IPPP). Año (2018).	Cronología de las normativas en materia de comunicación hasta la aprobación de la Ley 1091, que crea el Colegio Dominicano de Periodista (CDP)	26.05.2018
José Rafael Vargas	Periodista/Abogado	Expresidente del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL).	Ley 153-98, General de Telecomunicaciones	12.6.2018
Fabrizio Gómez Mazara	Economista	Consultor externo que trabajó en la Ley 183-02, Monetaria y Financiera.	Ley 183-02, Monetaria y Financiera.	25.5.2018
Hipólito Mejía Domínguez	Político	Expresidente de República Dominicana (2000-2004) Ejecutó la ley 183-02, Monetaria y Financiera.	Ley 183-02, Monetaria y Financiera.	5.9.2018
José Tomás Pérez	Psicólogo/educador/ político	Exsenador (2002-2006). Propulsor de la Ley 200-04, de Libre Acceso a la Información Pública. Ex Embajador de la República Dominicana ante los Estados Unidos de América (año 2018).	Ley 200-04, de Libre Acceso a la Información Pública.	14.9.2018
Luis Eduardo Lora Iglesia (Huchi Lora)	Periodista/catedrático/ productor de TV	Primer caso judicial que somete al Estado, en la figura del entonces presidente Leonel Fernández, ante el	Ley 200-04, de Libre Acceso a la Información Pública.	04.12.17

		Tribunal Superior Administrativo, por no ofrecer los datos de la construcción del Metro Santo Domingo (2008) amparado en la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública.		
Amparo Arango	Ingeniera de sistemas	Ex coordinadora técnica de la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (2004-2012).	Decreto 212-05, que constituye la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC).	8.6.2018
Jaime Ángeles	Abogado	Miembro de la comisión que trabajó en la creación de la ley 53-07, sobre crímenes y Delitos de Alta Tecnología.	Ley 53-07, sobre crímenes y Delitos de Alta Tecnología	28.5.2018
Persio Maldonado (padre)	Periodista/Director periódico El Nuevo Diario	Director de la Sociedad de Diarios Dominicanos (SDD).	Modificación a varios artículos de la Ley 6132 sobre la Expresión y Difusión del Pensamiento. Sentencia TC 0075-16.	22.5.2018
Reyson Lizardo	Ingeniero en sistemas/doctor en gobierno y administración pública (complutense)	Director de Apoyo a la Ejecución de proyectos sobre la República Digital (2018).	Decreto 258-16, que crea la República Digital.	4.8.2018
José Pintor	Productor de TV	Proponente de la Ley Audiovisual de la RD	Anteproyecto de la Ley Audiovisual de la RD	
Namphi Rodríguez	Abogado y director ejecutivo	Comisión Consultiva para la revisión y la actualización de la legislación sobre la Libertad de Expresión	La nueva propuesta de la actualización de la nueva ley 6132	28.03.2023
Jaime Ángeles	Abogado	Actualización sobre posible modificación de la Ley 53-07 Crímenes y Delitos de Alta Tecnología en República Dominicana	Ley 53-07, sobre Crímenes y Delitos de Alta Tecnología	11.01.2023

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Entrevistas a informantes sobre el sistema mediático dominicano

Nombre	Principal tema tratado durante la entrevista	Fecha de entrevista
José Luis Corripio Estrada, propietario de Grupo Comunicaciones Corripio.	Origen de la compra de Telesistema Canal 11.	20.05.2014
José Alberto Selmo, propietario de UNIKRadio.	Primera Emisora digital de la República Dominicana.	01.02.2018
Ruddy González, periodista. Exdirector de Diario a Diario.	Cierre de los periódicos "Última Hora", "El Expreso" y "El Financiero" y génesis de la Revista "Rumbo".	01.03.2018
Homero Figueroa, director del periódico "Metro".	Origen del periódico "Metro" en República Dominicana.	01.03.2018
Gustavo Olivo Peña, subdirector del periódico Acento.	Origen y venta de "Clave Digital" e inicio del diario digital "Acento".	01.03.2018
Víctor Bautista, ex jefe de redacción del Periódico "El Siglo".	Cierre del periódico "El Siglo".	01.03.2018
Margarita Cordero, directora periódico digital 7 días.	Origen del periódico digital 7 dias.com.do.	02.03.2018
Jairo Severino, periodista especialista en economía.	Génesis del semanario "El Dinero" e información sobre el grupo Martí.	05.03.2018
Robert Vargas, director del periódico digital Ciudad Oriental.	Origen del periódico "Ciudad Oriental".	06.03.2018
José Monegro, periodista; director del tercer periódico	Cierre de la Revista Ahora y el origen del Periódico El Día.	06.03.2018

Nombre	Principal tema tratado durante la entrevista	Fecha de entrevista
gratuito del país, El Día, y subdirector de la Revista de investigación Ahora.		
Huchi Lora, director de DEDOM.	Origen del primer periódico digital de la República Dominicana Diario Electrónico Dominicano (DEDOM).	06.03.2018
Cristal Acevedo, presidenta del Observatorio de Medios Digitales en RD 2018	Sobre la creación el 15 de enero del 2015 del Observatorio de Medios Digitales en RD.	06.03.2018
Adriano Miguel Tejada, exdirector de Diario Libre.	Origen del primer diario gratuito de la República Dominicana, Diario Libre.	07.03.2018
Felivia Mejía, periodista.	Origen y cierre de la revista de investigación "La Lupa Sin Trabas".	11.03.2018
Luis Schecker, director de regulación y defensa de la competencia (INDOTEL).	Estadísticas sobre la Televisión por paga.	18.04.2018
Héctor Olivo, exdirector del canal 4 y locutor de noticias.	Origen de los canales 2, 7, 11 y 13, además del cambio de frecuencia de canal 6 al 5 (Telemicro).	01.05.2018
Persio Maldonado (hijo) Bonelly, gerente general del Nuevo Diario	Papel y toma de decisión de los accionistas dentro de este medio de comunicación.	28.5.2018
Adriano de la Cruz, expresidente del Colegio Dominicano de Periodistas (CDP).	Funciones del Colegio Dominicano de Periodistas y la relación del Estado con el Gremio.	05.07.2018
Fabio Cabral, subdirector del periódico "La Nación".	Cierre del periódico "La Nación".	08.01.2019
Daniel Javier Santana, exjefe de redacción Mundo Visión.	Vínculos empresariales de J. Armando Bermúdez, propietario Color Visión, con otros sectores.	15.09.2019
Bienvenido Rojas, cronista deportivo.	Asesinato de su compañero de programa Juan Carlos Vásquez.	17.05.2020
Richard Aquino Natera, juez.	Diferenciación entre el Código Criminal que estuvo vigente desde 1884 hasta la implementación del Código Procesal Penal que entra en el año 2004.	17.05.2020
Ruth Camil Santos, periodista.	Origen del Periódico "La Información" de Santiago.	23.05.2020
Rafael Núñez, Vocero Presidencia 1996-2000/2004-2012.	Por qué los periodistas emigraron de los medios de comunicación a trabajar al Estado.	02.06.2020
Luis González Fabra, Vocero de la Presidencia 2000-2004.	Facilidades de los medios de comunicación incautados del Baninter para periodistas que iban a defender la reelección del presidente Hipólito Mejía.	08.06.2020
Fausto Rosario Adames, director periódico Acento.	Desarrollo del periódico "Acento" y propiedad accionarial del medio de comunicación.	23.06.2020
Homero Figueroa, director del periódico "Metro".	Cierre del periódico "Metro".	26.06.2020
Ricardo Rojas Director de canal RNN.	Acciones del Estado en el canal 7 Antena Latina, luego de la quiebra Baninter.	24.07.2020
Carlos Polanco, director técnico de Amé canal 47 UHF.	Origen del canal Amé 47 de UHF, del grupo López.	29.07.2020
Padre Manuel Ruiz, exdirector del canal Televida.	Origen del canal 41, Televida. canal católico.	02.08.2020
Roberto Rodríguez Marchena, vocero de la Presidencia 2012-2020.	Salarios de los periodistas de la Dirección de Comunicación de la Presidencia.	29.09.2020
Julio Hazím, productor de Televisión.	Medios que pertenecen al Grupo Hazím.	16.11.2020
Leidy Pérez, ex editora de revista del periódico El Nuevo Diario.	Origen de la revista del periódico El Nuevo Diario.	03.05.2023
Alex Jiménez, propietario del Semanario Primicias.	Origen de Primicias.	30.05.2023
Cristal Acevedo, presidenta del Observatorio de Medios Digitales junio 2023.	Actualización de los medios digitales que se tienen registrados en el observatorio.	02.06.2023
Montserrat Namnum gerente administrativa del Grupo RCC Media.	Entrevista sobre la visión de la radio en RD, sobre pautas comerciales.	14.06.2023

Nombre	Principal tema tratado durante la entrevista	Fecha de entrevista
José Rafael Matías, encargado de recaudación del INDOTEL.	Cantidad de emisoras AM y FM en RD en 2023.	26.06.2023
Lenin Cepeda Encargado de las CTC.	Sobre las emisoras de los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC).	27.06.2023
Zoila de León, propietaria Luminarias TV.	Surgimiento del periódico Luminarias TV.	27.06.2023
Ramón Almánzar, propietario de Más Vip.	Surgimiento del periódico digital Más Vip.	28.06.2023
Ramón (Mon) Llubes, empresario radial.	Ranking de las emisoras de corte musical más escuchadas.	04.07.2023
Juan Carlos Arvelo, productor tv y radio.	Inicio del matutino Hoy Mismo.	24.07.2023
Vladimir Olmos coordinador de programación del grupo RCC Media.	Emisoras del Grupo RCC Media en el año 2023.	31.07.2023
Maybelle González, a directora digital de Duv Agency.	Desarrollo de los estudios de podcasts en República Dominicana.	02.08.2023
Jean Villanueva	Rentabilidad y publicidad en los podcasts dominicanos.	03.08.2023
Jesús Nova, director emisoras estatales CERTV.	Cotización del costo de las diferentes horas en AM o FM.	03.08.2023
Alejandro Alba, Gerente General de Media Tracker.	Financiamiento de los medios de comunicación con publicidad privada.	22.03.2024
Richard Medina, economista.	Resumen del presupuesto que se destina desde el 2004 hasta el 2023 para el sistema mediático desde el Estado.	18.04.2024
Persio Maldonado, propietario del Nuevo Diario.	Sobre financiamiento de los medios publicidad privada o estatal cuál sustenta los medios.	03.05.2024
Carla Matos Directora Radio Disney.	Importancia publicidad privada en el financiamiento de los medios, caso Radio Disney.	20.05.2024

Fuente: Elaboración propia.

Además de las entrevistas antes mencionadas, se realizaron otras 50 a trabajadores de los medios de comunicación, especialmente periodistas. En este caso, las entrevistas tuvieron un formato estructurado a partir de un cuestionario que incluía preguntas comunes a todos los entrevistados.

La construcción de las preguntas del cuestionario estuvo inspirada en dos fuentes. En primer lugar, la experiencia personal de la investigadora en el sector de los medios audiovisuales y en el departamento de prensa del Estado. El trabajo de muchos años en el sector de los medios privados (con diferentes cargos y responsabilidades) y en el ámbito de la comunicación gubernamental facilitó la posibilidad de poder observar desde dentro el funcionamiento de los medios y del sistema de medios y su vinculación con los actores políticos y con las instituciones estatales y generar un conjunto de temas y problemas que fueron operacionalizados para esta tesis con la finalidad de captar diversos aspectos a analizar. En este sentido, el diseño de la investigación de campo se nutrió de una técnica de observación³ participante no estructurada previa y simultánea al proceso de investigación.

En segundo lugar, los indicadores del estudio “Análisis del desarrollo mediático en República Dominicana”, desarrollados previamente por el Programa Internacional para

³ “La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos” (Arias, 2012, p. 69).

el Desarrollo de la Comunicación de la UNESCO (2017). Estos indicadores se integran en cinco categorías: 1) sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social 2) propiedad, pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia de la propiedad, 3) los medios como plataforma para el discurso democrático, 4) capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad, el pluralismo y la diversidad y 5) capacidad infraestructural para apoyar a medios independientes y pluralistas. Según Muller-Marin (2017: 5), los indicadores que componen estas cinco categorías “constituyen una herramienta útil para examinar los marcos regulatorios que favorecen la libertad de expresión, el pluralismo mediático y la seguridad de los periodistas en un contexto geográfico dado, al tiempo que permiten caracterizar la infraestructura de los medios y las tendencias dominantes en la capacitación de los periodistas”.

A partir de estas dos fuentes, se diseñó un cuestionario que aportara información valiosa con el que medir las dimensiones centrales de esta investigación. Especialmente relevantes fueron, en este caso, las preguntas sobre condiciones salariales, extensión de la jornada laboral, multiempleo y seguridad social y laboral.

La selección de los entrevistados siguió un proceso basado en varias condiciones que debían ser cumplidas para incluirse en la muestra de profesionales y técnicos de los medios de comunicación. El primer requisito fue que contaran con una experiencia profesional de más de cinco años y que hubieran trabajado en más de un medio de comunicación o en algún departamento de comunicación dependiente del Estado. La distribución de los años de ejercicio profesional con el que contaban los trabajadores de los medios al momento de la realización de las entrevistas fue variada⁴. Para el diseño muestral, aunque no se estableció cuota de género (ni de edad)⁵, quedó conformado por un 50% de hombres y 50% mujeres.

De los trabajadores de los medios entrevistados, el 52% trabajaba en televisión; el 42% en prensa gráfica; el 2% en radio y prensa; el 2% en radio y televisión y el 2% en televisión y prensa. Como se buscaba la opinión de los periodistas que cubren en la calle, además de la de ejecutivos y directivos de los medios de comunicación, las entrevistas se centraron más en la televisión y en los diarios, que son los medios que cuentan con un mayor número de reporteros⁶. Estos profesionales ocupaban, al momento de ser entrevistados, un elenco variado de cargos y puestos dentro de los distintos medios de comunicación: reporteros (46%); coordinadores de agenda⁷ (10%); locutores de noticias (12%); jefes de redacción (10%); editores (20%) directores de prensa (2%). Los medios

⁴ 4 entrevistados contaban con una experiencia en el ejercicio profesional de 5-10 años, 16 de 11-15 años, 16 de 16-20 años, 6 de 21-25 años, 1 de 26-30 años y 7 de más de 30 años.

⁵ Tampoco se establecieron cuotas por nivel académico, pero la muestra se distribuyó de la siguiente manera: 78% son licenciatura (78%); maestría (20%) y técnico (2%).

⁶ Los periodistas de la radio son personas que ya no cubren en la calle y no suelen tener un puesto ejecutivo dentro de un medio de comunicación a menos que sea un proyecto personal. Esto es producto, principalmente, de “la desaparición de los noticiarios radiofónicos [que] dio paso a los programas de opinión y de entrevistas, los cuales abundan en la radio dominicana” (UNESCO, 2017, p. 155).

⁷ Los coordinadores de agenda son los que, dentro de una redacción, se encargan de distribuir todas las asignaciones del turno, y si surge algo de último minuto, estar atento de cuál es el periodista que está más próximo a ese evento, si es algo de suma importancia, saber a quién poder distribuir el resto de la agenda de ese periodista con los otros compañeros.

donde se aplicaron las entrevistas fueron: *Teleantillas*, canal 2; Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV), canal 4; Telemicro, canal 5; Antena Latina, canal 7; *Color Visión*, canal 9; *Telesistema*, canal 11; *Telecentro*, canal 13; Super canal, canal 33; Cadena de Noticias, canal 37. Los periódicos fueron: Hoy, El Día, El Nacional, Listín Diario, Diario Libre, El Nuevo Diario, El Caribe y Acento.

El tiempo de duración de cada entrevista osciló entre 10 y 48 minutos y fueron grabadas en audio y posteriormente transcritas para su análisis. A estos entrevistados se les garantizó el anonimato en estricto cumplimiento de la protección de datos personales. Por este motivo, cuando en esta tesis se cita literalmente las palabras de alguno de los entrevistados, la referencia es al número de entrevista con el que fue realizada la transcripción.

1.2.2 Producción legislativa y reglamentaria

(2) Relevamiento sistemático y procesamiento de la producción legislativa y reglamentaria.

Las disposiciones legales y reglamentaciones que se incluyen en esta investigación provienen mayoritariamente de dos fuentes. Por un lado, el Congreso de República Dominicana y, por otra, el INDOTEL.

- a. Producción legislativa del Congreso dominicano (Cámara de Diputados y Senado) en materia de comunicación, vinculada y relacionada tanto con los aspectos estructurales, económicos y técnicos (requisitos para ser concesionario de un servicio público, condiciones de cesión, arrendamiento o derecho de uso, concentración de la propiedad, organismos de regulación y control) como con los contenidos mediáticos (la libertad de expresión y prensa, delitos de difamación e injurias, censura previa, derechos de las audiencias, participación de las organizaciones de la sociedad civil y de la ciudadanía, etc.).
- b. Producción reglamentaria sobre los servicios de difusión (reglamentos, estatutos, acuerdos, planes técnicos y resoluciones) emitida por el órgano regulador INDOTEL.

Para la producción legislativa del Congreso en materia de comunicación se relevaron las leyes y decretos aprobados durante el periodo analizado. Dado que los proyectos de ley o resolución en República Dominicana pueden ser iniciados por los diputados, los senadores y Poder Ejecutivo⁸ y que no existe una base de datos única, completa y accesible para los años que se examinan en este trabajo, se llevó a cabo una búsqueda sistemática en diferentes portales y sistemas de gestión de expedientes para obtener el *corpus* completo. De esta manera, para la exploración y relevamiento se consultaron el Sistema de Información Legislativa del Senado

⁸ La Suprema Corte de Justicia y la Junta Central electoral también tienen derecho a iniciativa. La primera, en asuntos judiciales, y la última, solo en asuntos electorales. También está contemplada la iniciativa legislativa popular. Las leyes están clasificadas de la siguiente manera: de orden público, ordinarias y orgánicas (conforme a los artículos 111, 12 y 13 de la Constitución); las resoluciones pueden ser bicamerales y unicamerales o internas (Cámara de Diputados de la República Dominicana, 2017a: 128).

(<https://www.senadord.gob.do/iniciativas-legislativa/>), el Archivo Legislativo del Senado (<https://memoriahistorica.senadord.gob.do/>), el Sistema de Información Legislativa de la Cámara de Diputados (<https://silportal.camaradediputados.gob.do>) y la base de datos de Leyes y Decretos de la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo (<http://www.consultoria.gov.do/consulta/>).

El Sistema de Información Legislativa del Senado contiene la colección de iniciativas legislativas registradas en esta Cámara para los últimos cuatro periodos legislativos (que abarcan desde el año 2002 al 2024) y el Archivo Legislativo del Senado incluye un registro más completo de sus iniciativas, con el seguimiento de los anteproyectos de ley y las observaciones realizadas por las diferentes comisiones desde 1931. El de la Cámara de Diputados solo ofrece información para los proyectos iniciados durante el periodo 2016-2020. La base de datos de Leyes y Decretos de la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo, por su parte, solo registra leyes, resoluciones, reglamentos y decretos aprobados, para un periodo de tiempo que va desde 1844 hasta la actualidad.

Para comprobar que ninguna de las leyes y/o decretos hubiese sido omitida, por una parte, se procedió a la revisión del apartado “vistas” de cada una de estas normas⁹, puesto que estas secciones de la legislación “referencian y enuncian los instrumentos legales consultados para elaborar un proyecto” (Congreso de los Diputados de República Dominicana, 2017b: 37) incluyendo la referencia al número de la ley, el título o asunto y la fecha de promulgación y sirven para conocer precedentes/antecedentes y, por otra parte, se realizaron búsquedas específicas en la base de datos jurídica Vlex, que contiene jurisprudencia, legislación y diarios oficiales de República Dominicana, entre otros materiales legales.

Para la producción reglamentaria sobre los servicios de difusión se relevaron reglamentos, estatutos, acuerdos, planes técnicos y resoluciones emitidos por el órgano regulador, el Instituto de las Telecomunicaciones (INDOTEL). El INDOTEL es el organismo creado a partir de la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 153-98) sobre el que recae la obligación de elaborar las reglamentaciones que complementan dicha norma (y la enmarcan de acuerdo con los tratados internacionales en materia de comunicación firmados y ratificados por República Dominicana) y garantizar su cumplimiento. En su portal *web*, en la sección “Transparencia”, se encuentran disponibles las resoluciones del Consejo Directivo, de la Dirección Ejecutiva y del presidente del Consejo Directivo, las actas del Consejo Directivo; los reglamentos y otras normativas.

Además del análisis de estos documentos disponibles en el portal del INDOTEL, durante el proceso de elaboración de esta tesis se efectuaron diferentes solicitudes de información y datos al Instituto, especialmente relacionadas con listados de operadores y emisoras. Los datos obtenidos mediante el relevamiento de la producción legislativa y reglamentaria fueron sistematizados en tablas y matrices que, posteriormente, fueron reorganizadas y simplificadas para la presentación de la información.

⁹ También se revisaron los “considerandos”, que constituyen “la exposición de motivos mediante los cuales se justifica la necesidad de dictar la ley, así como las investigaciones y consultas que se realizaron para sustentar la propuesta” (Congreso de los Diputados de República Dominicana, 2017b: 36).

1.2.3 Notas en prensa

(3) Recopilación de información publicada en la prensa.

Para esta investigación ha sido fundamental una minuciosa revisión de periódicos y publicaciones periódicas dominicanas, tanto en línea como a través de repetidas visitas al Archivo General de la Nación¹⁰. Este archivo cuenta con uno de los patrimonios documentales más importantes de República Dominicana y ha sido utilizado, en este trabajo, para acceder a datos (y para reconstruir historias y procesos) vinculados con diarios y revistas que ya no se encuentran en circulación.

El acceso a las noticias publicadas en la prensa, mediante sus sitios *web*, se desarrolló a través una organización inicial de búsqueda “no parametrizada”, basada en los “temas” y los “actores” de la comunicación en República Dominicana a medida que fueron surgiendo en la investigación. Esto significa que no se pre-diseñaron los parámetros de indagación de forma homogénea, sino que se fueron aplicando paso a paso, con el objetivo de ir reconstruyendo las trayectorias desde un enfoque cronológico. Para ello, los principales periódicos consultados fueron *Listín Diario*, *Diario Libre*, *Hoy*, *El Caribe*, *El Dinero* y *Acento*.

1.2.4 Otros datos

Además de las técnicas de recolección de información mencionadas en los anteriores apartados, para el capítulo sobre el financiamiento de los medios de comunicación en República Dominicana, se realizó un relevamiento de datos a partir de diferentes fuentes.

Para aquellos relacionados con la publicidad y propaganda estatal, se llevaron a cabo consultas en el portal <https://gobiernodanilomedina.do/mapa-colocacion#media-list>. Allí se obtuvo información desagregada de inversión publicitaria estatal por tipo de medios, emisoras y programas, pero también de distribución por zonas geográficas (norte o Cibao, sur y este). Bajo el amparo de la ley 200-4 de Libre Acceso a la Administración Pública, de este portal *web* se obtuvieron los datos del periodo temporal 2013-2020¹¹. Para el periodo 2020-2023, que comprende el primer gobierno del presidente Luis Abinader, la información provino de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM). Los datos corresponden a lo ejecutado en el periodo 2022-2023¹². Para complementar el *corpus* de datos publicados oficialmente, y para comprender cómo funcionan las estrategias de colocación de la publicidad estatal, fueron entrevistados Rafael Núñez, portavoz y director de la Dirección General de la Comunicación de la Presidencia (DICO) para el periodo constitucional 2004-2012 (fue el primer vocero ascendido a la categoría de Ministro de Estado -2008-2012- en el gobierno de Leonel Fernández, cuando fueron creados los Gabinetes de Comunicación, en su segundo

¹⁰ El Archivo General de la Nación fue creado el 23 de mayo de 1935 fue creado mediante la Ley de Organización del Archivo General de la Nación, núm. 912, promulgada por el entonces dictador Rafael Leónidas Trujillo. A partir de la Ley General de Archivos 481-08 y del Reglamento de Aplicación contenido en el decreto 129-10, el AGN se ha convertido en una entidad de que recibe, organiza, conserva y difunde el patrimonio documental de la nación (AGN, en línea).

¹¹ Este período incluye un año sin elecciones (2014), un año preelectoral (2015), un año electoral (2016) y un año postelectoral (2017).

¹² Dicha información está accesible a través de <https://datos.gob.do/dataset/diecom-ejecucion-presupuestaria>

mandato presidencial) y Roberto Rodríguez Marchena, portavoz y director de DICOM de República Dominicana durante el periodo 2012-2020. También se entrevistó a Richard Medina Gómez, economista y experto en Presupuesto, quien colaboró con el rastreo de las cifras dentro de los históricos de Presupuesto General y Ley de Gastos Públicos de la nación desde el año 2004 hasta el 2023 que es cuando se especifica la partida destinada al capítulo 2.2.1 de la publicidad estatal. Con anterioridad al año 2004, solo figuraban los gastos generales, pero no se detallaba específicamente la asignación a esta partida.

Para obtener datos acerca de la inversión publicitaria proveniente del sector privado, se entrevistó al gerente general de la compañía *Media Express RD*, Alejandro Alba, quien lleva más de dos décadas trabajando en el monitoreo de la publicidad privada en los medios de comunicación dominicanos. La empresa utiliza la plataforma *Media Tracker* que detecta automáticamente la publicidad colocada en los medios a los que se les está dando seguimiento. Esta empresa comenzó supervisando los medios tradicionales y ahora su catálogo también incluye el mundo digital.

Las limitaciones más importantes para el análisis del tema de la financiación de los medios de comunicación dominicanos provienen de la densa opacidad que, por motivos diferentes, está presente en este ámbito. Para la inversión en comunicación proveniente del sector público, en República Dominicana no se cuenta con un mecanismo, código o procedimiento público que determine cómo se asignan, con qué criterios y con qué montos los fondos del Estado entre los distintos medios de comunicación. Aunque se han presentado varias propuestas de ley y proyectos de regulaciones, tales como diferentes iniciativas de Ley de Publicidad, recién en 2024 ha sido aprobado por el presidente Luis Abinader un decreto que establece criterios e instrucciones¹³. Para la inversión proveniente del sector privado, las limitaciones proceden, especialmente, de la reticencia de las empresas de medición a su divulgación. Dado que la medición sobre la publicidad comercial, proveniente de empresas privadas, en medios de comunicación la llevan a cabo empresas privadas que comercializan este producto, los datos disponibles al público son escasos. Según Rozón García (2022) “los ingresos generales de los medios de comunicación rara vez son publicados por las empresas propietarias de estos, fundamentalmente por el tema de la oferta y la demanda y por el hecho de que alegadamente esto pudiera ser información utilizada en provecho de sus competidores”.

1.3 Estructura de la tesis

Esta tesis está organizada en otros cuatro amplios capítulos, además de esta introducción y las conclusiones. El segundo corresponde al marco teórico desde el cual, a lo largo de esta investigación, se analiza la relación entre el Estado y el sistema mediático para el caso dominicano. Este marco teórico está construido sobre la base de dos extensos enfoques que, a lo largo del tiempo, han ido convergiendo en el interés por analizar objetos de estudio similares. Por una parte, el paradigma de la Economía Política de la Comunicación (EPC), que proporciona las herramientas para analizar factores como la

¹³ En enero de 2024, el presidente Luis Abinader firmó decreto 1-24, “que establece los criterios e instrucciones para la contratación de la difusión de la publicidad oficial directamente con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas e influenciadores de los medios digitales”.

concentración mediática, la reproducción ideológica y las relaciones de poder que afectan los medios. Por otro, las teorías y modelos que explican la configuración de los sistemas de medios en relación con los sistemas políticos. Para cada uno de ellos, además de describir sus principales aportes, se menciona la literatura vinculada a los casos latinoamericanos y a República Dominicana.

En el tercer capítulo se lleva a cabo una revisión minuciosa de las políticas de comunicación y el marco regulatorio de los medios en República Dominicana. El análisis está estructurado siguiendo el desarrollo de leyes, decretos y reformas de manera cronológica, pero dividiendo el estudio en dos dimensiones: el de las normativas relacionadas con aspectos estructurales y técnicos y el de aquellas que abordan la libertad de expresión y contenidos. La decisión de realizar esta separación se justifica en el hecho de que los aspectos económicos y técnicos impactan casi exclusivamente sobre el campo de los servicios de difusión sonora y televisiva, mientras que los vinculados a la libertad de expresión y los contenidos lo hacen sobre todos los sectores de la comunicación mediática por igual.

Dado que para la comprensión de las políticas de comunicación resulta necesario contar con un marco contextual del caso analizado, en este capítulo también se incluye un recorrido por la historia sociopolítica dominicana, dividiéndola en dos grandes apartados: el primero abarca hasta la década de 1990, que es el momento que marca el inicio del período temporal de análisis de esta tesis; el segundo, los años que van desde ese momento hasta 2023.

Una vez examinada la evolución de las políticas de comunicación y detectadas aquellas que estuvieron y/o están vigentes durante el periodo 1990-2003, el cuarto capítulo se enfoca en el análisis de la estructura sistema de medios. Lo hace segmentando el estudio en cuatro secciones principales: tres dedicadas a los medios tradicionales (la prensa escrita, la radio y la televisión) y una última que aborda los grupos mediáticos.

Cada uno de estos subapartados detalla los procesos de transformación y las características de la configuración actual de cada uno de estos sectores, señalando, cuando es posible, su conexión con los cambios regulatorios que fueron analizados en el capítulo anterior. Como se verá a lo largo de estas páginas, el conjunto de disposiciones legales y reglamentarias en el campo de la comunicación (fragmentadas, reactivas y desactualizadas), con una lógica de libre competencia y pocas restricciones a la propiedad, han servido de sustento para la estructuración de un sistema mediático que combina, al mismo tiempo, “muchos medios y pocos dueños”.

Por último, el capítulo quinto analiza tanto la forma en la que los medios se financian como las condiciones laborales de sus trabajadores. A pesar de que se describe el financiamiento tanto privado como estatal de los medios de comunicación mediante la colocación de publicidad, que es el modelo predominante en República Dominicana, las páginas de este apartado se enfocan en el análisis de la publicidad estatal (o “pauta oficial”). Con respecto a las condiciones laborales de los periodistas, se analiza cómo su situación durante el periodo de estudio de esta tesis estuvo caracterizada por los bajos salarios, la precariedad y el pluriempleo; este último con una combinación peligrosa de desempeño simultáneo en las estructuras del Estado y en los medios de comunicación. El detalle de cómo se articulan ambas cuestiones da cuenta de los posibles

condicionamientos que pueden representar para la libertad de expresión y para la producción de información pública veraz.

El sexto y último capítulo son las conclusiones. A partir de los objetivos planteados en la introducción de esta tesis, se exponen los principales resultados de esta investigación en el marco de una reflexión más amplia acerca del posible impacto de las tres dimensiones analizadas para el pluralismo, la diversidad y la calidad de la democracia en República Dominicana.

2.Marco teórico: teoría crítica, economía política de la comunicación y análisis de los sistemas de medios

2.1 La Economía Política de la Comunicación

Como ya ha sido mencionado en la introducción de esta tesis, el interés de este estudio es explorar la construcción y el ejercicio de las relaciones de poder entre los actores políticos y mediáticos, su desarrollo a lo largo del tiempo y los mecanismos o lógicas con los que se manifiestan dichas relaciones. Así, partiendo de esta premisa y tras la consulta sistemática y orientada de textos, ensayos y artículos de investigación, se encuentra que la corriente de la Economía Política de la Comunicación (EPC) resulta adecuada para una investigación de este tipo, ya que esta orienta su estudio a temas tales como la concentración mediática, la regulación o desregulación, así como a las políticas públicas de comunicación y cultura, entre otros.

La EPC se centra en cómo los medios de comunicación, como industrias culturales, están influenciados por estructuras económicas y políticas más amplias, destacando los mecanismos de poder que gobiernan tanto la producción como la distribución de información (Wasko, Murdock y Sousa, 2011). De este modo, para investigar y analizar la relación que se establece entre los medios y el poder político en República Dominicana se emplea la EPC como corriente teórica sobre la que asentar este trabajo.

Este enfoque fue fundamentalmente desarrollado por la Escuela de Frankfurt durante el primer tercio del siglo XX. Destacó el rol central de los medios de comunicación en la formación de ideologías dominantes y en la perpetuación de relaciones de poder (Golding y Murdock, 1997). Tras la Segunda Guerra Mundial, el creciente interés de las ciencias sociales en comprender el papel de los medios en las sociedades contemporáneas sentó las bases de lo que hoy conocemos como EPC (Meehan y Torre, 2011). En este sentido, la EPC no solo estudia la dinámica interna de los medios como industrias culturales, sino que también examina su interacción con otras fuerzas sociales y económicas, incluyendo al Estado y al mercado. En el contexto dominicano, este enfoque permitirá una

comprensión más profunda de cómo las políticas de comunicación y las relaciones de poder han moldeado el panorama mediático del país durante el periodo estudiado.

2.1.1 La escuela anglosajona

Una de las definiciones clave para entender la EPC proviene del académico canadiense Vincent Mosco (2006), quien, influenciado por su mentor, Dallas W. Smythe, sostiene que esta se caracteriza por un análisis crítico de las relaciones culturales, sociales, económicas y políticas. Mosco resalta que la EPC no solo examina cómo estas relaciones se desarrollan dentro de la esfera comunicacional, sino también cómo perpetúan dinámicas de poder y desigualdad (Mosco, 2006, pp. 62-63).

La investigación norteamericana ha sido muy influenciada por las contribuciones de dos figuras fundacionales, Dallas Smythe y Herbert Schiller. Smythe impartió el primer curso en economía política de la comunicación en la Universidad de Illinois y es el primero de cuatro generaciones de académicos vinculados a esta tradición de investigación. Schiller, quien siguió a Smythe en la Universidad de Illinois, influyó de modo similar a varias generaciones de economistas políticos. Su acercamiento a los estudios de comunicación se inspiró tanto en la tradición institucional como en la marxiana. La preocupación por el tamaño y poder crecientes de los negocios transnacionales de comunicación, los ubica plenamente en la escuela institucional, pero su interés por la clase social y el imperialismo da a su trabajo un enfoque definitivamente marxiano. Sin embargo, ellos han estado menos interesados que, por ejemplo, los académicos europeos, en proveer una descripción teórica explícita de la comunicación. Más bien, su trabajo y, a través de su influencia, una buena parte de la investigación en esta región ha estado guiado más explícitamente por un sentido de la injusticia acerca de que la industria de la comunicación se ha convertido en una parte esencial de un orden corporativo mayor que es, bajo su punto de vista, tanto explotador como antidemocrático (Mosco, 2006, pp. 62-63).

Ya en el año 1948 Dallas Smythe había impartido cursos de postgrado vinculados a la EPC, porque entendía que esta corriente podría dar respuesta a su inquietud del impacto de los medios de comunicación en el comportamiento de las audiencias, así como sobre los cimientos de la opinión pública; esto sin olvidar el recelo que le causaban los adelantos tecnológicos vinculados al mundo de la comunicación. Smythe (1960) destacó cómo la economía política puede aplicarse al estudio de la comunicación, enfocándose en el papel central de los medios en la creación y mantenimiento de la ideología y la cultura dominante, lo cual perpetúa el poder de la clase dominante. Además, identificó la explotación que sufren los trabajadores de los medios, comparándola con la de otros sectores dentro de la economía capitalista. Más tarde, Smythe (1977a) criticó a los estudios occidentales por subestimar el rol de los medios y la publicidad en la consolidación del capitalismo, argumentando que facilitan la creación de una “falsa conciencia” en la clase trabajadora, esencial para mantener el sistema capitalista y fomentar el consumismo. Este enfoque subraya que la comunicación es un aspecto crucial en el análisis marxista, que debe ser considerado con mayor seriedad tanto por teóricos como por activistas políticos.

En sus análisis posteriores, también explorando la relación de los medios con el poder político, Smythe (1977b) introdujo el concepto de “mercancía de audiencia”, señalando que las audiencias no son meramente consumidoras pasivas, sino que representan un recurso valioso para los anunciantes, lo que refuerza el papel de los medios en la dinámica

capitalista. También defendió la importancia de la publicidad y los medios como herramientas empresariales en la perpetuación del sistema capitalista (Smythe, 1978b), y en 1981, aplicó la teoría de la dependencia para analizar cómo los países en desarrollo son explotados por los industrializados en el ámbito de la comunicación, perpetuando la desigualdad global (Smythe, 1981a). Adicionalmente, examinó la intersección entre medios de comunicación y política, subrayando la importancia de la regulación y propiedad de los medios en la formación de la opinión pública. Para Smythe, el control de los medios es un recurso estratégico que permite a los países industrializados mantener su dominio económico y político a nivel global.

Cuando Smythe (1978b) respondió a las críticas de Graham Murdoch, defendió su visión de que la comunicación es una parte fundamental del análisis marxista y que debe ser tratada como tal, argumentó que la publicidad y los medios de comunicación son herramientas utilizadas por las empresas para obtener ganancias y mantener el sistema capitalista y sostuvo que la publicidad no es solo tiene un rol persuasivo, sino que también influye en los procesos de producción y distribución de bienes y servicios, reflejando su impacto profundo en la estructura económica.

Herbert Schiller, otro pilar fundamental de la EPC en la tradición anglosajona, ofreció una crítica profunda a la relación entre el complejo militar-industrial y las industrias comunicacionales en los Estados Unidos. Su obra “Comunicación de masas e imperialismo yanqui” (1969), centrada en la influencia de la comunicación masiva en la cultura estadounidense, exploró cómo la tecnología de la comunicación masiva moldeó esta cultura y, a su vez, permitió a Estados Unidos proyectar sus valores culturales a nivel global, estableciendo una nueva forma de dominación basada en la intersección de los medios, la tecnología y el poder militar (Segovia, 2000, pp. 242-243).

Abría las puertas a un campo inexplorado hasta entonces: las conexiones entre las empresas de medios y el resto de la industria y de esta con el sector militar. Este análisis le llevaría a conclusiones importantes ampliadas en obras posteriores, destacables por su carácter visionario y fundamentales en el desarrollo de la investigación comunicativa. “Comunicación de masas e imperialismo yanqui” es un libro cuyos planteamientos son más económicos, aunque logra concentrar en un mismo volumen lo militar, la tecnología y el imperialismo para sentar las bases de una nueva forma de dominación (Segovia, 2000, pp. 242-243).

Schiller (1973, 1976) continuó profundizando en el estudio sobre el papel de los medios de comunicación como herramientas de control y manipulación al servicio del Estado y otras estructuras de poder. Analizó cómo la concentración de la propiedad mediática en manos de un número reducido de grandes corporaciones transnacionales ha conducido a una homogeneización cultural y a la reducción de la diversidad de opiniones, y cómo la publicidad y la propaganda han sido empleadas para generar una falsa necesidad de productos y servicios, moldeando las opiniones y actitudes de la población en beneficio de los intereses establecidos.

En su obra de 1983, Schiller criticó a la televisión, sosteniendo que, en lugar de ser un medio informativo y educativo, se había convertido en un negocio orientado a la maximización de ingresos y en una herramienta para mantener y fortalecer el poder y la influencia de las grandes corporaciones y los intereses económicos dominantes. Se enfoca en la televisión comercial, financiada por la publicidad, y critica cómo esta orientación

hacia la maximización de ingresos afecta negativamente la calidad y veracidad de la información transmitida. Aunque menciona la televisión pública, Schiller señala que incluso esta ha sucumbido a la influencia capitalista, con los intereses corporativos afectando su programación y decisiones, lo que evidencia una creciente convergencia entre medios públicos y comerciales bajo la presión del capital.

El desarrollo de la EPC en el ámbito anglosajón también facilitó el surgimiento de la escuela británica, liderada por investigadores como Murdock y Golding (1973) y Garnham (1979). Estos académicos adoptaron un enfoque crítico similar, analizando cómo los medios de comunicación actúan como instrumentos de dominación en contextos capitalistas. Murdock y Golding (1973) argumentaron que los medios no son neutrales, que juegan un rol a nivel ideológico al que acusan de “abstracto y esquemático” (Murdock y Golding, 1973) y que están profundamente enraizados en estructuras económicas y políticas que refuerzan y legitiman los intereses de los grupos dominantes, perpetuando la desigualdad y la exclusión social.

Pueden rastrearse antecedentes en las obras de autores como el inglés James Halloran y el finlandés Kaarle Nordenstreng. De hecho, Halloran fue durante dos décadas director del Center for Mass Communication Research, de la Universidad de Leicester, donde Murdock y Golding iniciaron sus investigaciones sobre economía política. Sin embargo, ninguno mostró un interés permanente por ese campo de estudio ni se identificó con el enfoque. Halloran ubicó sus trabajos dentro de la sociología crítica y la psicología social, mientras que Nordenstreng referenció su producción en la política crítica sobre la comunicación (Mosco, 2009, citado por Krakowiak, 2018, p. 14).

Más adelante, en 1981, Murdock y Golding continuaron explorando el papel de los medios dentro de la economía política del capitalismo, señalando que su función es reforzar las relaciones de poder y las desigualdades existentes. Destacaron cómo la concentración de la propiedad mediática y la dependencia de la publicidad para generar ingresos han conducido a una homogeneización del contenido y a la disminución de la diversidad cultural. Los autores también analizaron cómo las empresas mediáticas utilizan su poder e influencia para restringir la libertad de expresión y controlar la información, generalmente en beneficio de las élites económicas y políticas.

Murdock (1981) profundizó en la importancia de la propiedad de los medios dentro de la EPC, subrayando que la concentración de dicha propiedad limita la diversidad de perspectivas en los medios. Aunque reconoce que la publicidad es una fuente crucial de ingresos, también advierte que puede tener un impacto negativo en la calidad y diversidad de los contenidos, ya que los medios pueden priorizar atraer anunciantes sobre la producción de contenidos de alta calidad. Además, Murdock señala que los dueños de los medios son los principales beneficiarios del trabajo de los empleados mediáticos, pero que a menudo se omiten en los análisis de explotación en el sector.

Golding y Murdock (1997) proporcionaron un análisis crítico y exhaustivo sobre cómo la propiedad y el control de los medios afectan la producción y distribución de mensajes mediáticos. Sostienen que los medios de comunicación son instituciones económicas y políticas que están sujetas a las leyes del mercado y a la influencia del poder político y económico. Su obra examina en profundidad cómo la financiación de la industria mediática, influenciada por presiones políticas y

económicas, afecta la capacidad de los medios para informar de manera independiente y crítica.

En 2000, Murdock y Golding analizaron la forma en que los medios de comunicación son utilizados por los gobiernos y las élites políticas para mantener el poder y controlar la información. Argumentaron que la regulación y legislación de los medios son herramientas clave para controlar el discurso público y limitar la disidencia.

Por otro lado, Garnham (1979) investigó la concentración de la propiedad mediática y el papel de los monopolios en la formación de la opinión pública y la creación de la ideología dominante. También analizó la relación entre medios y publicidad, argumentando que la publicidad es un mecanismo esencial para la reproducción del sistema capitalista, fomentando el consumo y la conformidad.

Por último, Garnham sostiene que existe una fuerte interrelación entre los niveles económico, político e ideológico a tal punto que los medios de comunicación ya no solo cumplen una función económica indirecta creando plusvalía en otros sectores de la economía a través de la publicidad, sino también una función económica directa generando valor a través de la producción de la mercancía programa (Garnham ,p. 22 1983, citado por Krakowiak, 2018, p. 16).

Garnham (1983) continuó explorando cómo la cultura se utiliza para promover y mantener el sistema económico y político dominante, y cómo la industria cultural ha sido transformada por la creciente importancia de la tecnología y los medios. En esta línea, examinó el papel del Estado y las políticas culturales en la economía política de la cultura, destacando cómo la privatización y la concentración de la propiedad mediática afectan la diversidad y calidad cultural.

En 1997, Garnham subrayó la interconexión entre política y estudios culturales, argumentando que la política no debe estar separada de la cultura, ya que ambas están intrínsecamente relacionadas. Insistió en que los estudios culturales deben incluir una reflexión crítica sobre la producción y distribución de bienes culturales, así como un compromiso político con la justicia social. En esto coincide con Murdock y Golding (1981), quienes también enfatizan que la política: “es una de las fuerzas más poderosas en la producción cultural” (Murdock y Golding, 1981, p. 31).

2.1.2 La corriente francófona

La relación entre el poder estatal y los medios ya había sido explorada por la corriente francesa de la Economía Política de la Comunicación, gracias especialmente a los trabajos de Althusser (1970) sobre la importancia de los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE), que eran las ideas utilizadas por el gobierno sin necesidad de fomentar fuerza o violencia para la represión dentro de la población. Su interpretación del marxismo, conocida como estructuralismo marxista, influyó significativamente en la manera en que se analizó la relación entre los medios de comunicación y el poder. Althusser introdujo la idea de que los AIE, que incluyen instituciones como los medios de comunicación, junto con otros entornos como la iglesia, la escuela, los sindicatos, la familia, la judicatura o la cultura, reproducen las condiciones ideológicas necesarias para la perpetuación del sistema. Esta perspectiva crítica sobre los medios y su función ideológica se convirtió en un componente central de la EPC.

La mayor parte de los aparatos ideológicos de Estado (en su aparente dispersión) provienen en cambio del dominio privado. Son privadas las Iglesias, los partidos, los sindicatos, las familias, algunas escuelas, la mayoría de los diarios, las familias, las instituciones culturales, etc. (Althusser, 1970, p. 22).

Además, la influencia de Althusser en la EPC francesa se reflejó en cómo los investigadores abordaron el estudio de los medios y la comunicación. En lugar de centrarse únicamente en los aspectos económicos de los medios, los teóricos de la EPC francesa, influenciados por Althusser, analizaron cómo los medios funcionan como aparatos ideológicos del Estado, promoviendo la ideología dominante y manteniendo el statu quo político y económico. Esta perspectiva permitió un análisis más profundo de cómo los medios de comunicación no solo reflejan las relaciones de poder existentes, sino que también ayudan activamente a perpetuarlas.

La escuela francófona de la Economía Política de la Comunicación tiene su origen en la Universidad de Stendhal-Grenoble, con los investigadores Bernard Miège (1996) y Patrice Flichy (2003). En el año 1978, a partir de las reuniones del “Groupe de Recherches sur les Enjeux de la Communication (GRESEC)” se inicia esta corriente. Cada uno ha hecho sus aportes a esta escuela: Miège (1996) en algunos de sus escritos se enfoca en el estudio de la estructura y organización de las industrias culturales y mediáticas, mientras que Flichy (2003) ha contribuido con el análisis de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y su impacto en la sociedad.

Los trabajos del parisino Patrice Fichy se incluyen en este grupo, cuyo interés principal fue estudiar los procesos del trabajo y valoración de los productos culturales y sus especificidades, dependiente del tipo de trabajo específico incluido en su producción: trabajo cultural, artístico, conceptual, creativo [...] Se le atribuye a Flichy la distinción entre los sectores de la edición (libros, discos, video, CD, etc.) y la cultura de flujo (radio, televisión). Miège y sus colegas desarrollaron esas ideas con el concepto de “lógicas sociales”, considerando a la prensa como un paradigma intermedio. Los trabajos más importantes de la escuela francesa son dos producciones colectivas del GEESEC (Huet et al., 1978 y Miège, Pajon y Salaün, 1986) y el libro de Flichy (1980), destacables por su interesante discusión acerca de la técnica, retomada y profundizada por Salaün en 1989 (Mastrini & Bolaño, 1999, p. 16).

Miège (1996) amplió las aportaciones de Flichy (2003), pero enfocándose en cómo se organizan las industrias de la comunicación y en el desarrollo de la producción de los productos culturales que las constituyen. Su análisis presta especial atención a las diferencias existentes entre los sectores que se dedican a la distribución, creación y producción de bienes y servicios culturales, explorando cómo estos llegan al público a través de la producción de información escrita, la creación editorial, el ocio, y el acceso a la tecnología electrónica. Esta exploración revela las dinámicas complejas que caracterizan la industria cultural y cómo se configuran las relaciones entre los distintos actores involucrados.

Por su parte, Flichy y Rocha Pujol (1982) realizaron un análisis económico y político detallado de la industria audiovisual, destacando su evolución hacia la consolidación y concentración en manos de grandes empresas multinacionales. Examinaron el impacto de la consolidación en diferentes sectores de la industria del audiovisual, incluyendo la televisión, el cine y la música, y cómo las grandes empresas multinacionales controlan la producción, distribución y consumo de contenidos audiovisuales. Además, discutieron la

influencia que estas empresas tienen en la cultura y la sociedad, y cómo utilizan su poder para moldear la opinión pública y controlar la información que se distribuye.

En general, Flichy (2003) se enfoca en analizar el papel de la tecnología y los medios de comunicación en la sociedad contemporánea, examinando cómo influyen en la economía, la política y la cultura. Comienza analizando la relación entre tecnología y poder económico y político, y la relación entre tecnología y cultura, y cómo estos factores impactan en las interacciones sociales e influyen la cultura y la sociedad. Flichy también aborda cómo la innovación está condicionada por factores políticos, económicos, sociales y culturales, resaltando la interdependencia entre tecnología, medios de comunicación y sociedad.

Miège (1996) también analizó la evolución de los medios de comunicación de masas y su impacto en la sociedad, destacando el papel cada vez más influyente, especialmente de la televisión, en la cultura, la política y la economía contemporáneas. Sostiene que los medios de comunicación no son entidades neutrales, sino que están sujetos a intereses comerciales y políticos, lo que les confiere un poder significativo en la formación de la opinión pública y en la construcción de la imagen de los políticos. Explica que la comunicación y la economía están íntimamente relacionadas, y que el desarrollo de los medios y la tecnología ha llevado a una creciente comercialización de la cultura y la información. Miège (2004) argumenta que la EPC se ha convertido en un componente crucial para comprender la economía global, y que los medios desempeñan un papel esencial en la creación de valor y la generación de riqueza.

Miège (2006) también pone el foco en la concentración económica en las industrias culturales y de entretenimiento, mostrando preocupación por los grupos económicos que controlan los distintos medios de comunicación. Su análisis señala a los autores que han hecho visible el tema de la concentración mediática a lo largo de las décadas utilizando la corriente de la EPC como marco de análisis.

En el Canadá francófono, investigadores como Gaetan Tremblay han contribuido significativamente a la EPC al centrarse en la evolución de las industrias culturales y la transformación de la radiodifusión canadiense. Tremblay ha abordado el desarrollo de las industrias culturales y de comunicación en Quebec y Canadá, examinando cómo estos sectores se han adaptado y cambiado en respuesta a las fuerzas del mercado y las políticas gubernamentales. Su trabajo resalta la importancia de las políticas públicas en la configuración del entorno mediático y cultural, así como el impacto de la concentración de medios en la diversidad cultural y en el acceso a la información (Wasko et al., 2011). Tremblay también ha explorado la intersección entre la industria de la comunicación y las políticas culturales, enfatizando cómo las industrias culturales no solo se ven influenciadas por las políticas económicas, sino que también juegan un papel crucial en la formación de identidades nacionales y culturales. Sus investigaciones han demostrado cómo la concentración de propiedad mediática y la globalización han afectado negativamente a la diversidad cultural y han fomentado formas de homogeneización cultural.

2.1.3 La economía política de la cultura en América latina

La EPC en América Latina ha sido influenciada significativamente por varios investigadores que han examinado las dinámicas locales y contribuido al desarrollo de esta corriente desde diferentes perspectivas nacionales. Aunque Argentina, Brasil y México han sido los principales centros de estudio, la EPC en América Latina ha explorado y desarrollado teorías y enfoques en diversos contextos geográficos, involucrando a investigadores de Chile, Holanda, Perú, Estados Unidos y Bolivia, muchos de los cuales participaron en iniciativas como el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), una institución clave “que reunió a un conjunto de intelectuales sudamericanos exiliados en México en el contexto de gobiernos militares en varios países de la región” (Califano, 2021, p. 67).

Entre los contribuyentes más destacados se encuentran Armand Mattelart (1970, 1973), Antonio Pasquali (1963) o Luis Ramiro Beltrán (1970, 1975). Mattelart, un teórico clave en los estudios de comunicación, criticó el papel de los medios en la perpetuación de la ideología dominante y exploró la intersección entre la tecnología, la cultura y la comunicación en un contexto global. Pasquali, por su parte, es conocido por su trabajo sobre la democratización de la comunicación y la necesidad de establecer políticas públicas que promuevan una mayor participación ciudadana y diversidad mediática, destacando la importancia de los medios como herramientas para la emancipación social. Beltrán, otro pionero en la EPC en América Latina, se centró en las desigualdades en los sistemas de comunicación y la necesidad de desarrollar un enfoque comunicativo más inclusivo que refleje las realidades y necesidades de las poblaciones locales.

Parte importante de la investigación en América latina está conectada con la que se ha hecho desde España por académicos como Enrique Bustamante, Ramón Zallo y Juan Carlos Miguel de Bustos, quienes, entre otros, han contribuido significativamente al desarrollo de la EPC en el contexto español. Bustamante y Zallo (1988) ofrecieron una reflexión crítica sobre el estado de las industrias culturales en España durante la década de 1980, enfocándose en la influencia de los grupos multimedia y transnacionales que operaban en el mercado español. Argumentaron que la presencia de estos grupos extranjeros representaba una amenaza para la diversidad cultural y lingüística del país, destacando cómo su creciente influencia se manifestaba en los contenidos producidos y consumidos en España.

En 2002, Bustamante analizó la relación entre la industria de la comunicación y la cultura, explorando su impacto en la sociedad y la economía. Su estudio examina cómo la digitalización ha transformado la estructura de la industria de la comunicación, creando nuevas formas de producción, distribución y consumo de contenidos. En este sentido, aborda temas como la propiedad intelectual, el control de los contenidos y la regulación del mercado de la comunicación digital. Además, explica cómo la diversidad cultural y lingüística en España influye en el mercado de la comunicación digital y cómo la tecnología digital ha abierto nuevas posibilidades para la creación y difusión de contenidos culturales y creativos.

En su obra de 2011, Bustamante enfatizó que la creatividad y la cultura son factores clave en la producción y distribución de bienes culturales, y que su papel en la economía de la comunicación es cada vez más importante debido a la creciente trascendencia de las

industrias culturales en la economía global. Discutió cómo la creatividad y la producción cultural pueden ser controladas y restringidas por intereses económicos y políticos, lo que podría limitar la diversidad cultural y frenar la innovación. Señaló que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y la globalización pueden limitar la creatividad, la innovación y la diversidad cultural.

Con un afán de ordenar el campo de la EPC, los investigadores Ramos y Sierra Caballero (2014) destacaron la importancia de analizar la intersección entre cultura, tecnología, comunicación y políticas públicas, con el fin de evaluar los aportes de otros investigadores que han trabajado en América Latina. Su análisis permitió visualizar el estado de las investigaciones en el campo de la EPC en la región.

Con un enfoque centrado principalmente en España, el análisis de Miguel de Bustos (2003) describe la situación de los principales grupos de comunicación del país (Prisa, Telefónica, Antena 3, entre otros), destacando la importancia de la convergencia en la industria de los medios de comunicación, que permite una mayor eficiencia en la producción y distribución de contenidos, pero enfatizando la gran problemática que significa la concentración mediática.

A nivel nacional son muchas las dificultades a la hora de instaurar dispositivos anticoncentración en las industrias culturales ya que fundamentalmente se considera las televisiones, dejando el resto de actividades –prensa, radio, cine, disco, libro- reguladas únicamente por los dispositivos anticoncentración de carácter general (Miguel de Bustos, 2003, p. 245).

Son varias las líneas de investigación que abarca la EPC latinoamericana. Califano (2021) identificó cinco en el trabajo que realizó sobre el origen y la consolidación de esta corriente. El primer enfoque busca avanzar en las últimas décadas acerca del origen y los métodos de la EPC; la segunda línea de investigación se preocupa por las regulaciones y análisis de las políticas de comunicación conjuntamente con las industrias culturales; la tercera sobre la concentración mediática y sus efectos en los productos, la pluralidad y diversidad; la cuarta tiene que ver con la movilización y los retos que enfrentan los medios de comunicación alternativos y cooperativos; y, finalmente, la quinta línea identificada es la que se centra en el uso de las tecnologías y medios digitales, así como el impacto que tienen estos sobre las industrias culturales.

Ligada, especialmente, a la tercera línea, el estudio de Bolaño, Mastrini y Sierra Caballero (2005) resalta que la globalización ha creado nuevas desigualdades y ha fortalecido el papel de las grandes corporaciones internacionales en la región. Los autores se enfocan en el papel de los medios de comunicación en la reproducción de las desigualdades, explicando que estos están controlados por poderosos intereses económicos y que su función principal es promover el consumo y la ideología dominante. En consecuencia, el conocimiento se utiliza como una herramienta para fortalecer el poder económico y político de estas corporaciones.

Desde sus inicios, los estudiosos del tema han enfocado su investigación tanto en el análisis económico de las industrias de comunicación como en la relación con los sectores políticos de poder en esta región. Como señalan Badillo, Mastrini y Marengi (2015), el origen de la investigación crítica de la comunicación en América Latina está estrechamente vinculado a debates surgidos en el contexto de nuevas realidades

multilaterales y de influencia de organizaciones internacionales como la UNESCO. Este periodo vio el surgimiento de un pensamiento comunicacional latinoamericano distintivo, marcado por una ruptura con las corrientes funcionalistas y estructuralistas predominantes en Estados Unidos y Europa. Investigadores como Marques de Melo identificaron dos fuentes clave para este paradigma latinoamericano: el estructuralismo marxista, influenciado por la Escuela de Frankfurt y figuras como Mattelart, y el pensamiento cristiano/marxista de Paulo Freire. Este enfoque crítico ganó terreno en las escuelas de comunicación latinoamericanas, donde se cuestionó la adecuación de las teorías y metodologías importadas de los centros metropolitanos a las realidades locales.

Un hito importante en este proceso fue la creación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL) en 1959, que contribuyó a la consolidación de la investigación en comunicación en la región. En 1973, CIESPAL organizó la primera reunión de investigación latinoamericana en San José de Costa Rica, donde se reconoció que las teorías y metodologías de los países desarrollados no siempre correspondían a las necesidades de los países en desarrollo.

Los años setenta fueron especialmente fértiles para el pensamiento comunicacional latinoamericano, un período que culminó con la creación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) en 1978 y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en 1981. Este periodo, que Luis Ramiro Beltrán denominó la “década de fuego”, se caracterizó por un enfoque en los conceptos de dominación y dependencia. Estos conceptos se derivaron de la teoría de la dependencia, la cual analizaba la subordinación de los países latinoamericanos a los intereses económicos y culturales de las potencias occidentales, y cómo esta dependencia estructural influía en los sistemas de comunicación locales (Beltrán, 2008, p. 146; Mattelart y Dorfman, 1975).

A nivel internacional, estas ideas se reflejaron en las discusiones en la ONU y la UNESCO sobre el Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Estas discusiones buscaban reorganizar los flujos informativos en un mundo que estaba en proceso de descolonización, con el objetivo de corregir los desequilibrios estructurales en la distribución de la información a nivel global (Beltrán, 1976). Sin embargo, las políticas nacionales de comunicación derivadas de estos debates enfrentaron fuertes resistencias tanto internas como externas. Países como Brasil, Perú y Venezuela intentaron implementar estas políticas, pero encontraron barreras significativas debido a la oposición de grandes conglomerados mediáticos y organizaciones como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que veían estas iniciativas como una amenaza a sus intereses comerciales y políticos (Pasquali, 1985).

La década de los ochenta marcó un claro retroceso en estos esfuerzos, coincidiendo con la desactivación de la UNESCO como un foro de discusión relevante para las políticas de comunicación y cultura, en parte debido a las presiones ejercidas por Estados Unidos y otros países aliados. El auge de las políticas neoliberales promovidas por el “Consenso de Washington” aceleró la privatización de medios, la desregulación del sector, y la concentración de propiedad en manos de grandes grupos mediáticos, tanto nacionales como transnacionales. Esta concentración redujo drásticamente la diversidad cultural y aumentó la centralización geográfica de la producción de contenidos en las grandes

ciudades, limitando así la pluralidad de voces y perspectivas en el espacio público (Tremblay, 2011).

2.1.4 La economía política de la comunicación en América latina hoy

Sin embargo, no es hasta la década de 1990 cuando realmente comienza el despegue de esta corriente en América Latina.

En el contexto de un acelerado proceso de privatización, concentración y transnacionalización de los medios de comunicación que sobrevino luego de la derrota del movimiento que reclamaba Políticas Nacionales de Comunicación. La emergencia de la EPC también fue una reacción frente a los estudios culturales de la década de 1980 que en respuesta a las teorías de la manipulación dejaron de lado, en sus versiones más pobres, la consideración de cualquier tipo de determinación material. El puntapié inicial de la EPC latinoamericana fue la creación en 1992 del grupo de trabajo Economía de las Comunicaciones de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Intercom) y de otro similar de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. En sintonía con estas iniciativas, en 1999 se constituyó la red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (Eptic) y la revista electrónica Eptic Online en el Observatorio de Economía y Comunicación de la Universidad Federal de Sergipe, en Brasil. A su vez, el análisis académico promovido por la Red Eptic derivó en la realización del Primer Encuentro de EPC del Mercosur en mayo de 2001 en la Universidad de Buenos Aires y en marzo de 2002 se realizó en Brasilia el Segundo Congreso donde surgió la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), a la que también se sumaron investigadores españoles. Ulepice se organizó en una federación internacional con capítulos en Brasil, México y España y aportes individuales de diversos socios de América Latina (Bolaño et al, 2015 p. 377-378, citado Krakowiak, 2018, p. 18).

El objetivo principal de ULEPICC es abordar las transformaciones de las industrias culturales y las formas de poder, acceso y control de la información, la cultura y el conocimiento. Entre los principales objetivos de esta asociación, según la carta de Buenos Aires se encuentran:

Contribuir a la reflexión crítica y plural sobre los problemas emergentes de la comunicación, la información y la cultura. Promover el intercambio de ideas y experiencias entre investigadores/as y docentes, favoreciendo el perfeccionamiento y revitalización intelectual de sus socios/as. Incidir y participar en la agenda pública y en las políticas de comunicación para la democratización del espacio social (ULEPICC.es, s. f., párr. 2).

Mastrini y Bolaño (1999) explican los orígenes de esta corriente, en la introducción a un libro que analiza aportes teóricos y estudios de caso y que lleva por título “Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina”. Este trabajo formará parte de un constante interés de un grupo de investigadores, entre los que se encuentra Mastrini, por el análisis de la concentración de la propiedad mediática y sus consecuencias. Refiriéndose al enfoque de la EPC, que acompañará esa producción bibliográfica, Mastrini y Bolaño señalaban:

En su conjunto los estudios de economía política de la comunicación han supuesto una ruptura con ciertos análisis marxistas que, a partir de una aceptación no problemática del modelo base-súper-estructura entienden a los medios de comunicación como instrumentos del dominio de las clases de poder. Esta visión reduccionista del rol de los medios de comunicación en la sociedad ha sido rebatida desde la economía política ya que, si bien se

asume la importancia de la estructura económica en el funcionamiento de los medios, y especialmente la necesidad de analizarla, se ha insistido en no caer en el error de un traslado mecanicista de los efectos de los medios. Por otra parte, los estudios de economía política de los medios se distancian de las teorías que proclama una excesiva autonomía de los niveles ideológicos o políticos y eliminan cualquier influencia de las relaciones económicas en el proceso de significación (Mastrini & Bolaño, 2000, p. 16).

Mastrini (2006) también centró su atención en la regulación de los medios de comunicación, abordando las tensiones y desafíos que enfrentan los gobiernos, los ciudadanos y los propios medios al intentar construir un marco legal que, por un lado, asegure la libertad de expresión y, por otro, proteja derechos humanos fundamentales como la privacidad, la dignidad y el acceso a la información. En este contexto Mastrini (2006) destaca la importancia de fomentar un diálogo democrático y pluralista entre los distintos actores involucrados en este debate, incluyendo a los periodistas, las organizaciones civiles, los políticos y los ciudadanos en general.

En un estudio posterior, en este caso de Mastrini y Becerra (2009a), los autores argumentan que la concentración de medios en manos de un pequeño número de empresas y personas poderosas es perjudicial para la democracia y la libertad de expresión, ya que limita la diversidad de opiniones y la capacidad de los ciudadanos para acceder a información objetiva y equilibrada. Sostienen que los gobiernos y los ciudadanos deben trabajar juntos para promover la diversidad de voces en los medios de comunicación y garantizar que todas las personas tengan acceso a información veraz y equilibrada.

En América latina se registran altísimos márgenes de concentración infocomunicacional, que superan con creces los estándares considerados aceptables y cuyo resultado promedio es un escenario que con la presente investigación se verifica como estabilizado con tendencia al alza (Mastrini & Becerra, 2009a, p. 212).

El contexto de oligopolio mediático, evidenciado en diversos países, sumado al poder/capacidades del Estado, ha impulsado el creciente interés de los académicos en analizar de manera crítica la situación de concentración mediática que prevalece en Latinoamérica ya que “la concentración de la propiedad en manos de los sectores dominantes económicamente tiende a dificultar que se expresen las voces críticas al sistema.” (Mastrini & Becerra, 2006, p. 45). En un trabajo más reciente, Mastrini y Becerra, (2017) plantean la relación entre los principales grupos comunicacionales con el Estado, y a la vez la vinculación con otros sectores de poder dentro de la sociedad. En esta investigación los autores se refieren a los grupos más importantes en los países investigados: Telefónica (España); Globo (Brasil); Clarín (Argentina); Grupo Cisneros y Venevisión (Venezuela); Caracol y RNC (Colombia) y Televisa (México). Refiriéndose a este último caso, describen el vínculo entre poder político y mediático.

La concentración de la propiedad de la televisión mexicana tuvo lugar a la par que sus dueños estrechaban lazos con el partido gobernante, el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Las relaciones entre Televisa y el PRI fueron tan cercanas, que hubo accionistas de la empresa que dejaron sus puestos en el directorio para transformarse en legisladores por dicho partido, y una vez cumplido su mandato, volver al directorio del grupo. Cabe destacar que la empresa supo aprovechar sus vínculos políticos y su cuasi monopolio durante más de veinte años para extender su imperio. De hecho, durante la década 1960, Televisa consiguió instalar emisoras en todo el país y en la actualidad cuenta con 258 estaciones a lo largo del territorio. (Mastrini & Becerra, 2017, p. 74)

También sobre este caso y también analizando la relación entre el Estado y la prensa González Macías y Echeverría Victoria (2018), explicaron cómo puede verse afectado el sistema mediático por este tipo de vínculos, muchas veces de fuerte dependencia. Estos autores responsabilizan al Estado mexicano de la falta de modernización que tiene el país en torno a su sistema mediático.

Otro factor exógeno que bloquea o retarda el proceso de modernización está directamente vinculado con los diversos medios de coerción que algunos actores poderosos, como autoridades gubernamentales, políticos, empresarios y, de manera reciente, el crimen organizado, utilizan con la finalidad de controlar al sistema mediático en México. Históricamente y en diferentes niveles, distintos intereses políticos y económicos, en lugar de los exclusivamente periodísticos, han moldeado la prensa. El amplio abanico de instrumentos suaves para controlar la información incluye chayotes, contratos de publicidad oficial, exenciones de impuestos, papel periódico barato y servicio casi gratuito de la agencia oficial de noticias Notimex, por mencionar sólo unos cuantos. No obstante, cuando estos métodos no son lo suficientemente persuasivos, una serie de mecanismos más duros está siempre lista para ponerse en marcha: auditorías sorpresa, reclamo de facturas vencidas y, en algunas ocasiones, incluso intervención directa. Los dos estilos de coerción han tenido el mismo fin: censura o alineamiento. En otras palabras, como clientes que son, se espera que los medios difundan únicamente la información autorizada por su patrón. (González Macías & Echeverría Victoria, 2018, p. 43)

En la misma línea, estudiando la concentración mediática y su relación con el poder político, así como sus implicaciones para la libertad de expresión y el riesgo que representa para la clase política, Mendel et-al., (2017), en un estudio realizado para la UNESCO desde Uruguay, ofrecen valiosa información sobre los conflictos y problemas derivados de la falta de pluralidad en los medios de comunicación.

La influencia excesiva de los propietarios de medios o de sus anunciantes sobre los responsables políticos y los poderes públicos, y manipulación encubierta de las decisiones políticas para favorecer intereses económicos ocultos; la concentración de la propiedad de los medios comerciales y su posible influencia sobre la esfera política, sea que se trate de la concentración de la propiedad en manos de los gobernantes, de la concentración de todos los medios de comunicación de un país en las manos de un único propietario, o (situación especialmente peligrosa en los países pequeños) de la concentración de todos los medios de comunicación en las manos de propietarios extranjeros. (Mendel et al., 2017, p. 11)

Se evidencia por tanto que los empresarios de la comunicación no se limitan únicamente a controlar los medios sino que también utilizan estos para influir en la opinión pública, lo que repercute en el ámbito político (Mendel et-al., 2017). Por esta razón, es fundamental explorar los diversos vínculos entre el sector empresarial, compuesto por propietarios y socios de los medios, que facilitan la colocación de temas en la agenda pública.

2.1.5 Poder político y comunicación en los estudios críticos de la comunicación contemporánea

En los estudios críticos de la comunicación contemporánea, la relación entre poder político y comunicación se ha destacado como un eje central de análisis, evidenciando cómo los medios de comunicación funcionan no solo como herramientas de difusión de información, sino también como instrumentos de control ideológico y político. Algunos investigadores, que no son directamente parte de los académicos que suelen trabajar en la

EPC, también han hecho sus aportes acerca de la relación que se establece entre la política (especialmente el Estado) y los medios.

En los años ochenta, Ben Bagdikian (2004) destacó la importancia de la diversidad de opiniones dentro de los medios de comunicación: contar con voces disidentes dentro de la opinión pública siempre favorecerá al debate donde todos salen ganando. Bagdikian sostiene que “las democracias modernas necesitan tener alternativas políticas y de ideas, y la disponibilidad de esas opciones a su vez requiere que sea posible acceder a fuentes de noticias, literatura, entretenimiento y cultura popular verdaderamente diversos y alternativos” (Bagdikian, 2004, p. 3).

En México a finales de la década del 1980, Trejo Delarbre (1990) realiza una crítica incisiva sobre el papel de los medios de comunicación en la construcción de la cultura política mexicana, y plantea la necesidad de repensar el papel de los medios en la sociedad para fomentar una cultura política más participativa y democrática. “[...] no hay política moderna sin comunicación social, simplemente porque una de las tónicas de la modernidad es la comunicación de masas” (Trejo Delarbre, 1990, p. 95).

Más concretamente, Kitzberger (2009) destaca la importancia que tiene para el sector político el vínculo con los medios de comunicación, sobre todo durante los momentos de campaña electoral, porque muchas veces el sistema mediático es un escenario más importante que la misma contienda política.

A medida que las fuerzas opositoras se perciben incapaces de disputar el poder en la arena electoral, se repliegan y concentran sus energías en otras esferas como la mediática. Por lo tanto, en escenarios en los que el ascenso de nuevos liderazgos siguió, con aires refundacionales, a crisis y derrumbes de los viejos sistemas de partidos, podrían esperarse oposiciones hiperactivas y sobre representadas en la arena mediática (Kitzberger, 2009, p. 178)

Por otra parte, la obra de Manuel Castells (2009) resulta especialmente interesante en su planteamiento de que los medios de comunicación y las redes sociales son herramientas claves para el ejercicio del poder político en las sociedades actuales, controlando los flujos de información para influir en diferentes aspectos de la economía, la cultura o la política. De esta manera, sus dueños, al controlar el acceso de los actores, también controlan quien puede ejercer el poder. Aun así, los políticos siguen manteniendo parte de los recursos que moldean esas relaciones de poder.

En este libro he documentado que las redes de comunicación son esenciales para la construcción del poder y el contrapoder político. Los dueños de las redes de comunicación empresariales también suministran a otros actores sociales las plataformas para la construcción de significados. De esta forma ejercen el poder mediante la producción cultural y ejercen el poder de conectar en red sobre otros actores controlando el acceso a las redes de comunicación; por ejemplo, respecto de los actores políticos que necesitan acceder a las comunicaciones para establecer sus relaciones de poder frente a la ciudadanía. No obstante, en las relaciones de poder político, los metaprogramadores, los que producen el mensaje, son actores políticos (Castells, 2009, p. 542).

Abordando un campo más específico, el del periodismo político, Casero-Ripollés (2012) advierte sobre la fuerte interdependencia y las tensiones entre los periodistas y los políticos en este campo y la alta influencia en la opinión pública y en las agendas que presenta este tipo de periodismo, especialmente cuando nos encontramos frente a

contextos marcados por la crisis económica, la polarización política y la influencia de las redes sociales.

La política constituye un lugar central para el periodismo. Tanto la una como el otro son instituciones sociales fundamentales en una democracia y, además, están íntima e inextricablemente enlazadas. Este vínculo hace que lo que suceda en un ámbito afecte al funcionamiento del otro, instaurando una interdependencia entre ambos. Pero, también, provoca que entre el periodismo y la política aflore un fértil campo de relaciones e interacciones (Casero-Ripollés, 2011, p. 11).

También para el ámbito del periodismo, el estudio de Espino Sánchez (2016) da cuenta de la importancia de las relaciones del poder estatal con los medios locales mexicanos, donde esta vinculación se hace dependiente del gobierno, que es quien facilita la permanencia de los medios que no pueden sobrevivir sin los recursos provenientes de la publicidad estatal. En este artículo se vincula la parte de los contenidos y cómo los propietarios de los medios pueden cambiar el discurso ante la opinión pública para favorecer al Estado, mientras que los periodistas que no tienen suficientes recursos se plantean la necesidad de recurrir al pluriempleo, además de comenzar a generar ganancias a través de la colocación de publicidad. De este modo, la relación está sujeta a la situación económica tanto de los reporteros, como los propietarios de los medios.

Antes de las alternancias, los dueños de los medios solían pedir a los reporteros que fueran muy condescendientes con los funcionarios públicos. En cambio, después de ellas, los dueños de los medios juegan a manipular a los reporteros, para satisfacer sus intereses económicos. Por ejemplo, cuando el dueño de un medio no ha logrado un buen contrato de publicidad, pide a los reporteros que critiquen a los funcionarios. Empero, cuando ya existe un buen contrato de publicidad, los dueños de los medios piden a los reporteros que vuelvan a ser condescendientes con los funcionarios públicos. De esta manera, el reportero se convierte en un títere de los intereses económicos del dueño del medio de comunicación (Espino Sánchez, 2016, p. 113).

2.1.6 La investigación sobre medios en República Dominicana

Llegando al tema que nos ocupa en esta investigación, en la República Dominicana la relación entre el Estado y la prensa se ha analizado en distintas épocas de la historia. Sin embargo, es precisamente la escasez de trabajos en esta línea la que justifica, en parte, la investigación que contienen estas páginas.

Zabala Lorenzo (2010) destaca el vínculo entre el Estado y la prensa realizando un recuento de la importancia de la prensa para los “gobiernos azules” con posterioridad a la Guerra de la Restauración (1863-1865), en la que se aboliera la anexión a España. Zabala Lorenzo (2010) señala que el presidente Gregorio Luperón (1879-1880) quiso que la prensa tuviera su voz propia porque entendía que durante el mandato de Césareo Guillermo no hubo prensa libre. Pero la respuesta de los periodistas fue que era necesario un apoyo desde el Estado: “El ejercicio de la prensa es insostenible en la República Dominicana sin la cooperación pecuniaria del Gobierno y no era para menos el sostenimiento de una publicación para la época era muy difícil, casi imposible” (Zabala Lorenzo, 2010, pp. 76-77) por lo que luego de este pedido, el primer mandatario emite el

decreto 1849¹⁴ del año 1800 para que se otorgue una subvención a los todos los periódicos de la época: “Art. 1 Desde el primer día de su publicación, todo periódico es acreedor a una subvención mensual de cuarenta pesos; Art. 2 Los administradores y subdelegados de hacienda satisfarán con religiosidad la subvención asignada”. Este constituiría el primer financiamiento por parte del Estado a la prensa para que los periódicos pudieran desarrollarse como lo hicieron en ese periodo.

Quizá la obra más conocida para el caso dominicano sea la de Jesús Galíndez (1958). Escritor y político español, quien además fue víctima del tirano Rafael Leónidas Trujillo, Galíndez realizó su tesis doctoral “La Era de Trujillo (Un estudio casuístico de dictadura hispanoamericana)” en la Universidad de Columbia (Estados Unidos), en la que era profesor. En ella se destaca la relación de los medios de comunicación y el Estado, describiendo cómo los medios existentes a la llegada al poder de Trujillo (*Listín Diario*, de la familia Pellerano; *La Opinión*, propiedad del señor de Lepervanché, quien había apoyado al dictador en su ascenso al poder; y *La Información* en Santiago, de la familia Franco) poco a poco fueron alineándose con el régimen o fueron prácticamente ahogados. *Listín Diario* comienza poco a poco su transformación discursiva, editorial y noticiosa sobre el régimen, como explica Galíndez:

El subdirector del Listín Diario e hijo del propietario ingresa en el Partido Dominicano y el 25 de abril del 1933 es elegido diputado. A partir de ese momento el Listín Diario es portavoz del régimen Trujillista y en sus páginas se desborda la literatura de elogios. Más tarde Arturo Pellerano hijo será Presidente de la Cámara de Diputados y Senador, murió siendo diputado (De Galíndez, 1958, p. 168).

La evaluación de Galíndez sobre la situación de los medios durante este periodo es aplastante:

En la República Dominicana no existe prensa ni radio libre. El problema no es de censura ni de mordaza. Es de asfixia, por un monopolio casi absoluto en manos del propio Trujillo o de su hermano Petán (De Galíndez, 1958, p. 170).

Ya en una época más actual, Álvarez Vega (1983) describe críticamente las estructuras de poder existente detrás de los medios de prensa escrita, con una detallada vinculación de los periódicos y los grupos económicos dominicanos, los cuales, según el autor, se apoyaban mutuamente y se entendían a la perfección.

El propósito de este trabajo es determinar cuál es el nexo existente entre nuestra estructura de poder, particularmente en sus niveles económicos y de control social, y la empresa de la prensa escrita. Es decir, no se busca demostrar si en la República Dominicana existe una vinculación directa estructura de poder-prensa escrita, sino que partiendo de esta realidad se persigue identificar los perfiles de esa relación. Es decir, de lo que se trata es de describir esa relación no de explicarla en todos sus alcances. [...] conocer esas especificidades es importante para poder valorar el sentido en que es dirigida la opinión pública, los intereses que regulan la política informativa y editorial de una empresa periodística, así como para precisar el lugar que esta ocupa dentro de los circuitos empresariales de sus socios. Se trata, pues, de establecer las dimensiones económicas y políticas de la empresa periodística en nuestro país (Álvarez Vega, 1983, pp. 10-12).

¹⁴ Señalando una subvención de \$40 mensuales a todo periódico que se publique en el país.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3346009&managementType=1>

El comienzo y la evolución de los medios de comunicación, y su relación incipiente con el poder político se plasma en otro escrito de Álvarez Vega (1994) a partir del momento del ajusticiamiento de Rafael Leónidas Trujillo. Ahí explica el vínculo inicial mediático existente en la República Dominicana entre las dos estructuras de poder:

En 1961, el país contaba con solo tres periódicos diarios, 36 emisoras de radio y dos plantas de televisión. El contenido de estos medios giraba, como toda la vida nacional, alrededor de la figura del jefe, del su Gobierno y de su familia (Álvarez Vega, 1994, p. 158).

De forma aún más cercana en el tiempo, López Reyes (2003) reporta los principales oligopolios en la comunicación explotando casos de diversos países. En este estudio se desglosan los grupos económicos de poder y se describen los casos que cuentan con leyes antimonopólicas, que podrían haberse formulado para luchar contra la concentración mediática. Los oligopolios dominicanos que menciona y que tuvieron mayor fuerza en la República Dominicana durante el periodo analizado por su investigación fueron: “Leonel Almonte, propietario del Grupo Financiero Universal, José Luis (Pepín) Corripio Estrada dueño de numerosas compañías y Rodolfo Lama Jaar, que en el año 1994-95 se convirtió en el dominicano con más estaciones de radio” (López Reyes, 2003, pp. 78-79).

Por su parte, Cruz Sánchez (2007) analiza la relación entre el Estado (en este caso la dictadura de Trujillo) y la prensa confirmando que el autoritarismo, la censura y persecución en contra de los representantes de la prensa escrita de la época se ejercían mutilando las noticias reales “[...] los medios impresos y audiovisuales durante aquel largo periodo de terror y oscurantismo permanecieron siempre bajo el control y al servicio de la dictadura” (Cruz Sánchez, 2007, p. 211).

Volviendo al tema de la concentración mediática, Ramón Colombo (2010) (ex director de la planta televisora estatal Canal 4), analiza este tema para el caso dominicano y explora cómo se ha desarrollado la relación entre el Estado y los medios y cómo ha sido la evolución del sistema mediático a lo largo de medio siglo. Divide el proceso por etapas y, de los diferentes periodos, toma como muestra la explicación de la relación entre el Estado y la prensa durante el gobierno del expresidente Leonel Fernández¹⁵. En este tiempo se resaltan las medidas tomadas desde el poder para fortalecer el acercamiento a los propietarios de los medios de comunicación:

En cuanto llegó al poder Leonel Fernández creó dos instrumentos concurrentes a una estrategia de dominio mediático sin precedentes en la historia moderna: la Dirección de Información Análisis y Planificación Estratégica (DIAPE), aparato de monitoreo y procesamiento de toda expresión pública, y el Centro de Información Gubernamental (CIG), órgano de propaganda dotado de un amplio presupuesto.

Esta estrategia mediática determinó un aumento extraordinario de la publicidad estatal, esta vez proveniente en gran parte de las instituciones centralizadas del Poder Ejecutivo, dado que habían quebrado las empresas estatales que antaño canalizaban esa inversión.

El ejercicio publicitario está basado, en cuanto a sus contenidos, estrictamente en las demandas propagandísticas de un proyecto permanente que busca, como es ya tradición en este país, la reiteración en el poder del grupo y/o el partido gobernante (Colombo, 2010, p. 46).

¹⁵ Lo hace de esta manera porque dentro del periodo objeto de estudio de este trabajo, que abarca el periodo 1990-2023, el exmandatario Leonel Fernández gobernó 12 años (1996-2000/2004-2012).

Mastrini y Becerra (2009b), analizan en su obra el estado de la concentración mediática en los países latinoamericanos y, refiriéndose a República Dominicana indican la dificultad de tener acceso a datos reales sobre las industrias culturales en el país. Aun así, sostienen que la prensa escrita mantiene una estrecha relación con el sector político del país, el mercado publicitario está concentrado en torno a Santo Domingo y:

“en términos generales tanto el cine, como a la industria musical y la producción de libros, no han tenido un importante desarrollo. En los primeros dos sectores es fuertemente dependiente de la producción estadounidense.” (Mastrini & Becerra, 2009b, p. 192).

Los autores destacan la importancia que tienen los medios tradicionales para la captación de publicidad.

La televisión logra quedarse con el 70% de la inversión. La prensa se ubica en un segundo lugar con el 22% y la radio alcanza un 13%. El mercado es muy inestable con fuerte incidencia de la publicidad de los partidos políticos en los periodos electorales. (Mastrini & Becerra, 2009b, p. 199)

Por iniciativa de la Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE) se redactó “El Libro Blanco del Periodismo”, coordinado por Elina María Cruz (2011). Para este proyecto, se seleccionó un grupo de profesionales del área de la comunicación, que trataron diversos temas y dieron como resultado una panorámica del sector de los medios que se tenía en ese momento. En esta obra se detalla la evolución de los medios, de las disposiciones legales vinculadas a la comunicación y de los principales grupos que operan en el sector¹⁶.

En este mismo sentido, en el año 2017, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), dentro del programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, realizó el “Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana” para determinar, aplicando los indicadores propios de dicha institución, cómo se encontraba el desarrollo comunicacional del país¹⁷. Los principales hallazgos encontrados por los investigadores de este informe sobre la cuestión de la concentración mediática fueron:

Los principales oligopolios mediáticos dominicanos son el Grupo de Comunicación Corripio y el grupo Telemicro. El primero posee cuatro de los ocho diarios impresos del país, tres de los principales canales de televisión y dos emisoras de radio. El grupo Telemicro es dueño de tres canales de televisión, 73 emisoras de radio y una compañía de telecable, que opera en todo el territorio nacional. Ambos grupos tienen inversiones en muchas otras áreas de la economía y mantienen excelentes relaciones con el Estado (UNESCO, 2017, p. 45).

De este modo y considerando los trabajos revisados para esta tesis doctoral, se puede concluir que existe aún un campo de estudio apenas explorado en República Dominicana, donde la EPC puede contribuir a describir o explicar la relación entre los actores

¹⁶ También analiza la cuestión de la corresponsalia internacional y finalmente establece un reporte con las academias donde se podía estudiar comunicación social con mención periodismo.

¹⁷ Como se menciona en la explicación de la metodología de esta tesis, el estudio de la UNESCO (2017) ha servido de base, fundamentalmente, para construir las preguntas de las entrevistas que se realizaron para esta investigación.

mediáticos (y su estructura) y el poder político. Este enfoque presenta muchas similitudes con estudios previos de países de Latinoamérica.

2.2 Comunicación y política: el estudio de los modelos de sistemas de medios de comunicación

La relación entre los medios de comunicación y la política se crea por la necesidad y la dependencia entre ambas partes. El sociólogo Herbert Gans (1979) llegó a hacer la comparación en forma de metáfora: la relación entre el Estado y la prensa es similar a un baile de tango. Explica cómo los periodistas y los funcionarios mantienen una relación de interacción constante, donde a menudo es el gobierno quien marca la agenda, y los medios la siguen.

La cultura y las características propias de los países son las que hacen que su sistema mediático sea el reflejo de la nación estudiada. Humphreys (1996) lo describe de la siguiente manera: “Se puede esperar que los sistemas de medios varíen significativamente entre países porque la política y las políticas marcan diferencias” (Humphreys, 1996, p. 2). Son varios los estudios que se han realizado sobre la relación de los sistemas mediáticos con los sistemas políticos y son diversos los modelos que se han planteado a lo largo de los años y las investigaciones que se han publicado respecto a este tema. Siguiendo un orden cronológico, los investigadores de Siebert et-al. (1956) publicaron una de las primeras obras que analiza la relación entre el sistema mediático y la política, en la que destacan esta particular combinación: “la prensa toma la forma y la coloración de las estructuras sociales y políticas en las que opera” (Siebert et al., 1956, pp. 1-2). En otras palabras, la prensa será la expresión de la sociedad en la que se recogen tradiciones, cultura y todo lo que pueda identificarla con el país investigado. Como se muestra en la Tabla 3, los modelos de prensa diseñados por los autores tienen esta característica: son la mejor carta de presentación de cada una de las naciones que se describen. Los investigadores plantean un modelo que ha sido la guía de cómo se percibía a la prensa y ha sido la base de muchas investigaciones vigentes hasta el día de hoy.

Tabla 3 Modelos de prensa según Siebert, Peterson y Schramm

Autoritario	Liberal	Comunista	Responsabilidad social
Desarrollado en los siglos XVI y XVII en Europa.	Surgió en Inglaterra en el siglo XVII, se extendió a Estados Unidos y el continente europeo	Surgió a principios del siglo XX en la Unión Soviética.	Surgió a mediados del siglo XX en los Estados Unidos a partir de la tradición liberal.
Derivado del poder absoluto del monarca.	Derivado del pensamiento de la Ilustración y los derechos naturales.	Derivado de Marx y Lenin.	Derivado de los escritos de la Comisión de la Libertad de Prensa y de otros críticos de la prensa libertaria.
Finalidad: Apoyar al estado y liderazgo.	Finalidad: para ayudar a encontrar la verdad, informar, interpretar, entretener.	Finalidad: Apoyar el sistema Marxista, servir al pueblo.	Finalidad: Principalmente informar y educar, para ayudar al progreso social
Licencias, la censura, el poder autocrático, las leyes.	Autodeterminación editorial; separación del Estado y la prensa.	Teóricamente, el pueblo tiene la propiedad de la prensa y puede usarla.	La prensa debe estar abierta a todo aquel que tenga algo que decir. La responsabilidad social de la prensa es más importante que su libertad.
Ninguna crítica o amenaza a la estructura de poder está permitida.	Medios de comunicación controlados por los propietarios en un mercado libre de las ideas y por los tribunales. No existe la censura previa.	Medios controlados por el aparato gubernamental del Partido Comunista. Los medios no pueden criticar los objetivos del Partido.	Controlados por la opinión de la comunidad y las acciones de los consumidores, y por códigos éticos, consejos de prensa, etc. No publicación de la información socialmente dañina o invasión de los derechos privados
Propiedad de gobernante, el partido o los particulares.	Propiedad privada.	Propiedad del pueblo	Propiedad privada, pero con la amenaza de la intervención del gobierno para asegurar el servicio público.
Precusores: Hobbes, Hegel, Maquiavelo.	Precusores: Locke, Milton, Mill, Adam Smith.	Precusores: Marx, Lenin, Stalin, Mao, Castro, Gorbachov.	
Ejemplos hoy: Irán, Paraguay, Nigeria.	Ejemplos hoy: Estados Unidos, Japón, Alemania.	Ejemplos hoy: China, Cuba, Korea del Norte.	Ejemplos hoy: ninguno; varios países tienden hacia este modelo, entre ellos Estados Unidos

Fuente: Lambeth et al., 1995, p. 5.

Años después de la publicación de este esquema propuesto por Siebert et-al. (1956), Merrill (1990) comenzó a ver el ejercicio periodístico desde el escrutinio de la filosofía, donde externó su preocupación acerca de la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación por la falta de seriedad de sus periodistas, aunque reconociendo que en Estados Unidos eran más los que trabajaban de una manera honesta y seria. Ante la disminución de la confianza de los medios, Merrill entendía que se laceraba la base de la filosofía de la sociedad. Partiendo de esta intranquilidad, analizó la relación entre la prensa y el Estado desde corrientes filosóficas, incluyendo también “formas importantes no identificadas dentro de la tipología de Siebert, Peterson y Schramm (1956)” (Hernández Prieto, 2015, p. 64).

Altschull (1984) utilizó la economía para poder organizar y clasificar otra clasificación de los sistemas de prensa, con una división basada en el desarrollo de los países (primer mundo, segundo mundo y tercer mundo), tal como puede apreciarse en la Tabla 4.

Tabla 4 Sistemas de prensa según J. Herbert Altschull

Mercado (Primer Mundo)	Marxismo (Segundo Mundo)	Avanzando (Tercer Mundo)
El periodista busca la verdad.	El periodista busca la verdad.	Los periodistas sirven a la verdad.
Los periodistas son socialmente responsables.	Los periodistas son socialmente responsables.	Los periodistas son socialmente responsables.
Los periodistas informan de una forma no política.	Los periodistas informan de una forma no política.	Los periodistas educan de forma política.
Los periodistas sirven a los ciudadanos con imparcialidad y apoyan el capitalismo.	Los periodistas sirven a los ciudadanos demandando apoyo para el socialismo.	Los periodistas sirven a los ciudadanos y al gobierno para la búsqueda del cambio.
Los periodistas sirven como perros guardianes del gobierno.	Los periodistas moldean visiones y cambian el comportamiento.	Los periodistas sirven como instrumentos para la paz
La prensa es libre de interferencias externas.	La prensa enseña conocimientos a la clase obrera.	La prensa unifica, no divide.
La prensa contribuye al derecho de los ciudadanos a estar informados.	La prensa sirve a las necesidades de los ciudadanos.	La prensa trabaja para el cambio social.
La prensa busca conocer y presentar la verdad.	La prensa facilita cambio efectivo.	La prensa es un instrumento de justicia social.
La prensa informa de manera justa y objetiva.	La prensa facilita el cambio efectivo.	La prensa es un instrumento de la justicia social.
Una prensa libre significa que los periodistas son libres de controles eternos.	La prensa reporta objetividad sobre la realidad.	La prensa es un vehículo para el intercambio de dos vías.
Una prensa libre no está al servicio del poder ni puede ser manipulada.	La prensa libre informa de toda opinión, no solo de la de los ricos	Una prensa libre significa libertad de conciencia para los periodistas.
Una prensa libre no necesita una política nacional de prensa para mantenerse libre.	Una prensa libre es necesaria para contrarrestar la opresión.	La libertad de prensa es menos importante que la visibilidad de la nación

Fuente: (Lambeth et al., 1995, p. 16).

Otra clasificación de los modelos del sistema de los medios de comunicación y su relación con el Estado es la que proporciona el estudio de Hallin y Mancini (2007). Es una de las propuestas que, en un principio, ha abarcado los distintos sistemas y en los diferentes países y muestra cómo es la combinación del gobierno y los medios tradicionales. Los modelos que plantean estos investigadores son: el modelo pluralista de la zona mediterránea, el modelo del norte de Europa y el modelo liberal del norte de América.

En muchos casos será razonable suponer que el sistema de medios de comunicación en esencia refleja otros aspectos de la estructura social, como por ejemplo el sistema de partidos. Pero hay muchos indicios del impacto propio de las instituciones de los medios de comunicación en otras estructuras sociales (Hallin & Mancini, 2007, p. 8).

Hallin y Mancini (2007) también fueron críticos con la propuesta de Siebert et al. (1956) porque entendían que existen diferencias entre el sistema mediático y las ideas que compartían basándose en la filosofía como la objetividad, la sociedad, todo lo que puede llegar a ser de interés público.

De hecho, Siebert, Peterson y Schramm, no analizaron empíricamente la relación entre sistemas de medios de comunicación y sistemas sociales. No observaron ni el funcionamiento real de los medios de comunicación, ni el de los sistemas sociales dentro de los cuales estos operaban: se ocuparon únicamente de los fundamentos o teorías en los cuales se basaban estos sistemas para legitimarse (Hallin & Mancini, 2007, p. 9).

Otra de las críticas hechas al trabajo de Siebert et al. (1956) fue que solo habían tomado como referencia a tres países: la Unión Soviética, Estados Unidos y Gran Bretaña, por lo

que Hallin y Mancini (2007) entendían que no se dejaba la posibilidad de poder comprender realmente cómo era la experiencia en Europa.

Su análisis tampoco era realmente comparativo, en parte esto se debe a las circunstancias de la Guerra Fría: su preocupación por la dicotomía entre los modelos opuestos de Estados Unidos y la Unión Soviética deja poco espacio en “*Cuatro teorías sobre la prensa*” para la auténtica diversidad de los sistemas de medios de comunicación en el mundo (Hallin & Mancini, 2007, p. 9).

Para los distintos modelos propuestos por Hallin y Mancini (2007) las variables utilizadas para caracterizar los sistemas de medios fueron el paralelismo político, el grado de profesionalización, la industria de la prensa y el papel del Estado en el medio de comunicación. Conjuntamente, dieron lugar a los tres modelos (pluralista polarizado, democrático corporativo y liberal, tal como puede observarse en la Tabla 5.

Tabla 5 Los tres modelos: características de los sistemas de medios de comunicación

	Modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado	Modelo del Norte de Europa o Democrático Corporativo	Modelo del Atlántico Norte o Liberal
	Francia, Grecia, Italia, Portugal y España	Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza	Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá e Irlanda
Industria de la prensa	Tiradas pequeñas, prensa de elite orientada políticamente	Tiradas grandes; aparición temprana de una prensa de masas	Tiradas medias; aparición temprana de la prensa comercial de masas
Paralelismo político	Alto nivel de paralelismo político; pluralismo extremo, prensa orientada hacia el comentario; modelo parlamentario o gubernamental de control de «la radiotelevisión: sistema de la política por encima de la radiotelevisión»	Pluralismo externo, especialmente en la prensa nacional; históricamente una prensa partidista importante; cambio hacia una prensa comercial neutral; sistema de «la política dentro de la radiotelevisión» con una considerable autonomía	Prensa comercial neutral; periodismo orientado hacia la información; pluralismo interno (pluralismo externo en Gran Bretaña); modelo profesional de control de la radiotelevisión: sistema formalmente autónomo
Profesionalización	Profesionalización menos, instrumentalización	Alto nivel de profesionalización; autorregulación institucionalizada.	Alto nivel de profesionalización; autorregulación no institucionalizada
Papel del Estado en el medio de comunicación	Fuerte intervención estatal; prensa subvencionada en Francia e Italia; periodos de censura; «desregulación salvaje» (excepto en Francia)	Fuerte intervención estatal pero con protección para la libertad de prensa; prensa subvencionada, especialmente en Escandinavia, fuerte radiotelevisión como servicio público	Dominio del mercado (excepto radiotelevisión pública fuerte en Gran Bretaña e Irlanda)

Fuente: Hallin y Mancini, 2007.

Tabla 6 Los tres modelos: características de los sistemas políticos

	Modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado	Modelo del Norte de Europa o Democrático Corporativo	Modelo del Atlántico Norte o Liberal
	Francia, Grecia, Italia, Portugal y España	Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza	Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá e Irlanda

	Modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado	Modelo del Norte de Europa o Democrático Corporativo	Modelo del Atlántico Norte o Liberal
Historia política: pautas de conflicto y consenso	Democratización tardía; pluralismo polarizado	Democratización temprana; pluralismo moderado (excepto Alemania y Austria antes de 1945)	Democratización temprana pluralismo moderado.
Gobierno de consenso o de mayoría	Ambos	Predominantemente de consenso	Predominantemente de mayoría
Pluralismo individual versus organizado	Pluralismo organizado; importante papel de los partidos políticos	Pluralismo organizado; históricamente pluralismo segmentado; corporativismo democrático	Representación individualizada más que pluralismo organizado (especialmente en Estados Unidos)
Papel del Estado	Dirigismo fuerte implicación del estado y de los partidos en la economía; periodos de autoritarismo, estado del bienestar fuerte en Francia e Italia	Estado del bienestar fuerte; implicación considerable del Estado en la economía	Liberalismo; estado del bienestar más débil, especialmente en Estados Unidos.
Autoridad racional-legal	Menor desarrollo de la autoridad racional-legal (excepto en Francia); clientelismo	Fuerte desarrollo de la autoridad racional-legal	Fuerte desarrollo de la autoridad racional-legal

Fuente: Hallin y Mancini (2007, p. 63).

Los modelos de Hallin y Mancini (2007) en parte coinciden con uno de los padres de la EPC, el canadiense Dallas Smythe, ya que en sus escritos destacaba la importancia de observar la comunicación desde una mirada política, pero sobre todo económica: “los medios de comunicación son, en un sentido muy importante, una institución política, pero también son (y cada vez con mayor frecuencia) empresas que están determinadas por factores económicos” (Hallin y Mancini, 2007, p. 44). Esta perspectiva es congruente con la idea de Smythe (1978b) según la cual el capitalismo utiliza la publicidad como ganancias por la exposición a través de los medios tradicionales. También coinciden con los planteamientos de Mastrini y Becerra (2006) sobre la concentración mediática y la relación con el Estado.

Parece probable que allí donde exista una alta concentración de capital habrá un nivel relativamente elevado de interrelación entre el Estado y los propietarios de los medios de comunicación, ya sea a través de subvenciones y regulaciones o bien en forma de vínculos clientelistas y alianzas partidarias, y, además, de un contexto similar, los medios de comunicación tenderán a acusar una mayor influencia de intereses empresariales externos. (Hallin y Mancini, 2007, p. 45)

Las características de cada uno de los modelos de Hallin y Mancini (2007) son:

- “El modelo mediterráneo o pluralista polarizado se caracteriza por una prensa orientada hacia una elite con tiradas relativamente cortas y una correspondiente importancia de los medios electrónicos” (Hallin y Mancini, 2007, p. 67).
- El segundo modelo se destaca por la libertad de prensa y las grandes tiradas: “El modelo del Norte y Centro de Europa o modelo Democrático Corporativo, se caracteriza por una historia de periódicos fuertemente partidistas y de otros medios de comunicación relacionados con grupos sociales organizados” (Hallin y Mancini, 2007, p. 68).
- El tercer modelo propuesto es “el modelo del Atlántico Norte o Liberal, en el que domina la prensa comercial, el nivel de paralelismo político es bajo y predomina el

pluralismo interno, con la importante excepción de la prensa británica, altamente partidista” (Hallin y Mancini, 2007, p. 69).

En los países del modelo Liberal los medios de comunicación se encuentran más próximos al mundo empresarial y más lejos del mundo de la política; en los sistemas del modelo Pluralista Polarizado, los medios se encuentran relativamente integrados en el mundo político; y en los países del modelo Democrático Corporativo los medios han tenido relaciones importantes, tanto con el mundo político como con el empresarial, aunque más recientemente han disminuido de forma significativa sus vínculos con la política (Hallin y Mancini, 2007, p. 70).

A pesar de la utilidad para los estudios académicos de estos modelos, las críticas no tardaron en aparecer, principalmente por las limitaciones que plantea tanto al tratar de aplicarlo a otros contextos geográficos como al observar las transformaciones contemporáneas de los sistemas mediáticos sometidos a la globalización y la digitalización. Así, aunque los modelos de Hallin y Mancini proporcionan una base útil para el análisis comparativo, presentan desafíos significativos cuando se intenta aplicarlos directamente a contextos latinoamericanos. La diversidad política y mediática en América Latina, junto con la influencia de factores históricos y culturales específicos de la región, requiere una adaptación cuidadosa y, en algunos casos, la creación de nuevas categorías analíticas que reflejen mejor la realidad local.

De manera general, en América Latina, los sistemas mediáticos presentan características que coinciden con el modelo pluralista polarizado, como el alto grado de paralelismo político, la instrumentalización de los medios por parte de actores políticos y económicos, y la tendencia a una prensa de élite con baja circulación. Por ejemplo, en países como Brasil, la prensa ha sido históricamente utilizada como herramienta de influencia política y los medios de comunicación han reflejado las divisiones políticas del país (Hallin y Mancini, 2012). Sin embargo, hay diferencias significativas que limitan la aplicación directa del modelo. A diferencia de los países europeos, donde se originó el modelo, en América Latina hay una prevalencia de la propiedad privada casi total de los medios de radiodifusión desde sus inicios y una falta de centralidad de los partidos políticos debido a la presencia de sistemas presidenciales más personalizados, lo cual difiere del paralelismo político definido por Hallin y Mancini. Además, los medios latinoamericanos tienden a adoptar posturas más neutrales hacia sus audiencias, en contraste con el marcado alineamiento político observado en algunos contextos europeos (Hallin y Mancini, 2012).

Los modelos, sin embargo, pueden ser adaptados para explicar los contextos latinoamericanos, pero requieren ciertas modificaciones para capturar en toda su complejidad las particularidades de la región. Aunque los sistemas mediáticos latinoamericanos comparten algunos rasgos con los modelos pluralista polarizado y liberal, presentan una combinación única de elementos que difieren de los sistemas mediáticos de Europa y América del Norte. En América Latina, los sistemas mediáticos han evolucionado de manera que se asemejan al modelo pluralista polarizado, con una prensa de baja circulación, alta politización y una fuerte instrumentalización de los medios por actores políticos y económicos. Como en el sur de Europa, los medios en América Latina han tendido a ser utilizados como herramientas de intervención política, reflejando las divisiones políticas e ideológicas del país. Sin embargo, a diferencia de Europa, donde las subvenciones estatales y los medios públicos juegan un papel

significativo, en América Latina la intervención del Estado ha sido más inconsistente y a menudo se ha centrado en la publicidad institucional para sostener la estabilidad financiera de los medios (Hallin y Mancini, 2007, p. 92).

Además, la influencia del modelo liberal también es evidente en América Latina debido a la fuerte presencia de conglomerados mediáticos privados y la adopción de prácticas periodísticas inspiradas en el modelo estadounidense. Sin embargo, esta influencia coexiste con las tradiciones mediáticas europeas, creando una tipología híbrida que refleja tanto las tendencias del mercado como las intervenciones estatales más activas. En este sentido, los medios latinoamericanos muestran una mezcla de prácticas que oscila entre la mercantilización y la búsqueda de profesionalización, aunque esta última sigue siendo limitada debido a factores como la baja autonomía de los periodistas y la dependencia económica de los medios en la publicidad estatal (Hallin y Mancini, 2007, p. 92).

Campos-Freire (2009) explica que la obra de Hallin y Mancini (2007) (en las distintas ediciones a partir del año 2004), no describe las situaciones de la realidad política y mediática de la época¹⁸.

El Modelo de “Sistemas mediáticos comparados” trazado por Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2004, 2007, 2008) sirve para esquematizar el itinerario histórico, pero no abarca algunos de los nuevos fenómenos propios de la política y la comunicación del siglo XXI. Esa emblemática investigación es la observación de la historia, evolución y trayectoria de las principales estructuras de comunicación del siglo XX, en paralelo y respecto a los respectivos sistemas políticos de los países europeos y norteamericano. En el Siglo XXI, los sistemas políticos y los mediáticos son mucho más amplios y complejos porque ahora entran en juego nuevas tecnologías y dinámicas de la sociedad de la información, la globalización, la multipolarización, la ciberparticipación, las redes sociales y también la planetarización de las crisis (Campos-Freire, 2009, pp. 4-5).

En esta misma línea, Campos Freire sostiene que los modelos tienen grandes dificultades para encajar en contextos como el latinoamericano.

Los sistemas de medios en América Latina no encajan estrictamente en ninguno de estos tres modelos. Los medios latinoamericanos pueden considerarse una tipología híbrida que presenta coincidencias tanto con el modelo pluralista polarizado, característico del sur de Europa, especialmente de la Europa latina, como con el liberal que prevalece en América del Norte, Gran Bretaña e Irlanda (Campos-Freire, 2009, pp. 5-6).

Otra de las críticas que se le ha hecho al modelo de Hallin y Mancini (2007) ha venido de la mano de del profesor norteamericano Humphreys (2012). A pesar de esa crítica, Hernández Prieto (2015) sostiene:

Humphreys (2012) ha criticado algunos aspectos de forma del estudio comparativo de Hallin y Mancini (2007); sin embargo, a falta de otro modelo obtenido de acuerdo con el método científico y que permita avanzar en el estudio de las relaciones que se establecen entre la estructura social, política y económica de un país y su sistema mediático, esta investigación continúa siendo un referente para el campo. Dejando a un lado estas diferencias, aun se establece un acuerdo entre los distintos autores sobre los principios que deben ser protegidos o respetados por los medios tradicionales en los países que buscan seguir el método liberal/ democrático de sistema de medios. El desacuerdo se encuentra

¹⁸ Aun así, Campos-Freire afirma que “Pese a todo, el esquema de análisis de Hallin y Mancini sigue siendo válido e importante para analizar los sistemas mediáticos y audiovisuales tradicionales porque no han cambiado en lo sustancial” (Campos-Freire, 2009, p. 4).

principalmente en las estrategias a seguir para que estos principios sean alcanzados (por ejemplo, por la regulación, la autorregulación o las fuerzas del mercado) (Hernández Prieto, 2015, p. 64).

Mastrini (2014) ha especificado que es necesario partir de cuatro principios en la configuración de los distintos sistemas mediáticos. El primero de ellos es la independencia, es decir, una exposición de los medios sin la intromisión forzada de los gobiernos, de empresarios o sectores de la sociedad con lo que se quiere lograr una prensa con el punto suficiente de la criticidad y autosuficiencia para estar lo más apegado a la verdad que se pueda. El segundo principio es la diversidad y el pluralismo: la riqueza que se puede tener a partir de los debates de las diversas ideas en un espacio y que otorga la oportunidad de que diversas voces se puedan pronunciar, enriqueciendo el discurso de los medios. El tercer principio es la calidad de la información, que se consigue contratando un personal profesional apegado a la ética, que trabaje una información de calidad, comprobable, verás, confiable, lo más objetiva que se pueda aspirar y donde se puedan mostrar todas las partes a fin de lograr un equilibrio en la información. El cuarto principio hace referencia al orden social y cultural, buscando que los medios mantengan un lenguaje acorde con los valores básicos de la sociedad, donde se incentive la paz social, no se violen las normativas y se promueva la cultura de los diversos grupos minoritarios.

Para ello se evidencia la necesidad de una regulación que tenga en cuenta el valor de la diversidad en sí misma, para observar de cerca los distintos puntos de vistas que puedan llegar a generar un conflicto, en la que los valores de la sociedad cedan un espacio para que se puedan expresar las minorías, sin que esto altere los principios de las sociedades: “uno de los objetivos de la regulación de los medios es precisamente la gestión de esas tensiones y la mediación en los conflictos” (Hernández Prieto, 2015, p. 65).

Guerrero (2017) critica que el sistema mediático latinoamericano no se parece a la descripción de los modelos propuestos por Hallin y Mancini (2007), coincidiendo a su vez con Campos-Freire (2009) con que no es un híbrido entre los modelos pluralista polarizado, liberal y corporativo democrático, sino que tiene su propia esencia. Para dar cuenta de ellos, Guerrero realiza una nueva propuesta para definirlos que ha denominado: “liberales capturados” (Tabla 7).

Con diversos grados de semejanza frente al tipo ideal, se sostiene que los sistemas mediáticos latinoamericanos pueden definirse como liberales capturados, pues si bien se fundamentan en principios constitucionales de tipo liberal y en modelos comerciales privados, la efectividad de la regulación mediática y la función de vigilancia del periodismo se vuelven rehenes de los intereses políticos tanto de actores gubernamentales como de la clase mediática. Por ello, no es un término que pretenda abarcar todo tipo de modelos mediáticos en donde exista injerencia de parte de grupos políticos —o del Estado mismo— sobre los contenidos, o en donde los intereses de los dueños determinen la política editorial (Guerrero, 2017, p. 98).

Tabla 7 Modelo Liberal Capturado

Variables	Definición	Ámbitos o criterios
Baja eficiencia Regulatoria	Deficiente aplicación o inexistencia de marcos legales adecuados que permitan la consolidación de mercados mediáticos más abiertos y plurales	Tendencias hacia la concentración en los mercados mediáticos • Discrecionalidad en el gasto público publicitario • Colonización de estructuras mediáticas por parte de la clase política y de espacios políticos por parte de la clase mediática • Captura de espacios de regulación por parte de grandes grupos mediáticos.
Alto grado de instrumentalización de la función informativa de los medios	Condiciones desfavorables y falta de protección para la práctica del periodismo profesional.	Ausencia de mecanismos adecuados de protección al desempeño periodístico (pobre investigación y espacios de tolerancia en casos de violencia). • Falta de condiciones favorables al surgimiento de un periodismo profesional (injerencia de intereses extra periodísticos, sobre todo, políticos y corporativos).

Fuente: (Guerrero, 2017, p. 123).

El modelo «liberal-capturado» de medios propuesto para caracteriza a América Latina de Guerrero no tiene, según sus palabras, “pretensiones normativas, sino que es únicamente una confección de tipo ideal que engloba, de forma general, algunas de las coincidencias más visibles del contexto político y de la manera en que actualmente este incide en la operación del conjunto de los sistemas de medios tradicionales” (Guerrero, 2017, p. 124). En su propuesta afirma que parte de la construcción de un sistema mediático que ha sido modificado por el sistema político necesita una efectiva regulación. Para poder dar cuenta del nuevo modelo para América Latina, es necesario que se utilicen otras variables, al igual que perspectivas complementarias. En este sentido, el autor resalta la importancia de tomar la historia política latinoamericana partiendo de la década del ochenta, debido a que en casi todos los países latinoamericanos ya se había superado el autoritarismo que había imperado desde antes de la década del cuarenta hasta finales de los setenta.

Y he aquí una de las diferencias centrales entre el corporativismo de la Europa central y mediterránea y el latinoamericano: el grado de consolidación de las estructuras estatales. Mientras en Europa es posible hablar de claras tendencias hacia modelos corporativistas (sobre todo societales, pero también en ciertos casos estatales) con base en la existencia de estructuras estatales consolidadas y de un grado alto de institucionalización del conflicto político, en América Latina, si bien hay ejemplos muy claros de corporativismo estatal, sobre todo durante los periodos populistas y autoritarios, la política postransitoria desde los años ochenta ha dejado ver que más que una tradición corporativista profunda y extensa, lo que ha habido son prácticas políticas corporativistas frente a ciertos sectores, pero a partir de estructuras estatales más frágiles y con menores grados de institucionalización del conflicto político y del acuerdo sobre la competencia por el poder. En pocas palabras, la capacidad de imponer relaciones de tipo corporativista en América Latina ha dependido menos de la existencia de estructuras estatales consolidadas con altos grados de institucionalización del conflicto político, que de coaliciones de actores políticos poderosos. Esta mayor fragilidad institucional ayuda a explicar, por ejemplo, tanto la precariedad de los sistemas de partidos, como la relativamente baja efectividad de los sistemas de rendición de cuentas (Guerrero, 2017, p. 102).

Guerrero (2017) también detalla que en los años de mayor virulencia de los autoritarismos “los gobiernos actuaron con un doble rasero frente a los medios: por un lado, persiguiendo

al periodismo crítico y, por el otro, manteniendo relaciones cercanas con los dueños de los medios más establecidos, a quienes, no pocas veces, favorecieron con protecciones, subsidios y contratos (Guerrero, 2017, p. 104). Pasado el periodo autoritario, Guerrero (2017) insiste en que la clase política dominante buscó el espacio dentro de la clase media, con dispositivos de control más sutiles que los empleados durante los años del autoritarismo, pero que le permitiera gestionar las decisiones. Para hacerlo utilizó las normativas, el poder o no otorgar licencias, la sumisión de los medios frente a la amenaza de retiro de los compromisos publicitarios y, sobre todo, fomentar el surgimiento de medios de comunicación que respondieran a los intereses partidarios. Todo eso hizo que poco a poco se perdiera la libertad.

En 2002, Freedom House señalaba que, en cuanto al ejercicio de la libertad de prensa, de los 21 países de América Latina (incluyendo a Cuba, Haití, Belice y República Dominicana), se contaban 8 países como «Libres», 11 como «Parcialmente libres» y 2 como «No libres». En cambio, para 2015, se cuentan 3 países como «Libres», 9 como «Parcialmente libres» y 5 como «No libres». Por lo general, esta situación no deriva de políticas instauradas desde los gobiernos de las democracias electorales latinoamericanas para reiniciar las persecuciones a periodistas y medios como ocurría en los autoritarismos, sino que resulta de la falta de garantías adecuadas para el desempeño periodístico o, peor aún, al desinterés y la falta de capacidad de las autoridades para llevar a cabo procesos de investigación efectivos en los casos de violencia contra periodistas (Guerrero, 2017, p. 119).

El panorama presentado por Freedom House (y citado por Guerrero) cambia radicalmente trece años después. El mismo estudio realizado en el año 2015¹⁹ muestra cómo se reducen considerablemente los países que pueden ejercer el periodismo con mayor libertad. Además, se señala que Latinoamérica es uno de los peores lugares para poder ejercer la carrera periodística. En 2015, los países “Libres” eran Belice, Uruguay y Costa Rica; los “Parcialmente libres” eran: Guatemala, El Salvador, Chile Nicaragua, Panamá, Colombia, Paraguay, Brasil y Argentina, y los categorizados como “No libres”, México, Venezuela, Cuba, Honduras y Ecuador.

El sistema mediático de la República Dominicana ha experimentado una evolución constante, reflejando las transformaciones sociales ocurridas desde mediados del siglo XX. En los siguientes capítulos de esta tesis doctoral, se empleará este marco teórico como referencia fundamental para el análisis del caso de estudio, con el fin de establecer paralelismos y extraer conclusiones en relación con los objetivos planteados.

¹⁹ Disponible en: https://freedomhouse.org/sites/default/files/FreedomofthePress_2015_FINAL.pdf

3. Políticas públicas de comunicación y marco regulatorio del sistema de medios en República Dominicana

En este capítulo se procederá a describir y analizar, de forma cronológica, las leyes, decretos, reglamentos y reformas que se han emitido y promulgado en República Dominicana, que han dado forma a las políticas de comunicación y que han estado ligadas al desarrollo del sistema mediático a lo largo del tiempo. Para ello, el análisis presentado en las siguientes páginas está dividido en dos dimensiones:

- a. por un lado, la evolución de las normativas que regulan aspectos estructurales y técnicos de la comunicación;
- b. por otro, la descripción de las normativas que regulan aspectos vinculados a la libertad de expresión y a los contenidos.

Al evaluar ambas dimensiones, el análisis se enfoca, cuando es posible, en el vínculo entre la esfera política (Estado, gobierno, partidos) y su relación con el sistema mediático. La poca actualización de muchas de las leyes y normativas para ajustarlas a la época actual junto con una constante tendencia reactiva, a legislar con posterioridad a la entrada de los actores mediáticos y la configuración de la estructura del sistema son algunas de las razones por las cuales se podría decir que el Estado ha sido permisivo y liberal con los propietarios y dueños de los medios de comunicación, lo que ha contribuido a fomentar la concentración mediática y con el tiempo la aparición de oligopolios.

El capítulo hace un recorrido longitudinal, describiendo la evolución de las normativas que contribuyeron a establecer los primeros parámetros para la operación de las telecomunicaciones en el país, sentando las bases de su estructura desde finales del siglo XIX y principios del XX. Asimismo, examina cómo dichas regulaciones fueron adaptándose a lo largo de los distintos periodos de gobierno hasta alcanzar su forma actual en 2023. También revisa las leyes y reglamentos que sirvieron para el control (mediante la censura o la autocensura) o para la libertad de expresión de los contenidos y que, conjuntamente con las anteriores, posibilitaron la extraordinaria expansión del sistema

mediático dominicano, o, como expresa Colombo (2010, p. 38) “de una alucinante estructura mediática dominicana [que] no se corresponde con el hecho de que este pequeño país cuenta con un 11 % de analfabetismo, apenas dispone de una escuela por cada 5 kilómetros cuadrados y 10,000 habitantes. Pero paradójicamente cuenta con un medio de comunicación para cada 73 kilómetros cuadrados, o un medio por cada 15 mil habitantes”.

Algunas de las leyes que se describirán a continuación están vigentes en la actualidad, como es el caso, por citar solo un ejemplo, de la Ley 1951 del año 1949 que es la normativa con la que se crea la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos, una ley que tiene 74 años y que, con sucesivas adaptaciones, sigue vigente en el 2023. Por ello, el recorrido que se realiza a continuación abarca no solo el entramado normativo aprobado e implementado entre 1990 y 2023, sino que se remonta a etapas históricas anteriores para dar cuenta y comprender la situación regulatoria actual. En la Tabla 8 aparece el elenco de las principales leyes y decretos aprobados por los distintos gobiernos entre 1930 y 2023; muchas de ellas serán analizadas en las siguientes páginas.

Como se verá a lo largo de este capítulo, la regulación sobre comunicación y medios en República Dominicana presenta características específicas que, analizadas en su conjunto, y observadas en su evolución histórica, como se realizará a lo largo de este capítulo, definen un marco legal para el país que puede sintetizarse en cuatro notas distintivas.

En primer lugar, como ya han señalado otros estudios, conforma un conjunto anacrónico de disposiciones legales donde coexisten, de manera desordenada, normas “creadas hace más de 30 años, durante periodos de dictadura o en un entorno social y político que no otorgaba suficiente valor a la participación de la sociedad en el diseño de las políticas públicas” (UNESCO, 2017: 81) junto con algunas pocas normativas actualizadas. El marco normativo de la República Dominicana en materia de medios de comunicación se define por ser “anticuado” y por estar “desarticulado” (Rosario Adames, 2022):

La República Dominicana mantiene vivo un armazón legislativo antiguo y variado. Un Código Penal que tiene 134 años y que incluye varios controles y limitaciones a los medios de comunicación. Mantiene vigente también la Ley 6132, sobre expresión y difusión del pensamiento, aprobada por el Consejo de Estado que presidió Rafael F. Bonelly, hace 56 años. También mantiene vigente el Reglamento 824 de espectáculos públicos y radiofonía, aprobado hace 47 años, para regular las emisiones de radio y las actividades artísticas (Rosario Adames, 2022, p. 193)

En segundo lugar, se caracteriza por la dispersión normativa y la fragmentación que mantienen separadas, en compartimentos estancos, las directrices sobre infraestructuras y mercados, por un lado, y sobre contenidos, por otro. La ausencia de políticas integradas que aborden de manera holística el ecosistema comunicacional dificulta su articulación, limitando, en muchos casos, la efectividad de las regulaciones y la capacidad de adaptación a las nuevas dinámicas sociales, tecnológicas y de mercado.

En tercer lugar, y vinculado a las dos cuestiones descritas anteriormente, presenta reiterados fracasos en sus intentos de actualizar las normativas que abordan la libertad de expresión y regulan los contenidos y muestra un “vacío regulatorio” en cuanto a las limitaciones de la competencia en el sector, especialmente frente a la conformación de propiedades concentradas. A pesar de que, como se verá a lo largo del desarrollo de este

capítulo, ha habido múltiples tentativas y pedidos de renovar el marco legal en torno a estas dos cuestiones (y también a otras), mediante peticiones o iniciativas de actores del sistema político, estas no han conseguido prosperar y han quedado “encajonadas” en las instituciones o en los organismos técnicos del sector.

Por último, y quizá la particularidad más distintiva, es la falta de planificación general, la presencia de una repetida dinámica donde la elaboración e implementación de las normativas siguen (son posteriores) a los desarrollos del mercado, a la emergencia de los actores y a la introducción de los cambios tecnológicos. Esta tendencia reactiva no solo debilita la capacidad del Estado para anticiparse y regular de manera efectiva, sino que también genera, muchas veces, un entorno de incertidumbre jurídica, donde los actores operan en un escenario de reglas ambiguas, arcaicas o inexistentes, que pueden propiciar prácticas poco transparentes y la consolidación de estructuras de poder que escapan al control regulatorio.

Tabla 8. Principales leyes y decretos en materia de comunicación en República Dominicana (1930-2023)

Periodo de gobierno	Ley/Decreto	Año	Tema
Rafael Leónidas Trujillo (1930-1938)	Ley 511 sobre emisoras radioeléctricas	1933	Regula las emisoras radioeléctricas (estaciones radiodifusoras, experimentales y de aficionados)
	Reglamento 833 para la aplicación de la Ley 511 sobre estaciones radioeléctricas	1933	Reglamenta la aplicación de la Ley 511
	Decreto 851 que reforma el reglamento 833	1933	Modifica el art. 2 del Reglamento 833
	Ley 725 que modifica la Ley 511 sobre estaciones radioeléctricas	1934	Modifica los art. 6 y 40 de la Ley 511
	Ley 879 que deroga el art. 7 de la Ley 511 sobre estaciones radioeléctricas	1935	Modifica el art. 7 de la Ley 511
	Decreto 1283 que reforma el Reglamento 833	1935	Modifica los art. 3 y 4 del Reglamento 833
	Ley 916, Reglamentación de las funciones cinematográficas para niños	1935	Antecedente. Regula los contenidos cinematográficos
	Ley 1342, Aprobación de la Convención Internacional referente al uso de la radiodifusión en interés de la paz	1937	Regula los contenidos
	Ley 1435 que modifica la ley 511	1937	Modifica el art. 1 de la Ley 511
	Ley 1474 de vías de comunicación	1938	Armoniza las normativas anteriores en materia de telecomunicaciones Vigente durante 28 años, hasta 1966
Manuel de Jesús Troncoso de la Concha (1940-1942)	Ley 1556 que ratifica la Convención Interamericana sobre Radiocomunicaciones	1938	Ratifica la Convención Interamericana de Radiocomunicaciones
	Ley 579 que suprime las Secretarías de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas, crea la Dirección General de Comunicaciones y modifica la Ley de Secretarías de Estado	1941	Crea la Dirección General de Comunicaciones
	Reglamento 1002 sobre el registro de aparatos radioreceptores	1941	Fija la obligatoriedad de comunicar a la Secretaría de Estado de Comunicaciones la posesión de aparatos de radioreceptores y pagar un impuesto
Rafael Leónidas Trujillo (1942-1952)	Ley 1083, que crea la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía	1946	Instruye la creación de la Comisión
	Ley 1388 que modifica la Ley 1474 de vías de comunicación	1947	Modifica los art. 95 y 307 de la Ley 1474 (obligación de notificar la venta de aparatos receptores)
	Ley 1405, sobre funciones y espectáculos públicos para menores de catorce años	1947	Reforma la Ley 916 sobre contenidos cinematográficos
	Ley 1470 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía	1947	Sustituye a la Ley 1083 que creó la Comisión
	Ley 1664, que modifica el acápite del art. 2 de la Ley 1470	1948	Modifica la Ley 1470 que creó la Comisión

	Ley 1951 que establece la reglamentación para espectáculos públicos y emisiones radiofónicas	1949	Deroga y sustituye a la Ley 1470 y sus modificaciones (leyes 1405 y 1664)
	Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y emisiones radiofónicas	1949	1er Reglamento. Reglamenta la Ley 1951. Derogado y sustituido por el reglamento 995, de 1955
	Ley 2376, que modifica el art. 3 de la Ley 1951	1951	Modifica los pagos de permisos establecido en la Ley 1951
Héctor Trujillo Molina (1952-1960)	Decreto 8868, que modifica el artículo 27 del Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Radiofonía	1953	Modificación menor. Modifica el artículo 27 del Reglamento 5906 (sobre a quién apelar en caso de no obtener el permiso)
	Ley 3765 que agrega párrafos al art. 91 de la Ley 511 de vías de comunicación	1954	Obliga a solicitar a la DGT la autorización para importar aparatos y piezas de transmisión y para venderlos o cederlos
	Decreto 277, que modifica el artículo 27 del Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Radiofonía	1954	Modificación menor. Vuelve a modificar el art. 27 del Reglamento 5906 (sobre a quién apelar en caso de no obtener el permiso)
	Ley 4003, que pone bajo la dependencia de la Secretaría de Estado de Educación y Bellas Artes, la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía	1954	Modificación menor. Cambia a la Comisión de Secretaría de Estado
	Decreto 472, sobre la integración de la Junta de Revisión establecida por artículo 27 del Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas	1954	Modificación menor. Marca la composición de la Junta de Revisión
	Reglamento 995, sobre espectáculos públicos y emisiones radiofónicas	1955	Deroga el Reglamento 5906
Rafael Bonnelly (1962-1963)	Ley 6132 de Expresión y difusión del pensamiento	1962	Vigente actualmente, con modificaciones
Héctor García Godoy (1965-1966)	Decreto 621 que limita temporalmente el número de estaciones radiodifusoras que pueden operar en el país	1966	Congela el número de estaciones radiofónicas, limitándolas a las legalmente existentes, y cancela las licencias expedidas que aún no estén operando
	Ley 118 de Telecomunicaciones	1966	Deroga y sustituye a la Ley 1474
Joaquín Antonio Balaguer (1966-1978)	Ley 93 que deroga el art. 100 de la Ley 118 de Telecomunicaciones	1967	Dispone una nueva tarifa, con cargo al importador, sobre la introducción al país de aparatos de radio, consolas, tocadiscos y grabadoras
	Reglamento 824, para el funcionamiento de la Comisión de Espectáculos Públicos y Radiofonía	1971	Vigente actualmente, con modificaciones
	Decreto 4306, que introduce modificaciones en el reglamento 824	1974	Modifica los art. 1, 3, 5, primera parte del 6, 101, 109, 110, 111 y 132 del Reglamento 824
	Decreto 4601 que establece que en lo sucesivo no se concederán nuevos permisos para la instalación de radio o de televisión	1974	Prohíbe que se concedan nuevos permisos para la instalación de estaciones de radio o de TV
	Ley 908 que prohíbe terminantemente la concesión de nuevos permisos para la instalación en el país de estaciones de radio o televisión	1978	Blinda los permisos para nuevas licencias de radio y TV
	Ley 793, que exonera de todo tipo de aranceles, derechos de aduana, tasas y otros impuestos de importación y de consumo, la importación de los equipos y materiales necesarios para el funcionamiento de los medios de comunicación social	1978	Exonera de aranceles, tasas e impuestos para los medios de comunicación.
	Decreto 743, que modifica el artículo primero del Reglamento para el Funcionamiento de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía No. 824, del 25 de marzo de 1971	1979	Modificación menor. Cambia la composición de la Comisión
	Ley 10, que regula el Colegio Dominicano de Periodistas	1991	Crea el Colegio Dominicano de Periodistas

Balaguer (1986-1996)	Ley 14-93 que Aprueba el Arancel de Aduanas de la República Dominicana	1993	Crea aranceles de aduana especiales para la prensa.
Leonel Fernández Reyna (1996-2000)	Ley 166-97 que crea e integra una Comisión encargada de la revisión y elaboración de propuestas para la modificación y actualización del Reglamento 824 del año 1971, de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía	1997	Crea una comisión y le encarga actualizar el reglamento 824 y actualiza los art. 1,3 y 5 del Reglamento 824
	Ley 153-98, Ley General de Telecomunicaciones,	1998	Deroga y sustituye a la Ley 118 sobre Telecomunicaciones. Crea el INDOTEL y lo faculta para otorgar y anular licencias de radio y TV Vigente actualmente
	Decreto 212-00 que dispone la revisión y actualización de la Ley 6132 del 1962, sobre Expresión y Difusión del Pensamiento, a cargo de una Comisión Especial.	2000	Crea una Comisión para la actualización de la Ley 6132
	Decreto 272-00 que nombra varios miembros de la Comisión Especial encargada de la revisión y actualización de la Ley 6132 del 1962, sobre Expresión y Difusión del Pensamiento y las normas que la complementan	2000	Nombra miembros de la Comisión para actualizar la Ley 6132
Rafael Hipólito Mejía Domínguez (2000-2004)	Ley 65-00 sobre derechos de autor	2000	Regula los derechos de autor
	Decreto 686-02 que crea e integra el Comité Nacional para la Sociedad de la Información	2002	Crea el primer Comité para la Sociedad de la Información (CNSI)
	Decreto 518-02 que aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias en la forma en la que ha sido preparado por el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones	2002	Aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF 2002)
	Ley 183-02 Monetaria y Financiera	2002	Limita las inversiones de los bancos en el capital de las entidades no financieras
	Ley 134 que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2003	
	Ley 200-04, Ley General de Libre Acceso a la Información Pública	2004	Establece la Ley de libre acceso a la información pública
Leonel Fernández Reyna (2004-2012)	Decreto 130-05 que aprueba el reglamento de la Ley General de Libre Acceso a la Información Pública	2005	Reglamenta la Ley 200-04
	Decreto 212-05 que constituye la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC) y el Observatorio de la Sociedad de la Información y el Conocimiento de República Dominicana (OSIC-RD)	2005	Constituye la CNSIC. Vigente hasta 2016
	Decreto 301-05 que establece el Reglamento para el funcionamiento y organización de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía	2005	Deroga el reglamento 824 de 1971
	Decreto 312-05, que deroga el Reglamento para el funcionamiento y organización de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía	2005	Deroga el decreto 301-05 y reestablece el Reglamento 824
	Ley 53-07 sobre crímenes y delitos de alta tecnología	2007	Regula varios aspectos sobre crímenes y delitos relacionados a las tecnologías de información y comunicación
	Decreto 551-09 que crea el Gabinete de Tecnologías de la Información y Comunicación	2009	Crea el Gabinete TIC
	Ley 257-10 que introduce modificaciones a la ley 108-10 para el fomento de la actividad cinematográfica en la República Dominicana	2010	Modifica la ley de Cine (108-10)
	Decreto 407-10, que establece como estándar de Televisión Terrestre Digital para ser implementado en República Dominicana el modelo norteamericano ATSC	2010	Establece el estándar ATSC para la TTD
	Decreto 520-11 que aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias preparado por el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones	2011	Aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF 2011). Sustituye a PNAF 2002

Danilo Medina (2012-2020)	Decreto 294-15 que “extiende el plazo para la transmisión a tv digital” hasta 2021	2015	Extiende plazo de la TTD
	Decreto 258-16 que crea el programa República Digital	2016	Deroga el decreto 212-05 y el 551-09. Crea e integra la Comisión Presidencial de República Digital. Promueve la inclusión de tecnologías de la información en procesos productivos, educativos, gubernamentales y de servicios ciudadanos.
	Decreto 91-20 que aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias preparado por el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones	2020	Aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF 2020). Deroga el decreto 520-11. Sustituye el PNAF 2011.
Luis Abinader (2020-act.)	Decreto 539-20, que declara de alto interés nacional el derecho esencial de acceso universal al internet de banda ancha de última generación y el uso productivo de las comunicaciones de las tecnologías de la información y comunicación. Instruye al Instituto Dominicano de Telecomunicaciones a formular el Plan Nacional de Banda Ancha. Deroga el art. 1 del Dec. 294-15	2020	Instruye al INDOTEL, para ejecutar la hoja de ruta que garantice la entrada en operación de la TTD en 2022.
	Decreto 437-22, que modifica el art. 4 del Dec. 539-20 y deroga el art. 1 del Dec. 294-15	2022	Modifica el decreto 539-20 y deroga el art. 1 del decreto 294-15 e instruye al INDOTEL para garantizar la entrada en operación de la TTD antes del 31/12/2023
	Decreto 266-23 que aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias preparado por el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones	2023	Aprueba el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF 2022). Deroga el decreto 91-20. Sustituye el PNAF 2020.
	Decreto 666-23, que establece como fecha límite las 11.59 p.m., del 31 de julio de 2024 para que las concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva procedan al apagón analógico; y a las 11.59 p.m., del 30 de noviembre de 2024 como fecha límite para realizar el encendido digital. Deroga el Dec. 437-22.	2023	Deroga el decreto 437-22 y e instruye al INDOTEL para garantizar la entrada en operación de la TTD antes del 30/11/2024

Nota: En negritas: las políticas de especial relevancia. Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de Leyes y Decretos de la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo.

A pesar de estas cuatro notas distintivas que caracterizan de manera general a unas políticas de comunicación imperfectas, en la actualidad sus fundamentos constitucionales están armonizados con los estándares internacionales en materia de libertad de expresión. El derecho de libertad de expresión o de imprenta apareció por primera vez en la Constitución de 1844, y en ella se establecía que “Todos los dominicanos pueden imprimir y publicar libremente sus ideas, sin previa censura, con sujeción a las leyes. La calificación de los delitos de imprenta corresponde exclusivamente a los jurados” (art. 3). Esta libertad de imprenta se mantuvo consignada en términos similares en los posteriores (y numerosos) textos constitucionales reformados, hasta que, en 1907, bajo el título tercero de “los derechos individuales y políticos” se estableció “la libertad de expresar su pensamiento por medio de palabras o por medio de escritos impresos sin previa censura” y con ello “el punto de partida para una conceptualización de la libertad de expresión como un derecho que abarcaba más allá de la libertad de imprenta con que se conocía hasta entonces” (Rodríguez, 2021).

Durante el siglo XX, este derecho experimentó avances y retrocesos, estrechamente vinculados al nivel de apertura política de los diferentes regímenes. Periodos más restrictivos, como los que siguieron a la primera invasión estadounidense (1916-1922) o la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961), limitaron su alcance. No obstante,

en su formulación actual, el derecho a la libertad de expresión e información, consagrado en el artículo 49 de la Constitución de 2015²⁰, representa un avance significativo al alinearse con los estándares internacionales en materia de derechos humanos y ofrecer una mayor protección incluyendo no solo “el derecho a buscar, investigar, recibir y difundir información de todo tipo, de carácter público, por cualquier medio, sin censura previa” sino también “el acceso equitativo y plural de todos los sectores sociales y políticos a los medios de comunicación propiedad del Estado”.

Artículo 49.- Libertad de expresión e información. Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, ideas y opiniones, por cualquier medio, sin que pueda establecerse censura previa.

1) Toda persona tiene derecho a la información. Este derecho comprende buscar, investigar, recibir y difundir información de todo tipo, de carácter público, por cualquier medio, canal o vía, conforme determinan la Constitución y la ley;

2) Todos los medios de información tienen libre acceso a las fuentes noticiosas oficiales y privadas de interés público, de conformidad con la ley;

3) El secreto profesional y la cláusula de conciencia del periodista están protegidos por la Constitución y la ley;

4) Toda persona tiene derecho a la réplica y rectificación cuando se sienta lesionada por informaciones difundidas. Este derecho se ejercerá de conformidad con la ley;

5) La ley garantiza el acceso equitativo y plural de todos los sectores sociales y políticos a los medios de comunicación propiedad del Estado.

Párrafo.- El disfrute de estas libertades se ejercerá respetando el derecho al honor, a la intimidad, así como a la dignidad y la moral de las personas, en especial la protección de la juventud y de la infancia, de conformidad con la ley y el orden público.

Con este marco constitucional como referencia, en este capítulo se examinan, por un lado, las normas que regulan las cuestiones técnicas y estructurales de la comunicación, y por otro, aquellas que abordan la libertad de expresión y los contenidos. Antes, se presenta una contextualización política de la historia dominicana, indispensable para entender cómo los distintos regímenes y sus dinámicas de poder han influido en la evolución del entorno normativo.

3.1 Contextualización política de la historia de República Dominicana

Cualquier revisión de las políticas de comunicación necesita de un marco contextual que permita la comprensión de los procesos sociales y políticos, las instituciones y los actores que dieron forma a cada una de las normas que rigen el sistema de medios de un país. No es el objetivo de esta tesis profundizar en la historia política de la República Dominicana, pero es imprescindible para la comprensión de la revisión de las políticas de comunicación antecederla de una breve y sencilla historia política del país. Con esta finalidad, y dado el contexto temporal que analiza esta tesis en relación con las políticas y el sistema de medios de comunicación dominicanos, las páginas siguientes hacen un breve recorrido por la historia sociopolítica dominicana, dividiéndola en dos grandes apartados: el primero abarca hasta la década de 1990, las últimas elecciones mediante las

²⁰ El texto de este artículo, tal como aparece en la Constitución actual, fue incorporado en la de 2010.

cuales Joaquín Balaguer accede a la presidencia del país, mientras que el segundo se enfoca en el análisis de los acontecimientos políticos ocurridos a partir de dicho periodo.

3.1.1 Breve historia de la política dominicana hasta 1990

La República Dominicana nació un 27 de febrero del año 1844, cuando un grupo de jóvenes liderados por Juan Pablo Duarte, decidieron que deberían liberarse del régimen haitiano, tras veintidós años desde que la parte española de la isla quedara bajo su dominio (1822-1844). Como es sabido, el territorio estaba habitado por los taínos, que llamaban a la isla “Quisqueya”, cuando fue encontrado por Cristóbal Colón en su primer viaje de 1492. El dominio del imperio español sobre la isla llamada “La Española”, que pobló el territorio de esclavos africanos y concentró tanto la actividad como la población en la zona este, se extendió hasta la cesión a Francia en 1795 con el Tratado de Basilea, la independencia de Haití en 1804 y la recuperación temporal de la parte este de la isla por la corona española durante las guerras napoleónicas, en el periodo de mínima presencia conocido como la “España boba” que se extendió hasta la invasión haitiana del este de la isla en 1822. El “trabucazo” que dio inicio a la insurrección marcó el punto de comienzo de la independencia el 27 de febrero de 1844 y el nacimiento de la primera República Dominicana (1844-1861) en el territorio de “la parte española de la Isla de Santo Domingo y sus islas adyacentes”, es decir, que “los límites de la Republica Dominicana, son los mismos que en 1793 la dividían en el lado del Occidente de la parte francesa”, como explicita la Constitución de 1844 (art. 3)²¹, revisada después por dos veces en 1854 y 1858, un total de 16 textos constitucionales durante el siglo XIX.

Tras un intento de regreso a la corona española (1861-1865), el país se declara “siempre libre e independiente” tras la Restauración en la nueva Constitución de 1865²², pero vivirá dos décadas bajo la represiva dictadura de Ulises Heureaux (Lilís) y después bajo la presión estadounidense que terminó en la ocupación del país entre 1916 y 1924. Todos estos años de inicio del siglo XX serán un periodo de fuerte inestabilidad política, de revoluciones, golpes de Estado y presidencias breves (Hoetink, 1992). Estos años terminarán llevando al poder al militar Rafael Leónidas Trujillo Molina que impuso una dictadura represiva y personalista —la capital del país cambió su nombre por el de Ciudad Trujillo— que se alargó tres décadas (1930-1961)²³. Los años de Trujillo consolidaron el neopatrimonialismo como característica del gobierno del país, caracterizado por “la centralización del poder en manos del gobernante [...] y la difuminación de los intereses públicos y privados dentro de la administración” (Hartlyn, 1998: 14), llevado a una forma extrema que Hartlyn (1998) caracteriza de “neosultanismo”. Al periodo que va desde ese momento hasta 1961, cuando se produce el ajusticiamiento del dictador, se lo conocerá como “La Era de Trujillo” (1930-1961).

²¹ Constitución Política de la República Dominicana, de 1844. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=5069eab1-6b65-4ce3-a312-7aad8022c032>

²² Constitución Política de la República Dominicana, de 1865. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=73bc9c37-80e7-407c-a763-6c1d776102ca>

²³ Cinco textos constitucionales rigieron al país en ese periodo: los de 1934, 1942, 1947, 1955 y 1960.

La dictadura de Trujillo fue brutal y se asentó sobre una estructura de poder autoritaria, paternalista y servidora de los intereses financieros extranjeros y de los del grupo familiar y de amigos que lo rodeaba:

El dictador adoptó una simbología discursiva que giró en torno a las nociones de trabajo, orden, paz y progreso, conceptos que solo tenían un significado específico dentro de su concepción totalitaria del poder y la sociedad, en la que el Estado no era sino la unificación del poder político y el pueblo una amorfa ‘masa silente’. El vínculo que unía ambas realidades, poder y sociedad, no era otro que la subordinación, la ausencia completa de participación y el terror (Alcántara, 1999, p. 417).

La tiranía trujillista termina con su asesinato en 1961²⁴. Su ajusticiamiento se produce mientras se encontraba formalmente en la presidencia del país Joaquín Balaguer²⁵, quien había asumido en agosto de 1960, designado directamente por Trujillo. Balaguer se mantendrá en el poder brevemente, durante el periodo inmediatamente posterior a la muerte del dictador, aunque volverá después al centro de la escena política del país marcando buena parte de su destino durante el siglo XX. Como sostiene De la Peña (1978, p. 88), “Balaguer supo ganarse la confianza de Trujillo quien lo utilizó en puestos claves al extremo de llevarlo a la Presidencia de la República, cuando su hermano Héctor B. Trujillo la renunció al finalizar la década del 60”.

El fin de la dictadura con el asesinato de Trujillo en 1961 creó nuevas tensiones internas en el país. Durante estos años, que van desde 1961 a 1966, se produce lo que Lozano (1998: 81) llama “la primera transición pos-autoritaria y el desenlace bonapartista”. Son años de realineamientos políticos, de conflictividad y agitación social y de fuerte movilización que desembocarán, tras la guerra civil de 1965, y mediante una salida autoritaria, en el régimen bonapartista de Joaquín Balaguer (Lozano, 1998).

En un clima de altas expectativas de democratización y un proceso de intensa movilización popular, en 1962 y convocadas por un Consejo de Estado presidido por Rafael F. Bonnelly, se celebraron las primeras elecciones.

Un gobierno colegiado, integrado por siete personalidades, llamado Consejo de Estado, fue creado con el fin de preparar la transición hacia la nueva etapa política que anhelaba la colectividad. El Consejo de Estado inició su gestión el primero de enero de 1962 y su principal misión, además de promulgar una amnistía general y de propiciar una Asamblea Constituyente para redactar una nueva Carta Sustantiva, consistía en organizar elecciones generales para elegir los nuevos mandatarios de la nación. La consulta electoral fue fijada para el 20 de diciembre de 1962 resultando electo presidente Juan Bosch, líder del Partido Revolucionario Dominicano (Balcácer, 2010, párr. 12).

En las elecciones triunfó el Partido Revolucionario Dominicano (PRD) y Juan Bosch se consagró presidente. Bosch, intelectual y promotor de reformas sociales, buscaba romper con el legado autoritario y clientelista que había dejado la dictadura de Trujillo. Su propuesta política centrada en la creación de una democracia auténtica y basada en la

²⁴ Para una narración de los acontecimientos en torno a la muerte de Trujillo, véase, por ejemplo, Guerrero (1991).

²⁵ Aunque Rafael Leónidas Trujillo ejerció un control absoluto sobre el país durante el periodo que va de 1930 a 1961, hubo varios “presidentes títeres” que ocuparon el cargo de manera nominal. Todos ellos estaban completamente subordinados a Trujillo, quien mantenía el verdadero poder como dictador. Los presidentes durante este periodo, además de Rafael Trujillo, fueron Jacinto Peynado, Manuel de Jesús Troncoso, Héctor Bienvenido Trujillo y Joaquín Balaguer.

participación popular promovió una nueva Constitución (Constitución de 1963²⁶), que establecía amplios derechos civiles, libertades fundamentales, y una reforma agraria destinada a redistribuir tierras entre los campesinos y mejorar las condiciones de vida en las zonas rurales, donde vivía gran parte de la población. En el contexto de la Guerra Fría, su proyecto de combatir la pobreza y la desigualdad, modernizar las estructuras productivas del país y garantizar que los recursos y beneficios económicos llegaran a las clases más desfavorecidas hizo que fuera acusado reiteradamente de comunista por los sectores conservadores, militares y de la iglesia.

La inclinación rupturista del presidente electo Juan Bosch y la preocupación estadounidense de que el país se alineara con el nuevo régimen cubano desencadenó un golpe de estado, a siete meses de esas elecciones (en setiembre de 1963), que derrocó a Bosch; una revuelta civil con el objetivo de volver a la institucionalidad²⁷ y, posteriormente, una segunda invasión estadounidense a la isla, ordenada por Lyndon Johnson, la Operación *Power Pack* en 1965-1966. Según De la Peña Durán:

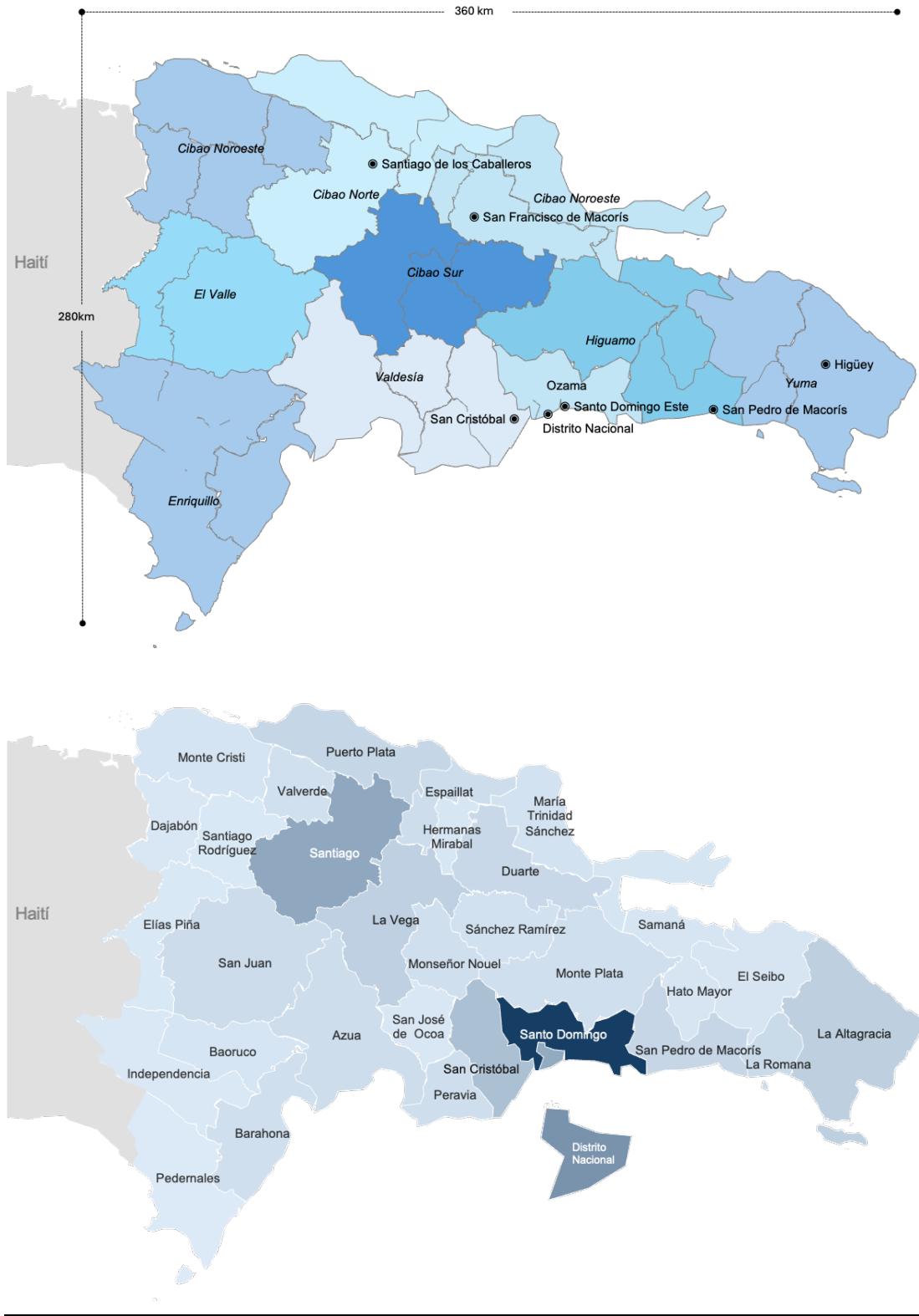
la alta burguesía a través de su instrumento político Unión Cívica Nacional, derrotada en las elecciones, no cesó de conspirar y aliándose a la iglesia católica mediante una asociación llamada de Solidaridad Cristiana, preparó las condiciones para derrocar el gobierno de Bosch acusándolo de comunista y justo a los siete meses, el 25 de septiembre de 1963, se produjo el funesto golpe de Estado cívico- militar que dio al traste con la constitucionalidad, apoyado por el imperialismo norteamericano (1978, p. 89).

La Constitución de 1963, que había sido aprobada durante el corto periodo que duró el gobierno de Bosch y que fijaba en su primer artículo el objetivo “la eliminación de los obstáculos de orden económico y social que limiten la igualdad y la libertad de los dominicanos” fue sustituida por un nuevo texto en 1966 que estará vigente durante tres décadas. En esos años se asienta la división político-administrativa territorial del país, primero en la Ley 5220 de 1959 y, enseguida, en la Constitución de 1966, con municipios, provincias y regiones. La reciente Ley 345-22 fija la estructura administrativa del territorio en 10 regiones, divididas en un total de 31 provincias y un Distrito Nacional (la capital del país), y 158 municipios.

²⁶ Constitución de la Nación Dominicana, de 1963. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=9bbd0452-eb2a-41fb-9f7a-c1014f734ddb>

²⁷ En este contexto se produce la Revolución de Abril. Unidos bajo la consigna de la vuelta a la constitucionalidad y con deseos de reinstaurar a Juan Bosh en la presidencia, una parte importante del pueblo dominicano y un grupo de militares progresistas se enfrentaron a otro grupo de militares en un enfrentamiento que duró cuatro días y que se vio interrumpido por el desembarco de 42 mil marinos yanquis con el pretexto de “venir a salvar vidas víctimas de la revolución comunista” (De la Peña Durán, 1978, p. 90).

Ilustración 1. Regiones y provincias del territorio de la República Dominicana



Fuente: Elaboración propia.

En 1966, aún en un contexto de ocupación estadounidense, se convocaron a unas nuevas elecciones presidenciales en las que compitieron el presidente anteriormente derrocado, Juan Bosch, por el PRD, y Joaquín Balaguer, por el Partido Reformista (PR, que posteriormente se transformaría en el Partido Reformista Social Cristiano, PRSC). En un marco de fuertes restricciones políticas y sin condiciones adecuadas de abierta competencia partidista, Balaguer ganó las elecciones.

Joaquín Balaguer gobernará el país desde ese momento hasta 1978²⁸, en un periodo que se conoce como “los 12 años de Balaguer”. Su gobierno tuvo características autoritarias y el régimen instaurado fue represor y estrecho aliado de Estados Unidos, que practicaba la “política de la aniquilación” del adversario (CIA Special Report, 2014), incluso la aniquilación física de críticos, como del periodista Gregorio García Castro (Goyito) en 1973 y el periodista Orlando Martínez en 1975²⁹, o la creación de “La Banda Colorá”, un grupo terrorista anti-comunista patrocinado por la policía. Como lo describe Lozano, el régimen de Balaguer se constituye como “un régimen bonapartista con fuertes rasgos de semidictadura y dirigismo estatal en materia de desarrollo” (1998: 78).

En 1978 se produce la denominada transición democrática. En el contexto de un marco internacional diferente, que presionaba para que Balaguer llevara a cabo elecciones transparentes y competitivas, y de una situación nacional que evidenciaba el desgaste de los largos años del régimen balaguerista, la contienda presidencial enfrenta a Antonio Guzmán Fernández, del PRD, a Joaquín Balaguer, del PR, y a Francisco Augusto Lora, del MIDA. El PRD gana esas elecciones y se mantiene en el poder triunfando también en las sucesivas citas electorales.

El PRD gobernó entre 1978 y 1986 (hasta el regreso al poder -nuevamente- de Balaguer entre 1986 y 1996), con las presidencias de Antonio Guzmán (1911-1982) y Salvador Jorge Blanco (1926-2010). Como recuerda Hartlyn, la victoria del PRD supuso “el primer traspaso pacífico de poder político de un partido político a otro en la historia del país” (1998: 3), que se consumó cuando el presidente Joaquín Balaguer entregó el poder a Silvestre Antonio Guzmán. Sin embargo,

las dos presidencias del PRD, de S. Antonio Guzmán (1978-82) y de Salvador Jorge Blanco (1982-86), terminaron mal. La primera estuvo marcada por el trágico suicidio del presidente cerca del final de su mandato; la segunda por un giro hacia el uso neopatrimonial del poder del estado para el beneficio político (1998: 160).

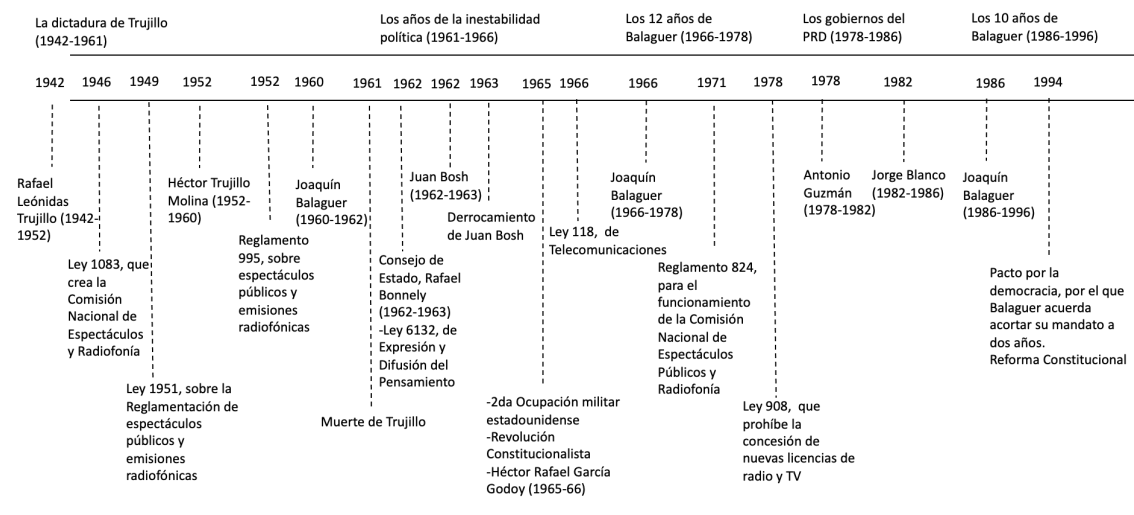
Estas presidencias del PRD “contribuyeron a crear un ambiente de tolerancia y protección de derechos políticos básicos, a asentar los procesos electorales, y a profundizar la desmilitarización de la política dominicana” (Espinal, 2002). Pese a ello, la crisis económica (la crisis de deuda externa, la presión por medidas de ajuste económico y medidas de austeridad, la devaluación) y el descontento popular devolvieron en 1986 a

²⁸ En las elecciones de 1970 Balaguer volvió a ser candidato y se presentaron además cinco partidos para “hacerle el juego”, mientras que el PRD llamó a la abstención (De la Peña Duran, 1978). A pesar de la división interna en el partido reformista, que llevó a Francisco Augusto Lora (el vicepresidente de la República) a renunciar y crear una nueva organización partidista, el Movimiento de Integración Democrática (MIDA), Balaguer ganó las elecciones. En las elecciones de 1974 Balaguer volvió a presentarse a la reelección. Aunque inicialmente la oposición se había agrupado en torno al denominado “Acuerdo de Santiago” para presentarse unida a dicha contienda, en el último momento se tomó la decisión de retirarse, dejando a Balaguer solo para conseguir su tercer mandato.

²⁹ Véase su texto “¿Por qué no, Dr. Balaguer?” (Martínez, 2014).

Balaguer al poder, que recuperó sus prácticas autoritarias en su segundo decenio al frente del país.

Ilustración 2. Hechos políticos relevantes (1942-1994)



Fuente: Elaboración propia.

3.1.2 La política dominicana desde 1990

A partir de la última década del siglo XX, el sistema político dominicano experimenta importantes transformaciones que se ven reflejadas en cambios constitucionales, de su régimen electoral o de su sistema de partidos, por mencionar solo algunos. En la actualidad, la elección de los cargos del poder ejecutivo, del legislativo, los regidores y alcaldes municipales se realiza por elección directa en convocatorias específicas cada cuatro años.

- El poder ejecutivo lo ejerce el presidente electo de la República, que es a la vez jefe de estado y de gobierno y elegido por sufragio directo en dos vueltas. La reelección presidencial inmediata que se había prohibido en el art. 62 de la Constitución de 1907 desaparece en la Constitución de 2002 permitiendo un segundo mandato, pero impidiendo tanto la reelección posterior como la candidatura al cargo de vicepresidente (art. 49 de la Constitución de 2002, art. 124, constituciones de 2010 y 2015).
- El Congreso de la República está dividido en dos cámaras: Senado (se elige un senador por provincia más el Distrito Nacional; en total 32 senadores) y Cámara de Diputados (en total 190). Hay tres modalidades de diputados: 178 que se eligen por circunscripción territorial en representación del distrito nacional y las provincias, 5 elegidos a nivel nacional por acumulación de votos y 7 elegidos en representación de la comunidad dominicana en el exterior.

- c. El máximo órgano judicial es la Suprema Corte de Justicia, cuyas atribuciones se han modulado y perfeccionado a lo largo del tiempo, los últimos ajustes en 2010 y 2015. El Tribunal Constitucional fue creado el 26 de enero del año 2010, con la presentación de la nueva Constitución proclamada en la misma fecha, y es otro de los órganos constitucionales autónomos.

La revisión del sistema político contemporáneo de la República Dominicana requiere un cierto detalle respecto a los procesos electorales, los partidos políticos y los candidatos que los encabezaron. Con respecto a los partidos políticos, en la actualidad (2024), la Junta Central Electoral (JCE) reconoce 35 organizaciones (Tabla 9). Sin embargo, a pesar de este aparente multipartidismo del sistema, la política dominicana ha basculado en torno a tres históricos partidos relevantes, el PRSC, el PRD y el PLD, a los que, en los últimos años, se han sumado, para transformar el sistema de partidos, el Partido Revolucionario Moderno (PRM), del actual presidente Luis Rodolfo Abinader Corona, y Fuerza del Pueblo (FP), una escisión del PLD, liderada por el expresidente Leonel Fernández.

Luego de un periodo que puede considerarse de tripartidismo de transición (entre 1990 y 2000), el sistema de partidos mutó en 2004 y hasta el presente a un bipartidismo donde los partidos relevantes son el PLD y el PRD (ahora PRM) y donde numerosos partidos pequeños existen en la arena electoral (Pérez-Rubiera, 2024: 41)³⁰.

Tabla 9. Partidos políticos en la República Dominicana (2024)

Partidos Políticos	Fundación o reconocimiento de la JCE
Alianza por la Democracia (APD)	2002
Bloque Institucional Social Demócrata (BIS)	1990
Frente Amplio (FAMP)	1992
Fuerza Nacional Progresista (FNP)	1986
Justicia Social (JS)	2023
Partido Acción Liberal (PAL)	2009
Partido Alianza País (ALPAIS)	2011
Partido Camino Nuevo (CN)	2024
Partido Cívico Renovador (PCR)	2006
Partido de la Liberación Dominicana (PLD)	1981
Partido de Unidad Nacional (PUN)	2001
Partido Demócrata Institucional (PDI)	1990
Partido Demócrata Popular (PDP)	1991
Partido Dominicano por el Cambio (DXC)	2010
Partido Esperanza Democrática (PED)	2023
Partido Fuerza del Pueblo (FP)	2019
Partido Generación de Servidores (GENS)	2022
Partido Humanista Dominicano (PHD)	1990
Partido Liberal Reformista (PLR)	2015
Partido Democrático Alternativo (MODA)	2007
Partido Nacional Voluntad Ciudadana (PNVC)	2015
Partido Opción Democrática (OD)	2018
Partido País Posible (PP)	2019
Partido Patria Para Todos y Todas (PPT)	2020
Partido Popular Cristiano (PPC)	1981
Partido Primero la Gente (PPG)	2023
Partido Quisqueño Democrático Cristiano (PQDC)	1984
Partido Reformista Social Cristiano (PRSC)	1964*
Partido Revolucionario Dominicano (PRD)	1939*
Partido Revolucionario Independiente (PRI)	1990

³⁰ Aunque queda fuera del periodo de análisis de esta tesis, los resultados de las elecciones presidenciales de 2024 parecen estar devolviendo al país a un sistema de tres partidos relevantes: el PRM, FP y el PLD.

Partido Revolucionario Moderno (PRM)	2014
Partido Revolucionario Social Demócrata (PRSD)	2005
Partido Socialista Cristiano (PSC)	2023
Partido Unión Demócrata Cristiana (UDC)	2002
Partido Verde Dominicano (VERDE/PASOVE)	2010

Nota: * En la JCE no figura la fecha en la que PRSC y PRD fueron reconocidos, por lo que aquí se incluye su fecha de fundación. Fuente: JCE.

El PRSC tuvo su origen en el Partido Reformista (PR), impulsado por Joaquín Balaguer durante su exilio en Nueva York en 1964, después de que fuera destituido como presidente, tras el asesinato de Trujillo (Alcántara, 2001). Ha sido históricamente un partido conservador, con una ideología de derecha (Agosto y Cueto Villamán, 2001), que defiende los valores tradicionales y el orden social.

El PRD se fundó en 1939 en La Habana debido a la imposibilidad de que una oposición libre floreciera bajo la dictadura de Trujillo. Su principal sede se estableció en Cuba, donde en la década de 1940 residían sus líderes más importantes y permaneció sin intervenir directamente en la política nacional de la República Dominicana hasta dos décadas después de su fundación (Alcántara, 2001). El partido inició su andadura sustentada en cuatro pilares: soberanía nacional, libertades políticas, democracia y justicia social (Agosto y Cueto Villamán, 2001: 624). Sin embargo, a través de los años ha sufrido importantes cambios ideológicos, aunque se ha mantenido históricamente identificado con la socialdemocracia. Juan Bosh fue su líder fundador y una de las figuras más emblemáticas hasta que, en 1973, renunció al partido y creó el PLD. A partir de ese momento, la figura destacada fue José Francisco Peña Gómez. Como se verá seguidamente, desde 1990 solo logró triunfar en una única elección presidencial, la del 2000, con Hipólito Mejía como candidato y en 2014 experimentó una última división interna, de cuyo seno surgió el PRM, que también alcanzó la presidencia.

El PLD fue fundado en 1973 por Juan Bosh y un reducido grupo de militantes, tras una serie de desacuerdos internos con la dirección del PRD, especialmente con Peña Gómez. Según Agosto y Cueto Villamán (2001: 673), sus características históricas pueden ser analizadas en tres grandes etapas: “la etapa fundacional que va desde 1973 hasta 1978; la etapa de competitividad electoral que va desde el 1978 hasta 1996, y la etapa de control y pérdida del poder del Estado que se sitúa entre 1996 al 2000”. En la primera, centrada en la organización del partido y la formación de cuadros; la segunda, de expansión, de flexibilización de los mecanismos de participación y de pretensiones electorales; la tercera, de ejercicio del gobierno. En este viaje, el partido ha cambiado su orientación ideológica y ha combinado elementos de socialdemocracia con un enfoque pragmático en la gestión económica. Durante sus gobiernos (1996-2000) y los cuatro mandatos que van de 2004 a 2020), ha mostrado una tendencia hacia el liberalismo económico y la modernización del país. Dos presidentes han surgido de sus filas: Leonel Fernández y Danilo Medina. En 2019, fruto del enfrentamiento entre ambos, el primero abandona el partido y funda FP.

Los dos últimos partidos importantes del sistema, y los más nuevos, son el PRM y La Fuerza del Pueblo (FP). Como se acaba de mencionar, ambos son el producto de la división de dos de los partidos tradicionales del sistema político dominicano (del PRD y

del PLD, respectivamente), en un contexto en el que las luchas internas han sido casi más férreas que la oposición y los adversarios políticos.

El PRM se creó en 2014, como una división del PRD tras una serie de conflictos y desacuerdos entre sus líderes. En tan solo dos años logró posicionarse y para las elecciones presidenciales del 2016 consiguió un 26,8% de los votos (un 35% si se suman los de sus aliados). Tan solo cuatro años más tarde, en 2020, el PRM logra llegar al poder, con Luis Abinader como candidato, al ganar unas elecciones en las que obtiene, junto con sus aliados, el 52,5% de los apoyos³¹.

FP también surge de una escisión, en este caso del PLD, liderada por el expresidente Leonel Fernández. Un fenómeno similar al que acabamos de mencionar ocurre en el seno peledista, que, tras haber estado 16 años consecutivos en el gobierno, enfrenta una profunda división interna como consecuencia de las diferencias entre los dos expresidentes del país provenientes de este partido. La fractura entre ambos se profundizó después de unas primarias en 2019 en las que Fernández no resultó favorecido, lo que lo llevó a abandonar el PLD. Posteriormente, se unió al Partido de los Trabajadores Dominicanos (PTD), cuyo líder le ofreció ese espacio como una nueva plataforma. A partir de esta alianza, se fundó la Fuerza del Pueblo, partido que fue reconocido oficialmente por la JCE en diciembre de ese año, tras el cambio de nombre del PTD. En su primera participación electoral, en 2020, la alianza de la que formó parte FP obtuvo el 8,9% de los votos, mientras el PLD y sus aliados alcanzaban un 37,46%³².

Tabla 10. Candidatos presidenciales de los principales partidos (1990-2024)

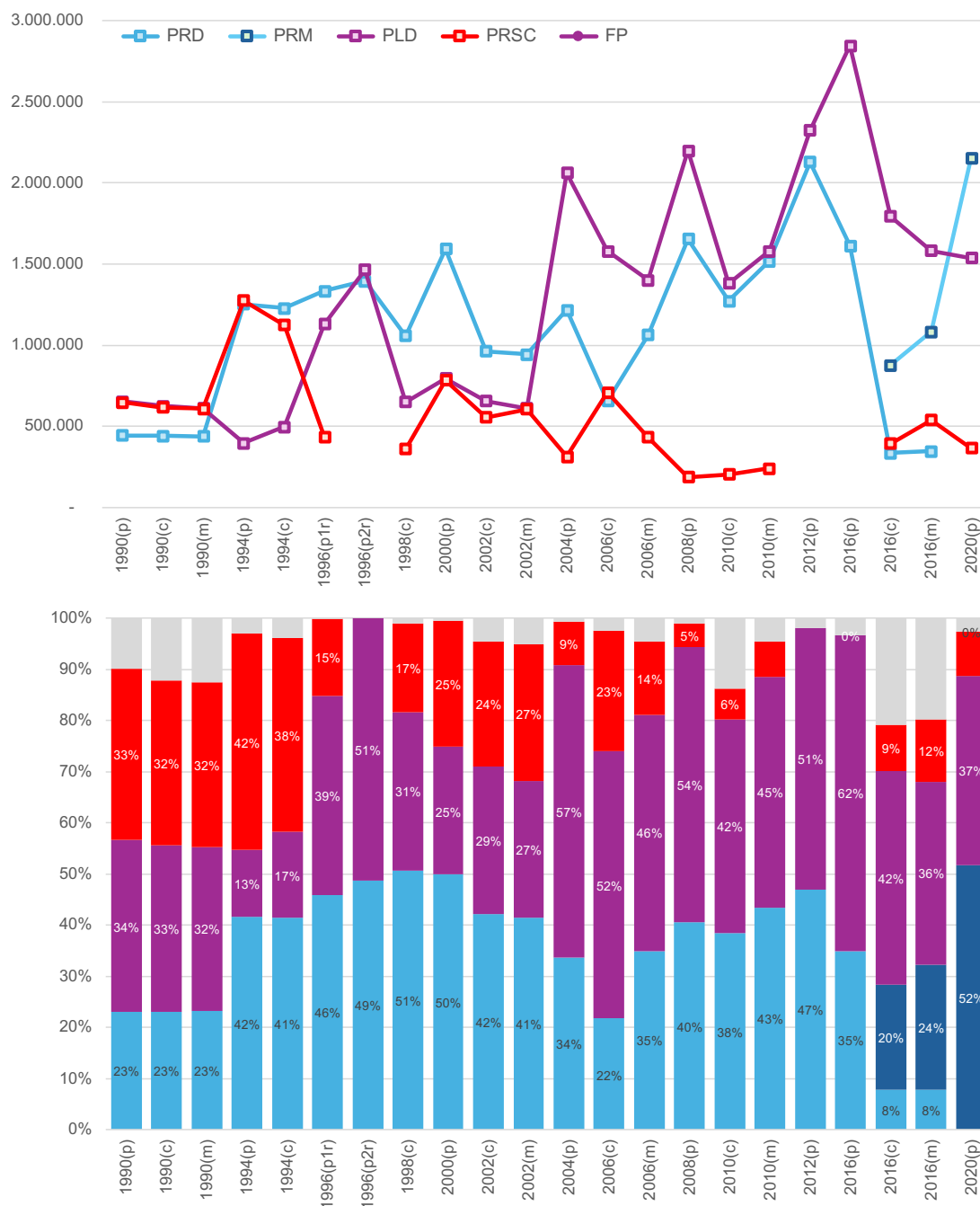
	PRSC	PRD	PRM	PLD	FP
1990	Joaquín Balaguer (v)	José F. Peña Gómez	-	Juan Bosch	-
1994	Joaquín Balaguer (v)	José F. Peña Gómez	-	Juan Bosch	-
1996	Jacinto Peynado	José F. Peña Gómez	-	Leonel Fernández (v)	-
2000	Joaquín Balaguer	Hipólito Mejía (v)	-	Danilo Medina	-
2004	Eduardo Estrella	Hipólito Mejía	-	Leonel Fernández (v)	-
2008	Amable Aristy	Miguel Vargas	-	Leonel Fernández (v)	-
2012	Danilo Medina (a)	Hipólito Mejía	-	Danilo Medina (v)	-
2016	Luis Abinader (a)	Danilo Medina (a)	Luis Abinader	Danilo Medina (v)	-
2020	Leonel Fernández (a)	Gonzalo Castillo (a)	Luis Abinader (v)	Gonzalo Castillo	Leonel Fernández

Nota: (a) partido aliado; (v): vencedor en las elecciones. Elaboración propia.

³¹ Aunque queda fuera del periodo de análisis de esta tesis, en la cita electoral presidencial de 2024 Abinader consigue la reelección al frente de esta organización partidista.

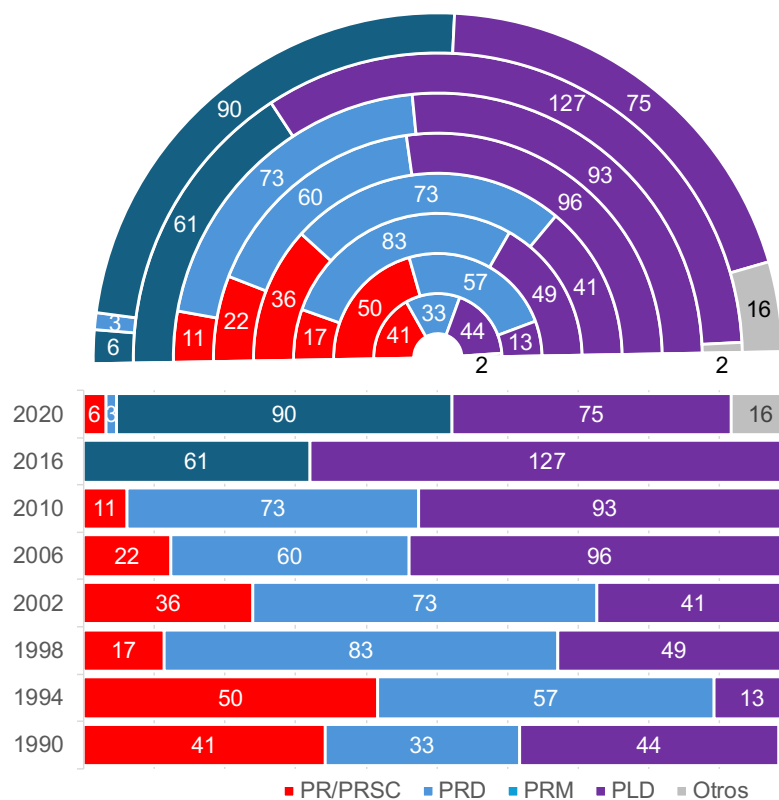
³² Aunque queda fuera del periodo de análisis de esta tesis, en las elecciones de 2024, FP se consolida como la segunda fuerza política, obteniendo el 26,67% del respaldo electoral, frente al 10,39% que consigue el PLD.

Ilustración 3. Votos por partidos en las elecciones dominicanas (1990-2020)



Resultados de coaliciones. Elaboración propia sobre datos de la JCE.

Ilustración 4. Composición del Congreso de los Diputados (1990-2020)



Elaboración propia.

Para contextualizar políticamente el periodo de configuración reciente de las políticas públicas del sistema de comunicación en el país y, en el siguiente capítulo, su sistema de medios, a continuación, se revisan los procesos electorales llevados a cabo en la República Dominicana a partir de 1990. La Ilustración 3 y la Tabla 11 muestran cuáles han sido esas citas electorales y sus resultados.

Tabla 11. Procesos electorales en la República Dominicana (1990-2020)

Año	Tipo de Elección	Fecha	Resultado Destacado
1990	Elecciones Generales	16 de mayo	Joaquín Balaguer (PRSC) ganó la presidencia, fraude denunciado
1994	Elecciones Generales	16 de mayo	Joaquín Balaguer (PRSC) ganó, denuncias de fraude, Pacto por la Democracia
1996	Elecciones Generales	30 de junio (2ª vuelta)	Leonel Fernández (PLD) ganó en 2ª vuelta con el apoyo de Balaguer, que buscaba impedir el triunfo de Peña Gómez
1998	Elecciones Congresuales y Municipales	16 de mayo	PRD ganó mayoría en el Congreso. Seis días antes de las elecciones muere Peña Gómez
2000	Elecciones Generales	16 de mayo	Hipólito Mejía (PRD) ganó la presidencia
2002	Elecciones Congresuales y Municipales	16 de mayo	PRD mantuvo control del Congreso. Si modifica la Constitución que, entre otras cuestiones, permite la reelección presidencial
2004	Elecciones Generales	16 de mayo	Leonel Fernández (PLD) ganó la presidencia
2006	Elecciones Congresuales y Municipales	16 de mayo	PLD ganó mayoría en el Congreso
2008	Elecciones Generales	16 de mayo	Leonel Fernández (PLD) reelecto

Año	Tipo de Elección	Fecha	Resultado Destacado
2010	Elecciones Congresuales y Municipales	16 de mayo	PLD mantuvo mayoría en el Congreso ³³
2012	Elecciones Generales	20 de mayo	Danilo Medina (PLD) ganó la presidencia
2016	Elecciones Generales y Municipales	15 de mayo	Danilo Medina (PLD) reelecto. Elecciones unificadas
2020	Elecciones Generales y Municipales	5 de julio	Luis Abinader (PRM) ganó la presidencia. Elecciones unificadas

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2.1 Las elecciones presidenciales de 1990

Las elecciones de 1990 fueron las octavas realizadas después de la muerte del dictador Rafael Leónidas Trujillo. Joaquín Balaguer, en el poder desde 1986, se presentaba a la reelección ciego y con 84 años. Balaguer había ganado las elecciones de 1986 después de permanecer en la oposición durante dos periodos consecutivos (1978-1982/1982-1986), pero habiendo demostrado ser “un maestro en el uso de poderes constitucionales y extraconstitucionales y recursos estatales para concentrar el poder que tenía, dividir a su oposición y prolongar conflictos y retrasar la toma de decisiones a su favor” (Hartlyn, 1998: 21). Para las elecciones presidenciales de 1990, compitieron tres líderes históricos de los partidos mayoritarios de la época: Juan Bosch, por el PLD; José Francisco Peña Gómez, por el PRD; y Balaguer, por el PRSC.

El PRD estaba atravesando una crisis interna significativa que lo llevó a su segunda división. Jacobo Majluta, expresidente de la República, tuvo serias diferencias con José Francisco Peña Gómez, que desembocaron en la creación del Partido Revolucionario Independiente (PRI), reconocido por la Junta Central Electoral (JCE) en enero de 1990 y participando por primera vez en unas elecciones. Juan Bosch era optimista debido a la división del PRD y al momento desfavorable del PRSC bajo Balaguer. Según las encuestas, el PLD tenía posibilidades de ganar. Después de votar, Bosch declaró: “No soy pesimista ni optimista. Soy realista. Estoy seguro de que ganaré las elecciones. Yo sé que tenemos las elecciones ganadas” (Grullón, 2006, p. 273).

La JCE tardó 58 días en dilucidar el resultado definitivo de la elección. Mientras tanto, el PRSC de Balaguer declaró su victoria. El expresidente estadounidense Jimmy Carter, presidente de la Comisión de Observadores Internacionales, indicó que, aunque hubo denuncias de fraude, no se presentaron pruebas suficientes y las elecciones fueron honestas, excepto por una pequeña irregularidad en el Distrito Nacional (Grullón, 2006, p. 277). Pese a las declaraciones de Carter, Bosch decidió no movilizar a su militancia para reclamar el triunfo. La renuncia de Víctor Grimaldi, director de cómputos del PLD, también debilitó las acusaciones de fraude, afirmando que el PLD había perdido las elecciones. La Conferencia del Episcopado Dominicano llamó a los partidos a respetar la

³³ Después del Pacto por la Democracia en 1994, las elecciones presidenciales fueron separadas de las congresuales y municipales, celebrándose de forma alterna cada dos años. En 2010, se acordó modificar la Constitución para elegir a los legisladores por un periodo de seis años, con el objetivo de unificar todas las elecciones nuevamente. Esta modificación se mantuvo en la reforma de 2015, que se centró únicamente en el artículo 124, relacionado con la reelección presidencial. Así, en 2016 se realizaron elecciones conjuntas para los cargos presidenciales, congresuales y municipales. Sin embargo, para 2020, la Constitución, en su artículo 209, establecía la necesidad de realizar las elecciones municipales de forma separada. Su realización estaba programada para el 16 de febrero de 2020. Sin embargo, varios problemas llevaron a la Junta Central Electoral a suspenderlas. Posteriormente, se decidió reprogramarlas para el 5 de julio de 2020, unificando las elecciones municipales, congresuales y presidenciales.

ley y aceptar los resultados. Grullón (2006) concluye que las denuncias de fraude no prosperaron debido a la posición del PRD, la iglesia y la renuncia de Grimaldi. Los resultados publicados por la JCE mostraron una diferencia mínima entre el PRSC y el PLD³⁴.

Balaguer inició entonces una serie de profundas reformas económicas, conocidas como “Nuevo Programa Económico” (NPE), cuyo “objetivo principal era la reducción de la inflación a través de la restricción del crédito interno neto y la adopción del tipo de cambio como ancla nominal” (CEPAL, 2000: 16) como respuesta a la crisis del país y a las condiciones del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional para contribuir con asistencia financiera. La respuesta al programa de estabilización fue positiva, con una economía impulsada desde el turismo y las actividades relacionadas con él, la construcción, las manufacturas no azucareras y las telecomunicaciones (Gregory, 2007). En el periodo 1991-1999, el país registró una tasa de crecimiento promedio del 7%. La continuidad de las reformas económicas estructurales por los siguientes gobiernos tendrá como consecuencia un progreso continuo (con el paréntesis de la crisis bancaria de 2003) calificada como “milagro económico dominicano”.

Tabla 12. Resultados electorales de 1990

Partidos	Presidencia	Congreso	Municipios
Partido Reformista Social Cristiano (PRSC)	647.626	616.861	609.319
Partido de la Liberación Dominicana (PLD)	653.278	625.489	610.961
Partido Revolucionario Dominicano (PRD)	444.086	440.366	440.093
Partido Revolucionario Independiente (PRI)	135.659	139.769	143.100

Fuente: Junta Central Electoral (1990).

3.1.2.2 Las elecciones presidenciales de 1994

La disputa interna dentro del PRD entre Peña Gómez y Majluta, que había resultado en una segunda división del partido dando lugar PRI, dejaba a los dos partidos “anulados como alternativas electorales y, por consiguiente, el PLD aparecía como la alternativa natural al reformismo balaguerista” (Lozano, 1990: 400). Peña Gómez y Majluta habían acordado que en las elecciones de 1990 medirían su fuerza política y quien obtuviera más votos se quedaría con el control del PRD (Grullón, 2006: 283). En esas elecciones, el PRD había quedado en tercer lugar, con una diferencia importante sobre el PRI de 308.437 votos. Ante esta diferencia significativa, muchos de los seguidores de Majluta que se habían unido al PRI regresaron al PRD, aunque el derrotado Majluta se mantuvo al frente de su nuevo proyecto político. Mientras tanto, el PLD tampoco estaba en su mejor momento. Según sostiene el exsenador peledista y miembro del Comité Político morado, Puig (2018), después de la crisis interna postelecciones de 1990, importantes dirigentes del PLD, como Max Puig, Nelsida Marmolejos y Vicente Bengoa, fueron expulsados del partido.

³⁴ Mostraron que, aunque el PLD hubiera ganado como partido individual las elecciones, el PRSC, sumando los votos de los partidos que apoyaban a Balaguer, era el vencedor de los comicios; todo esto sin tomar en consideración el ambiente de irregularidades que rodeó el proceso electoral, lo cual pone en entredicho la limpieza de la contienda electoral y consecuentemente la legitimidad política de sus resultados.

En las elecciones de 1994, los candidatos fueron José Francisco Peña Gómez por el PRD, acompañado de Fernando Álvarez Bogaert; Joaquín Balaguer por el PRSC, acompañado de Jacinto Peynado; Jacobo Majluta por el PRI, acompañado de José Francisco Hernández; y Juan Bosch por el PLD, acompañado de Leonel Fernández. Balaguer sabía que Peña Gómez era su principal rival, así que “el bando de Balaguer acusó a Peña Gómez, de tez oscura y ascendencia haitiana, de estar aliado con los haitianos que querían reunificar la isla” (Anonymous, 2014: 370).

Previo a las elecciones, Peña Gómez, confiado en su triunfo, había propuesto a Balaguer un “Pacto por la Civilidad” con la mediación de la iglesia católica, representada por Monseñor Agripino Núñez Collado, para asegurar una transición pacífica del gobierno. Según Grullón (2006), las elecciones del 16 de mayo de 1994 transcurrieron con normalidad, aunque Peña Gómez se quejó de que la JCE no proporcionó a tiempo el listado de votantes válidos, dejando fuera del padrón a miles de dominicanos.

Los centros de cómputo del PRSC y el PRD ofrecían resultados contradictorios. El PLD esperó los resultados oficiales de la JCE antes de pronunciarse; Peña Gómez declaró que el PRD impugnaría las elecciones debido a un fraude en el padrón electoral y Balaguer afirmó que acataría la decisión de la Junta Central Electoral, incluso si se decidía anular las elecciones (Grullón, 2006). Finalmente, cuando se conocieron los resultados, Peña Gómez denunció en los medios que le habían robado las elecciones. Observadores internacionales también señalaron irregularidades en el proceso³⁵.

Peña Gómez, como vicepresidente mundial de la Internacional Socialista, utilizó sus conexiones internacionales para denunciar el fraude. El diario estadounidense *The New York Times* publicó un editorial³⁶ el 20 de mayo de 1994, instando a la comunidad internacional a no reconocer la victoria de Balaguer si se había cometido fraude electoral y criticando sus prácticas.

Frente a esta situación, la JCE designó una Comisión de Verificación que encontró irregularidades en 1.468 mesas, con 28.672 personas excluidas de las listas electorales (Grullón, 2006, p. 314). Ante las pruebas de fraude, se optó por anular las elecciones de 1994. Sin embargo, los partidos buscaron una solución consensuada y el 10 de agosto de 1994 los líderes del PRSC, PRD y PLD firmaron el “Pacto por la Democracia”, en el que el presidente Joaquín Balaguer aceptaba acortar su mandato presidencial de cuatro años a dos y se modificaba la Constitución para que quedara eliminada la reelección presidencial en dos periodos consecutivos.

Las autoridades municipales y los legisladores que habían sido escogidos para el periodo (1994-1998) concluirían con su mandato en el año previsto, por lo que no les afectaba el pacto. Mientras que se acordaba ir a unas nuevas elecciones en el año 1996, con la

³⁵ Bryan Palmer, de la Internacional Demócrata Cristiana, aseguró que se detectaron errores en los listados oficiales, afectando a los partidos (Grullón, 2006, p. 300).

³⁶ The New York Times Editorial Board: “Mr. Balaguer’s dubious victory”. Disponible en: <https://www.nytimes.com/1994/05/20/opinion/mr-balaguer-s-dubious-victory.html> Consultado el 26 de agosto de 2024.

condición de que para ganar las elecciones se necesitaría el 50% +1 del favor del electorado³⁷.

En términos generales, la reforma de 1994 dispuso la reducción del mandato presidencial vigente de Balaguer a dos años (1996, en vez de 1998) [...]. A su vez, también estableció la prohibición de la reelección, el reemplazo del sistema electoral de mayoría relativa por uno de mayoría absoluta con umbral del 50% (en caso de no alcanzarlo, se dispone una segunda vuelta entre las dos fuerzas más votadas) [...]. Además, se separaron las elecciones presidenciales de las legislativas (disponiendo así elecciones intermedias), y se adoptó un sistema de colegios electorales cerrados, intentando purificar el proceso electivo, al aumentar los procedimientos requeridos para inscribirse en el padrón y votar (Bieda, 2010).

Esto significó un antes y un después en el sistema político dominicano, debido a que la República Dominicana, a partir del año 1994 y luego del Pacto por la Democracia, pasó de tener elecciones no coincidentes, debido a que en unas se elegía al presidente y vicepresidente y en las otras a los alcaldes, senadores y diputados.

Los resultados de las elecciones del año 1994 según la Junta Central Electoral determinaron que la diferencia que hubo entre el PRSC y el PRD fue de 22.281 votos (Tabla 13).

Tabla 13. Resultados de la Junta Central Electoral, elecciones del 1994

Partidos	Votos
Partido Reformista Social Cristiano y aliados (PRSC)	1.275.460
Partido de la Liberación Dominicana (PLD)	395.653
Partido Revolucionario Dominicano y aliados (PRD)	1.253.179
Partido Revolucionario Independiente (PRI)	68.910

Fuente: Junta Central Electoral (1994).

3.1.2.3 Las elecciones presidenciales de 1996 y parlamentarias de 1998

El Pacto por la Democracia comprometía a Balaguer a no repostularse para dos periodos consecutivos, por lo que implicaba que no podría presentarse a las elecciones de 1996. De hecho, son las primeras elecciones desde 1962 en las que ni Balaguer ni Bosch son candidatos, lo que pone fin a la “naturaleza gerontocrática” del sistema político dominicano (Jiménez Polanco, 1996). Por el PRSC, el candidato presidencial fue el exvicepresidente Jacinto Peynado, acompañado por María Isabel (Maribel) Gassó como vicepresidenta³⁸. En el PRD, José Francisco Peña Gómez repitió su fórmula con el exdirigente reformista Fernando Álvarez Bogaert. En el PLD, el profesor Juan Bosch, que ya contaba con 87 años y comenzaba a padecer de Alzheimer y arterioesclerosis, permitió una votación interna entre tres precandidatos: Leonel Fernández, Euclides Gutiérrez Félix y Norge Botello. De esta pugna interna resultó ganador Leonel Fernández, de 42 años,

³⁷ A partir de ese momento se utilizaría una sola documentación para poder votar (en ese momento los dominicanos utilizaban su cédula como carné de identidad y un carné electoral que era lo que validaba que las personas pudieran votar en las elecciones) y se implementaron la votación de los colegios cerrados.

³⁸ Grullón (2006) menciona que Balaguer prefería a Carlos Morales Troncoso como candidato del PRSC, pero Jacinto Peynado ganó la candidatura interna, lo que generó descontento en el partido reformista.

quien se presentó junto a Jaime David Fernández Mirabal, sobrino de las Hermanas Mirabal, asesinadas por el régimen de Trujillo en 1960.

Según los resultados de la JCE, ninguno de los partidos logró el 50% +1 de los votos necesarios para ganar la presidencia en la primera vuelta. Los resultados fueron: la coalición del PRD “Acuerdo de Santo Domingo” obtuvo el 45,9%, el PLD el 38,9%, y el PRSC el 14,9%. La abstención fue del 20,16% (Alcántara, 2012, párr. 24). Al no conseguir los votos suficientes, se celebró una segunda vuelta el 30 de junio de 1996.

En un movimiento estratégico, Balaguer negoció un acuerdo político con el PLD, formando el Frente Patriótico, que apoyó a Leonel Fernández. Este apoyo fue crucial para que el PLD alcanzara la presidencia por primera vez. Balaguer logró dos objetivos con su apoyo al PLD: impedir que José Francisco Peña Gómez llegara al poder y, en cierta medida, compensar el fraude electoral que sufrió el PLD en las elecciones de 1990 (Grullón, 2006). Los resultados finales de la JCE mostraron que el PLD obtuvo el 51,25% de los votos y el PRD el 48,74%, con una diferencia de 71.921 votos a favor de Leonel Fernández. Pero, sobre todo, impulsó la transición democrática dominicana, como explican Chinchilla y Sánchez (1996: 37):

El hecho de que se hayan acatado los compromisos negociados en el Pacto por la Democracia (fortalecimiento del Estado de Derecho) y el que no se haya censurado a la prensa (fortalecimiento de la opinión pública independiente y activa), constituyen elementos que impulsan una transición hacia la democracia en República Dominicana.

Tabla 14. Resultados de la elección presidencial de 1996

	Primera vuelta (16 de mayo)	Segunda vuelta (30 de junio)
Votos válidos	2.903.859	2.861.023
PRD	1.333.925	1.394.461
PLD	1.130.523	1.466.382
PRSC	435.504	-
PRI	29.629	-
PUD	66.872	-

Fuente: Junta Central Electoral (1996).

Dos años después de las elecciones presidenciales, correspondía seleccionar a los legisladores y las autoridades municipales. En el “Pacto por la Democracia” de 1994 se había acordado no modificar los cargos del Congreso y los cabildos que ya habían sido elegidos. En 1994, José Francisco Peña Gómez, líder del PRD, fue diagnosticado con un grave problema de salud, que se iría agravando con el transcurso del tiempo. Estando en reposo en su casa, surgió la necesidad de escoger el candidato del PRD para las elecciones municipales. Había varios intereses internos en el partido y no lograban ponerse de acuerdo sobre el candidato a la alcaldía de Santo Domingo. Los precandidatos eran Eligio Jáquez, Miguel Vargas Maldonado y Julio Maríñez.

Para evitar otra fragmentación en el PRD, el 11 de enero de 1998 Peña Gómez “haciendo uso de los poderes extraordinarios que le había conferido la convención, se autoproclamó como candidato a la alcaldía del Distrito Nacional” (Grullón, 2006, pp. 399-400). Para zanjar las diferencias entre los precandidatos, decidió que su compañero de boleta sería el músico merengero Johnny Ventura. Dieciséis años después de su gestión como alcalde, Peña Gómez volvía a ser candidato a síndico, recordado por haber realizado una

de las mejores administraciones municipales en la capital del país entre 1982 y 1986 (Grimaldi, 2018, párr. 2).

La campaña de 1998 duró solo cuatro meses. Grullón (2006) explica que los médicos le advirtieron a Peña Gómez, de 61 años, que no debía someterse al estrés de la campaña y debía guardar reposo. Su estado de salud se deterioró debido al cáncer de páncreas y, seis días antes de las elecciones, falleció. El gobierno suspendió todos los actos de campaña tras su muerte. La dirección del PRD decidió que Johnny Ventura, su compañero de boleta, tomaría su lugar como candidato a la alcaldía, y su viuda, Peggy Cabral, sería la candidata a vicealcaldesa. El fallecimiento de Peña Gómez causó una gran conmoción. Joaquín Balaguer y el presidente Leonel Fernández expresaron su pesar. El PRD llamó a sus seguidores a votar masivamente en memoria de Peña Gómez y, según Grullón (2006), el triunfo del PRD en las elecciones de 1998 fue aplastante.

Tabla 15. Resultados de la Junta Central Electoral, elecciones de 1998

Partidos	Votos	Porcentaje
Votos Válidos	2.091.521	
PRD y Aliados	1.057.976	50,58%
PLD y Aliados	650.574	31,11%
PRSC y Aliados	361.871	17,30%
Otros	21.100	1,01%

Fuente: (Melo, 2013, p. 102).

3.1.2.4 Las elecciones presidenciales de 2000 y parlamentarias 2002

Cuando estaba por finalizar el periodo presidencial de Leonel Fernández, la Constitución modificada en 1994 establecía que no podía aspirar a la reelección para el segundo periodo consecutivo. Dentro del PLD se realizaron elecciones internas para determinar el candidato presidencial. Los aspirantes fueron el vicepresidente Jaime David Fernández Mirabal, el ministro de Turismo Félix Jiménez (Felucho), y el exministro de la presidencia Danilo Medina, quien resultó ser el ganador, y fue en la fórmula acompañado por el empresario agrícola Amílcar Romero.

En el PRD, los aspirantes incluían a Hipólito Mejía, la senadora Milagros Ortiz Bosch, Rafael Suberví (Fello), Hatuey De Camps y José Rafael Abinader. A pesar de las discrepancias internas, Hipólito Mejía ganó la pugna, y fue acompañado por Milagros Ortiz Bosch como candidata a la vicepresidencia.

En el PRSC, se realizó una votación interna y Joaquín Balaguer, ciego y con 93 años, ganó con el 67% de apoyo. Aunque no se había presentado en 1996 por el Pacto por la Democracia, sí aprovechó la oportunidad de postularse en las elecciones de 2000, acompañado nuevamente por Jacinto Peynado.

La campaña fue intensa entre Danilo Medina del PLD e Hipólito Mejía del PRD. Medina, estratega de la campaña de Fernández, se presentó como la nueva opción en la política. Mejía era conocido por su desempeño como ministro de Agricultura y su trayectoria en el PRD. En las votaciones, Hipólito Mejía obtuvo el 49,9%, Danilo Medina el 24,8% y Joaquín Balaguer el 24,6%. Aunque Mejía no alcanzó el 50% más un voto necesario para ganar en una sola vuelta, Balaguer reconoció su victoria y la cúpula del PRSC se reunió

para oficializarlo. Una comisión del PLD intentó replicar el Frente Patriótico con el PRSC, pero Balaguer se negó. Danilo Medina, en un gesto de evitar problemas, reconoció también la victoria del PRD y permitió que la Junta Central Electoral declarara ganador a Hipólito Mejía (Grullón, 2006, p. 460)³⁹.

Tabla 16. Resultados de las elecciones presidenciales en 2000

	votos	%
Votos válidos	3.194.816	
PRD y aliados	1.593.231	49,9%
PLD y aliados	796.923	24,9%
PRSC	785.926	24,6%
PRN	3.278	0,1%
PTD	6.138	0,2%
La Alternativa	5.961	0,2%
MID	3.359	0,1%

Fuente: Junta Central Electoral (2000).

Las elecciones parlamentarias de la República Dominicana en 2002 se llevaron a cabo en un contexto de significativa agitación política y económica. Estas elecciones se realizaron bajo la administración de Hipólito Mejía, del PRD, quien enfrentaba una creciente insatisfacción pública debido a la crisis bancaria de 2003 y la devaluación del peso dominicano. Los resultados reflejaron una disminución del apoyo al PRD y un fortalecimiento relativo del PLD, lo que preparó el escenario para los cambios políticos que vendrían en los años siguientes. Para las elecciones congresuales y municipales de 2002, se eliminó el concepto de colegios cerrados, permitiendo votar en cualquier momento del día de 6:00 AM a 6:00 PM, según la reforma constitucional de 2002 y la posterior reforma a la Ley Electoral (Participación Ciudadana, 2004, p. 12).

Tabla 17. Resultados de las elecciones parlamentarias en 2002

	Votos	%
Votos válidos	2.283.409	
PRD y aliados	963.735	42,2%
PRSC y aliados	556.431	24,4%
PLD y aliados	657.658	28,8%
PQDC	29.959	1,3%
Fuerza de la Revolución	14.148	0,6%
PRi y aliados	35.859	1,6%

Fuente: Junta Central Electoral (2004).

3.1.2.5 Las elecciones presidenciales de 2004 y parlamentarias 2006

Para la celebración de estas elecciones de 2004 habían desaparecido los dos líderes más importantes de los partidos mayoritarios del sistema político: Juan Bosch y Joaquín

³⁹ Un hecho notable de estas elecciones fue que Milagros Ortiz Bosch se convirtió en la primera mujer vicepresidenta del país. Tras el triunfo del PRD, renunció a su puesto en el Congreso para asumir simultáneamente la vicepresidencia y el Ministerio de Educación.

Balaguer⁴⁰. Tras estas pérdidas, los partidos tuvieron que renovarse. El gobierno de Hipólito Mejía no atravesaba su mejor momento debido al rechazo popular (y de parte su propio partido) por la reforma constitucional de 2002, la quiebra del Banco Intercontinental (Baninter⁴¹), y la devaluación del peso dominicano. Esta crisis financiera fue resultado de un fraude bancario que impactó severamente la economía (Ceara Hatton, 2016) y, como veremos en los siguientes capítulos de esta tesis, también en el sistema de medios de comunicación.

Además, la modificación constitucional que permitía la reelección generó controversias tanto dentro del PRD como en la población. Hatuey De Camps, presidente del PRD, se opuso firmemente a la reelección de Mejía⁴², llegando a pedir a los votantes que favorecieran a cualquier otro candidato, “que fueran a votar ‘por el diablo y su familia’ contra la reelección” (Acento, 2014). Esta oposición llevó a incidentes como la detención de locutores en Monte Cristi por realizar una encuesta radial en la que preguntaban “¿si las elecciones fueron hoy, por quién usted votaría, por el diablo o por Hipólito Mejía?” y resultó ganador Satanás.

Por medio de primarias, el PRSC eligió a Eduardo Estrella con José Hazim Frappier como compañero de boleta, después de pasar por una crisis interna por la muerte de su líder. El PLD, por su parte, seleccionó nuevamente a Leonel Fernández, acompañado de Rafael Alburquerque. En el PRD, tras la destitución de Hatuey De Camps, Hipólito Mejía fue escogido como candidato junto a Rafael (Fello) Suberví.

Los resultados de las elecciones de 2004 fueron contundentes: Leonel Fernández obtuvo el 57,1%, Hipólito Mejía el 33,6% y Eduardo Estrella el 8,6%.

Tabla 18. Resultados de las elecciones presidenciales 2004

	Votos	%
Votos válidos	3.613.700	
PLD y sus aliados	2.063.871	57,1%
PRD y sus aliados	1.215.928	33,6%
PRSC y sus aliados	312.493	8,6%
PPC	3.383	2,7%
Fuerza de la Revolución	4.737	0,1%
PRI	3.994	0,1%
PNA	4.195	0,1%

Fuente: Junta Central Electoral (2005).

En 2006, se realizaron elecciones congresuales y municipales, donde el PRSC y el PRD formaron la “Alianza Rosada” para competir juntos (por la identificación de los dos colores que fueron juntos en estos sufragios) (Diario Libre, 2006a). Estas se llevaron a

⁴⁰ Juan Bosch, fundador del PRD y del PLD, falleció el 1 de noviembre de 2001 a los 92 años, tras luchar contra el Alzheimer y la arterioesclerosis. Balaguer, fundador del PRSC y presidente en seis ocasiones, murió el 14 de julio de 2002 a los 95 años. Su salud siempre fue un misterio, y su última voluntad fue que le retiraran el corazón, deseo que no se cumplió por falta de un documento legal (Medrano y Gómez Casanova, 2012).

⁴¹ Resolución 01/2003 del Banco Central de la República Dominicana, 08-07-2003. Resolución 02/2003 del Banco Central de la República Dominicana, 13-08-2003.

⁴² Hatuey de Camps insistía que se debía respetar la memoria del líder José Francisco Peña Gómez, quien siempre se opuso a la continuidad en el poder y a la modificación a la Constitución.

cabo en un contexto de estabilidad política bajo la presidencia de Leonel Fernández (PLD). Tras su regreso al poder en 2004, Fernández buscaba consolidar el control del PLD en el Congreso Nacional para facilitar la implementación de sus políticas de desarrollo y modernización; mientras el PRD y el PRSC competían por incrementar su representación. Los resultados fueron favorables para el PLD, que logró una significativa mayoría en ambas cámaras del Congreso, fortaleciendo así la posición de Fernández y permitiéndole avanzar con su agenda legislativa sin grandes obstáculos.

Tabla 19. Resultados de las elecciones parlamentarias de 2006

	Votos	%
Votos válidos	3.019.202	
PLD y aliados	1.579.154	52,3%
PRD y aliados	656.221	21,7%
PRSC y aliados	708.077	23,4%
PRi y aliados	8.463	0,3%
PRSD y aliados	52.131	1,7%
PPC y aliados	6.170	0,2%

Fuente: Junta Central Electoral (2009).

3.1.2.6 Las elecciones presidenciales de 2008 y parlamentarias 2010

Para las elecciones presidenciales de 2008, el panorama político se caracterizó por la continuidad y consolidación de liderazgos ya establecidos. El PLD presentó nuevamente a Leonel Fernández como candidato presidencial, acompañado por Rafael Alburquerque como vicepresidente. Fernández buscaba la reelección bajo la promesa de continuar con sus políticas de modernización y desarrollo económico. Por su parte, el PRD eligió a Miguel Vargas Maldonado como su candidato presidencial, con José Joaquín Puello como su compañero de fórmula. Vargas Maldonado, empresario y político con experiencia en el gobierno, centró su campaña en críticas a la gestión de Fernández y en la necesidad de un cambio en la dirección del país. El PRSC, por su parte, presentó a Amable Aristy Castro (conocido por su larga trayectoria en la política dominicana y su influencia en la región este del país) como su candidato presidencial, acompañado por José Eduardo Sued como vicepresidente.

El proceso electoral de 2008 se desarrolló en un contexto de estabilidad económica relativa, pero con desafíos significativos en términos de corrupción, desigualdad y servicios públicos. A pesar de las críticas y las promesas de cambio de los otros candidatos, Leonel Fernández logró capitalizar su imagen de liderazgo y experiencia y consiguió la reelección con el 53,8% de los votos, frente al 40,5% de Miguel Vargas Maldonado del PRD y el 4,6% de Amable Aristy Castro del PRSC (Arias, 2016). Esta elección marcó una etapa importante en la política dominicana, consolidando el liderazgo del PLD.

Tabla 20. Resultados de las elecciones presidenciales de 2008

	Votos	%
Votos válidos	4.086.541	
PLD y aliados	2.199.734	53,8%
PRD y aliados	1.654.066	40,5%
PRSC	187.645	4,6%

PRSD y aliados	19.309	0,5%
PRI	1.533	0,04%
MIUCA	18.136	0,4%
PAP	6.118	0,1%

Fuente: Junta Central Electoral (2009).

Dos años más tarde se llevaron a cabo las elecciones congresuales y municipales de 2010. Los resultados de las elecciones de 2010 confirmaron la tendencia anterior, reflejando el dominio del PLD en el escenario político. Este partido obtuvo una mayoría significativa en ambas cámaras del Congreso y controló la mayor parte de los gobiernos municipales. Este triunfo consolidó aún más el poder del PLD y de Leonel Fernández, permitiéndoles impulsar su agenda legislativa y administrativa sin grandes obstáculos.

Los legisladores electos en esta contienda (también los alcaldes y regidores) cumplirían su mandato durante seis años, en lugar de los cuatro establecidos por ley. Esto se debió a que, un año antes, el Congreso había decidido esta medida con la finalidad de que, para 2016, las elecciones presidenciales y legislativas fueran concurrentes y lograr, de esta manera, salir de la vorágine de elecciones cada dos años en la que se encontraba el país.

Tabla 21. Resultados de las elecciones parlamentarias de 2010

	Votos	%
Total votos válidos	3.310.382	
PLD	1.380.601	41,7%
PRD	1.272.536	38,4%
PRSC	203.729	6,2%
PAD	48.630	1,5%
BISD	43.665	1,3%

Fuente: Junta Central Electoral (2010).

3.1.2.7 Las elecciones presidenciales de 2012

El 26 de enero de 2010 se aprobó una nueva reforma a la Constitución, sometida a vistas públicas y consensuada con todos los sectores involucrados⁴³. El tema de la reelección presidencial fue parte de esta reforma, impulsada por el entonces presidente Leonel Fernández. Se eliminó la posibilidad de que un presidente pudiera postularse nuevamente, lo que impedía a Fernández aspirar otra vez tras finalizar su mandato en 2012. La modificación del artículo 124 de la Constitución de 2010 estableció: “El Poder Ejecutivo se ejerce por el o la presidente de la República, quien será elegido cada cuatro años por voto directo y no podrá ser electo para el período constitucional siguiente”.

Con la Constitución modificada y sin posibilidad de reelección consecutiva, el PLD se vio en la necesidad de buscar un nuevo candidato para las elecciones de 2012, tras ocho años de gobierno ininterrumpido. Entre los aspirantes estaban Reinaldo Pared Pérez, Radhamés Segura, Margarita Cedeño, Danilo Medina, Temístocles Montás y Francisco Javier. Poco a poco, los candidatos renunciaron y apoyaron a Danilo Medina, quien se

⁴³ Fernández, Leonel: “La Constitución del 2010: Una reforma integral”. Listín Diario, 27/05/2019. Disponible en: <https://listindiario.com/la-republica/2019/05/27/567184/la-constitucion-del-2010-una-reforma-integral.html> Consultado el 16 de julio de 2020.

convirtió en el candidato del PLD. Se decidió realizar una encuesta para elegir al compañero de boleta de Medina, considerando a alguien del círculo de Leonel Fernández para asegurar la unidad del partido, que en ese momento estaba dividido entre ambos líderes. Margarita Cedeño, que sumó más votos, fue elegida y confirmada como candidata a la vicepresidencia⁴⁴.

En el PRD, se manifestaron dos corrientes: una apoyando a Miguel Vargas Maldonado y otra a Hipólito Mejía, quien se acompañó del empresario Luis Abinader como candidato a vicepresidente. Las elecciones de 2012 eran esperadas, ya que sería la segunda vez que Danilo Medina e Hipólito Mejía se enfrentarían, después de que en 2000 Medina reconociera la victoria de Mejía.

A finales de 2011, las encuestas mostraban a Hipólito Mejía por encima de Danilo Medina. Sin embargo, durante la campaña, Leonel Fernández se unió activamente para apoyar a Medina y su esposa, fortaleciendo la imagen de unidad del PLD. Esto ayudó a cambiar la tendencia a favor de Medina. A esto se unió una declaración desafortunada de Hipólito Mejía, acusando a las trabajadoras domésticas, que fue aprovechada por Medina y generó una respuesta negativa de las asociaciones de trabajadoras domésticas (Apolinar, 2012).

Las elecciones del 20 de mayo se celebraron con normalidad, aunque *Telesistema* Canal 11 fue temporalmente cerrado por la Junta Central Electoral por ofrecer declaraciones de los resultados de una encuesta de boca de urna antes de tiempo. Pasado este percance, la Junta Central Electoral anunció los resultados finales: el PLD y aliados obtuvieron 51,2% de los votos y el PRD y aliados el 46,9%.

Tabla 22. Resultados de las elecciones presidenciales de 2012

	Votos	%
Votos válidos	4.536.910	
PLD y aliados	2.323.463	51,2%
PRD y aliados	2.130.189	46,9%
APD	5.066	0,1%
Frente Amplio	6.553	0,1%
Dominicanos por el Cambio	9.343	0,2%
Alianza País	62.296	1,4%

Fuente: Junta Central Electoral (2012).

3.1.2.8 Las elecciones de presidenciales de 2016

Cinco años después de la última modificación a la Constitución y a pesar de las reiteradas ocasiones en que el presidente Danilo Medina aseguró que no le interesaba la reelección, en 2014 comenzaron las primeras manifestaciones a favor de que se presentara para otro mandato. El entonces ministro de Administración Pública, Ramón Ventura Camejo, fue el primero en abordar el tema públicamente, indicando que propondría al Comité Político del PLD que apoyara una modificación a la Constitución para permitir la reelección de Medina (Bonnin, 2015).

⁴⁴ Leonel Fernández, en una entrevista, afirmó que su esposa tenía las cualidades para ser vicepresidenta y una encuesta mostró que el PLD ganaría en primera vuelta si Medina iba acompañado de Margarita Cedeño (Olivio Peña, 2011).

El 19 de abril de 2015, la cúpula del PLD se reunió y decidió apoyar la reelección de Medina, con 23 votos a favor y 11 en contra; Medina se abstuvo de votar. El 13 de junio de 2015, la Asamblea Nacional modificó la Constitución para permitir la reelección consecutiva, revirtiendo la prohibición de 2010. Los candidatos del PLD fueron nuevamente Danilo Medina y Margarita Cedeño. Para aprobar la reforma se necesitaban los votos de los diputados del PRD, lo que se logró mediante lo que se conoció popularmente como “otro pacto de las corbatas azules”, en alusión al anterior “Acuerdo de las corbatas azules”⁴⁵ que en 2009 habían firmado Miguel Vargas Maldonado, presidente del PRD, con Leonel Fernández.

En 2014, como ya se ha mencionado, el PRD se dividió, dando lugar al Partido Revolucionario Moderno (PRM), reconocido ese mismo año. En las elecciones de 2016, el PRM se presentó por primera vez con Luis Abinader como candidato presidencial y Carolina Mejía, hija del expresidente Hipólito Mejía, como candidata a la vicepresidencia.

Las elecciones de 2016 fueron complejas, ya que se unificaron los comicios para elegir al presidente, legisladores y autoridades municipales, algo que no ocurría desde hacía 22 años. El presidente en ese momento de la Junta Central Electoral, Roberto Rosario, destacó la complejidad de estas elecciones debido a la cantidad de cargos en disputa y las múltiples alianzas entre partidos. El resultado de las elecciones fue el siguiente: el PLD y sus aliados obtuvo el 61,7% de los sufragios, mientras que el PRM y sus aliados lograron un 35% (JCE, 2016).

Tabla 23. Resultados de las elecciones presidenciales de 2016

	Votos	%
Votos válidos	4.611.963	
PLD y aliados	2.847.438	61,7%
PRM y aliados	1.613.220	35%
ALIANZA PAÍS	84.399	1,8%
PRSC	8.264	0,2%
PQDC	20.423	0,4%
APD	16.256	1,8%
PUN	5.678	0,3%

Fuente: Junta Central Electoral (2016).

3.1.2.9 Las elecciones presidenciales de 2020

Las elecciones generales de 2020 en la República Dominicana fueron un hito significativo, marcadas por un contexto de cambio y desafíos debido a la pandemia de COVID-19. Estas elecciones incluyeron la elección presidencial, congresual y municipal. El panorama político en 2020 estaba dominado por la creciente insatisfacción con el PLD, que había estado en el poder desde 2004. Danilo Medina, presidente desde 2012, no podía optar por una nueva reelección debido a las restricciones constitucionales, lo que abrió la puerta a nuevos candidatos dentro del partido y a una fuerte competencia por parte de la oposición. Estuvo marcada también por la división del PLD, con la consiguiente renuncia

⁴⁵ Se conoce como “acuerdo de las corbatas azules” al acuerdo político establecido en 2009 entre Leonel Fernández y Miguel Vargas Maldonado y que tuvo como principal tema la posibilidad de reelección, pero no consecutiva.

de Leonel Fernández a su organización partidista después de 40 años de carrera en este partido y su decisión, posterior de fundar un nuevo partido (el FP), junto con el aplazamiento de la celebración de las elecciones municipales por la desconfianza generada frente a la implementación del voto automatizado y la decisión final de realizarlas en el mes de julio, junto con las legislativas y presidenciales.

El PLD presentó a Gonzalo Castillo como su candidato presidencial, con Margarita Cedeño como su compañera de fórmula. Castillo, exministro de Obras Públicas, centró su campaña en la continuidad y en sus logros en infraestructura, aunque enfrentó críticas por su falta de experiencia política y su vinculación con la administración saliente. El PRM eligió a Luis Abinader como su candidato presidencial, acompañado por Raquel Peña. Abinader, empresario y economista, ya había competido en las elecciones de 2016 y orientó su campaña en el cambio, la transparencia y la lucha contra la corrupción. Prometió una nueva dirección y reformas profundas para enfrentar los problemas del país. El PRSC y otros partidos menores también presentaron candidatos, pero su influencia fue definitivamente menor en comparación con el PLD y el PRM.

Los resultados de las elecciones de 2020 marcaron un cambio significativo en la política dominicana. Luis Abinader del PRM ganó la presidencia con el 52,5% de los votos, derrotando a Gonzalo Castillo del PLD, quien obtuvo el 37,5%. Este resultado reflejó el deseo de cambio del electorado y puso fin a 16 años de gobierno del PLD. En el ámbito congresual, el PRM también obtuvo una mayoría significativa, lo que permitió a Abinader impulsar su agenda de reformas. La victoria de Abinader y el PRM, colocándose como primera fuerza política a solo seis años de su creación, representó un cambio claro del sistema de partidos y de rumbo en la política dominicana. Su administración se comprometió a enfrentar la corrupción, mejorar la transparencia y revitalizar la economía, especialmente en el contexto de la recuperación post-pandemia.

Tabla 24. Resultados de las elecciones presidenciales de 2020

	Votos	%
Votos válidos	4.163.362	
PRM	2.154.866	52,5%
PLD	1.537.078	37,5%
PRSC	365.226	9%
ALIANZA PAIS	39.458	0.9%
PDI	3.484	0.08%
PNVC	3.250	0.08%

Fuente: Junta Central Electoral (2020).

3.2 Las políticas de regulación estructural y técnica

Las transformaciones operadas en torno a las políticas de regulación estructural y técnica del campo de la comunicación que se describen en este apartado se refieren específicamente al sector de los servicios de difusión sonora y televisiva. Esto se debe a que, como sucede en muchos países, en República Dominicana la prensa se ha desarrollado sin un marco legislativo que impusiera “condiciones económicas o requisitos de solvencia para la fundación de un diario o periódico escrito” (Prestol, 2010, p.22) ni otras exigencias de este tipo.

La Resolución 1370 de 1875⁴⁶, solo 31 años después de la fundación del país, otorgó el permiso al cónsul dominicano en los Estados Unidos, Leonardo del Monte, para que pudiera proyectar una línea telegráfica en cuatro provincias del norte de la isla. En las propias palabras de la resolución: “Se le otorgue una concesión para el establecimiento de una línea telegráfica que, partiendo de la ciudad de Puerto Plata, toque en las de Santiago de los Caballeros, Moca y La Vega”. Después de esa primera concesión, otorgada durante el gobierno de Ignacio María González, cuyo proyecto no se materializó, se concedieron otros permisos para la instalación de redes y para la prestación de servicios telegráficos, que contribuyeron al desarrollo de la telegrafía durante los últimos años del siglo XIX y los primeros del XX en el país⁴⁷.

Algunos años más tarde, también la telefonía comienza su andadura. La Resolución 2228, del año 1884⁴⁸, concede el permiso al ciudadano estadounidense Preston C. Nason para ejecutar en República Dominicana su central telefónica.

Conceder al señor Preston C. Nason, por el término de cincuenta años, contados desde la fecha de esta concesión, el derecho de establecer en la República el sistema perfeccionado de centrales telefónicas de Nason, con sus transmisidores y recibidores de comunicaciones; y el derecho de manufacturar, importar o suplir cualesquiera formas de aparatos telefónicos; y de construir, operar y mantener centrales o líneas privadas o públicas y todo lo que abarca el sistema de transmisión eléctrica de sonidos o palabras por alambres o cables en el interior de la República, siempre que pueda comprenderse en la categoría de lo que hoy se conoce por teléfono. Durante el mencionado término de cincuenta años, el derecho de importar o suplir teléfonos y materiales telefónicos (no entendiéndose por esto los materiales y productos químicos que puedan tener otra aplicación), y de construir, conectar, operar o mantener centrales o cualquiera otro sistema telefónico, no se concederá a ninguna otra persona, compañía o asociación. Se compromete el gobierno a dar el apoyo de la ley al concesionario contra cualquiera que atentare a los derechos aquí consignados, y a perseguir con arreglo a las leyes penales a todo individuo que en algún modo moleste, impida u obstruya la construcción o funcionamiento de una o más establecidas por el señor Nason, sus herederos o cesionarios.

Esta primera concesión marcó el inicio de la telefonía en República Dominicana⁴⁹, que se complementaría, años más tarde, con el establecimiento, en 1888, de la red urbana de la capital y en los años posteriores con las redes de servicio telefónico en el resto del territorio, la llegada de los primeros equipos radiotelegráficos y su desarrollo durante la invasión norteamericana y durante la desocupación de sus tropas⁵⁰.

⁴⁶ Resolución 1370 del Poder Ejecutivo para la primera línea de telégrafos en Puerto Plata, Santiago, Moca y La Vega, de 1875. Disponible en: <https://www.consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3265163&managementType=1>

⁴⁷ Para una revisión más completa de esta cuestión, véanse, por ejemplo, los trabajos de Chez Checo (2000), Veras (2009) y Carreras Aguilera (2019).

⁴⁸ Resolución 2228 Poder Ejecutivo otorga permiso al estadounidense de comenzar a operar la Central Telefónica Nason, de 1884. Disponible en: <https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3266954&managementType=2>

⁴⁹ Ese mismo año, el gobierno del presidente Francisco Gregorio Billini le concedió al señor Nason una prórroga, y “no fue hasta 1886 que dicha concesión se convertiría en realidad cuando el señor Nason pudo establecer la primera central telefónica de la ciudad de Santo Domingo” (Carreras Aguilera, 2019, p. 131).

⁵⁰ Véase el apartado “Cronología Histórica”, de portal *web* del INDOTEL, para una síntesis de los principales hitos. Disponible en: <https://indotel.gob.do/sobre-nosotros/cronologia-historica/>.

Dado este lento, pero progresivo desarrollo de los sistemas de comunicaciones, en el año 1911, el Congreso Nacional sanciona la Ley 4990⁵¹ sobre empresas de telégrafos y teléfonos, en la que se determina que “el servicio telegráfico y telefónico se hará en la República por las líneas del Gobierno, de los Ayuntamientos y por las de particulares o empresas que estuvieren autorizadas a efectuar dichos servicios” (art.1). Mediante esta ley queda establecido de forma expresa que dichas autorizaciones son competencia del Poder Ejecutivo o de los ayuntamientos⁵².

Art. 2. Para el establecimiento de servicios telegráficos o telefónicos por cuenta de individuos, asociaciones o empresas particulares, es necesario una autorización del Poder Ejecutivo o del Ayuntamiento, salvo cuando dichos individuos, asociaciones o empresas, traten de obtener privilegios o franquicias. En este caso se necesita una autorización del Congreso Nacional.

Art. 3. Para el establecimiento de líneas telegráficas o telefónicas de uso privado, fuera de los límites de la propiedad particular, se necesita un permiso del Poder Ejecutivo, o del Ayuntamiento, salvo en los casos en que dichas líneas fueren establecidas, para su uso exclusivo, por empresas ferroviarias, industriales, agrícolas o mineras que estuviesen autorizadas para ello por el Congreso Nacional (Ley 4990 sobre empresas de telégrafos y teléfonos, 1911, p. 2).

3.2.1 Las regulaciones a las estaciones radioeléctricas en la dictadura de Trujillo

Posteriormente, en 1933, ya durante el gobierno de Rafael Leónidas Trujillo, se promulga “la primera disposición legal para el uso del espectro radioeléctrico dominicano” (Veras, 2009, p. 344). Se trata de la ley 511⁵³, sobre las estaciones radioeléctricas, del 18 de mayo del 1933, en la que se establece que las licencias y concesiones de funcionamiento y explotación de estas estaciones requieren de una autorización previa otorgada mediante decreto del Poder Ejecutivo.

Art.1. Ninguna Estación Radioeléctrica, emisora o receptora podrá establecerse, funcionar ni explotarse sin previa autorización concedida por Decreto del Poder Ejecutivo, mediante solicitud dirigida a la Secretaría de Estado de Trabajo y Comunicaciones”. (Ley 511 Estaciones Radioeléctricas, 1933, p. 1).

Durante este periodo, en el que las telecomunicaciones estaban regidas por la Secretaría de Trabajo y Comunicaciones, la normativa regula tres tipos de estaciones radioeléctricas transmisoras, según la clase de servicios que proporcionan: las radiodifusoras, las experimentales y las de aficionados. Bajo esta ley se indica que dichas emisoras quedan sometidas a las reglamentaciones de los Convenios Internacionales de Comunicaciones Radioeléctricas a los que República Dominicana se había adherido, se establecen los requisitos y procedimientos de tramitación de solicitudes de licencia para la instalación de estaciones telegráficas emisoras o radiodifusoras y se especifican las sanciones

⁵¹ Ley 4990 sobre empresas de telégrafo y teléfono, de 1911. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3273471&managementType=1>

⁵² En el artículo cuarto de esa Ley se establecen las normas para los límites de la construcción de las líneas telegráficas. En ellas se especifica que si tomaran una fracción del terreno donde no tenían el permiso del Poder Ejecutivo para operar, estarían sujetos a una multa y permitirían que los propietarios derribaran la edificación si se contara con alguna.

⁵³ Ley 511 sobre Emisoras Radioeléctricas, de 1933. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3270190&managementType=1>

establecidas a las infracciones a esta disposición. En cuanto al contenido (como se verá en el epígrafe de esta tesis que aborda esta cuestión) se prohíbe que éste pudiera alterar el orden público y la paz y se especifican las multas por transmitir mensaje subversivos o insultantes. También, en su artículo 2, se establece que “el Poder Ejecutivo puede disponer la instalación de Estaciones Radioeléctricas y Radiodifusoras para el servicio oficial y para la divulgación científica, literaria, artística y de propaganda en general”.

La Ley 511 es una de las primeras normativas que busca ordenar técnica y económicamente el uso del espectro radioeléctrico, dando al Poder Ejecutivo la autoridad para otorgar y cancelar permisos y licencias de funcionamiento de las emisoras. El mismo año en que se sanciona esta ley, se aprueba el Reglamento para su aplicación, Reglamento 833 de 1933. Estas dos normas serán modificadas varias veces a lo largo de los dos años siguientes, especialmente en lo concerniente al pago de cuotas anuales (tarifas de impuesto) que ambas medidas establecían para las estaciones emisoras y receptoras. Dichas reformas (Decreto 851 de 1933; Ley 725 de 1934, Ley 879 y Decreto 1283 de 1935) reflejan ajustes administrativos y fiscales realizados por el gobierno de Trujillo para regular más estrictamente a las estaciones radioeléctricas, pero también evidencian el titubeo y la falta de claridad en torno a las regulaciones económicas para el sector de la comunicación durante esta época.

A estas modificaciones, se suma la que efectúa la Ley 1435⁵⁴, del año 1937, que modifica el artículo primero de esa Ley 511, en la que la dependencia de las Telecomunicaciones cambia de la necesidad de un decreto del Poder Ejecutivo a un permiso otorgado por el secretario de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas.

Art.1.- Ninguna estación radioeléctrica, emisora o receptora, podrá establecerse, funcionar ni explotarse, sin previa autorización que será concedida por el secretario de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas, mediante solicitud sometida a este funcionario de conformidad con las leyes y reglamentos de la materia.

Un año después se sanciona la Ley 1474⁵⁵ de Vías de Comunicación, de 1938. Se trata de una normativa que efectúa una armonización de leyes anteriores, con la que se intenta organizar todas las disposiciones legales acerca de vías de comunicación, entre ellas, “cualquier sistema eléctrico, de transmisión o de recepción, con o sin hilos conductores de sonidos o de imágenes” (art. 1, numeral h.). En ella se enumeraban y clasificaban las que se consideraban como vías de comunicación bajo la supervisión de la Secretaría de Estado de Obras Públicas y Comunicaciones⁵⁶ y se regulaban sus funcionamientos. Una nota de Francisco Ureña Hernández, por entonces director de Correos, publicada en uno

⁵⁴ Ley 1435 Modificación del artículo primero de la ley 511 del 18 de mayo del 1933, de 1937. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3271873&managementType=1>

⁵⁵ Ley 1474 de vías de comunicación, de 1938. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3273139&managementType=1>

⁵⁶ Art. 1. Son vías de comunicación, regidas por la presente Ley: a)- Los mares territoriales, en la extensión y términos que establecen las leyes y los usos y tratados internacionales; b)- Los lagos y lagunas navegables o flotables; e)- Los ríos y corrientes navegables o flotables; d)- Los canales que se destinen a la navegación; e)- Las calles, los caminos y las carreteras; f)- Los ferrocarriles; g)- Las líneas de navegación aérea; h)- Las líneas telegráficas y las telefónicas, las instalaciones radiotelegráficas, radiotelefónicas y cualesquiera otras de sistema eléctrico, de transmisión o de recepción, con o sin hilos conductores, de sonidos o de imágenes; i)- Los terrenos, las obras y las construcciones de todo género indispensables para el mejor servicio de dichas vías de comunicación que formen parte integrante de las mismas o de sus servicios auxiliares, dependencias o accesorios (Ley 1474 de vías de comunicación, 1938, p. 1).

de los diarios de Santo Domingo y reproducida en el estudio de Veras (2009, p. 449), advertía: “Esta ley, que es al mismo tiempo una compilación de todas las leyes nacionales anteriores sobre servicios de comunicaciones en general, bien puede ser considerada como el Código de Comunicaciones [...]”.

La Ley 1474 mantuvo su vigencia durante un periodo de 28 años, desde 1938 hasta 1966. Entre otras cuestiones, para las estaciones radiodifusoras, establecía que no podía concederse autorización para el funcionamiento de más de tres por banda en una misma provincia, que las radiodifusoras culturales no podían ser explotadas comercialmente y que los programas difundidos por las estaciones radiodifusoras quedaban sujetos a los reglamentos que con ese objeto dictara el Poder Ejecutivo. En el marco de esta nueva normativa, se reorganizaron las licencias de las estaciones radioeléctricas en el país, reduciendo el número (Veras, 2009, p. 462-63). Sobre el servicio de radiotelevisión, la ley solo incluía dos artículos (123 y 124) en los que se indicaba la necesidad previa de haber obtenido una licencia de estación experimental y una eficacia comprobada por los técnicos de la Secretaría de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas para poder obtener una licencia de servicio de radiotelevisión permanente, comercial o cultural.

A pesar de que la Ley 1474 fue un claro intento orientado a ordenar el fragmentario desarrollo normativo anterior, su carácter generalista, de “ley de vías de comunicación”, impidió regular de forma concreta muchos aspectos centrales del escenario comunicativo radiofónico del momento. El todavía escaso número de emisoras que existían en esa época (aunque en constante aumento durante ese periodo) puede explicar, en parte, que no se elaborara una ley específica de radiodifusión. Para los años en los que se discute y aprueba la ley, según un fragmento del discurso de 1935 del entonces subsecretario de Trabajo y Comunicaciones, Osvaldo Báez Soler, el país contaba solo con 17 estaciones de radiodifusión comercial, nueve de ellas instaladas ese mismo año (Vera, 2009, p. 383). El estudio de Vera (2009: 426-28) contabiliza, para el año 1936, 25 radiodifusoras, entre ondas medias y ondas cortas, en todo el país (14 en Ciudad Trujillo, 4 en Santiago, 2 en San Pedro de Macorís, 2 en La Vega, 1 en La Romana, 1 en Moca y 1 en San Francisco de Macorís).

El incremento de las licencias para la radio se produjo a partir de la finalización de la década del 1940, según la investigación de UNESCO (2017):

La dictadura de Trujillo era cuestionada y criticada en gran parte de los países de América Latina y el Caribe a través de los medios de comunicación, especialmente por la radio. En el país se escuchaban emisoras extranjeras, por donde eran condenados los crímenes y las constantes violaciones a los derechos humanos por parte del régimen. Para combatir las críticas Trujillo promovió en los años 1950 la proliferación de emisoras, otorgándole licencias a quienes las solicitaran. De esa manera ocupaba el espectro y limitaba la audiencia de emisoras internacionales (UNESCO, 2017, p. 61).

La facilidad y discrecionalidad en el otorgamiento de las licencias durante esta época fue el escudo para que las opiniones adversas al régimen no siguieran penetrando en territorio dominicano, por lo que desde el principio se buscó tener el control no solo en la estructura de los medios sino además de su contenido, como se verá más adelante. Durante los años posteriores, el régimen trujillista suprimirá la Secretaría de Estado de Obras Públicas y la Secretaría de Estado de Comunicaciones y reasignará sus atribuciones a la Dirección General de Obras Públicas y a la Dirección General de Comunicaciones. Lo hará

mediante la Ley 579, de 1941, y a partir de entonces será ésta última la encargada de gestionar las licencias y permisos en el sector de las comunicaciones⁵⁷.

3.2.2 El periodo de Balaguer

Esta falta de especificidad de la ley 1474 recién fue solventada en 1966, año en el que se aprueba la Ley 118⁵⁸ de Telecomunicaciones, promulgada bajo el gobierno del presidente provisional Héctor García Godoy⁵⁹. Esta norma, que al igual que la anterior gozará de una prolongada vigencia, será reemplazada recién en 1998, 32 años después de su sanción. Su articulado servirá, por tanto, como marco legal en momentos muy diferentes de la convulsa historia dominicana posterior a la caída del régimen trujillista, durante los años del balaguerismo y de los gobiernos del PRD.

Como se acaba de mencionar, el contenido de esta ley estuvo más directamente centrado en las regulaciones de las telecomunicaciones y le otorgó un lugar destacado a la radiodifusión:

Votada en el gobierno provisional de Héctor García Godoy y resultado directo de la ocupación militar de 1965, el legislador de la desaparecida Ley No. 118 sobre Telecomunicaciones del 1 de febrero de 1966 enfocó su interés en la organización y operación de los servicios de radiodifusión, dedicando tan solo dos artículos al llamado servicio de telefonía, en manos privadas desde el año 1931 (Rizek, 2019)

En su primer artículo, la ley 118 establecía el dominio estatal de los canales y bandas de frecuencia de emisión de todas las formas y comunicaciones radioeléctricas y la posibilidad de otorgar su uso a personas u organizaciones por un periodo de tiempo.

Art.1.- El Estado Dominicano ejerce el dominio de los canales y bandas de frecuencias de emisión de todas las formas de transmisiones y de comunicaciones radioeléctricas dentro del territorio nacional y sus aguas jurisdiccionales.

Párrafo. -Por utilidad o necesidad pública el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones podrá otorgar el uso de los mismos a individuos, asociación, corporaciones y asociados, por periodo de tiempo regulado con sujeción a lo que dispone esta ley, dentro de las condiciones que señalen los reglamentos que rijan sobre el tipo de servicio en cuestión.

Para ello, creó y le otorgó atribuciones a la Dirección General de Telecomunicaciones (DGT), dependiente del Ministerio de Obras y Comunicaciones, como autoridad competente para la expedición de licencias y permisos y para la reglamentación.

⁵⁷ Mediante decreto 4, de 1942, La Dirección General de Comunicaciones fue puesta bajo la dependencia jerárquica de la Secretaría de Estado de lo Interior y Policía. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3271309&managementType=1>

⁵⁸ Ley 118 de Telecomunicaciones, de 1966. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/26607528/Ley-de-Telecomunicaciones-No-118-de-1966>

⁵⁹ Unos meses antes de la aprobación de la Ley 188 de Telecomunicaciones, García Godoy firmó el decreto 621, que restringía temporalmente el número de estaciones radiofónicas que podían operar en el país. Este decreto, con solo dos artículos, limitaba, en el primero, el número de estaciones a las que en ese momento funcionaban legalmente y, en el segundo, cancelaba las licencias expedidas para la instalación de nuevas, que aún no estuvieran operando. Decreto 621, de 1966. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3305975&managementType=1>

[La DGT] junto con ‘el Ministerio del ramo’ tendría a su cargo la ‘regulación, supresión y fiscalización’ de ‘las comunicaciones por radiotelegrafía, radiotelefonía, radiodifusión, radiofacsimil, televisión, transmisión de energía para servicios de telecomunicaciones, experimentación y todos los demás medios de telecomunicación’ (Suárez Adames, 2017, p. 110).

Este organismo se mantuvo vigente hasta la conformación en el año 1998 del actual órgano regulador en el país, el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL). El expresidente del INDOTEL, José Rafael Vargas Pantaleón, afirma que “la DGT era un órgano que lo manejaba el Ejecutivo a través del Ministerio de Obras Públicas, que era el agente directo dentro del Estado” (Vargas Pantaleón, comunicación personal, 12 de junio del 2018). Quien fuera el máximo representante de INDOTEL explica que la DGT tenía un director ejecutivo encargado de manejar todo, pero que la DGT era un órgano que tenía que ver básicamente con la asignación de frecuencias de radio, de cable o televisión de radioaficionado y que dicha asignación se efectuaba de manera directa si alguien la solicitaba al presidente de la República o al ministro de Obras Públicas, ya que la ley le permitía al Ejecutivo asignarlas directamente⁶⁰.

Antes había solo un director ejecutivo que manejaba todo en función del interés que pudiera tener el Ejecutivo en que esa persona tuviera un medio de comunicación o manejara espectro radioeléctrico pudiera ser para dar servicio de telefonía, en ese tiempo pudiera ser para darte el servicio de televisión, para dar servicio de cable, para servicio de radiofonía fundamentalmente lo que más se propagó era la frecuencia de radio (Vargas Pantaleón, comunicación personal, 12 de junio del 2018).

Entre las disposiciones más importantes en materia de estaciones de radiodifusión, esta ley declara que “el servicio de radiodifusión y televisión es de interés público y podrá ser utilizado por el Estado y por particulares mediante concesiones” (art 45); especifica que “estos servicios tendrán por objeto transmitir programa culturales, artísticos, informativos, educativos y de entretenimiento” (art. 46)⁶¹; establece que las emisoras “no podrán ser controladas directa o indirectamente por partidos políticos, instituciones gremiales o agencias publicitarias” (art. 48) y señala que “las estaciones de FM no podrán ser retransmitidas en la Banda de Broadcasting de 88 a 108 Mc.s, sino en la banda que la Dirección General le asigne” (art. 51).

La ley estableció que las licencias para el funcionamiento y la explotación de emisoras serán otorgadas con carácter individual o a entidades con personalidad jurídica; se darán a dominicanos o extranjeros nacionalizados; ningún permisionario podrá tener en funcionamiento más de un transmisor de radiodifusión en una misma banda y en una misma localidad y la propiedad no podrá ser transferida a personas o entidades que no cuenten con la correspondiente licencia. La ley incluía, también, una limitación adicional para los titulares de licencias, directores, administradores, gerentes o agentes responsables del servicio de una estación: “no podrán tener interés directo o indirecto en

⁶⁰ Durante 32 años, la Ley que estuvo en vigencia y era la encargada de normar las telecomunicaciones en el país, fue la 118. Tenía la particularidad de, a pesar de la existencia de la DGT, otorgaba el poder al presidente de la República y al Ministerio de Obras Públicas para conceder las licencias para el uso de las frecuencias dentro del espectro radioeléctrico.

⁶¹ También establece, en el artículo 47, que “las transmisiones de carácter publicitario, político, gremial o religioso no predominarán en las transmisiones, de acuerdo con los fines de estos servicios. La difusión de publicidad comercial podrá realizarse siempre que su proporción, su carácter y su forma no afecten la calidad y jerarquía de los programas”.

otra emisora. La violación de esta norma conllevaría la caducidad de las licencias en caso de aprobarse la participación de sus titulares” (art. 59, párr. III).

Los años posteriores a la entrada en vigor de esta ley fueron los conocidos como “Los doce años de Balaguer” (1966-1978). Fueron los que siguieron a la dictadura de Trujillo. La posición de Joaquín Balaguer como mandatario le dio el control de los permisos de las licencias para operar y abrir tanto canales de televisión como emisoras de radio.

Entre 1961 y 1971 la cantidad de emisoras de radio casi se triplicó, pasando de 36 a 91. Siete años después, 1978, cuando Balaguer sale del poder, el país ya cuenta con 175 emisoras de radio (UNESCO, 2017: 62).

Ese control de los permisos con la correspondiente discrecionalidad en su otorgamiento se conjugó con otros mecanismos de captación y asimilación al régimen:

Mientras combatía a los periodistas, el gobierno de Balaguer se buscaba el favor de los propietarios y directivos de los medios, instaurando una serie de incentivos fiscales y cambiarios y a través de una generosa publicidad oficial, lo que inició la multiplicación de periódicos y emisoras radiofónicas (Bolívar Díaz, 2005: 387).

Tras haber perdido las elecciones, y sabiendo que estaría en el gobierno el Partido Revolucionario Dominicano (que, finalmente, gobernaría dos periodos, 1978-1982/1982-1986), Balaguer decidió, seis días antes de entregar el poder el 10 de agosto de 1978, blindar a través de la Ley 908⁶² los permisos de las licencias de nuevas instalaciones de emisoras de radio y canales de televisión en este periodo.

Artículo 1: A partir de la publicación de la presente Ley, no se concederán nuevos permisos para la instalación de estaciones de radio y televisión, y, en consecuencia, sólo se reconocen como válidos los permisos otorgados por la Dirección General de Telecomunicaciones para el funcionamiento de los canales de televisión de las siguientes empresas:

Canales 4, 5 y 12 en todo el país, a Radio Televisión Dominicana

Canales 7 en Santo Domingo, 7 y 11 en Santiago y 70 en Navisa, a Radio HIN, C.por A.

Canal 9 en Santo Domingo y 2 en Santiago a la Corporación Dominicana de Radio y Televisión

Canal 11 en Santo Domingo, a Telesistema Dominicano, C. por A.

Canal 6 en Santo Domingo y 9 en Santiago, a ORBE, S. A.

Canal 13 en Santo Domingo a Inde Radio y Televisión, S. A.

Canal 2 en Santo Domingo y 13 en Santiago, a Teleantillas, C. por A.

(Ley 908 que prohíbe terminantemente la concesión de nuevos permisos para la instalación en el país de estaciones de radio o televisión, 1978, p. 277).

Como se verá más adelante, en la descripción de la estructura del sistema mediático dominicano, esta ley resultará fundamental para la actual configuración del sistema televisivo.

⁶² Cuatro años antes, el presidente Joaquín Balaguer había firmado el decreto 4601, de 1974, en el que se establecía ya la decisión de no conceder nuevos permisos para la instalación de estaciones de radio o televisión. En el único “considerando” con el que cuenta este decreto, la explicación para esta acción es que, debido a la proliferación de estas estaciones, se encontraban cubiertas todas las frecuencias disponibles y, como consecuencia, cualquier nueva emisora produciría interferencias que perjudicarían a las ya existentes. La ley 908 del año 1978, reafirma esta decisión previa.

3.2.3 El escenario contemporáneo

El siguiente gran salto en materia de regulación de las telecomunicaciones llegará recién en el año 1998. El expresidente del INDOTEL Vargas Pantaleón (2018) explica que desde 1995 se pensaba en la modernización de la normativa sobre telecomunicaciones. Sin embargo, es a partir del año 1998 cuando, en virtud de un proceso de diálogo de concertación en el que participaron todos los actores de la sociedad, guiados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) con sede en Ginebra, la cual envía un equipo de técnicos, el Banco Mundial y otros organismos internacionales, para asesorar a República Dominicana, se produce la modernización de Ley de Telecomunicaciones⁶³. Entonces surge la Ley 153-98, de 1998 que deroga la anterior normativa, liberaliza el sector y ordena, entre otras cuestiones, el espectro radioeléctrico. Es decir, entra de lleno en la organización técnica del sector de las telecomunicaciones y, junto con otros reglamentos emitidos por el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), regula su funcionamiento y servicios.

La actual Ley de las Telecomunicaciones fue aprobada por el Congreso dominicano en el mes de diciembre de 1997 y promulgada por el Poder Ejecutivo, durante el gobierno del presidente Leonel Fernández, el 27 de mayo del 1998 para sustituir a la 118 de 1966, vigente hasta ese momento. Liberaliza aún más el ámbito de las telecomunicaciones, estableciendo condiciones de libre competencia adaptadas a los parámetros establecidos por organismos internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC) y UIT. Aunque se trata de una ley general de telecomunicaciones, esta normativa aborda aspectos relevantes de los clasificados en el texto como “servicios de difusión”⁶⁴.

Art. 18. Servicios de difusión

18.1. Los servicios de difusión, ya sean de difusión sonoras o televisivas, son servicios de telecomunicaciones en los que la comunicación se realiza, normalmente, en un solo sentido a varios puntos de recepción simultáneamente [...]. (Ley General de Telecomunicaciones No.153-98, 1998).

En este mismo artículo, la ley establece que los mismos pueden ser públicos o privados y pueden clasificarse en servicio de radiodifusión (que pueden utilizar sistemas terrestres o sistemas de satélites) o servicios de difusión por cable, dependiendo del medio que utilicen para transmitir. Así, la norma indica que “son servicios de difusión el servicio de radiodifusión sonora y de televisión, y el servicio de difusión por cable” (art. 18.5).

Esta normativa detalla que siempre que se necesite el uso del dominio público radioeléctrico⁶⁵ se someterá a un concurso público, que determinará la distribución de las concesiones y licencias.

⁶³ Según indica la Resolución que “designa una Comisión Especial de Senadores que promueva el Estudio de la Ley General de Telecomunicaciones frente a las nuevas tendencias del sector” del Senado de República Dominicana, la “legislación que sirvió de modelo para la redacción de la Ley General de Telecomunicaciones N° 153-98 [fue] la Ley General de Telecomunicaciones Española N° 11/1998 de 24 de abril”. Disponible en: <https://memoriahistorica.senadord.gob.do/items/996261ad-247e-4865-96aa-b59d8dd3d5bb>

⁶⁴ Otros servicios de telecomunicaciones clasificados bajo esta ley son: los portadores de servicios, los servicios finales o teleservicios y los servicios de valor agregado.

⁶⁵ La ley señala que el espectro radioeléctrico constituye un bien de dominio público, escaso e inalienable, que forma parte del patrimonio del Estado.

Art. 24. Mecanismo de concurso

24.1. El órgano regulador deberá llamar a concurso público para el otorgamiento de concesiones o licencias cuando se requiera utilizar el espectro radioeléctrico atribuido a servicios públicos de radiocomunicaciones, salvo en casos de emergencia justificada ante el órgano regulador. Se exceptúan de este procedimiento las instituciones del Estado y aquellas autorizadas a operar sin fines de lucro, así como las instituciones religiosas reconocidas por el Estado y que actúen en virtud de lo establecido por el artículo 8 de la Constitución de la República [...].

24.3. Los concursos se dividirán en dos etapas; la primera, de calificación, de acuerdo con pautas generales y requisitos particulares objetivos, no discriminatorios y comprobables, que previamente se establezcan; y la segunda, de comparación de ofertas [...] (Ley General de Telecomunicaciones No.153-98, 1998, p. 11).

Para la prestación de los servicios de difusión la ley indica la necesidad de concesiones y licencias. La concesión se refiere a la autorización otorgada por el órgano regulador para la prestación a terceros de servicios públicos de telecomunicaciones (art. 19). La licencia se refiere a la autorización para el uso del dominio público radioeléctrico (art.20), y conlleva, por tanto, la asignación de la correspondiente frecuencia, en consonancia, en el caso de la regulación dominicana, con el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF) y en armonía con el plan técnico de frecuencias del servicio correspondiente. Para la obtención de ambas (que, como acabamos de mencionar, generalmente se confieren mediante concurso público), se requiere estar constituido como persona jurídica de la República Dominicana (art. 22) y reunir las calificaciones (requisitos técnicos y económicos) que establezca la reglamentación dictada por el INDOTEL. Entre los requisitos para la prestación de servicios públicos de radiodifusión se requiere, además, “ser nacional dominicano o extranjero naturalizado para mantener el control accionario y de toma de decisiones del solicitante de una concesión” (art. 13, Reglamento de Autorización para Servicios de Telecomunicaciones). Aunque no aparece establecido en ninguna ley, el órgano regulador ha establecido que el control de la empresa significa, por lo menos, el 50+1 del capital accionario.

No hay una ley que nosotros utilicemos para establecer que el control accionario es 50+1, pero ya ha sido un criterio constante en todos los casos que han sido parecidos con precedentes, que cuando se hace una transferencia del control accionario o que si hay una pérdida del control accionario es cuando se pierde más de ese 50+1. Porque ese 50 +1 es lo compromete la voluntad de la empresa (Mercedes, comunicación personal 19 de septiembre del 2024).

Como mencionaba el artículo 24.1 de la ley, existen excepciones al procedimiento de concurso público para las concesiones y licencias de servicios de difusión. Se trata de aquellos casos en los que son las instituciones del Estado, las organizaciones sin fines de lucro y las instituciones religiosas reconocidas por el Estado las que solicitan la autorización para operar⁶⁶.

Artículo 13. Aspectos Generales de la Concesión

Párrafo VI. [...] Estas concesiones deberán ser otorgadas a instituciones sin fines de lucro o religiosas y tendrán la obligación de mantener una programación de carácter educativo, cultural, religioso o informativo y no podrán difundir programación ni mensajes político-partidistas. El Consejo Directivo del INDOTEL evaluará los proyectos que sometan los

⁶⁶ Las concesiones que han sido otorgadas mediante esta excepción del artículo 24 de la Ley 153-98 son, actualmente (2023) 76 (Mercedes, comunicación personal 19 de septiembre del 2024).

distintos solicitantes tomando en cuenta la política de espectro que éste haya fijado pudiendo establecer topes de asignación por demarcación territorial.

Párrafo VII. Las entidades que reciban este tipo de Concesiones podrán realizar actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para sostener los gastos operacionales de la estación. En ningún caso estos fondos podrán provenir de la difusión de publicidad comercial, propaganda o intercambio por publicidad [...] (INDOTEL, Reglamento de Autorización para Servicios de Telecomunicaciones, 2019).

En el año 2019, el INDOTEL publicó el “Reglamento para el otorgamiento de autorizaciones de concesiones, inscripciones en el registro especial, licencias, transferencias, cesión, arrendamiento u otorgamiento de derechos de uso de títulos habilitantes y la constitución de gravamen sobre concesiones o licencias” (en adelante, “Reglamento de Autorización para Servicios de Telecomunicaciones”), mediante resolución 036-19⁶⁷, que establece cómo se iban a solicitar las concesiones y licencias. La duración de estos permisos otorgados por el órgano regulador podía variar entre cinco y veinte años: “la concesión podrá otorgarse por un periodo no menor de cinco (5) ni mayor de veinte (20) años” (art. 21) y “las licencias tendrán el mismo periodo de duración que la concesión o inscripción a la que estén vinculadas” (art. 41). La renovación de los permisos se lleva a cabo en conjunto, o sea, deben renovarse tanto la concesión como la licencia y se realizan por periodos iguales al periodo original de la concesión. Las condiciones que se necesitan son:

Art. 42. Renovación de la Licencia

El proceso de renovación de una Licencia deberá ser conducido al mismo tiempo que la renovación de la Concesión o Inscripción a la cual se encuentra vinculada.

Párrafo I. El procedimiento que se seguirá para la renovación de una Licencia será el establecido en el Artículo 22 o 44, según corresponda.

Párrafo II. La renovación de una Licencia sólo procederá si el INDOTEL renueva la Concesión o Inscripción a la que esté vinculada. El Consejo Directivo del INDOTEL podrá, por motivos de interés público, cambiar los términos y condiciones de la Licencia.

Párrafo III. Los términos y condiciones para la renovación de licencias para el uso del espectro radioeléctrico en la prestación de servicios públicos, serán fijados por el INDOTEL, los que deberán incluir el pago de los derechos que se establezcan para la renovación, teniendo en cuenta el interés general, el valor del espectro por el tiempo objeto de la renovación, la extensión de servicios y los objetivos de servicio universal y obligaciones sociales que defina el órgano regulador, acorde con los principios de igualdad, proporcionalidad y razonabilidad. En caso de que la renovación no sea concedida, las frecuencias se reintegrarán al regulador para fines de ser licitadas acorde con el procedimiento descrito en el presente reglamento. (Resolución 036-19 del INDOTEL de autorización para servicios de telecomunicaciones, 2019, p. 89)

La renovación no se realiza automáticamente y siempre había una serie de protocolos que se les solicita a los ofertantes de los concesionarios. Si en principio la concesión fue por veinte años, en el momento de la renovación se hace por el mismo periodo que ya estaba previamente establecido. El concesionario puede solicitar, después de un año de tener el permiso al día, una ampliación de su concesión. Esto se traduce en que puede ofrecer

⁶⁷ Resolución del INDOTEL que dicta el reglamento de autorización para servicios de telecomunicaciones, de 2019. Disponible en: https://transparencia.indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion_036-19_que_dicta_reglamento_de_autorizaciones-1-1.pdf. Este reglamento sustituye al “Reglamento de concesiones, inscripciones en registros especiales y licencias para prestar servicios de telecomunicaciones en la República Dominicana”, que había sido aprobado mediante resolución 4-00, en 2000, y posteriormente modificado mediante las resoluciones 007-02 y 129-04 del Consejo Directivo del INDOTEL.

nuevos servicios de telecomunicaciones que en un principio no fueron vislumbrados en su autorización para operar. En el momento de la evaluación de los expedientes se toman en cuenta algunas disposiciones referidas a la presentación de las solicitudes, que están detalladas en el artículo 5 de la Resolución 036-19 (2019), junto con las razones por las que pueden ser inadmisibles (art. 8) y los catorce motivos por los que pueden ser rechazadas (art. 9)⁶⁸. Siempre que se cumpla con lo estipulado en esta resolución y se pueda comprobar que no se viola ninguna de las disposiciones, el Consejo Directivo o la Dirección Ejecutiva del INDOTEL estará en condiciones de continuar con el proceso para la concesión y licencia. Las operaciones de transferencias, cesiones, arrendamiento o constitución de gravámenes sobre concesiones, licencias o inscripciones están permitidas previa autorización del INDOTEL⁶⁹.

Con respecto a la concentración de la propiedad, ni la ley ni los reglamentos fijan limitaciones específicas. A pesar de que el artículo 50 de la Constitución dominicana señala que no están permitidos los monopolios, salvo en provecho del Estado; que el artículo 73 de la Ley 153-98 indica que se debe evitar el monopolio y el abuso de posición dominante e, incluso, el artículo 44 del Reglamento de Autorizaciones para Servicios de Telecomunicaciones dictado por el INDOTEL indica que dicho organismo “velará porque la asignación de frecuencias no contribuya a configurar una posición de dominio en el mercado o restricción al desarrollo de la competencia, para lo cual está facultado a establecer las restricciones que procedan en resoluciones debidamente motivadas”, no se han fijado impedimentos o barreras concretas para evitar la conformación de monopolios u oligopolios.

Esta Ley 153-98 crea el órgano regulador de las telecomunicaciones, designado el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), que tendrá como objetivos modernizar el sistema de las telecomunicaciones en el país, adecuándolo al momento que vivía la República Dominicana, garantizar la equidad entre los diversos prestadores de servicios, asegurando de que hubiese una competencia leal, establecer y defender los derechos de los ciudadanos, y velar porque el uso del espectro radioeléctrico fuese el más eficiente. Con su aprobación, se ordenó la desaparición, después de la transición, de la DGT, una vez que se conformara el INDOTEL y su Consejo Directivo.

El expresidente del INDOTEL, Vargas Pantaleón (2018), detalla que con la Ley 118 solo se tenía la opinión del Estado, mientras que con la ley 153-98 se logra que todos los diversos sectores en materia de telecomunicaciones estén representados dentro del Consejo: los usuarios, las telefónicas, las radiodifusoras y el Estado representado por un técnico del Ministerio de Economía.

Art. 81 Consejo Directivo

El Consejo Directivo estará integrado por cinco miembros designados por el Poder Ejecutivo, distribuidos de la siguiente manera: un (1) presidente con rango de Secretario de Estado; el Secretario Técnico de la Presidencia; un (1) miembro seleccionado de una terna

⁶⁸ Algunos de los motivos por los que una solicitud puede ser rechazada son: sea evidente que puede poner en peligro real o potencial la seguridad nacional; sea contraria al interés público; se hubiere ordenado contra el solicitante socio o accionista una revocación de concesión, inscripción o licencia; no tenga suficiente capacidad técnica o económica para ejecutar el proyecto o el solicitante o alguno de sus socios, accionistas o miembros de la Directiva Actual sea funcionario o empleado del INDOTEL, entre otros motivos. Véase el art. 9 del Reglamento de Autorizaciones para Servicios de Telecomunicaciones para una enumeración completa de las motivaciones para el rechazo.

⁶⁹ Esto incluye también transacciones que impliquen la pérdida del control social sobre una entidad titular de una concesión.

elaborada a propuesta de las empresas prestadoras de servicios públicos finales de telecomunicaciones; un (1) miembro seleccionado de una terna elaborada a propuesta de las empresas prestadoras de servicios de difusión, disponiéndose que dos de los candidatos de esta última terna serán propuestos por las empresas de televisión con alcance nacional, y el otro a propuesta de las empresas de radiodifusión sonora y las empresas de televisión por cable; y un (1) miembro escogido directa y libremente, con calificación profesional, que velará por los derechos de los usuarios de servicios de las empresas antes mencionadas (Ley General de Telecomunicaciones No.153-98, 1998).

Vargas Pantaleón, (2018) puntualiza que el INDOTEL no está facultado para regular contenidos porque para eso ya existe la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos: “el INDOTEL solo es el órgano que tiene que ver con la asignación de frecuencias, interferencias, y la regulación de la organización técnica de todo lo que son medios e infraestructura de comunicaciones”.

[La ley 153-98] establecía que había que tener una licencia para usar espectro radioeléctrico, porque aquí también cualquiera utilizaba espectro radioeléctrico y no tenía licencia, se organizaba la frecuencia de radio por ejemplo, en la radio de amplitud modulada y la radio de frecuencia modulada, se establecía que todo el mundo tenía que estar en uso de esa frecuencia de ese espectro que se le había asignado, de lo contrario perdía la frecuencia se reguló el sistema de televisión y luego se inaugura la segunda fase de sistema de televisión que es la Ultra Alta frecuencia (UHF) y entonces eso significó un *boom*, en el desarrollo de la televisión (Vargas Pantaleón, comunicación personal, 12 de junio del 2018).

Después de dos décadas de la promulgación la actual Ley 153-98 (1998), que rige todo lo concerniente a las telecomunicaciones en República Dominicana, el expresidente del INDOTEL, entiende que es idóneo el poder modificar la normativa vigente.

Ya hay que actualizarla. La Ley no puede seguir basándose solamente en reglamentos, normas o en resoluciones, ya hay que ver todos los vacíos que van quedando, que yo creo que son muchos, y que obliga a revisar el manejo del espectro. Por ejemplo, creo que hay que generar una gran discusión sobre los contenidos, si vamos a continuar teniendo una Ley que no regula contenido, o si es posible que esto se pueda establecerse desde ahí son muchos los temas que amerita hacer varios seminarios, varios talleres, varias discusiones con participación de expertos internacionales [...]. (Vargas Pantaleón, comunicación personal, 12 de junio del 2018)

Pese a que la actual Ley tiene 25 años de antigüedad, y se han realizado diversas resoluciones para ir adecuando más la normativa, no ha habido un esfuerzo por actualizar el estatuto existente que rige las telecomunicaciones en el país. La última vez que se discutió en el Senado fue cuando se aprobó una resolución para someter a una comisión para la actualización de la Ley 153-98 en el periodo (2006-2010), concretamente en el año 2009, según se recoge en la memoria histórica de la Cámara Alta⁷⁰. En la Cámara de Diputados, por iniciativa del legislador Tobías Crespo, fue introducido el anteproyecto para la modificación de la ley de Telecomunicaciones, el 15 de marzo 2021⁷¹, este perimió y fue reintroducido de nuevo en el año 2022, concretamente el 4 de mayo, del

⁷⁰ Aprobada Resolución que crea la comisión para estudiar y actualizar la ley 153-98. Disponible en: <https://memoriahistorica.senadord.gob.do/handle/123456789/26439>

⁷¹ Anteproyecto de modificación a la ley 153-98 iniciativa del diputado Tobías Crespo. Disponible en: <https://www.diputadosrd.gob.do/sil/iniciativa/141306>

2022 y nuevamente perimió, por lo que ha sido reintroducida una tercera vez por el mismo proponente en fecha del 22 de marzo del 2023.

A pesar de que, desde su promulgación, la ley 153-98 no ha tenido modificaciones, sí se han sancionado otras leyes que han complementado el marco legal de la comunicación en República Dominicana y que serán analizadas a continuación.

3.2.3.1 Las políticas de sociedad de la información y digitalización

El año 2003 fue crucial para comenzar a pensar en una agenda digital e introducir a la República Dominicana en la Sociedad de la Información. Así lo explica Amparo Arango (2018) quien fuera la coordinadora técnica de la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento:

El año 2003, las Naciones Unidas hace la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, eso fue una cumbre muy particular que se hizo en dos etapas: en el 2003 se hizo la primera fase en Ginebra y en el 2005 se hizo la segunda fase en Túnez. Estos son antecedentes muy importantes, porque esta Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información es la que da el inicio formal y hace un llamado para que todos los países empiecen a desarrollar estrategias nacionales, programas, agendas sobre la Sociedad de la Información y los diferentes aspectos que se concibieron y se pensaron en ese entonces sobre la Sociedad de la Información. En Ginebra, se aprueba un plan de acción con once líneas de acción que incluyen desde temas de infraestructura, acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación, aspectos de ciberseguridad, temas de contenidos, idiomas, creación de capacidades, bibliotecas, salud, negocios, seguridad, derechos humanos, todo lo que debía completar el desarrollo de la Tecnologías de la Información y Comunicación (Arango, comunicación personal 8 de junio del 2018).

En efecto, las Cumbres Mundiales sobre la Sociedad de la Información de Ginebra (2003) y Túnez (2005) organizadas por la UIT de Naciones Unidas⁷² transformaron las agendas políticas en materia de transformación digital en todo el mundo. República Dominicana se involucró y asumió el reto de trabajar y encaminar al país, hacia una Sociedad de la Información y el Conocimiento, según lo explica Arango (2018). La nación fue sede para realizar los diálogos necesarios, para que otros países de la zona se implicaran por igual en este esfuerzo: “De hecho República Dominicana fue la anfitriona de la conferencia regional preparatoria para la región de América Latina y el Caribe en el año 2003” (Arango, comunicación personal 8 de junio de 2018).

Se buscaron las mejores alternativas para llevar a la República Dominicana a proyectos que permitieran democratizar el acceso al uso de las tecnologías de la Información y Comunicación por parte de los dominicanos. El Decreto 212-05⁷³ constituyó a la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC).

Artículo 1.- Se crea la Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC), la cual tendrá como objeto la elaboración, desarrollo y evaluación de la estrategia nacional de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, la formulación

⁷² Véase: <https://www.itu.int/net/wsis/docs/brochure/wsis-es.pdf>

⁷³ Decreto 212-05 Constituye a la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC) <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3345312&managementType=1>. Previamente, en el año 2002, el presidente Hipólito Mejía había firmado el decreto 686-02, mediante el cual se creaba e integraba el Comité Nacional para la Sociedad de la Información (CNSI).

de políticas derivadas de dicha estrategia y la definición de las iniciativas, programas y proyectos que lleven a la realización exitosa de la misma”.

Arango (2018) argumenta que se quiso crear una comisión multisectorial con la participación de diferentes instituciones del gobierno, instituciones del sector privado y de la sociedad civil⁷⁴ y señala que uno de los principales roles de la comisión era elaborar una agenda digital, por lo que, apoyándose en los conocimientos tecnológicos de la época, se crea y se hace la primera versión de eDominicana, la Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información⁷⁵. La CNSIC estuvo vigente durante 11 años, trabajando desde el INDOTEL. Arango (2018) describe algunos logros alcanzados durante este periodo.

Primero, se lograron tres versiones de una propuesta organizada de estrategia digital; segundo logro, se promovió y se trabajó hasta donde se pudo de una manera abierta y participativa con gobierno, sector privado y sociedad civil. Creo que un logro de eDominicana es que difundió entre los diferentes actores de la vida nacional este nuevo paradigma, que estaba empezando, que las tecnologías, el internet, las computadoras, los contenidos, las aplicaciones iban a ser parte importante del desarrollo de nuestros países y de la vida de las personas (Arango, comunicación personal 8 de junio del 2018).

eDominicana se integraba con la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030⁷⁶ (2012-2030) para alinear los objetivos con el desarrollo digital del país. El plan eDominicana se enfocaba a 4 dimensiones:

- a. Infraestructura de TIC: Desarrollar y expandir la infraestructura tecnológica en todo el país.
- b. Gobierno Electrónico: Implementar soluciones de gobierno electrónico para mejorar la eficiencia y transparencia de los servicios públicos.
- c. Educación y Capacitación: Fomentar la educación en TIC y la capacitación de la población en habilidades digitales.
- d. Inclusión Digital: Reducir la brecha digital y asegurar el acceso equitativo a las tecnologías de la información.

Para Arango (2018), uno de los logros fue la creación del Observatorio de la Sociedad de la información y el Conocimiento de República Dominicana (OSIC-RD). El mismo decreto 212-05 crea el observatorio, para empezar a promover desde las Encuestas Nacional de Hogares de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), una sección, un

⁷⁴ Según el artículo 3 del decreto, la CNSIC estaría conformada por el presidente del Consejo Directivo del INDOTEL; el Secretario Técnico de la Presidencia; la Primera Dama de la Republica; el Secretario de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SEECYT); la Secretaria de Estado de Educación (SEE); el Secretario de Estado de Trabajo (SET); el Director del Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA); el Director General de la OPTIC; el Director de la ONE; el Director Ejecutivo del Centro de Exportación e Inversión; el Rector de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD); los rectores de las universidades privadas vinculadas al tema de la Sociedad de la Información y el Conocimiento; el Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP); un representante de las PYMES; un representante de las Organizaciones de la Sociedad Civil; el Director General FUNGLODE; el Presidente de la Sociedad de Profesionales de las Telecomunicaciones (PRODETEL); el Presidente de la Asociación de Profesionales de Informática de la Republica Dominicana y los presidentes de las empresas prestadoras de servicios públicos finales de telecomunicaciones. La comisión podía ser ampliada “con cualquier persona física, o moral, del sector público o privado, que tenga un trabajo demostrado con el tema y que esté interesado en participar”.

⁷⁵ Disponible en: https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/estrategia_nacional_para_la_sociedad.pdf

⁷⁶ La Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana fue aprobada mediante Ley 001-12, de 25 de enero de 2012. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3371993&managementType=1>

capítulo sobre el acceso y uso de las tecnologías por parte de la población dominicana. La finalidad era medir cómo iban avanzando los principales indicadores de penetración de Internet y de uso y contar con información desglosada por variables sociodemográficas y económicas (sexo, edad, condición económica, nivel educativo, etc.).

Se avanzó. Viéndolo ya desde la distancia, creo que el aporte que tuvo la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento fue, primero, poner en la agenda pública, en la agenda de la sociedad dominicana, la necesidad de contar con una estrategia nacional hacia el uso y adopción de las TICS (Arango, comunicación personal 8 de junio del 2018).

Arango (2018) detalla el interés que tuvo el presidente Danilo Medina de seguir desarrollando la agenda digital por lo que incluyó esta cuestión en su plan de gobierno: “en la campaña del 2016, Danilo Medina, plantea la República Digital como su propuesta de campaña, cuando él gana la convierten en realidad” (Arango, comunicación personal 8 de junio del 2018). Con la creación de República Digital a través del Decreto 258-16⁷⁷ se integra este programa en el Ministerio de la Presidencia, aunque no se basó en lo que se trabajaba en CNSIC. Es por eso que se constituye una gran plataforma por medio del decreto 258-16 que deroga las funciones de la CNSIC y el Gabinete de Tecnologías de la Información y Comunicación (Gabinete TIC) y se crea República Digital.

Este decreto 258-16, consta de nueve artículos en los que se detalla la finalidad de la creación de la República Digital y contempla cuatro componentes en los que se centrará para trabajar: la educación, el acceso, la productividad y el empleo, un gobierno digital abierto y transparente, y dos ejes transversales: la inclusión social y seguridad cibernética (art. 1). El nuevo plan se fija como objetivos que se desarrollen las competencias digitales de la población, mejore la calidad de la educación, incremente la productividad y competitividad de las MIPYMES, se generen nuevos empleos de calidad y construya una administración pública cada vez más eficiente y transparente. Fue concebida como parte de la oferta programática durante su campaña electoral del 2016 y, una vez alcanzado el poder, fue lanzada formalmente como Programa República Digital con una vigencia hasta el 2020.

El entonces director de Apoyo a la Ejecución de Proyectos, Reyson Lizardo, explica que el programa de la República Digital fue una iniciativa del presidente de la República, Danilo Medina, para cerrar la brecha digital y producir inclusión social a través del aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Por eso una vez que se implementa el programa República Digital, la Comisión deja de tener razón de ser, porque este proyecto abarcaba mucho más que lo que trabajaba la CNSIC.

El decreto No. 258-16 crea Comisión Presidencial de República Digital y deroga el decreto 212-05 que creaba la CNSIC, ya que las funciones de esta última fueron asumidas por la primera. Con relación al rol que la ONE tenía en el Observatorio de la Sociedad de la Información y Conocimiento (órgano consultivo adscrito a la CNSIC para medición de indicadores), este rol sigue en vigencia por lo establecido por la Ley No. 01-12 que establece la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) 2030 y donde se indica que la ONE es la

⁷⁷ Decreto 258-16, de 2016.

Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3379590&managementType=1>

responsable de medir todos los indicadores de la END, incluyendo los relacionados a las Tecnologías de la Información y Comunicación (Lizardo, comunicación personal 4 de agosto del 2018).

La última revisión de estos objetivos se ha producido, ya con el gobierno de Abinader, con la Agenda Digital de la República Dominicana (2021-2024), que incide esencialmente en consolidar los mismos aspectos. Mediante el decreto 71-21⁷⁸ del año 2021 se eliminó el programa República Digital y se conformó el Gabinete de Transformación Digital que trabaja con la Agenda Digital 2030. En el año 2023 el Poder Ejecutivo emitió el decreto 338-23⁷⁹ mediante el cual cambió el nombre de la institución por Gabinete de Innovación y Desarrollo Digital.

A continuación, se describen dos de estos aspectos por la importancia que adquieren en materia de política de comunicación: el gobierno digital y el acceso y transparencia a la información pública y, por otro lado, la actualización de la infraestructura que conducirá a la transición digital de la televisión en el país.

3.2.3.2 El acceso libre a la información Pública y el gobierno digital

El primer antecedente al que debemos referirnos es la Ley 200-04⁸⁰ de “Libre Acceso de la Información Pública”, promulgada el 13 de julio del 2004. Esta iniciativa fue una propuesta del senador José Tomás Pérez, del PLD, en 2002. Según explica Pérez (2018), la principal motivación que tuvo para proponer esta normativa fue la de ofrecerle a la ciudadanía un instrumento que le permitiera conocer lo que hacían los funcionarios públicos en las instituciones que administraban, “para acabar con la cultura del secretismo administrativo, fuente y armadura protectora de la corrupción en la administración pública”.

Mis inquietudes se generaban en lo que habíamos visto en el pasado y lo que estábamos viendo en el presente: gobiernos que necesitaban controles y un pueblo al que tenía que dársele cuenta de lo que se hacía con los recursos del Estado (Pérez, comunicación personal 14 de septiembre del 2018).

El periodista Luis Eduardo Lora Iglesias, conocido como Huchi Lora, quien lleva más de 40 años de trabajo ininterrumpido en diversos medios de comunicación, a través de una entrevista detalla cómo surge esta ley propuesta por el exlegislador Pérez (2018):

José Tomás Pérez era el único senador por el Distrito Nacional del Partido de la Liberación (PLD) y presentó ese proyecto cuando gobernaba el Partido Revolucionario Dominicano (PRD). El propósito era que sirviera esta Ley como un control del público, de los ciudadanos y de la prensa a la administración pública que tenía a su cargo el PRD. Entonces la abrumadora mayoría senatorial que tenía el PRD no la aprobó, hasta agosto del 2004 porque perdieron las elecciones e iba a gobernar el PLD. Entonces, lo que surgió como una idea de un peledeísta para controlar al gobierno perredeísta, fue aprovechado por los senadores perredeísta para poder controlar la administración peledeísta. fue una jugada de dos

⁷⁸ Decreto. 71-21 que crea e integra el Gabinete de Transformación Digital, de 2021. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3397858&managementType=1>

⁷⁹ Decreto 338-23 que crea e integra el Gabinete de Innovación y Desarrollo Digital, de 2023. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401135&managementType=1>

⁸⁰ Ley 200-04 de Libre Acceso de la Información Pública, de 2004. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3344694&managementType=1>

tramposos que terminó conviniéndole al interés de los ciudadanos (Lora, comunicación personal, 4 de diciembre del 2017).

Pérez (2018) agrega que en principio hubo algunas trabas en sentido general, pero que la ley fue bien vista y acogida desde el principio por la mayoría de los congresistas: “por razones de burocracia parlamentaria perimió en dos ocasiones, hasta que finalmente, pudimos sacarla a flote con el apoyo de todos los partidos representados en el Congreso”.

Esta Ley 200-04 del 2004 surge no solo para facilitar la labor periodística, sino que además puede ser utilizada por cualquier ciudadano que esté en busca de una información que tenga el carácter público. La normativa lo define así:

Artículo 1.- Toda persona tiene derecho a solicitar y a recibir información completa, veraz, adecuada y oportuna de cualquier órgano del Estado Dominicano, y de todas las sociedades anónimas, compañías anónimas o compañías por acciones con participación estatal, incluyendo:

- a) Organismos y entidades de la administración pública centralizada;
- b) Organismo y entidades autónomas y/o descentralizadas del Estado, incluyendo el Distrito Nacional y los organismos municipales;
- c) Organismos y entidades autárquicos y/o descentralizados del Estado
- d) Empresas u sociedades comerciales propiedad del Estado
- e) Sociedades anónimas, compañías anónimas y compañías por acciones con participación estatal;
- f) Organismos e instituciones de derecho privado que reciban recursos provenientes del presupuesto Nacional para la consecución de sus fines;
- g) El Poder Legislativo, en cuanto a sus actividades administrativas;
- h) El poder Judicial, en cuanto a sus actividades administrativas (Ley de Libre Acceso a la Información Pública 200-04, 2004, p. 3)

Cuatro años después de haber sido promulgada la Ley de Libre Acceso a la Información Pública⁸¹ se produce un hecho que marca un antes y un después con respecto a esta ley: la disputa entre el periodista Huchi Lora y el Estado por unos datos que solicitó para obtener información de la construcción del Metro Santo Domingo. La República Dominicana trazó un plan para la modernización del sistema de transporte público y el gobierno decidió que se iniciaran los trabajos de la construcción de la primera línea del Metro de Santo Domingo, en el año 2005. Ante la falta de información concerniente al Metro de Santo Domingo, Lora solicita, conforme a lo establecido en la Ley 200-04, el acceso a unos estudios donde se explicara la situación del suelo para la construcción de este medio de transporte que era innovador en la República Dominicana.

No se había hecho ninguna solicitud, cuando yo solicité que me dieran unos estudios de suelo que se habían hecho para construir el Metro de Santo Domingo porque un geólogo del partido reformista, Osiris de León, denunció que no se habían hecho esos estudios y la Oficina para el Reordenamiento del Transporte (OPRET) y su director, Diandino Peña, dijo que sí se habían hecho y yo los pedí, comenzaron a negarlo. Me lo negaron, no querían darme en violación a la Ley 200-04. Entonces, sometí un recurso de amparo ante el Tribunal Superior Administrativo y el tribunal falló a favor mío diciendo que sí, que me lo tenían que entregar porque eso era lo que decía la Ley. Apelaron hasta el presidente de la

⁸¹ Un año después de su sanción, en 2005, se aprueba su reglamentación, mediante el decreto 130-05, firmado por el presidente Leonel Fernández, que aprueba el Reglamento de la Ley General de Libre Acceso a la Información Pública. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManager?documentId=3345497&managementType=1>

República en ese entonces, el doctor Leonel Fernández, quien emitió unas declaraciones muy imprudentes, porque habiendo apelado ante la Suprema Corte de Justicia, el presidente dijo que fue muy errada la decisión del Tribunal Administrativo, con lo cual el Poder Ejecutivo le estaba tranzando pautas al Poder Judicial. Aun así la Suprema Corte se tomó su tiempo pero también falló a favor mío, ordenándole que me entregaran los papeles que estaba reclamando y entonces me entregaron un montón de cajas con unos estudio que no eran lo que habían dicho que no habían hecho (Lora, comunicación personal, 4 de diciembre del 2017).

Este fue un tema muy debatido en la opinión pública, por ser la primera vez que un periodista utilizaba la Ley de Libre Acceso a la Información Pública para acceder a datos que en principio no fueron facilitados. Los medios dieron una amplia cobertura a esta cuestión, hasta que, finalmente, Lora presentó en su programa “El Día” los datos correspondientes con su solicitud. Pese a que la normativa tenía cuatro años de haber sido promulgada, fue esta solicitud la primera que marcó un punto de inflexión porque se hizo hincapié en que no solo los periodistas podían acceder a información de las diversas entidades estatales, sino que esta Ley 200-04 amparaba también al ciudadano común⁸². Esta ley está vigente desde el año 2004 y nunca ha sido sometida a modificación por parte del Poder Legislativo en dos décadas desde su promulgación. La digitalización de todos los ámbitos de la sociedad contribuirá a una aplicación más efectiva de sus principios. Coincidente en el tiempo, el plan eDominicana, lanzado en 2004, se centró en modernizar la infraestructura de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la República Dominicana, promoviendo la transparencia a través de la digitalización de los servicios públicos. La Ley 200-04 complementa estos esfuerzos al exigir transparencia y facilitar el acceso a la información pública, apoyando los objetivos del gobierno electrónico y la rendición de cuentas. República Digital, iniciada en 2016, amplió las iniciativas de eDominicana promoviendo la digitalización de los servicios gubernamentales, facilitando el acceso de los ciudadanos a la información y a los trámites en línea. La Ley 200-04 se integra con estos objetivos al proporcionar un marco legal para garantizar la transparencia y el libre acceso a la información, esencial para el funcionamiento de un gobierno digital eficiente y confiable.

La Agenda Digital de la República Dominicana (2021-2024) incluye la digitalización de servicios públicos, el fortalecimiento de la ciberseguridad y la promoción de la inclusión social y territorial. La Ley 200-04 juega un papel crucial en este contexto al garantizar que la información pública esté disponible de manera transparente y accesible, facilitando la implementación de un gobierno digital que responda a las necesidades de los ciudadanos.

El Plan Nacional de Desarrollo 2030 de la República Dominicana, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, incluye objetivos de desarrollo económico, social y ambiental. La digitalización y la transparencia son componentes clave para lograr estos objetivos. La Ley 200-04 apoya estos esfuerzos al establecer un

⁸² Al ser el primer caso finalmente se logró el objetivo, pero fue un hecho que hizo que la ciudadanía se mostrara interesada en dicha normativa, porque a través del espacio televisivo del periodista Huchi Lora se comenzó a desglosar y a explicar lo que significaba esta ley con el fin de llevar el conocimiento a los ciudadanos. Actualmente, Lora afirma que debería hacerse una revisión de algunos aspectos de la Ley para adaptarla a los cambios que se han producido en la administración pública.

marco legal para la rendición de cuentas y el acceso a la información, elementos fundamentales para el desarrollo sostenible y la gobernanza efectiva.

3.2.3.3 La televisión terrestre digital

El marco de implementación de la sociedad de la información en República Dominicana afectó también a una parte sustancial de las infraestructuras de telecomunicaciones y de medios de comunicación: la digitalización de la televisión. Ya en 2004, eDominicana enfatiza la necesidad de actualizar la infraestructura tecnológica del país para mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios públicos; República Digital insiste en la necesidad de que todos los ciudadanos tengan acceso a tecnologías modernas, reducir la brecha digital y promover la inclusión digital y Agenda Digital lo extiende al fomento del desarrollo de la economía digital, incluida la producción y distribución de contenidos digitales.

¿Cómo se implementó la transformación digital del sistema televisivo terrestre? El proceso de configuración del marco regulatorio de la televisión terrestre digital (TTD) y su proceso de transición se inician en 2006, cuando el INDOTEL crea, mediante resolución 003-06, el Comité Interinstitucional para la transición de la radiodifusión televisiva analógica a digital en la República Dominicana, con la finalidad de realizar evaluaciones de factibilidad, elaborar propuestas de planes de distribución de canales y recomendar el estándar a adoptar en el país, entre otras cuestiones. Dos años más tarde, en 2008, el Consejo Directivo del órgano regulador celebró una audiencia pública para conocer las opiniones y sugerencias de los actores del sector de la radiodifusión televisiva y dispuso, posteriormente, abrir un proceso formal de consulta pública⁸³ para debatir con ellos qué estándar de TTD debía seleccionarse y cómo debía ejecutarse la transición analógica a digital.

En 2010, un año después de que iniciara la era de la televisión digital en Estados Unidos, en la República Dominicana, el equipo técnico del INDOTEL, después de analizar los distintos estándares de la televisión terrestre digital y las diversas tecnologías, recomienda el estadounidense ATSC (*Advanced Television System Committee*) y ese mismo año, el entonces presidente Leonel Fernández, firma el decreto 407-10⁸⁴ en el que “se establece como estándar de Televisión Terrestre Digital para ser implementado en República Dominicana el modelo norteamericano ATSC (*Advanced Television System Committee*)”. El decreto también establece que en el plazo de cinco años debía producirse el cambio de la televisión analógica a la televisión digital.

El continente vivió la transición digital adoptando los distintos estándares dominantes en la industria: el estándar norteamericano: *Advanced Television System Committee* (ATSC); la 'familia' de estándares europea *Digital Video Broadcasting* (DVB) y el estándar japonés (ISOB) y su variante brasileña (ISOB-Tb o SBTVO) (Badillo Matos y Marengi (2011)). Como han mostrado varias investigaciones, las decisiones no eran simplemente técnicas, sino que tenían una relación directa con intereses económicos cruzados.

⁸³ Resolución 159-08, del Consejo Directivo del INDOTEL.

⁸⁴ Decreto 407-10. El texto completo puede ser consultado en el siguiente enlace: http://www.observacom.org/sitio/wp-content/uploads/2017/03/Decreto-407_2010_Adopta-esta%CC%81ndar-ATSC.pdf

En algunos de los casos nacionales que se han revisado, mientras las discusiones públicas hablaban de analizar qué modelo tecnológico era el más conveniente, las negociaciones con Brasil/Japón, la Unión Europea o el consorcio estadounidense ATSC se concentraban en obtener contrapartidas económicas a cambio de la elección de los estándares (Badillo Matos y Marengi, 2011, p. 48).

En el Decreto 407-10 se explica de manera detallada por qué República Dominicana considera adoptar el sistema norteamericano para cambiar la televisión análoga por el sistema digital.

1. Se ha encontrado que la tradición tecnológica y el conocimiento local en República Dominicana es mayor en el manejo de estándares de los Estados Unidos de América, tanto en telecomunicaciones, en general, como en televisión abierta, en particular. Existen relaciones comerciales establecidas entre los concesionarios de televisión y las empresas de Estados Unidos de América. Se considera por tanto que la implementación del estándar ATSC será más simple que la de estándares competidores.
2. En cuanto a la preferencia de la industria local, examinada la opinión de los principales concesionarios de televisión de República Dominicana, existe preferencia hacia el estándar ATSC.
3. En relación al tamaño y a las economías de escala de la tecnología, se considera que los mercados en los cuales se va a desarrollar el estándar ATSC generará economías de escala favorables para su evolución futura.
4. Los costos de implementación para el país muestran que, con los precios actuales, el costo promedio para el usuario dominicano será menor con el estándar ATSC. Además, existe en el país una base instalada de televisores digitales con estándar ATSC.
5. Los esquemas de cooperación económica y de transferencia tecnológica del estándar ATSC son concretos y el análisis concluye que son más convenientes que los otros estándares, teniendo en consideración que existe un tratado de libre comercio (DR-CAFTA) con Estados Unidos (Decreto 407-10 Modelo sistema digital TV, 2010, p. 1).

Pasados cinco años del decreto 407-10, el presidente Danilo Medina emite el decreto 294-15 por medio del cual se extiende “el plazo para la culminación del proceso de transición de la radiodifusión televisiva análoga a digital”, porque aún el país no tenía las condiciones necesarias para iniciar con el encendido digital.

Considerando: Que de conformidad con las informaciones que cuenta el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) sobre las proyecciones que sean realizado las concesionarias de servicios públicos de radiodifusión televisiva, muestran un retraso considerable en la adecuación legal, técnica e inversión económica para la ejecución de la implementación de la Televisión Terrestre Digital en la República Dominicana para el año 2015.(Decreto 294-15 se extiende el plazo para la transición a tv digital, 2015, p. 3) [...]

Artículo 1. Se extiende hasta el 9 de agosto del año 2021, a las doce horas antes meridiano (12:00 A.M.) el plazo para la culminación del proceso de transición de la radiodifusión televisiva análoga a digital. A tales efectos, queda modificado en toda su extensión, el artículo, del Decreto No. 407-10, del 9 de agosto de 2010, que establece como modelo estándar de Televisión Terrestre Digital para ser implementado en la República Dominicana, el modelo norteamericano ATSC (Advanced Television System Committee). (Decreto 294-15 se extiende el plazo para la transición a tv digital, 2015, p. 5)

Entre las motivaciones con las que se justificaba el retraso del apagado analógico en la República Dominicana, el decreto especificaba que aún era necesario adecuar los equipos⁸⁵.

Para el año 2020 se promulga el decreto 539-20⁸⁶, firmado por el presidente Luis Abinader, que declara de alto interés nacional el derecho esencial de acceso universal al internet de banda ancha de última generación y el uso productivo de las comunicaciones y de las tecnologías de la información y comunicación. Por medio de este, se instruye al INDOTEL a formular el Plan Nacional de Banda Ancha, se le ordena liberar las bandas de 700 MHz (698-806 MHz) y de 3.300 a 3.460 GHz, “para garantizar que esas frecuencias puedan ser objeto de concurso público” (art. 3), se ordena que “las frecuencias comprendidas en el segmento 500 MHz y 806 MHz, cuya asignación esté bajo la administración de entidades gubernamentales, sean puestas a disposición del INDOTEL” (art. 5) y, además, se establece que antes de concluir el año 2022 se debe implementar la televisión digital en el país (art.4), proceso que, como hemos visto, se venía postergando desde el año 2010.

Artículo 4. Se deroga el artículo 1 del Decreto núm. 294-15 y se instruye al INDOTEL establecer una hoja de ruta que permita la implementación de la televisión digital terrestre antes de concluir el año 2022” (Decreto 539-20 que declara de alto interés nacional el derecho esencial de acceso universal al internet de banda ancha de última generación y el uso productivo de las comunicaciones de las tecnologías de la información y comunicación. Instruye al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones a formular el Plan Nacional de Banda Ancha., 2020, p. 88).

Llegados finales del año 2021, en el que finalizaba el plazo de la transformación de la televisión en República Dominicana, esta seguía siendo analógica. A pesar de que, en noviembre de ese año, el INDOTEL había conseguido aprobar el Reglamento de Televisión Terrestre Digital (resolución 121-2021) y el Plan de Transición a la Televisión Terrestre Digital (resolución 122-2021), después de que varias concesionarias del sistema televisivo mostraran sus desacuerdos con el proceso de migración de frecuencias y se llevaran a cabo las correspondientes audiencias públicas, el encendido digital seguía pendiente. En 2022, el Poder Ejecutivo emitió el decreto 437-2022⁸⁷, firmado nuevamente por el presidente Abinader, explicando que en República Dominicana la televisión digital se iniciaría, finalmente, en 2023.

ARTÍCULO 1. Se modifica el artículo 4 del Decreto núm. 539-20, del 7 de octubre de 2020, para que en lo adelante disponga y diga lo siguiente: “ARTÍCULO 4. Se deroga el artículo 1 del Decreto núm. 294-15 del 30 de septiembre de 2015.

PÁRRAFO: Se instruye al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) a establecer una hoja de ruta que permita la implementación de la televisión digital terrestre

⁸⁵ La televisión abierta es uno de los servicios de más alto nivel de penetración. En 2015, un 84,4% de los hogares del país contaban con un televisor y, de estos, el 64,55% utilizaba el servicio de radioteledifusión televisiva.

⁸⁶ Decreto 539-20 que declara de alto interés nacional el derecho esencial de acceso universal al internet de banda ancha de última generación y el uso productivo de las comunicaciones de las tecnologías de la información y comunicación. Instruye al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones a formular el Plan Nacional de Banda Ancha. Deroga el artículo 1 del Dec. No. 294-15. G. O. No. 10993 del 16 de octubre de 2020.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3397367&managementType=1>

⁸⁷ Decreto 437-22 para la implementación de la TV Digital en República Dominicana en el año 2023
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3399976&managementType=1>

antes de las once horas cincuenta y nueve minutos pasado meridiano (11:59 P.M.) del 31 de diciembre de 2023”.

ARTÍCULO 2. Se establece las once horas cincuenta y nueve minutos pasado meridiano (11:59 P.M.) del 31 de agosto de 2023 como fecha límite para que las concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva procedan a realizar el apagón analógico y las once horas cincuenta y nueve minutos pasado meridiano (11:59 P.M.) del 31 de diciembre de 2023 como fecha límite para realizar el encendido digital. (Decreto-437-32 que modifica el artículo 4 del Dec. núm. 539-20 y deroga el artículo 1 del Dec. núm. 294-15. Instruye al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones a establecer una hoja de ruta que permita la implementación de la televisión digital terrestre antes de las 11:59 pm del 31 de diciembre de 2023., 2022, p. 4).

Este nuevo plazo, nuevamente, fue incumplido. Justificándose en la demora sufrida en el proceso de adjudicación de las cajas convertidoras de señal y de su distribución entre las familias de escasos recursos, el presidente Abinader volvió a emitir otro decreto, el 666-23⁸⁸, posponiendo, una vez más, la fecha pauta para el apagón analógico y la implementación de la TTD en el país.

Artículo 1. Se establece las onces horas cincuenta y nueve minutos pasado meridiano (11:59 PM) del 31 de julio de 2024 como fecha límite para que las concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva procedan a realizar el apagón analógico; y las once horas cincuenta y nueve minutos pasado meridiano (11:59 PM) del 30 de noviembre de 2024 como fecha límite para realizar el encendido digital (Decreto 666-23, 2023).

Ilustración 5. Evolución de la TTD (2006-2023)

Leonel Fernández (2004-2012)			Daniilo Medina (2012-2020)	Luis Abinader (2020-)			
2006	2008	2010	2015	2020	2021	2022	2023
El INDOTEL crea el Comité Interinstitucional para la transición de la radiodifusión televisiva análoga a digital , encargado de supervisar el proceso	El 28/07 da inicio la Consulta Pública para el proceso de transición de la radiodifusión televisiva analógica a la digital	El equito técnico del INDOTEL recomienda el estándar de TV digital ATSC. Mediante Dec. 407-10 se establece, como modelo estándar de Televisión Terrestre Digital , el modelo norteamericano ATSC y se otorga un plazo de 5 años para implementarlo	Mediante Dec. 294-15, se extiende hasta 2021 el plazo de culminación del proceso de transición	Se instruye al Indotel, mediante Dec. 539-20, para ejecutar la hoja de ruta que garantice la entrada en operación de la TTD en 2022	El Indotel adopta, mediante res. 017-21, el uso de la versión 1.0 del estándar de TTD ATSC1 y aprueba el Reglamento de la TTD (res. 122-21) y el Plan de Transición a la TTD (res. 121-21). Establece el apagón digital para el 15/9/2022 y el encendido digital para todos los concesionarios el 31/12/2022	Se instruye al Indotel, mediante Dec. 437-22, para establecer la hoja de ruta que garantice la entrada en operación de la TTD antes del 31/12/2023 Mediante Res. 083-2022 se actualiza el plan de transición a la TTD y las resoluciones de asignación de frecuencia definitiva	Se instruye al Indotel, mediante Dec. 666-23, para establecer la hoja de ruta que garantice el apagón analógico para todos los concesionarios el 31/7/2024 y el encendido digital para el 30/11/2024

Fuente: Elaboración propia a partir de INDOTEL y base de datos de Leyes y Decretos de la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo.

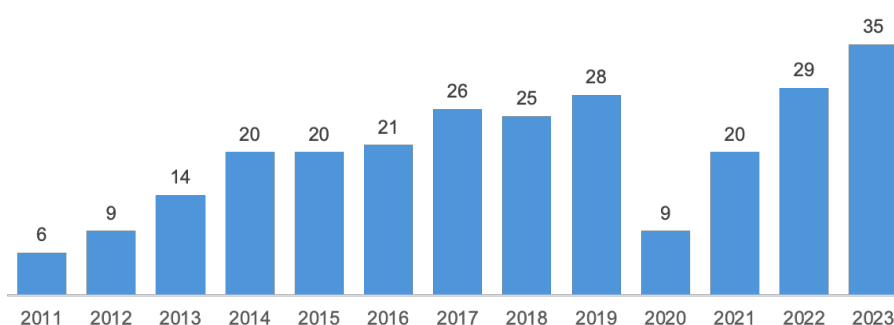
⁸⁸ Decreto 666-23 que establece como fecha límite las 11: 59 p. m, del 31 de julio de 2024 para que las concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva procedan al apagón analógico; y a las 11: 59 p. m, del 30 de noviembre de 2024 como fecha límite para realizar el encendido digital. Deroga el Dec. núm. 437-22. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401701&managementType=1>

3.2.3.4 ¿De la Ley del Cine a la Ley Audiovisual?

Los productores de televisión dominicanos llevan años reivindicando una regulación independiente, y consiguieron que el Congreso presentara un anteproyecto de Ley Audiovisual⁸⁹ en el año 2016 para que apoyara el desarrollo de la producción local de televisión como se pudo hacer con la industria del cine en República Dominicana con la Ley de Cine 108-10⁹⁰.

La política cinematográfica se hizo explícita en 2010, durante el gobierno de Leonel Fernández, mediante un texto legal que esencialmente está dedicado a fomentar la industria de producción cinematográfica en el país a través de nuevas instituciones como la Dirección General de Cine (DGCINE) como un órgano descentralizado adscrito al Ministerio de Cultura, encargado de promover y regular la industria cinematográfica. La ley también crea el Fondo de Promoción Cinematográfica (FONPROCINE), administrado por el Consejo Intersectorial para la Promoción de la Actividad Cinematográfica (CIPAC). La norma establece incentivos y apoyo estatal para superar las dificultades económicas y técnicas que enfrenta la producción de películas nacionales, promoviendo acciones conjuntas entre instituciones públicas y privadas para garantizar la funcionalidad y eficacia de esta industria cultural y creativa. Una década después, el país ha conseguido atraer 72 rodajes internacionales que se beneficiaron del 25% de descuento de todos los gastos realizados en el país y ha estimulado la producción de 423 películas gracias a la deducción del 100% del gasto cinematográfico de los proyectos previamente autorizados por la DGCINE. Entre 2011 y 2023, el Estado ha dejado de percibir RD\$25,738.90 millones por este motivo, pero la producción fílmica ha aportado a la economía RD\$42,656 millones, según los datos publicados por el diario *El Dinero*⁹¹.

Ilustración 6. Películas extranjeras rodadas en República Dominicana (2011-2023)



⁸⁹ Anteproyecto de Ley audiovisual de República Dominicana. Disponible en: <https://www.elcaribe.com.do/gente/a-y-e/la-television-persigue-una-ley-similar-al-cine/> Consultado el 1 de marzo de 2019.

⁹⁰ Ley 108-10, de Cine. Disponible en: <https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3364874&managementType=2>

⁹¹ Disponible en: <https://eldinero.com.do/289168/abogan-por-mantener-incentivos-al-cine-dominicano-ante-una-reforma-fiscal/> Consultado el 15 de julio de 2024.

Elaboración propia sobre datos del Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIRECINE)⁹²

Una década después de la promulgación de la Ley del Cine, los productores audiovisuales llegaron a un consenso de toda la industria y trabajaron con una firma de abogados para redactar una ley que pudiera fomentar también la producción audiovisual televisiva, es decir, el conjunto de la industria, tanto la cinematográfica como la no filmica: películas para televisión, series, miniseries, telenovelas, documentales, entre otros⁹³.

Uno de los proponentes, José Pintor, explicó que se logró un consenso con toda la industria, pero hubo dos puntos en los cuales difirieron con unos cuantos productores que pedían dos cosas: “*prime time* a los dueños de medios para sus producciones y deducir el 100% del impuesto sobre la renta, de todo lo invertido, al pedir estas dos cosas, no se obtuvo el consenso total y no se pudo continuar”. (Pintor, comunicación personal 09 de enero del 2023). Por estos motivos, el anteproyecto se estancó, a pesar de que este plan fue entregado en las manos del entonces presidente Danilo Medina, en el año 2018. El 9 de septiembre del año 2020 el presidente Luis Abinader se reunió con comunicadores y productores de televisión y estos, nueva vez, le entregaron el anteproyecto con el fin de que pudiera ser impulsado por el Poder Ejecutivo, para que llegase al Poder Legislativo. Hasta el momento (2023), no han recibido ninguna respuesta al respecto.

3.3 Las políticas de regulación de contenidos y libertad de expresión

A pesar de que, como ha sido señalado anteriormente, la ley 511, de estaciones radioeléctricas, aprobada en 1933 durante la dictadura de Trujillo, establecía la posibilidad de que la Secretaría de Estado de Trabajo y Comunicaciones suspendiera o interviniera el servicio de las emisoras por el contenido difundido⁹⁴, el primer antecedente específico de la regulación de contenido en la comunicación pública en República Dominicana es el Reglamento General de Espectáculos dada por el Ayuntamiento de la Común de Santo Domingo del 11 de agosto 1933. Este reglamento no tiene numeración por ser municipal y está centrado en la exhibición cinematográfica.

El 11 de agosto de agosto 1933, el Ayuntamiento de la Común de Santo Domingo promulga el primer Reglamento General de Espectáculos Públicos, En sus 39 artículos, el documento regula todo lo referente a la exhibición de filmes, estableciendo una Comisión Municipal de Censura. Las películas, según el reglamento deberán ser revisadas por el presidente de esa comisión, no permitiéndose que se hagan recortes “en las películas cinematográficas anunciadas, ni tampoco interrumpir las series ni suspenderlas después de comenzadas, salvo

⁹² Disponible en: <https://datos.gob.do/dataset/proyectos-extranjeros-filmados-en-la-rep-dom-2011-2021-dgcine> Consultado el 4 de abril de 2024.

⁹³ Hoy: “La televisión persigue una ley similar al cine”. Disponible en: <https://www.elcaribe.com.do/gente/a-y-e/la-television-persigue-una-ley-similar-al-cine/> Consultado el 1 de marzo de 2019.

⁹⁴ La ley 511, de 1933, de estaciones radioeléctricas, establecía que la Secretaría de Estado de Trabajo y Comunicaciones podrá suspender o intervenir, por razones de orden público o de ofensas a la moral social, debidamente comprobadas, el servicio de cualquier estación Radioeléctrica (art 11). El art. 12 señalaba que las estaciones deberán abstenerse de transmitir mensajes subversivos o que conlleven insultos a personas o entidades y, en caso de comprobar la culpabilidad, se las aplicará desde una multa hasta la incautación de los aparatos de la estación.

en el caso de fuerza mayor justificada, que se hará valer ante el Presidente de la Comisión Municipal de Censura”. (Sáez, 1983, p. 88)

Este Reglamento del 11 de agosto estuvo vigente desde el año 1933 hasta el 1949 cuando fue sustituido por el Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas, dictado por Rafael Trujillo⁹⁵. Este reglamento fue derogado por el reglamento 995 de Espectáculos Públicos, antecesor del 824, que se mantiene vigente a la fecha (2023).

Este crecimiento y expansión del negocio del cine, requería de una legislación actualizada y, el 7 de marzo de 1949, Trujillo promulga la ley 1951, sobre espectáculos públicos y radiofonía, que sería completada cuatro meses después, al sancionar el Reglamento número 5906 (5 de julio de 1949), sustituido seis años después con la sanción del Reglamento 995, del 13 de julio de 1955 (Sáez, 1983, pp. 97-98).

3.3.1 La censura en la dictadura de Trujillo

En la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo había interés por ejercer el mayor control posible sobre los contenidos de los medios de comunicación. La Ley 916⁹⁶, de 1935, es la primera normativa que se resalta como antecedente para la regulación de los contenidos, aunque hace referencia, específicamente, a reglamentar las funciones cinematográficas y los contenidos para niños. Con ella se buscaba que los infantes pudieran tener acceso a contenidos que promovieran valores propios de esa etapa:

Queda prohibido exhibir en las proyecciones cinematográficas dedicadas a la infancia películas que puedan causar perturbación en sus sentimientos o emociones violentas, y que no les proporcionen sana alegría o algún motivo de instrucción (Ley 916 Reglamentación de las funciones cinematográficas para niños, 1935, p. 216).

Esta normativa será sustituida, en 1947, por la Ley 1405⁹⁷, “Sobre funciones y espectáculos públicos para menores de catorce años”. A pesar de que ambas guardan similitudes en materia de restricción a los contenidos destinados a los niños, en la ley actualizada se especificará que toda exhibición cinematográfica debía ser aprobada por una comisión que se habría establecido siguiendo las directrices del Secretario de Previsión Social, dependiente del Poder Ejecutivo: “Párrafo III.- Una vez aprobada una película por una comisión cualquiera, se considerará apta para niños en toda la República.” (Ley 1405 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía, 1947, p. 195).

⁹⁵ Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas, de 1949. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3279884&managementType=1>

⁹⁶ Ley 916 Reglamentación de las funciones cinematográficas para niños, de 1935. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269120&managementType=1>. El “considerando” de la ley se sostenía: “que las empresas cinematográficas del país vienen proyectando en las funciones destinadas a los niños películas impropias de la infancia por inadaptables al grado de desarrollo de sus facultades, perturbadoras en su mayor parte de los sentimientos infantiles por el asunto de dudosa moral que las inspira, y del sistema nervioso de los niños por las fuertes emociones que suscitan en ellos”.

⁹⁷ Ley 1405, sobre funciones y espectáculos públicos para menores de catorce años, de 1947. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3277078&managementType=1>

En el año 1937 se sanciona la Ley 1342⁹⁸ que aprueba en el país la Convención Internacional referente al uso de la radiodifusión en interés de la paz. Esta es la primera normativa que hace referencia al contenido radiofónico, en la que República Dominicana se adhería después de los acuerdos internacionales que fueron firmados y asumidos por el país

Artículo 1. Las Altas Partes contratantes se comprometen mutuamente a prohibir, y en caso necesario, a suprimir sin demora en sus territorios respectivos toda emisión que, en detrimento del buen acuerdo internacional, fuere de un carácter que incitare a los habitantes de cualquier territorio a actos contrarios al orden interior o a la seguridad de un territorio de otra parte contratante. (Ley 1342 de Aprobación de la Convención Internacional referente al uso de la radiodifusión en favor de la Paz, 1937, p. 7)

A partir del año 1946, la dictadura de Trujillo, bajo su propia presidencia y bajo las presidencias títeres de esta etapa, aprobó y modificó varias leyes y reglamentos vinculados con los espectáculos públicos y las emisiones radiofónicas; todas ellas destinadas a censurar contenidos ofensivos de “la moral” y las “buenas costumbres” (y, posteriormente, la “ideología comunista”) y a castigar, mediante diferentes diseños de comisiones dependientes del Poder Ejecutivo, las desviaciones a las normas aprobadas.

La primera ley, en este sentido, es la 1083⁹⁹ del año 1946, que instruye la creación de la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía, por la cual se buscaba controlar y reglamentar los actos de entretenimiento que se realizaban en la Ciudad Trujillo (como se llamaba la provincia de Santo Domingo en la época) y en las distintas provincias.

Art. 1.- Por la presente ley se crea la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía, cuya finalidad será la de evitar que en la República se lleven a cabo espectáculos y emisiones radiofónicas que ofendan a la moral a las buenas costumbres, a las relaciones con países amigos, y en general que puedan ser considerados como perjudiciales a los sanos principios y normas de la familia dominicana. Su funcionamiento estará regido por un Reglamento General que será dictado por la misma Comisión y aprobado por el Poder Ejecutivo. (Ley 1083 Que crea la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos, 1946, p. 24)

Esta ley será sustituida por la Ley 1470¹⁰⁰ del año 1947, sobre la “Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía”. Esta norma viene a reforzar que todas las actividades de entretenimiento debían asumir las restricciones y prohibiciones señaladas por el Poder Ejecutivo, además de especificar qué contenidos no se podían presentar en el país (aquellos en los que trabajos comunistas o sirvan de propaganda a la ideología comunista), y las multas por violar las disposiciones establecidas por el Estado.

Art. 3.- Queda prohibido por la presente ley proyectar en el país películas cinematográficas en las cuales trabajen artistas reconocidos como comunistas o que tiendan a servir de propaganda a la ideología comunista.

⁹⁸ Ley 1342, aprobación de la convención Internacional referente al uso de la radiodifusión en interés de la paz, de 1937. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3271357&managementType=1>

⁹⁹ Ley 1083, que crea la comisión nacional de espectáculos públicos y radiofonía, de 1946. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/consulta/home/filemanagement?documentid=3277025&managementtype=1>

¹⁰⁰ Ley 1470, sobre la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonías, de 1947. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3277092&managementType=1>

Posteriormente, la Ley 1664¹⁰¹, de 1948, “Que modifica el último acápite del artículo 2 de la Ley 1470, sobre la Comisión Nacional de Espectáculo y Radiofonía”, se sanciona con la única finalidad de modificar el artículo 2 de la Ley 1470 ampliando el número de integrantes de la Comisión y vinculándolos con la antigua Secretaría de Interior y Policía.

Dicha Comisión tendrá su asiento en Ciudad Trujillo, y estará compuesta por un Presidente, que será uno de los Subsecretarios de Estado de lo Interior y Policía; y ocho o más vocales nombrados por el Poder Ejecutivo, entre los cuales se incluirá al Mayor de Leyes de la Policía Nacional (Ley 1664 Que modifica el último acápite del artículo 2 de la ley 1470 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos, 1948, p. 147).

La diferencia clara entre la Ley 1470 y su modificación es que la Comisión pasó de tener tres vocales a ocho, nombrados por el Poder Ejecutivo, por lo que todo lo que quisiera el gobierno de esta Comisión iba a estar en consonancia con los deseos del régimen.

Un año después, en 1949, con la Ley 1951¹⁰² “Sobre reglamentación de espectáculos públicos y emisiones radiofónicas” se deroga y sustituye la ley 1470 y sus modificaciones¹⁰³. Esta ley continúa vigente en la actualidad.

El 7 de marzo de 1949 el presidente Trujillo votó la ley número 1951, contentiva de la primera reglamentación acerca de las emisiones radiofónicas. Se procuró con ésta un control estricto del contenido de la difusión que incluía obras teatrales y cinematográficas (Prestol, 2010, p. 20)

Será esta normativa la que compile y armonice a las anteriores, sumando algunos elementos más de control y recaudación. Con la nueva ley continúa la obligatoriedad de que las proyecciones cinematográficas, representaciones teatrales y espectáculos públicos análogos, así como las emisiones radiofónicas, estén sujetas a las restricciones y prohibiciones que se establezcan en reglamentos dictados por el Poder Ejecutivo, pero se reformulan dos cuestiones importantes en torno a la regulación. Por una parte, se establece un pago en Rentas Internas por el permiso previo para espectáculos públicos que se concedería a las empresas encargadas de los actos (dependiendo de la provincia donde se realizaran esos actos, el pago tendría una cuantía diferente) y, por otra parte, se aplica una prohibición explícita y estricta para salvaguardar a los menores de catorce años de películas que incluyeran escenas o diálogos de contenido erótico o situaciones que pudieran afectar o distorsionar los valores morales.

Al mismo tiempo, amparándose en las atribuciones que le confería esta ley, ese año Trujillo aprobará su reglamentación, mediante Reglamento 5906 “sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas”. Tanto la ley 1951 como el reglamento 5906 experimentarán varias modificaciones en los años siguientes, aunque se tratará de reformas menores. Algunas actualizarán los importes de pago para los permisos e incluirán la obligatoriedad de contar con una certificación también para las proyecciones

¹⁰¹ Ley 1664, que modifica el último acápite del artículo 2 de la ley no. 1470, sobre la Comisión Nacional de Espectáculo y Radiofonía, de 1948. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281705&managementType=1>

¹⁰² Ley 1951, sobre reglamentación de espectáculos públicos y emisiones radiofónicas, de 1949. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3278725&managementType=1>

¹⁰³ Modificada, como ya se ha mencionado, por la ley 1405, del año 1947 y por la 1664 del año 1948.

cinematográficas previo pago del permiso, como la ley 2376¹⁰⁴ que “modifica el artículo 3 de la Ley 1951 sobre reglamentación de los espectáculos públicos y emisiones radiofónicas”; otras reformarán cuestiones sobre el procedimiento de apelación (en caso de no haber obtenido el permiso), como el decreto 8868¹⁰⁵, de 1953, o el decreto 277¹⁰⁶, de 1954 o la composición de la Junta de Revisión, como el decreto 472¹⁰⁷, de 1954; y otras cambiarán la adscripción de la Comisión a otras Secretarías de Estado, como la ley 4003¹⁰⁸, de 1954.

El 23 de julio de 1955, casi una década después de la creación de la primera Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía, se dicta un nuevo reglamento, el 995¹⁰⁹ “Sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas”, que sustituye al 5906. A pesar de que dicho reglamento está enfocado especialmente en la regulación de las artes escénicas y de las obras cinematográficas, algunos artículos establecen reglas sobre los productos radiofónicos¹¹⁰. Mantiene el mismo tono restrictivo que el anterior (Gil Abinader, 2012) y, en cuanto a los medios, se centra más en radio que en televisión, porque cuando se elabora el reglamento la televisión como medio solo tenía tres años de implementación en el país.

Esta normativa imponía, además de pautas de control con respecto a los contenidos, requisitos para el desempeño y la conducta de los profesionales, al mismo tiempo que otorgaba a la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos un amplio poder de supervisión. Entre otras cuestiones, indicaba que los directores de las estaciones tenían que exigir el carnet de locutor a la persona que ejerciera como comunicador y establecía como estaría constituido el jurado examinador para los exámenes de los aspirantes a locutores. También se incentivaba a que las radionovelas que eran famosas en ese momento, si se emitían, debían contar con actores dominicanos y dictaba la obligatoriedad de que las estaciones de radio realizaran programas de corte cultural.

¹⁰⁴ Ley 2376, de 1951, que modifica el artículo 3 de la ley sobre reglamentación de los espectáculos públicos y emisiones radiofónicas. Disponible en:

<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281381&managementType=1>

¹⁰⁵ Decreto 8868, que modifica el artículo 27 del Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Radiofonía. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3283421&managementType=1>

¹⁰⁶ Decreto 277, que modifica el artículo 27 del Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Radiofonía. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3299930&managementType=1>

¹⁰⁷ Decreto 472, sobre la integración de la Junta de Revisión establecida por artículo 27 del Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3300291&managementType=1>

¹⁰⁸ Ley 4003, que pone bajo la dependencia de la Secretaría de Estado de Educación y Bellas Artes, la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3284903&managementType=1>

¹⁰⁹ El reglamento de 995 Sobre espectáculos públicos y emisiones radiofónicas, de 1955. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281045&managementType=1>

¹¹⁰ En el reglamento 995 llama la atención, pese a que se promulga en el año 1955, la toma de referencias de la ley 1474 del año 1938 sobre vías de comunicación donde se dictaba todo lo concerniente a los primeros permisos de radiodifusión entre los que se pueden destacar que dentro de las provincias no podrían estar más de tres emisoras. Aunque se tuviera licencia para operar una estación de radio, si después de tres meses las transmisiones de pruebas no habían sido del todo satisfactorias, el Poder Ejecutivo tenía la potestad de revocar el permiso.

3.3.2 El periodo Balaguer

Dos de las normativas más importantes del marco legal de la comunicación dominicana con relación a los contenidos serán aprobadas o implementadas durante los gobiernos de Joaquín Balaguer. Son normas de singular trascendencia porque ambas continúan vigentes en la actualidad, a pesar de haber sido sancionadas, ambas, hace más de medio siglo. Se trata de la Ley 6132¹¹¹ de Expresión y difusión del pensamiento, de 1962, y el Reglamento 824¹¹² “para el funcionamiento de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía”, de 1971.

Como ya se mencionó en el apartado 4.1 Contextualización política de la historia de República Dominicana de este trabajo, después de la muerte de Rafael Leónidas Trujillo, su hijo Rafael Leónidas Trujillo Martínez (Ramfis) trató de vengar la muerte de su padre persiguiendo a los que él entendía que habían participado en su asesinato. En ese momento ejercía como presidente Joaquín Balaguer, quien es expulsado del poder (1961) y, para reemplazarlo, se crea un Consejo de Estado. En este Consejo se escoge al presidente Rafael Bonelly, quien sería mandatario solo por un año (1962-1963).

La Ley 6132 de Expresión y difusión del Pensamiento (llamada comúnmente “ley de prensa”) del año 1962 se sanciona durante su gobierno. Es la norma que establece las directrices que deben respetar aquellos que decidan abrir un medio de comunicación escrito, periódico o no, como los que se dediquen al comercio de libros, en lo concerniente a los medios, la imprenta y los llamados delitos de prensa. Dado el contexto en el que se aprueba, muestra importantes avances en cuanto a las restricciones sobre contenidos y sobre la libertad de expresión, reconociendo que “es libre la expresión del pensamiento, salvo que se atente contra la honra de las personas, el orden social o la paz pública” (art. 1). Como sostiene Gil Abinader (2012):

El ajusticiamiento de Trujillo también implicó cambios en la legislación cultural dominicana. En especial, en el campo de las publicaciones escritas. Aquí se destaca la Ley 6132, del 15 de diciembre de 1962, sobre Expresión y Difusión del Pensamiento. Este texto presentó ciertos avances en la situación legislativa anterior. En especial, porque permitió la publicación de obras literarias sin necesidad de autorización previa.

A pesar de su importancia en cuanto al cambio de enfoque respecto a la libertad de expresión en comparación con los años anteriores de la dictadura trujillista, esta ley mantiene algunas lagunas que permitieron la censura y la persecución de periodistas y opositores, “alegando en todos los casos que determinadas ideas conspiraban contra el orden establecido” (UNESCO, 2017: 71). En particular, durante los doce años de gobierno de Joaquín Balaguer, esta ley fue utilizada para limitar el pluralismo político e informativo.

Destacados periodistas como Gregorio García Castro y Orlando Martínez fueron asesinados por sicarios del gobierno, mientras otros como Aleyda Fernández, Silvio Herasme Peña, Luis Eduardo Lora y Juan Bolívar Díaz sufrieron atentados, persecuciones, cárcel y exilio.

¹¹¹ Ley 6132 Expresión y difusión del pensamiento, de 1962. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3309796&managementType=1>

¹¹² Reglamento 824 sobre Espectáculos Públicos. de 1971. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3299157&managementType=1>

Se discriminaba a los periodistas y los medios, particularmente al diario El Nacional y a las radioemisoras, mientras que la televisión era un coto cerrado (Bolívar Díaz, 2005: 386).

Además, esta ley establece una de las disposiciones más controvertida: la denominada “responsabilidad en cascada” (contemplada en el artículo 46 de esta ley), en caso de que se compruebe la difamación e injuria.

Artículo 46.- Serán pasibles, como autores principales de las penas que constituyen la represión de los crímenes y delitos cometidos por la vía de la prensa, las personas señaladas en el orden indicado más adelante:

1.- Los directores de publicaciones o editores, cualesquiera que sean sus profesiones o sus denominaciones, y en los casos previstos en el segundo párrafo del artículo 4, los substitutos de los directores.

2.- A falta de directores, substitutos o editores, los autores;

3.- A falta de los autores los impresores;

4.- A falta de los impresores, los vendedores, los distribuidores, los exhibidores de películas, los locutores y los fijadores de carteles.

En los casos previstos en el segundo apartado del artículo 4, la responsabilidad subsidiaria recaerá en las personas a que hacen alusión los apartados 2do., 3ro., y 4to. del presente artículo como si no hubiera director de la publicación.

Cuando la violación a la presente ley se realice mediante un anuncio, aviso o publicación pagada, aparecido en una publicación o transmitido por radio o televisión se considera como autor del mismo a la persona física o a los representantes autorizados de la entidad o corporación que lo ordene, quienes incurrirán en la responsabilidad fijada en el apartado 2 de este artículo. Todo anuncio que no sea estrictamente comercial debe ser publicado o difundido bajo la responsabilidad de una persona determinada (Ley 6132 de Expresión y difusión del pensamiento, 1962, p. 10).

Esta ley surge en el contexto político explicado anteriormente, en el tránsito de una dictadura a los primeros pasos hacia una apertura política, por lo que con ella se buscaba que no se dañara el honor con difamaciones por parte de la prensa a instituciones tales como la Policía, el Congreso, los Cabildos, el ministerio de las Fuerzas Armadas, los presidentes extranjeros. Por ello, estos son algunos de los señalamientos que se destaca la normativa y, por ello, también dedica una parte sustancial de su articulado a prever sanciones para la difamación, la injuria y la ofensa, al mismo tiempo que incluye el derecho de rectificación. Con el paso de los años y en medio de un debate jurídico y social agitado, el artículo 46, junto con otros conexos, fue declarado inconstitucional por el Tribunal Constitucional de República Dominicana, mediante la sentencia TC/0075/16 del del 4 de abril de 2016¹¹³.

Como se verá en el siguiente apartado, tanto la ley 6132, como el reglamento 824, que se describe seguidamente, intentaron ser derogados y sustituidos por nuevos textos legales durante el gobierno del presidente Leonel Fernández, del presidente Danilo Medina y del presidente Luis Abinader (véase el apartado 4.3.3. El escenario contemporáneo), con un resultado adverso en los primeros casos e incierto, aún, en el segundo.

¹¹³ El Tribunal Constitucional dictó sentencia en la causa iniciada por la Fundación Prensa y Derecho y por los periodistas Miguel Franjul (director del diario Listín Diario), Rafael Osvaldo Santana Santana (director del diario El Caribe) y Rafael Molina Morillo (director del diario El Día). La sentencia incluye tres votos disidentes (Báez Guerrero, 2018: 17-21). Las decisiones del Tribunal Constitucional sobre esta y otras cuestiones abordadas en el fallo han sido ampliamente debatidas (Beltré, 2013; Fermín, 2016; Báez Guerrero, 2018).

La segunda norma de trascendencia para el marco legal de la comunicación dominicana con relación a los contenidos es el Reglamento 824, para el funcionamiento de la Comisión de Espectáculos Públicos y Radiofonía, aprobado por Joaquín Balaguer en 1971 y que sustituirá al reglamento 995. El Reglamento 824 sigue vigente en la actualidad, a más de 50 años de su publicación en el país. Este, se basa en la ley 118, de Telecomunicaciones, que otorgaba poder supremo al presidente para asignar las licencias y frecuencias de las emisoras de radio y canales de televisión, por lo que una de sus primeras medidas que aplica fue que la Comisión¹¹⁴ pasara a ser dependencia de la Dirección General de Correos y Telecomunicaciones. En su articulado, el nuevo reglamento “reitera la mayoría de los conceptos previstos en los reglamentos anteriores sobre espectáculos públicos. Tal fue el caso de la ‘moral y buenas costumbres’ como objeto de regulación y la prerrogativa de censura de la Comisión Nacional” (Gil Abinader, 2012). Mantiene controles rigurosos sobre los espectáculos públicos y el requerimiento de permisos; continúa haciendo énfasis en la censura moral y ética, vigilando y prohibiendo contenidos, y conserva la capacidad de la Comisión de suspender programas radiofónicos y televisivos. Sin embargo, a diferencia del anterior, tiene en cuenta a las emisoras de televisión, un medio que apenas comenzaba a desarrollarse en los años 50, pero que en los 70 ya jugaba un papel importante.

El reglamento 824 tuvo varias modificaciones a lo largo de los años. En 1974 (decreto 4306¹¹⁵); en 1979 (decreto 743¹¹⁶) y en 1997 (decreto 166-97¹¹⁷), pero el intento de reformulación más importante se dio en 2005. En ese momento fue sustituido, aunque por un periodo muy breve, por el decreto 301-05¹¹⁸ con el que se quiso adecuar la normativa a la realidad que vivía República Dominicana después de tener un reglamento por 34 años. Este decreto 301-05 solo estuvo vigente 15 días, del 5 de mayo hasta el 19 de mayo del 2005¹¹⁹, fecha en la que fue retirado por el Poder Ejecutivo debido a las críticas y rechazo que generó y que fue catalogado inconstitucional¹²⁰.

A principios de siglo se trabajó para modificar el reglamento 824 de espectáculos públicos y radiofonía. Se hizo un gran debate sobre el mismo y resultó aprobado el reglamento 301-05, con una gran cantidad de avances, pero con una concepción de control de los medios y

¹¹⁴ Con su texto, vuelven a disminuir los miembros de la Comisión, determinando que solo serán cinco (un presidente, un vicepresidente y tres vocales) y no ocho como se había quedado establecido en la Ley 1470 del 1947.

¹¹⁵ Decreto 4306, de 1974. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3355085&managementType=1>

¹¹⁶ Decreto 743, de 1979. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3305501&managementType=1>

¹¹⁷ Decreto 166, de 1997. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3305501&managementType=1>

¹¹⁸ Decreto 301-05 sobre Espectáculos Públicos <https://www.cultura.gob.do/transparencia/index.php/marco-legal/baselegal-m/category/324-decretos?download=7068:decreto-no-301-05-que-establece-el-reglamento-para-el-funcionamiento-y-organizacion-de-la-comision-nacioanl-de-espectaculos-publicos-de-fecha-07-05-2005>

¹¹⁹ Fue derogado mediante decreto 312-05, de 2005. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3339427&managementType=1>

¹²⁰ Al respecto, en Diario Libre se publicaba: “Ciertamente, en el Párrafo II, artículo 68, hay censura previa, -manifestó Núñez- pero esto es un desliz que hubo en este reglamento, porque este Gobierno ha dado muestras de ser abierto a dar las informaciones a todos los medios y a la ciudadanía y de ser respetuoso de la libertad de prensa”. El artículo 68, en su Párrafo II, establece: “Ningún locutor podrá transmitir noticias alarmantes, tales como: fuego, ciclones, terremotos, maremotos, inundaciones, etc; sin que esta noticia haya sido aprobada y debidamente autorizada por la autoridad competente” (Diario Libre, 2005b, párr. 5-6).

sus contenidos que resultaba odioso y vergonzoso para la época. Fue tanta la crítica que se formuló a la nueva norma que el gobierno debió retroceder y quitar el reglamento y restablecer el 824 (Rosario Adames, 2022: 194-95).

Luego de derogar el decreto 301-05 volvió asumirse el Reglamento 824 que sigue aún vigente. El periodista Juan Bolívar Díaz, escribió una columna en el periódico Hoy donde detalla algunas diferencias que se destacan entre el decreto 301-05 y la normativa 824 la que aún sigue vigente y estas son:

Veamos algunas de las reformas al 824, introducidas en la reglamentación revocada:

- 1.- Elimina el carácter de comisaría policial de la CNEPR presente a lo largo de todo el reglamento.
 - 2.- Suprime el artículo 22 que autoriza suspender una función pública si los productores introducen algún fragmento no autorizado previamente por la CNEPR.
 - 3.- En el artículo 34 suprime la prohibición de obras teatrales o cinematográficas y de programas radiofónicos que sean «de carácter tendencioso, perturbador o que tiendan a divulgar ideas o doctrinas disociadoras».
 - 4.- Elimina los artículos 66 y 67 que establecen la censura previa de los programas de radio.
 - 5.- Suprime el artículo 68 que autoriza a la CNEPR a «controlar» los programas radiofónicos por ella autorizados.
 - 6.- Elimina los artículos 69 y 71 que establecen límites obsoletos y censura previa de los libretos de los anuncios publicitarios.
 - 7.- Suprime el artículo 87 que obligaba a archivar durante un año todas las noticias nacionales o internacionales difundidas.
- En el Reglamento 301-05, el revocado, quedaron remanentes autoritarios y violatorios de la libertad de expresión como las siguientes:
- a) El artículo 9 y su párrafo, se autoriza a la CNEPR a suspender «emisiones audiovisuales de cualquier tipo, que viole el Reglamento.
 - b) La letra f del artículo 20 establece permisos o licencias para emisión y producción de programas de radio y televisión.
 - c) Las letras c y e del artículo 38 permiten cualquier arbitrariedad al sancionar las emisiones de radio y TV que «irrespeten las autoridades legítimamente constituidas y las instituciones públicas» o que «causen alarma o pánico en el público».
 - d) El artículo 42 deja todo programa de radio y televisión sujeto a la clasificación previa de la CNEPR.
 - e) El párrafo II del artículo 68 que prohíbe la transmisión de «noticias alarmantes, como fuego, ciclones, terremotos, etc. sin previa autorización de «la autoridad competente».
 - f) Otros artículos, como el 9 y su párrafo, el 25 y el párrafo V del 69 pueden ser moderados o precisados (Díaz, 2005, párr. 6-19).

3.3.3 El escenario contemporáneo

Los esfuerzos por modificar la Ley 6132 comenzaron con la presidencia de Leonel Fernández en el año 2004, pero pese a que se conformaron varias comisiones en 2007, 2011, 2018 y después durante el mandato de Danilo Medina, integradas por periodistas, abogados, directores de periódicos, representantes del Colegio Dominicano de

Periodistas, estas no prosperaron¹²¹. El jurista Namphi Rodríguez que formó parte de todas estas comisiones explica el por qué:

Esas reformas no avanzaron por falta de voluntad política y porque los consensos no se habían dado entorno al Colegio Dominicano de periodistas y la Sociedad Dominicana de diarios como los actores principales del sistema de opinión pública del país (Rodríguez comunicación personal 28 de marzo del 2023).

Como ya se ha mencionado anteriormente, en el año 2016, el Tribunal Constitucional anuló varios artículos de esta normativa a través de la sentencia 0075-16¹²² por entender que eran inconstitucionales. Fueron anulados los artículos 30, 31, 34, 46, 47 y 48. Las razones explicadas a través de la sentencia indica los siguientes motivos:

Según sostienen los accionantes, las referidas sanciones funcionan como mecanismos de “censura previa” y, en este sentido, los indicados textos violan el artículo 49 de la Constitución dominicana, el artículo 13.2 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos; así como los Interamericana de Derechos Humanos y las opiniones consultivas de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, precedentes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos y las opiniones consultivas de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Tribunal Constitucional, 2016, p. 44).

Aunque se sometieron a una revisión, además, los artículos 32, 33, 39 y 40 de la referida Ley 6132, los magistrados encontraron que no eran contrarios a la Carta Magna, por lo que los mismos han continuado vigentes. El director de la Sociedad de Diarios Dominicanos, Persio Maldonado, explica que la eliminación de varios artículos de la Ley 6132 por parte del Tribunal Constitucional fue el resultado de un esfuerzo realizado para desmontar la prisión como sanción, como castigo al llamado delito de palabras o delito de prensa como se denomina¹²³. La decisión del Tribunal Constitucional estuvo motivada en una iniciativa de un grupo de directores de medios de comunicación, quienes introdujeron un recurso de inconstitucionalidad contra esta ley que regula la libertad de expresión y el ejercicio de la comunicación en la República Dominicana.

Sobre estas cuestiones, se presentó en el Congreso un anteproyecto de modificación de la Ley 6132, que se discutió en una comisión bicameral con el representante de la Sociedad Dominicana de Diarios, por la que se buscaba llegar a un acuerdo. Aunque de momento la pieza aún está siendo revisada, el periodista Maldonado (2018) detalla algunas de las modificaciones que incluiría.

Ahora nosotros estamos discutiendo con el Congreso de la República una modificación de la Ley 6132 y a la inclusión de nuevas disposiciones que tiene que ver con la nueva Constitución de República Dominicana y ahí figura el derecho a la intimidad, el derecho al honor, que son figuras nuevas en la Constitución y que no son parte de esa Ley que era de

¹²¹ Por ejemplo, mediante decreto 272-00, del 2000, se creó la Comisión Especial encargada de la revisión y actualización de la Ley No.6132 del 1962, sobre Expresión y Difusión del Pensamiento y las normas que la complementan. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3336288&managementType=1>

¹²² Sentencia del Tribunal Constitucional 0075-16: <https://www.tribunalconstitucional.gob.do/content/sentencia-tc007516>

¹²³ El delito de prensa se produce cuando la difamación o injuria se comete a través de un medio de comunicación, cuyo régimen jurídico, según consigna la Ley núm. 6132. Según el expresidente Leonel Fernández, “Yo entiendo que en los delitos de palabras o en los delitos a través los medios de comunicación lo que está envuelto en el fondo es un tema moral, no es que han fusilado a nadie, no es que han matado a nadie, no es un homicidio, no es heridas, no son golpes, pero es un problema moral y ese problema moral puede tener tal nivel de impacto que pueda aniquilar una persona, puede generar un repudio social hacia esa persona que prácticamente acabe con su existencia” (Fernández, comunicación personal 6 de julio del 2018).

1962. Con esto queremos también desmontar algo que el Tribunal Constitucional ha conservado, que es prisión cuando se trata del presidente de la República o del cuerpo diplomático y nosotros creemos que un ejercicio de libertad plena para los periodistas no puede incluir, la prisión como un castigo, lo queremos eliminar estamos la fase de discusión (Maldonado, comunicación personal 22 de mayo del 2018).

El Congreso discutió durante el periodo 2016-2020 el anteproyecto de la Ley de Expresión y Medios de Comunicación, iniciativa del entonces senador Rafael Vargas (del PLD), periodista que había ejercido como expresidente del INDOTEL. Lo hizo a través de una comisión bicameral, en la que estuvieron presentes varios expertos y que actualmente está bajo la responsabilidad del diputado Elpidio Báez (también del PLD). Esta iniciativa trata de fusionar y actualizar las leyes del 6132 de Libre Expresión y Difusión del Pensamiento y el Reglamento 824 de Radiodifusión y Espectáculos Públicos, con la modernidad que se requiere en una normativa acorde con los tiempos y la tecnología, y trata delitos de prensa, el ejercicio periodístico, las agencias informativas, el papel del director entre otros. Este anteproyecto, que quedó en manos de la Cámara Baja, fue introducido por última vez en la legislatura el 20 de septiembre de 2018.

En el periodo legislativo 2020-2024 volvió a ser introducido el 5 de octubre de 2021, pero no ha vuelto a ser tomado en consideración por la Cámara de Diputados, por lo que perimió nueva vez. Algo a destacar es que esta propuesta de ley no está enlazada con las anteriores propuestas debido a que el legislador que la promueve actualmente, el periodista Elpidio Báez, nunca fue parte de las comisiones que trabajaron con la nueva ley que sustituiría la disposición legal 6132. Por tanto, esta propuesta nace en el Congreso de la mano de dos legisladores que tienen en común la profesión de periodistas.

Finalmente, en el año 2022, el actual presidente Luis Abinader, promulgó el Decreto 333-22¹²⁴ en el que se conformó la Comisión Consultiva para la revisión y la actualización de la legislación sobre la Libertad de Expresión. En ella hay representantes del sector de la comunicación y fue escogido como el director ejecutivo el periodista y abogado Namphi Rodríguez, quien detalló que hay una voluntad en el que se pueda conseguir una normativa acorde con los derechos humanos y la constitución, algo que demanda el país.

La coyuntura actual es distinta, porque ya esos consensos sobre temas fundamentales, o se dieron, por un lado, o por otro lado el Tribunal Constitucional, ha ido en una profusa producción de jurisprudencia ha ido resolviendo los problemas más conflictivos, como el sistema de responsabilidad, como el tema de internet, etc. Para la Comisión solo ha sido seguir la jurisprudencia del Tribunal Constitucional. En ese sentido, lo que nosotros estamos haciendo, es dándole al proyecto, recogiendo posiciones ya consensuadas, y por otro lado, estamos trabajando en tratar de que sea un proyecto integral, en el contexto de la Convención Americana de Derechos Humanos, y de la Constitución Dominicana, de la jurisprudencia de la Corte Interamericana de los Derechos Humanos sobre la Libertad de Expresión, y la jurisprudencia de la Tribunal Constitucional y la Suprema Corte de Justicia dominicana sobre la Libertad de Expresión (Rodríguez, comunicación personal 28 de marzo del 2023).

Fue el ocho de abril del año 2024 (fecha que queda fuera del ámbito temporal de esta investigación), cuando el anteproyecto Ley de Libertad de Expresión, Medios

¹²⁴ Decreto 333-22 que crea la Comisión Consultiva para la revisión y la actualización de la legislación sobre la Libertad de Expresión: <https://presidencia.gob.do/decretos/333-22>

Audiovisuales y Plataformas Digitales, fue presentado ante el país por el presidente Luis Abinader y por la comisión que lo trabajó desde su creación en junio del 2022. Se espera que esta pieza pueda ser sometida a discusión en la Comisión de Medios de Comunicación del Congreso. Entre las novedades más destacables de este nuevo anteproyecto destaca la eliminación de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y a la vez la creación de un Instituto de Comunicación.

4. Estructura del sistema de medios en la República Dominicana

Este capítulo describe y analiza la estructura del sistema de medios en el país. Para ello, las siguientes páginas se organizan en torno a cuatro subapartados generales que examinan los tres sectores vinculados a los medios tradicionales (la prensa escrita, la radio y la televisión) y un último epígrafe dedicado a los grupos de comunicación. En ellos se señala la evolución y características de cada sector, cuya configuración no puede ser comprendida sin considerar las notas distintivas de las políticas de comunicación que fueron examinadas en el capítulo anterior: el carácter anacrónico de las disposiciones legales vigentes, la fragmentación reglamentaria y normativa, la presencia de políticas reactivas más que anticipatorias y, fundamentalmente, las escasas limitaciones a aspectos económicos que restrinjan la concentración de la propiedad o incentiven otros modelos de medios. Esas características de las políticas posibilitaron (o no impidieron) el desarrollo del sistema de medios en su estado actual.

Dado que la evolución en cada uno de estos sectores ha tenido trayectorias particulares, al inicio de cada uno se examinan de manera general las principales características de su evolución y de su estado actual. Sin embargo, antes de proceder a su examen, y después de algunos párrafos que a continuación señalan los rasgos generales de la aparición de cada uno de estos medios en República Dominicana, se toman en consideración dos hechos específicos ocurridos durante los años 2002 y 2003. Sin ellos (y sin las políticas de comunicación y el marco (des)regulatorio examinado en el capítulo anterior) no podría ser comprendida la estructura del sistema de medios existente en el periodo 1990-2023 ni su configuración actual. Esos dos hechos son la aprobación la aprobación de la ley 183-02, monetaria y financiera, y la crisis bancaria desencadenada unos meses después. Ambos, conjuntamente, contribuyeron a provocar una auténtica recomposición del sistema de medios durante el periodo en el que se centra nuestra investigación.

La radio llegó al país en la década de 1920. A partir de entonces, se expandió progresivamente por todo el territorio, convirtiéndose en un medio esencial, especialmente en áreas rurales donde la prensa escrita tenía una presencia limitada. La radio jugó un papel fundamental durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo, quien utilizó este medio para consolidar su poder. Como sostiene Brea (2020), “el régimen de Trujillo utilizó de manera muy efectiva una serie de medios intelectuales, culturales,

artísticos, literarios, incluyendo la radio, para ir creando una homogeneización en términos culturales, una homogeneización de formas de pensar, una homogeneización en la adhesión a formas autoritarias y centralizadas”. Sin embargo, la radio también desempeñó un rol clave durante y con posterioridad a su caída, con emisoras pro y anti constitucionalistas. En los años siguientes, la radio continuó su expansión (especialmente con la aparición de la frecuencia modulada) hasta llegar a contar, actualmente, con un sistema que, solo considerando las legales, tiene 384 emisoras.

La televisión hizo su debut en la República Dominicana en 1952 con la inauguración de *La Voz Dominicana*. Durante los años de Trujillo, al igual que la radio, fue utilizada como un instrumento de propaganda gubernamental, pero con el fin de su dictadura en 1961, el medio comenzó a diversificarse. Lo hizo, sin embargo, guiado casi en solitario por una lógica privada-comercial, que hoy da como resultado la presencia de 47 canales televisión abierta de los cuales solo dos son de propiedad estatal. El sistema de transmisión de televisión analógica se encuentra actualmente en proceso de transformación al de televisión terrestre digital.

Con el tiempo, la interconexión de los medios se hizo evidente, especialmente con la aparición de conglomerados mediáticos que controlan simultáneamente la prensa, la radio y la televisión. Grupos como el Grupo de Comunicaciones Corripio, el Grupo Telemicro o Multimédios del Caribe, por mencionar solo algunos, dominan el panorama mediático, aprovechando las sinergias para aumentar su influencia.

Desde el último tercio del siglo XX, las entidades financieras y bancarias (y numerosos empresarios relacionados con ellas) habían incursionado en el sector de los medios realizando grandes inversiones y compras. Entre los casos más evidentes, como se verá en las siguientes páginas, se encuentran el de Leonel Almonte y el Grupo Financiero Universal, Alejandro Grullón y el Grupo Popular o José Ureña y el Banco del Comercio. Sin embargo, el caso de mayor dimensión fue el del Banco Intercontinental (Baninter), una entidad surgida en el año 1986 que mantuvo sus operaciones hasta su quiebra en mayo del año 2003. El Baninter, dirigido por Ramón Báez Figueroa:

llegó a ser propietario de varios de los periódicos más importantes del país: *Listín Diario*, *Última Hora*, *El Expreso* y *El Financiero*. Anteriormente había clausurado otros dos diarios, *El Siglo* y *La Nación*. El conglomerado también era propietario de los canales de televisión Telecentro, Canal 13 y Rahintel, Canal 7, y de los canales de banda UHF Supercanal 33, Red Nacional de Noticias Canal 27 (considerado en ese momento como el más moderno del país), entre otros. Su red audiovisual también llegó a incluir compañías de difusión por cable, con Aster como la principal, así como 76 emisoras de radio (Báez, 2011: 49).

Tabla 25. Algunos medios de comunicación propiedad del Baninter

Televisión	Periódicos	Radio	Telecable
Telecentro canal 13 VHF	La Nación	Emisores en FM	Áster
Rahintel Canal 7 VHF	El Siglo*	Emisoras en AM	Varias empresas de cable
RNN canal 27 UHF	Listín Diario		
Supercanal 33 UHF	El Expreso*		
Canal 67 UHF	Última Hora		
Canal 57 UHF	El Financiero*		

*Medios desaparecidos. Fuente: Elaboración propia.

La quiebra de Baninter tuvo lugar en mayo del 2003. Su colapso no solo representó un duro golpe a la economía nacional, sino que además tuvo un gran impacto político, social y mediático para el pueblo dominicano. Al momento de su quiebra, Baninter tenía una deuda de 55 mil millones de pesos (dos mil millones de dólares) que tuvo ser asumida por el Estado dominicano, generó una crisis económica sin precedentes en la economía dominicana, hundió la moneda y produjo repercusiones que se extienden hasta la actualidad. Los medios propiedad de Baninter fueron intervenidos por el Estado el 15 de mayo de 2003.

Ramón Báez Figueroa disponía del control del 40 por ciento del universo de los medios de comunicación del país, según lo expuesto el abogado José Lorenzo Fermín, ante el tribunal colegiado que conoce de la acusación por el alegado desfalco a Baninter. El abogado José Lorenzo Fermín denunció el entramado usado para las operaciones que los llevó a tener el 55 por ciento del control de la TV, de la prensa un 50 por ciento y de la radio un 24 por ciento, para totalizar un 40 por ciento. Disponían 7 mil millones de pesos invertidos en medios de comunicación (DiarioDigitalRD, 2007, párr. 1-2).

A la intervención de los medios propiedad de Baninter y la confusa situación que se generó con respecto a esos activos en los años siguientes hay que sumar, algunos meses antes, la aprobación por parte del Congreso dominicano de una ley que regulaba el sector financiero. La Ley 183-02¹²⁵, que entró en vigor apenas seis meses antes de la crisis de Baninter, limitaba la participación de las entidades financieras en empresas no financieras y estableció “como el dicho popular: zapatero a tus zapatos” (Gómez Mazara, comunicación personal 25 de mayo del 2018). En su artículo 41 establecía:

Artículo 41. Inversiones de los Bancos Múltiples

b) Empresas No Financieras. Los Bancos Múltiples podrán invertir en el capital de empresas no financieras hasta un diez por ciento (10%) de su capital pagado, siempre y cuando dicha inversión no constituya propiedad de más del diez por ciento (10%) del capital pagado de cada empresa no financiera en la cual se realice la inversión (Ley Monetaria y Financiera de la República Dominicana No.183-02, 2002, p. 43).

Aunque la Ley 183-02¹²⁶ había comenzado su discusión y posterior tramitación parlamentaria casi una década antes, su sanción, a las puertas de la crisis que desestabilizaría la economía dominicana en el año 2003, tuvo fuertes repercusiones en el sistema de medios.

La Ley Monetaria y Financiera, como la que se aprobó en el año 2002, estuvo prácticamente 10 años en el Congreso en unas discusiones bizantinas, en las que de alguna manera una

¹²⁵ Ley 183-02, de 2002. Disponible en:

<https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337228&managementType=2>

¹²⁶ La ley establece, también, en su artículo 80, multas y penas de prisión a las personas que “conscientemente difundan por cualquier medio falsos rumores u organicen campañas difamatorias relativas a la liquidez o solvencia de una o varias entidades de intermediación financiera y la estabilidad del mercado cambiario” (Ley Monetaria y Financiera de la República Dominicana No.183-02, 2002, p. 84). El director de la Sociedad de Diarios Dominicanos (SDD), Persio Maldonado (2018), sostuvo que, a su entender, esta ley limita el ejercicio periodístico porque restringe la información que pudiera ser difundida ante la opinión pública, y al mismo tiempo utiliza procesos penales que tienen estipulado el ir a la cárcel o pagar multas de hasta dos millones de pesos: “Yo creo que las autoridades y el país y la clase política influidas por el sector financiero, temeroso siempre de que los medios publiquen informaciones que puedan poner en riesgo el sistema monetario introdujeron la posibilidad de que, si usted publica algo que el banco, o el mismo sistema financiero nacional, las autoridades entienden que lo hace para desestabilizar el sistema, usted puede ser procesado por eso (Maldonado, comunicación personal, 22 de mayo del 2018).

parte del mercado financiero no quería tener que adaptarse a la regulación que ya se estaba evidenciando en la región y en el mundo entero y cuando se aprobó la ley en el 2002 ya, por decirlo de una manera, el daño que se había producido en el sistema financiero por la falta de un instrumento regulatorio que garantizara la seguridad y la buena inversión y la preservación de las carteras de las instituciones financieras pues no pudo detenerse; pero no podemos decir que eso era resultado de la ley monetaria y financiera, precisamente se detuvo la ley monetaria y financiera tantos años, porque no se quería la regulación que venía que era importante (Gómez Mazara, comunicación personal 25 de mayo del 2018).

La implementación de la ley 183-02, y el proceso de desinversiones que ello iba a implicar en los años siguientes¹²⁷, junto con la quiebra de Baninter, generó una situación de enorme inestabilidad en el sistema de medios, porque de hecho el grupo bancario era el mayor actor del sistema en el momento de su bancarrota. La intervención estatal de los bienes vinculados a Baninter supuso una situación extrema, en la que el Estado pasó a gestionar directamente algunos de los medios de comunicación privados más importantes del país (por ejemplo, *Listín Diario*), lo que distorsionó la competencia del mercado de medios. Atendiendo a sus objetivos, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) advertía, en un comunicado de 2004: “una competencia desleal al recibir ventajas económicas del Gobierno y éste dispensarles del cumplimiento de obligaciones financieras a que está obligada la prensa independiente, lo que va en desmedro de la libertad de expresión y difusión del pensamiento”¹²⁸.

4.1 La prensa escrita en República Dominicana

4.1.1 Marco histórico de la prensa escrita dominicana

La evolución de la prensa dominicana a lo largo del siglo XX y su configuración en la actualidad pueden ser pensadas, con fines analíticos para esta investigación, en torno a una periodización que abarca las siguientes cuatro etapas. La primera, de los inicios y la incipiente expansión (s. XIX-1930), estuvo marcada por la presencia de escritos con tiradas limitadas y de carácter ideológico, utilizados mayoritariamente para la difusión de ideas políticas, que irán creciendo en número con la incorporación de nuevas tecnologías (como el telégrafo o imprentas más modernas), pero seguirán controlados por las élites económicas y políticas en constante rivalidad.

La segunda etapa, el periodo de la dictadura trujillista (1930-1961), se caracterizó por un estricto control tanto de las empresas como de los contenidos publicados, la persecución

¹²⁷ Sobre las consecuencias de la ley sobre el sistema de medios, Gómez Mazara sostiene que: “Sí afectó [pero] lo que estuvo mal fue adquirir medios de comunicación cuando tu actividad no estaba vinculada a eso. Eso, de alguna manera, te habla de la poca profesionalización que existía en materia financiera, de los que manejaban los bancos, porque ¿qué sucede ¿por qué entraban a los medios de comunicación? Para poder tener voz e influencia de los medios de comunicación y como mecanismo de defensa sus intereses. Eso es lo que se buscaba. Cosas que se habían hecho históricamente en Estados Unidos, en Sudamérica, en Europa en muchísimos países (no creas que nosotros descubrimos el agua tibia con eso) eso ha existido siempre, pero qué hicieron las instituciones, nosotros no podemos permitir este nivel de concentración económica, porque un medio de comunicación no es algo etéreo, va a defender siempre el interés de sus propietarios, entonces lo que se va a publicar ahí no necesariamente va a ser noticias y ustedes que saben de medios, saben que últimamente una cosa es información pública, y otra cosa es información privada, son cosas totalmente distintas y que bueno que las instituciones financieras empezaron a salir de los medios de comunicación (Gómez Mazara, comunicación personal 25 de mayo del 2018).

¹²⁸ <https://www.diariolibre.com/actualidad/sip-pide-descontinuar-ayuda-a-medios-baninter-FVDL38236>

de periodistas, la apertura de cabeceras afines y el cierre de las que podían suponer algún tipo de oposición. El periodo se cierra con la crisis política, revolución y guerra civil de mediados de los años sesenta (1961-1966), en la que las cabeceras existentes tuvieron un papel destacado como movilizadores de la sociedad dominicana.

La tercera es la transformación del sistema de prensa en la transición y la post-transición (1966-2000), con el surgimiento de nuevas cabeceras y el comienzo de la integración en grupos multimedia, que tras la crisis de Baninter y la llegada de internet dará como resultado el actual tejido informativo.

Por último, la fase de la digitalización de los medios escritos (2000-hoy), que hoy soportan al tiempo ediciones en papel y digitales y tratan de definir, como en todos los países del mundo, un modelo de negocio viable para sus empresas. Vinculada a esta redefinición de los modelos de negocio, destaca durante este periodo el *boom* de los gratuitos, que fueron rápidamente ajustados por el mercado publicitario dominicano a un número reducido de iniciativas y la desaparición de casi todas las revistas que fueron, en otros tiempos, referencia en el sector de la prensa.

En las siguientes páginas, esta investigación se centra en explicar la estructura del sector de la prensa escrita dominicana. Detalla cuáles han sido las publicaciones presentes en el sistema durante el periodo 1990-2023, dividiéndolas, para su estudio, en (a) medios impresos diarios, (b) publicaciones periódicas no diarias y (c) medios de información digitales. Sin embargo, para comprender la actual estructura resulta necesario analizar, previamente, los rasgos generales de la evolución que la han traído hasta su situación actual. Por ello, antes de examinar de forma pormenorizada a las cabeceras y a los actores que las editan, se realiza un recorrido cronológico por las principales etapas de la prensa escrita a partir de la periodización antes mencionada.

4.1.1.1 Los orígenes de la prensa escrita

La introducción de la imprenta en Santo Domingo es un tema de debate entre historiadores, ya que no existe un consenso claro sobre la fecha exacta en que esta tecnología llegó a la isla. Las universidades americanas (y como tantas otras creada a imagen de la de Salamanca), las de Santiago de la Paz y Santo Domingo, se implantaron en Santo Domingo a mediados del siglo XVI. Pese a que no se conserva el documento fundacional, la Real y Pontificia Universidad Autónoma de Santo Domingo, a cuyo cargo quedó la Orden de Predicadores u orden dominicana, recibió la autorización papal en 1538 y la real en 1558 (lo que ha fundamentado durante décadas la discusión sobre si fue o no la primera universidad americana). Pese a ello, no hay noticias de la llegada de la imprenta a Santo Domingo hasta mucho después de que lo hiciera a México o Lima (Rodríguez Demorzi, 1985).

Algunos estudiosos han sugerido que la imprenta pudo haber sido introducida en el siglo XVII, basándose en suposiciones porque no quedan documentos que lo prueben. Otros, como el historiador francés Moreau de St. Mery, afirman que para 1783 ya existía una imprenta en la ciudad de Santo Domingo. Sin embargo, esta afirmación ha sido puesta en duda debido a la falta de impresos conocidos de ese periodo. Se cree que la imprenta pudo haber sido una instalación pequeña y limitada, posiblemente restringida por las autoridades coloniales, lo que explicaría la escasez de material impreso de la época

Amiama, 1933)¹²⁹. Aunque no se puede determinar con certeza el año de su introducción, es probable que la imprenta llegara durante el reinado de Carlos III, un periodo de resurgimiento cultural en España que pudo haber facilitado su llegada a la colonia (Amiama, 1933).

Una cuestión diferente es el uso de la imprenta para la producción de publicaciones periódicas de noticias: “El primer impreso periódico que aparece en la llamada ‘Era de Francia’ fue ‘El Boletín de Santo Domingo’ en 1807, era de corte militar y no se le confiere carácter periodístico por su origen gubernamental” (Romero, 2021, párr. 4). Este hecho se produjo justo antes del período conocido como la “España Boba” (1809-1821), en el que la parte oriental de la isla, conocida como Haití Español (la actual República Dominicana), no tenía intervención de la metrópoli.

La prensa dominicana comenzó a desarrollarse guiada por intensas relaciones entre la política y este medio. Así lo evidencian los primeros pasos del periodismo escrito, a principio del siglo XIX, y su posterior desarrollo a lo largo del siglo XX. Al igual que en otros países de América Latina, en República Dominicana la prensa estuvo inicialmente al servicio de la difusión de doctrinas políticas o análisis ideológicos (Santa Cruz, 2011).

El primer intento de lograr una Independencia de España llega en 1821, en el periodo denominado “Independencia Efímera”, en la que buscaba la emancipación total de España, como había hecho Haití 20 años antes al declarar su independencia en 1801 de Francia. Para este período surge otro medio escrito de la mano del político, escritor, periodista y presidente del país José Núñez de Cáceres (1821-1822) en lo que vuelve a establecerse esta relación entre la prensa y el Estado.

Los primeros periódicos considerados netamente como dominicanos aparecen en los albores de la Independencia Efímera en 1821, proceso encabezado por José Núñez de Cáceres. El Telégrafo Constitucional de Santo Domingo, fundado el 5 de abril de 1821, y el Duende cuya aparición fue el 15 de abril de 1821 marcan el inicio del periodismo dominicano. El Duende cesa su publicación el 15 de junio de 1821 (Romero, 2021, párr. 6-8).

El escritor Andrés Mateo describe que en este periodo no se realizaba el periodismo como se conoce hoy, sino que existía una relación estrecha entre el poder político y las publicaciones de la época: “Los primeros periódicos dominicanos no lo hacían periodistas, sino gente vinculada al quehacer político y literario [...]. No se hacía periodismo. Se informaba y se hacía literatura” (citado en Romero, 2021, párr. 10). Y la conexión con la política era muy estrecha: *El Duende*, por ejemplo, fue fundado por el propio Núñez de Cáceres en el agitado año de la “Independencia Efímera”.

Después de la ocupación haitiana en 1822, la libertad de prensa se vio restringida, y muchos de estos esfuerzos quedaron interrumpidos hasta la restauración de la República en 1844. Natalia Romero (2021) explica que fueron varias las publicaciones que se hicieron durante la intervención haitiana (1822-1844) donde aparecen redacciones tanto impresas como manuscritas por algunos de los miembros de la Sociedad Secreta la

¹²⁹ Se ha discutido la idea de que la imprenta fue traída por los franceses tras la cesión de la parte española de la isla a Francia en 1795, una suposición errónea, ya que la ocupación efectiva por parte de los franceses no se produjo hasta 1801. El primer impreso conocido en Santo Domingo, una novena publicada en 1800, se atribuye a Andrés Josef Blocquerst, lo que sugiere que la imprenta ya estaba en uso antes de la llegada de los franceses.

Trinitaria, quienes fueron el grupo de jóvenes que luchó por la independencia nacional, obtenida el 27 de febrero del 1844. Escritos como *El Dominicano Español*, de la autoría de José María Serra, que se comparte por primera vez en diciembre del 1834, teniendo otra etapa tres años después en el 1837.

A partir de 1840 a medida que se incrementaba la lucha independentista se produjo el auge de publicaciones clandestinas tanto manuscritas como impresas. En 1842, Manuel María Valencia publicó un opúsculo titulado “La verdad y nada más”, en el que se criticaba el absolutismo de Jean Pierre Boyer. En 1843 surge “El Grillo Dominicano”, una hoja manuscrita, anónima y clandestina, mezclaba el humor con el sentimiento patriótico. El ejercicio periodístico durante la Intervención Haitiana (1822-1844) se vio limitado por la opresión y la censura oficial impuesta, siendo su función principal promover la idea de la separación. Ese herbario de ideas y de publicaciones clandestinas marcaron y fungieron como motor para el periodismo propiamente dominicano que comienza a partir de 1844 (Romero, 2021, párr. 13-17).

Tan solo un año después de que el país lograra su independencia y naciera República Dominicana, se publicaba el primer intento de periódico que solo tuvo unas 24 tiradas y que se llamó *El Dominicano*, fundado por figuras como Félix María del Monte, Manuel María Valencia y José María Serra. Le siguieron *El Progreso* de Nicolás Ureña, *El Correo del Cibao*, *La Razón* de Manuel Jesús Galván, *La República* y *El Eco del Pueblo*, entre muchos otros (Sosa, 2021).

El final del siglo XIX trajo consigo significativas transformaciones tecnológicas y sociales, como la introducción del telégrafo, el teléfono y el ferrocarril, lo que facilitó la expansión de la prensa.

Esas transformaciones se iniciaron con el surgimiento de la industria azucarera moderna en la década de 1870. Años después vinieron las locomotoras y se construyeron las primeras vías de ferrocarriles. Cuando se inauguró el primer tramo ferrocarrilero, ya las telecomunicaciones eran una realidad en República Dominicana. Se habían instalados las primeras líneas telegráficas y luego las telefónicas. El primer cable submarino conectó por primera vez al país con el resto del mundo. Surgieron los primeros diarios nacionales y provinciales y los medios impresos se multiplicaron tanto que casi todas las provincias poseían varios órganos de expresión al mismo tiempo (Cruz Sánchez, 2010: 118).

Surgieron, así, los primeros diarios nacionales y provinciales, y los medios impresos comenzaron a proliferar, reflejando un espíritu de asociación y una creciente conciencia nacional. Sin embargo, la prensa continuó siendo un espacio de disputa política, con muchos periódicos sirviendo como portavoces de los diferentes caudillos y sus seguidores.

El 1 de agosto del año 1889 fue fundado el decano de la prensa, *Listín Diario*, con la dirección de Arturo Joaquín Pellerano Alfau y Julián Atilés. Comenzó como un boletín informativo sobre el tráfico marítimo en el puerto de Santo Domingo, pero rápidamente se expandió para cubrir una variedad de temas. El contexto político, caracterizado por la inestabilidad y las dictaduras, influyó significativamente en la función de la prensa, que a menudo servía como un vehículo de propaganda para los líderes políticos. Por ejemplo, la dictadura de Ulises Heureaux (Lilís) controlaba fuertemente la prensa, pero tras su muerte en 1899, surgieron nuevas publicaciones que buscaban llenar el vacío informativo y ofrecer plataformas de expresión más libres.

Con la llegada del siglo XX, se registró un aumento en la profesionalización del periodismo, así como una mayor disponibilidad de tecnologías como el telégrafo y las imprentas modernas, lo que posibilitó a los periódicos mejorar su alcance y su influencia en la sociedad dominicana. Hasta 1930, la prensa en la República Dominicana estuvo dominada por las élites económicas y políticas, que la usaron como un medio de propaganda y control social. Los periódicos reflejaban los intereses de quienes los poseían, lo que restringía su capacidad para actuar como un cuarto poder independiente.

4.1.1.2 La dictadura de Trujillo y el control de la prensa

A la llegada de Trujillo al poder existían en el país tres periódicos importantes: *Listín Diario*, matutino, propiedad de la familia Pellerano, “el cual apoyaba al general Horacio Vásquez (otro caudillo dominicano), pero que con el tiempo pasaría a ser portavoz del régimen, llegando a ser Arturo Pellerano hijo del presidente de la Cámara de Diputados” (Lilón, 1999, p. 368); *La Opinión*, vespertino de orientación trujillista y *La Información*, en Santiago, fundado por Luís Franco Olavarrieta, Pedro Hungría, Alfredo Rojas y Rafael César Tolentino.

La tesis de Jesús Galíndez “La era de Trujillo” (1958) describe el papel de los diarios en esos años cruciales de la historia dominicana: de *Listín Diario* explica cómo comienza en 1933 a apoyar a Trujillo hasta volverse “portavoz del régimen trujillista, y en sus páginas se desborda la literatura de elogio” hasta su cierre en 1942, poco después de la creación con capital aportado por los Trujillo de *La Nación*, en 1940, que sobreviviría hasta 1963 con el final del trujillismo; “siempre aliadófila” fue *La Opinión*, periódico adquirido por los Trujillo en 1946 y cerrado dos años después. A mediados del siglo XX tan solo dos diarios subsistían en la capital: *La Nación* y, desde 1948, *El Caribe*, creado por el régimen para servir de portavoz y dirigido casi desde sus inicios por Germán Ornes.

¿Cuál es la característica uniforme a la prensa dominicana? Una sola: la adulación a Trujillo. En la República Dominicana no hay censura de prensa, no es necesaria. [...] La única dificultad para el periodista dominicano es encontrar un adjetivo nuevo; quien halle una idea nueva es ya genio. A veces también constituye un problema para el redactor social estar al corriente de pasajeras desgracias o preminencias del Benefactor. Desde luego no se encontrará en la prensa dominicana la menor crítica al régimen. [...] La censura se aplica [...] a las publicaciones extranjeras que llegan al país” (Galíndez, 1958, pp. 169-170).

Como resume Álvarez Vega, Trujillo “presionó hasta la abdicación a los diarios que se le oponían, y luego creó otros para que cumplieran la tarea apologética de su régimen” (1994, p. 158). Durante la era Trujillo, la prensa en la República Dominicana se transformó en un instrumento de control absoluto por parte del régimen, utilizando los medios de comunicación para consolidar su poder, manipular la opinión pública y mantener una imagen positiva tanto a nivel nacional como internacional. Los periódicos, la radio y otros medios de comunicación fueron cooptados o creados directamente por el Estado, eliminando cualquier forma de crítica o disidencia. La prensa, bajo el control del régimen, se dedicaba principalmente a ensalzar las figuras de Trujillo y su familia, difundiendo propaganda que promovía el culto a la personalidad del dictador. Las noticias se seleccionaban cuidadosamente para asegurar que no hubiese contenido que pudiese cuestionar o debilitar la autoridad del dictador. Además, se suprimían y censuraban todas las informaciones que pudiesen ser vistas como perjudiciales para el gobierno. Este

período estuvo caracterizado por una ausencia total de libertad de prensa, ya que los medios operaban como una extensión del aparato propagandístico del Estado, sirviendo más para legitimar el régimen que para informar al público de manera objetiva.

Con la muerte de Trujillo, el país comenzó a abrirse lentamente a nuevas formas de expresión, y la prensa empezó a desempeñar un papel más activo en la vida política y social del país. Durante este periodo, la prensa se enfrentó a desafíos considerables, ya que tuvo que adaptarse a un entorno de mayor libertad, pero también de inestabilidad política.

La prensa dominicana inicia una nueva etapa a partir de la caída de la dictadura. En 1963 reaparece el *Listín Diario* mientras que *El Caribe* y *La Información* redefinen sus líneas editoriales. En 1966 nace el vespertino *El Nacional*. La década siguiente, la de los años 1970, pare nuevos periódicos: el matutino *El Sol* y los vespertinos *La Noticia* y *Última Hora*, estos últimos ya desaparecidos. Los diarios *Hoy* y *El Siglo* aparecieron en la década de los años 1980 (UNESCO, 2017, p. 51).

A pesar de la apertura, la censura no desapareció por completo, y muchos periodistas continuaron enfrentando presiones y amenazas. Sin embargo, fue ganando mayor independencia y comenzó a jugar un papel más crítico en la sociedad dominicana, contribuyendo al proceso de democratización del país. Lipe Collado (2002), que participó activamente en la revolución de 1965, plantea que durante este período se libraron tres guerras simultáneamente: la militar, la política y la propagandística; para Collado los constitucionalistas ganaron la guerra propagandística debido a su causa política legítima y al uso eficaz de los medios de comunicación. Mientras *Listín Diario* o *El Caribe* no se publicaron durante la guerra civil, *La Nación* se convirtió en vocero del gobierno constitucionalista de Caamaño (Collado, 2002). Durante la revolución, el periódico *Patria* surgió como el vocero principal de los grupos revolucionarios y de los combatientes, con un enfoque ideológico constitucionalista, utilizando un lenguaje exhortativo y radical. Este periódico se imprimía diariamente y jugó un papel crucial en la comunicación interna y externa de la Zona Constitucionalista (Collado, 2002).

4.1.2 La prensa escrita dominicana en la actualidad

La revisión de la evolución de los medios escritos en República Dominicana en las últimas décadas permite corroborar la existencia de varios periodos en su desarrollo reciente, como hemos señalado en las páginas anteriores. Tras las tres décadas de dictadura trujillista y la crisis política de 1965, la transición condujo a una reestructuración del mercado informativo dominicano, con nuevas ofertas (*El Nacional*, *La Noticia*, *El Sol*, *El Siglo*, *Última Hora*, *El Nuevo diario*, *Hoy*, entre otros) que canalizaron tanto el interés de los lectores como el crecimiento económico del país, integrándose muchos de ellos en grupos empresariales. La crisis de Baninter, la llegada de los medios digitales y el *boom* de los gratuitos reestructurará el mercado a principios de los años 2000, antes de que se consolide el escenario actual, con un consumo de información esencialmente digital, vinculado directamente con la aparición y el crecimiento del acceso a internet en el país, en el que los medios escritos en papel coexisten con centenares de plataformas de noticias de menor importancia y tamaño, muchas de ellas de cobertura local y regional.

Actualmente, la prensa dominicana cuenta con 8 diarios impresos de circulación nacional diaria (de los cuales cuatro son propiedad de o están participados accionarialmente por José Luis Corripio Estrada). De estos ocho diarios, solo hay dos (La Información y El Nuevo Diario) que no forman parte de los grandes conglomerados de medios del país. Como ya apuntaba el “Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana” publicado por UNESCO:

La existencia de 8 periódicos diarios no es un hecho común en un país pequeño como la República Dominicana. Para algunos se trata de una evidencia de la salud del modelo democrático dominicano. Para otros es el reflejo del alto interés que han puesto los grupos económicos del país en los medios de comunicación a fin de incidir en la conformación de la Opinión Pública (2017, p. 51).

Si se compara la situación de los medios impresos desde 1990 a la actualidad (2023), el número de periódicos que siguen circulando en papel apenas ha variado. Sin embargo, si se atiende a las cabeceras existentes en esos años, puede observarse que cuatro de ellas dejaron de existir (*El Sol*, *El Siglo*, *Última Hora*, *La Noticia*) y en el transcurso de este periodo se crearon y cerraron otros cuatro (*La Nación*, *El Expreso*, *El Financiero* y *MetroRD*) (Tabla 26 y Tabla 27). La misma suerte han corrido varias de las revistas relevantes de investigación política y social, como *Rumbo*, *Ahora* o *La Lupa sin Trabas*. Junto con ellas, también fue desapareciendo la mayoría de las revistas de encartes, vinculadas a los diferentes periódicos nacionales.

Tabla 26. Periódicos impresos de República Dominicana en 2023

		Editora
Matutinos	Listín Diario*	Editora Listín Diario S.A.
	La información	Nueva Editora La Información SRL
	El Caribe	Editora El Caribe S.A.
	El Día*	Editora Hoy S.A.S.
	El Nuevo Diario	Editora Nuevo Diario S.A.
	Hoy*	Editora Hoy S.A.S.
	Diario Libre	Editora Diario Libre S.A.
Vespertino	El Nacional*	Publicaciones Ahora, S.A.S.

*Estos periódicos funcionan operativamente de forma conjunta y consolidada. La impresión se realiza en las instalaciones de la Editora Hoy. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27. Periódicos impresos de República Dominicana en 1990

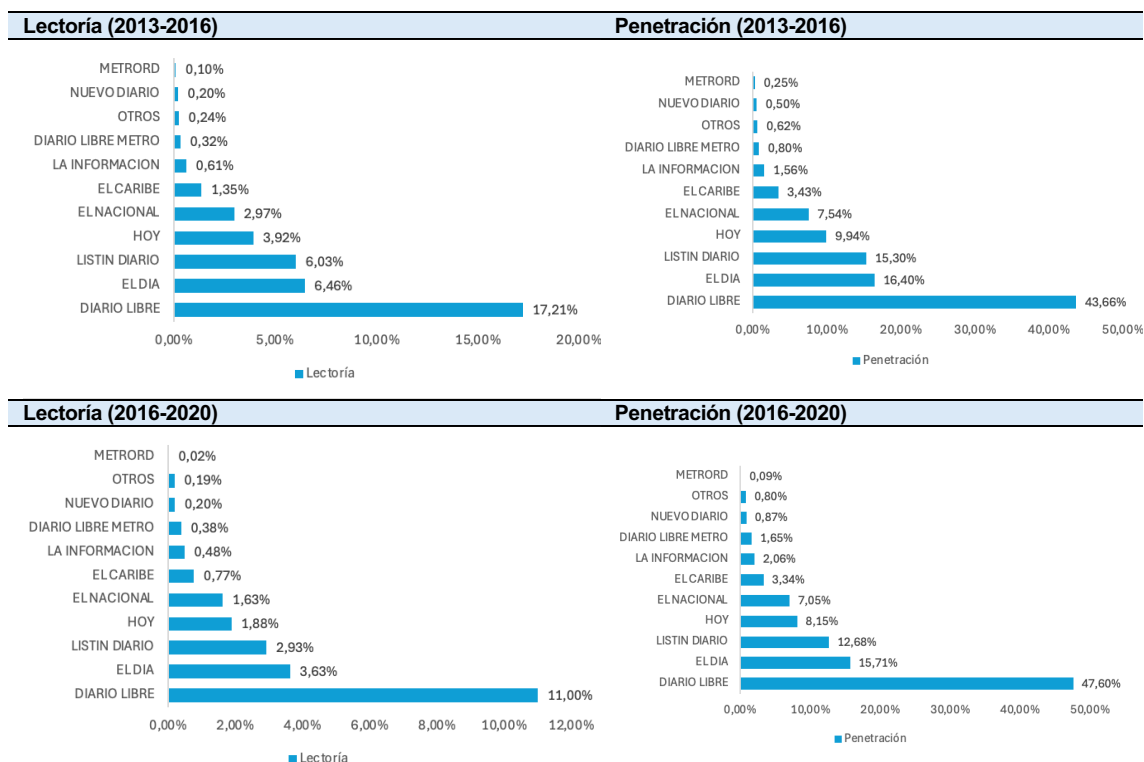
		Editora
Matutinos	Listín Diario	Editora Listín Diario C por A.
	El Caribe	Editora El Caribe C por A.
	Hoy	Editora Hoy C por A.
	El Siglo	Editora El Golfo S.A.
	El Sol	Editora El País C por A.
	Nuevo Diario	Editora Nuevo Diario C por A.
	La Información	Editora La Información C por A.
Vespertinos	El Nacional	Publicaciones Ahora C por A.
	Última Hora	Editora Última Hora C por A.
	La Noticia	Editora La Razón C por A.

Elaboración propia sobre datos de ADORA (1990).

Son muchos los factores que han contribuido a la transformación experimentada por el sector durante estos años (el auge de los medios digitales, los cambios en el modelo de negocio de la prensa, la reorientación del mercado de la publicidad, entre otros), pero, sin dudas, una parte sustancial de la explicación a esta reestructuración del sistema de medios impresos viene ligada al colapso bancario provocado, principalmente, por el fraude del caso Baninter y la crisis económica desatada durante esos años. Cuando en 2003 se produce el colapso, Baninter era propietario o participaba accionarialmente de manera clara en la mayoría de los periódicos.

Si se observa el alcance e influencia de los periódicos diarios, medidos por la penetración y la lectoría (Ilustración 7) que registra la Compañía Dominicana de Investigación de Mercados (CDI), el gratuito *Diario Libre* es, con diferencia, el que presenta mejores datos, con una diferencia considerable con respecto a sus siguientes competidores, *El Día* (también gratuito) y *Listín Diario* (de pago).

Ilustración 7. Lectoría y penetración de los periódicos dominicanos (2013-2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CDI.

4.1.3 Estructura del sector de la prensa escrita dominicana en la actualidad

En las siguientes líneas se describen las historias de los periódicos impresos de circulación nacional que surgieron y existieron durante el periodo 1990-2023, incluyendo también a los que desaparecieron durante ese mismo lapso (Tabla 28). También habrá un apartado especial con las revistas de investigación, muchas de las cuales fueron cerradas en estos

años, y de los medios de información digitales más relevantes durante este periodo. En un extenso trabajo de campo con el que se ha intentado compensar la escasez de literatura académica sobre el tema, a través de las entrevistas a directivos y exdirectivos de medios se encontró una gran similitud del poco apoyo de las publicitarias y la recepción por parte del público.

Tabla 28. Principales periódicos impresos de República Dominicana (2023)

Periódico	Fecha de creación	Fecha de cierre	Impreso/digital	De pago/gratuito
Listín Diario	1889	-----	ambos	De pago
La información	1915	-----	ambos	De pago
El Caribe	1948	-----	ambos	De pago
El Nacional	1966	-----	ambos	De pago
Última Hora	1970	2003	impreso	De pago
El Nuevo Diario	1981	-----	ambos	De pago
Hoy	1981	-----	ambos	De pago
El Siglo	1989	2001	impreso	De pago
La Nación	1997	2000	impreso	De pago
Diario Libre	2001		ambos	Gratuito
El Expreso	2001	2003	impreso	Gratuito
El Día	2002	-----	ambos	Gratuito
El Financiero	2003	2003	ambos	De pago
MetroRD	2015	2020	ambos	Gratuito

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.1 Medios impresos diarios

4.1.3.1.1 Listín Diario (1889-hoy)

El llamado “decano de la prensa” se funda el 1 de agosto del 1889 por iniciativa del periodista y también empresario Arturo Joaquín Pellerano Alfau conjuntamente con Julián Atilés, quien era su socio en la agencia mercantil Pellerano-Atilés.

El “Listín Diario Marítimo”, como se llamaba el periódico en sus inicios, vio la luz el primero de agosto de 1889 de la mano de sus fundadores Arturo Joaquín Pellerano Alfau y Julián Atilés. En una hojita de 5 x 6 pulgadas se anunciaba la entrada y salida de los barcos del puerto de Santo Domingo, ya que en ese entonces el diario tenía como objetivo dar a conocer información acerca de las naves que arribaban y partían del país, así como envíos de mercancías, de ahí el nombre (Presinal, 2021, párr. 1).

El periódico fue cerrado en el año 1942, durante 21 años, en la dictadura de Trujillo, y volvió a circular con regularidad en el año 1963, dos años después de la muerte del tirano. El editorial del diario celebraba así el día del reencuentro con sus lectores:

La reaparición de Listín Diario era esperada y deseada por todos los dominicanos, porque todos los dominicanos creen que la desaparición del Listín Diario el 15 de junio de 1942 fue uno de esos hechos inconcebibles, extraordinarios, insólitos e increíbles que jamás deben suceder en los tiempos modernos en los pueblos civilizados.[...] La forma en que se actuó, de 1930 a 1942, para apagar este faro moral que fue siempre el Listín Diario fue tan ominosa y tan proteica que no vamos a empañar la gloria de este día ni a disminuir el júbilo que a nosotros como a los demás exalta con motivo de nuestra reaparición, con el recuento de los hechos que fueron sucediéndose hasta la extinción de Listín Diario, hechos que abarcaron desde el crimen de sangre y el atropello personal, hasta la despiadada

desconsideración y el asedio económico. Toda esa historia será buena para otro día, y para plumas que no sean la propia nuestra.¹³⁰

En esta segunda etapa de vida del diario, a partir de 1963, Rogelio “Tuturo” Pellerano Romano quedó al frente de la parte administrativa y Rafael Herrera asumió la dirección del periódico¹³¹, hasta que en el año 2000 Eduardo Pellerano vende el diario al Banco Intercontinental (Baninter), marcando el final del control de la familia Pellerano. Es el empresario Ramón Báez Romano (ministro de industria del gobierno de Guzmán del PRD y fundador en 1986 de Baninter) quien se hace con el control de *Listín Diario*. El 15 de mayo del año 2003, luego de la quiebra del Banco Intercontinental (Baninter), este periódico que era parte de los medios de comunicación adquiridos por el banco fue intervenido por mandato del entonces presidente Hipólito Mejía¹³². Un año y cuatro meses después, en cumplimiento de una sentencia de la Suprema Corte de Justicia, el diario fue devuelto a Ramón Báez Romano, y Miguel Franjul fue reinstalado en su cargo como director¹³³, aunque quedó intervenido por el Banco Central¹³⁴.

En agosto de 2010, tras más de un año de negociaciones, un grupo de empresarios dominicanos (entre los que se encuentran Juan Bautista Vicini Lluberes, Héctor José Rizek, Samir Rizek, Micalo Bermúdez y José Luis Corripio Estrada¹³⁵), asumió el control accionario de la editora del periódico (Editora Listín Diario) y sus empresas afiliadas. Los nuevos propietarios se comprometieron a mantener el legado histórico del diario y a pagar sus deudas con el Estado, que ascendían a 1.450 millones de pesos dominicanos.

Listín Diario, actualmente propiedad de Editora Listín Diario, es uno de los periódicos más leídos y forma parte de la memoria histórica del país. Al frente de su dirección continúa Miguel Franjul.

En estos años hemos estado en primera fila presenciando y contado como nunca antes episodios de la vida dominicana que han marcado décadas. Estuvimos ahí en la Guerra de Abril de 1965; en la gran crisis política de 1994 tras la firma del “Pacto por la democracia”; en los estragos que dejó el Huracán George en su paso por el país en el 1998 y en el fallecimiento de los tres caudillos dominicanos Peña Gómez (1998), Juan Bosch (2001) y el doctor Joaquín Balaguer (2002) (Presinal, 2021, párr. 4).

¹³⁰ Listín Diario: “Aquí está el Listín”. Disponible en: <https://listindiario.com/la-republica/2013/08/01/286762/editorial-nbsp-1963-aqui-esta-el-listin.html> Consultado el 20 de agosto de 2022.

¹³¹ Listín Diario: “Falleció don Ramón Báez Romano”. Disponible en: <https://listindiario.com/la-republica/2022/03/08/712027/fallecio-don-ramon-baez-romano.html> Consultado el 20 de agosto de 2022.

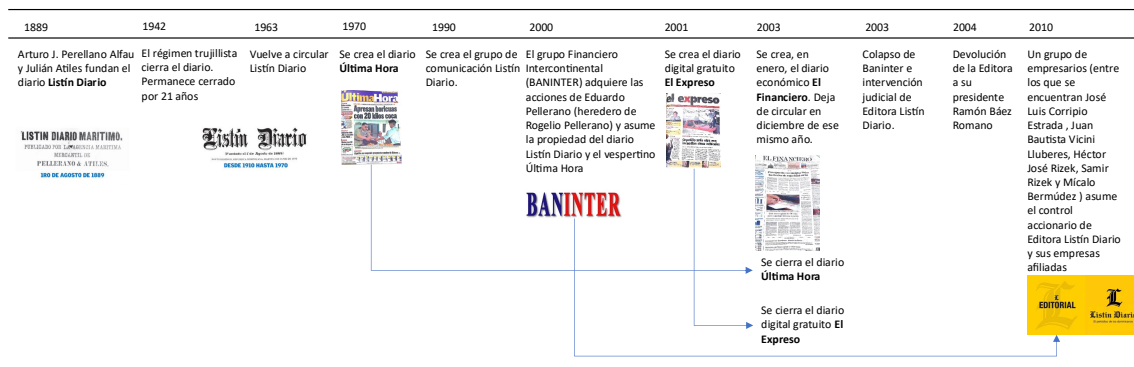
¹³² Listín Diario: “Se cumplen 20 años de la ocupación del Listín Diario por el gobierno de Hipólito Mejía”. Disponible en: https://listindiario.com/la-republica/gobierno/20230515/cumplen-20-anos-ocupacion-listin-diario-gobierno-hipolito_753580.html Consultado el 20 de agosto de 2022.

¹³³ Diario Libre: “Báez Romano reasume presidencia Listín Diario y designa directores”. Disponible en: <https://www.diariolibre.com/actualidad/bez-romano-reasume-presidencia-listn-diario-y-designa-directores-DEDL47500> Consultado el 22 de mayo de 2023.

¹³⁴ Sentencia n° 115 de Cámara Civil, 22 de abril de 2004. Disponible en: <https://app.vlex.com/search/jurisdictio:ES.DO/baninter+list%C3%ADn/vid/45058129>

¹³⁵ Listín Diario: “Un grupo de nuevos accionistas asume control de Listín Diario”. Disponible en: <https://listindiario.com/la-republica/2010/08/31/156960/un-grupo-de-nuevos-accionistas-asume-control-de-listin-diario.html> Consultado el 5 de mayo de 2019.

Ilustración 8. Evolución de Listín Diario y los medios escritos del grupo Listín Diario (1889-2010)



Fuente: Elaboración propia.

Durante el periodo 1990-2023, la editora Listín Diario ha contado con varias revistas. Algunas se mantienen, otras han desaparecido o se han integrado en otros proyectos editoriales (Tabla 29).

Tabla 29. Revistas vinculadas a Listín Diario

Título	Resumen
Escala (1983-1992).	Dedicada al entretenimiento, arte y espectáculos; sobre todo a los artistas de la década de los 80 quienes tuvieron un espacio donde se realizaban entrevistas.
Listín 2000 (1988-1998).	Fue la primera revista vinculada con la juventud que aceptaba periodistas (pasantes) que querían comenzar su carrera como reporteros. Su punto focal eran los lugares de diversión y entretenimiento para ese público adolescente-joven.
Al Compás (1990-2019).	Revista exclusiva para el público infantil, en ella se podían encontrar adivinanzas, rompe cabezas, también hablaban de cine, deporte y actividades al aire libre. Circulaba cada sábado.
A la Moda (1991-2021).	Especializada en temas de belleza y moda.
Ritmo Social (1992).	Revista quincenal que reseña las actividades sociales más importantes, con reportajes centrados en artistas de una gran trayectoria nacional o internacional. Se alternaba con Oh! Magazine. Sale los sábados cada 15 días.
Oh! Magazine (1995-2022).	Dirigida a la mujer, con temas sobre actualidad, moda, salud, sexualidad, belleza, tecnología, viajes, etc. Circuló en soporte impreso hasta 2022; a partir de ese año, solo está en digital.
Informática (1996).	Contó con muy pocos números. Revista especializada, por la llegada de internet de manera comercial a República Dominicana, donde se recomendaban accesorios para computadoras, temas técnicos o escuelas donde capacitarse.
Aldaba (2000).	Especializada en decoración y diseño de interiores, con cuatro números al año.
Zona E (Región Este) (2005-2020).	Revista mensual regional destinada para los suscriptores que residen en la zona este de la isla, concentrada en actividades propias de la provincia La Altagracia (donde se encuentra Punta Cana) punto importante del turismo dominicano. Dejó de imprimirse a partir de la pandemia del COVID-19.
Zona N (Región Norte) (2007).	Revista mensual regional destinada para los suscriptores que residen en la zona Norte de la isla, concentrada en actividades de la provincia de Santiago, además de atracciones en Puerto Plata, La Vega, Moca.

Ritmo Platinum (2006).	Revista dedicada a un público más internacional y de alto poder adquisitivo; con dos números anuales.
Hombres (2016).	Revista anual para un público masculino, con temas de moda, accesorios, reportajes, etc.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.1.2 La información (1915-hoy)

El periódico *La Información*, con sede en Santiago de los Caballeros, es el segundo diario más longevo del país “fundado el 16 de noviembre de 1915 por Luis A. Franco Olovarrieta, Pedro M. Hungría, Alfredo B. Rojas y J. Armando Hungría” (La información, s. f.). Durante la ocupación militar estadounidense en la República Dominicana (1916-1924), *La Información* se destacó por su oposición al gobierno militar, lo que llevó a la suspensión del periódico y al encarcelamiento de sus redactores. Con la llegada al poder de Rafael Leónidas Trujillo en 1930, el diario de la familia Franco se vio en una encrucijada: al principio, apoyó el movimiento cívico que llevó a Trujillo al poder, pero con el tiempo, su relación con el régimen se volvió más compleja. Aunque el periódico se alineó inicialmente con el nuevo gobierno, más tarde mostró signos de distanciamiento, aunque sin una crítica abierta¹³⁶. La supervivencia de este diario a lo largo de una de las dictaduras más prolongadas de América Latina es testimonio de su importancia y capacidad de adaptación. En el año 1991 el periódico fue comprado por el empresario santiaguero Príamo Rodríguez Castillo, reemplazado tras su muerte por su hijo Frank Rodríguez González, presidente y canciller del Sistema Corporativo UTESA.

Príamo Rodríguez Castillo es el propietario del centenario periódico *La Información*, al igual que de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA) y del Centro de Convenciones y Cultura Dominicana UTESA (Este último, cuyo edificio fue donado por el expresidente Hipólito Mejía en el período 2000-2004). Es además propietario del Centro Médico Cibao-Utesa (Clínica Universitaria de Especialidades e Investigaciones) (R. Camil Santos, comunicación personal, 23 de mayo de 2020).

La periodista R. Camil Santos (2020) detalla que el actual director es el sociólogo Enmanuel Castillo, quien lleva dirigiendo ese medio desde el 1 de junio del 2009 en sustitución del historiador Fernando Pérez Memén. El periódico es propiedad de Nueva Editora *La Información* SRL, presidida por Frank Rodríguez González¹³⁷.

4.1.3.1.3 El Caribe (1948-hoy)

Un 14 de abril de 1948 veía la luz el periódico *El Caribe* bajo la dirección del periodista estadounidense Stanley Ross, quien, gracias a su formación en la Universidad de Caracas y la experiencia como corresponsal de la agencia *Associated Press* y del periódico *The New York Times*, inicia como directivo de este medio de comunicación por pocos meses. Enseguida, fue comprado por el abogado y escritor Germán Emilio Ornes Coiscou

¹³⁶ Es probable que *La Información* haya sobrevivido a la dictadura de Trujillo en gran parte gracias a su carácter moderado y su enfoque regional. Mejía (2003) sostiene que, tanto *Listín Diario* como *La información* “trataron de mantener la dignidad periodística hasta donde pudieron”

¹³⁷ *La Información*: “La información: una larga historia de lucha y tenacidad”. Disponible en: <https://www.lainformacion.com.do/ciudad/santiago-de-los-caballeros/la-informacion-una-larga-historia-de-lucha-y-tenacidad>
Consultado el 12 de febrero de 2023.

(fundador en 1979 de *Teleantillas*) y convertido en portavoz de la dictadura. Durante esos años, el periódico fue muy conocido por su columna “El Foro Público”, que se convirtió en una de las secciones más leídas. Aparentemente, esta sección consistía en cartas públicas dirigidas al director, pero en realidad, muchas de estas cartas eran dictadas por el propio Trujillo o redactadas por sus ayudantes más cercanos, como Anselmo Paulino. Sin embargo, a pesar de esta relación estrecha entre ambos, en 1956, Trujillo le retiró el control del periódico. Ornes, ya en el exilio, se transformó en un activo opositor de la dictadura. Tras la caída de Trujillo, *El Caribe* le fue devuelto a Ornes en diciembre de 1961 por el gobierno de Joaquín Balaguer (Mejía, 2003: 29), mediante la restitución de las acciones de la Editora El Caribe C. por A.

En el año 2000, el Banco Popular ya es propietario de la publicación¹³⁸, a la que acompañarán más tarde otros medios de comunicación que conformarán el Grupo Multimedios del Caribe. Sin embargo, en el año 2002, la Ley 183-02 Monetaria y Financiera estipuló que los bancos debían reducir las inversiones que tuvieran en activos no financieros, por lo que en el 2005 el Banco Popular decidió vender el 70% de sus acciones en Multimedios del Caribe a dos empresarios de Santiago, el presidente del Grupo Estrella, Manuel Estrella y el presidente del Grupo Linda, Felix García, quedándose el banco con el 30%.

Aunque con un volumen mucho menor que el *Listín Diario*, también Editora El Caribe ha venido publicando algunas revistas que acompañan su oferta editorial de información general con otra más especializada (Tabla 30).

Tabla 30. Revistas vinculadas a Editora El Caribe

Título	Resumen
Pandora (2003).	Revista dirigida a la mujer joven, empoderada (se caracterizó por incluir un poster en el que se recreaba a algún artista internacional con una figura del arte nacional). Entre sus temáticas figuran: viajes, turismo, entrevistas, economía, decoración, moda, gastronomía, entre otros. Sale el tercer viernes de cada mes impresa, además de estar también en digital.
Bureo (2003-2014).	Fue una revista de corte cultural, con entrevistas a artistas, guía de conciertos, nuevos cantantes, actividades en la zona colonial, obras teatrales, cine, exposiciones de museo, reportajes etc. Salía con periodicidad mensual.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.1.4 El Nacional (1966-hoy)

El periódico vespertino *El Nacional* surge en 11 de septiembre del año 1966, terminada la guerra civil que puso fin a la dictadura. Desde su inicio, *El Nacional* fue concebido como un vespertino de información general, con un enfoque en noticias y análisis de los eventos diarios, reflejando un estilo periodístico más moderno y directo que otros medios de su época. El diario ha sido dirigido por varios periodistas prominentes a lo largo de su historia, entre ellos Freddy Gatón Arce, Rafael Molina Morillo, Mario Álvarez Dugan,

¹³⁸ El Caribe: “El Caribe, un legado del periodismo dominicano”. Disponible en: https://issuu.com/elcaribe/docs/periodico_140411 Consultado el 15 de febrero de 2023.

Radhamés Gómez Pepín y Bolívar Díaz Gómez, quienes contribuyeron significativamente a establecer su línea editorial y su enfoque periodístico.

Cuando este diario fue fundado por el doctor Rafael Molina Morillo, actual director de El Día, el país vivía bajo el dominio de fuerzas resueltas a sepultar la libertad de expresión y difusión del pensamiento, propósito que tuvo su manifestación más grosera en octubre de 1965, cuando fueron dinamitadas las instalaciones de la revista ¡Ahora! (El Día, 2016, párr. 7).

Este fue el primer medio de comunicación del actual Grupo de Comunicaciones Corripio, que se adentra en el mundo de los medios gracias a la recomendación que le hiciera el periodista y abogado Rafael Molina Morillo, quien fue el director fundador de este medio de comunicación, al empresario José Luis Corripio Estrada. Éste adquirió, en 1979, las acciones de Publicaciones Ahora, la empresa que editaba tanto el vespertino *El Nacional* como la revista *Ahora*¹³⁹. Mas tarde, el Grupo Corripio se convirtió en el principal accionista de estas publicaciones, marcando el comienzo de su expansión imparable en el sector de los medios de comunicación en la República Dominicana. *El Nacional* es, actualmente, el único vespertino del país después de la desaparición del periódico *Última Hora* en el año 2003.

4.1.3.1.5 Última Hora (1970-2003)

El periódico *Última Hora* surge el 16 de marzo de 1970. Durante sus primeros años estuvo bajo la dirección del periodista Virgilio Alcántara. Destacó como un periódico de información general y de orientación comercial, que fue adaptándose a los cambios del panorama mediático en el país. Uno de sus subdirectores, Ruddy González (2018), detalla que este diario nace para poder penetrar al nicho de los periódicos vespertinos.

Después de la Revolución (abril 1965) surge El Nacional, en el año 1966, un periódico muy combativo, muy crítico, que publicada todo lo que era la crónica roja, que rompió el sistema de periódicos conservadores que había en República Dominicana hasta ese momento, o sea El Caribe y Listín Diario. Era un periódico que reseñaba mucho las arbitrariedades del gobierno, las acciones de la policía, las protestas, se le daba mucha cabida a todo esto y durante dos o tres años el periódico El Nacional reinó como el periódico más agresivo, de denuncias de críticas que había en el país. Entonces, el grupo Listín idea sacar un periódico vespertino también, no era un periódico como competencia de El Nacional, sino era más bien para competir en ese nicho de periódico de la tarde, de periódico caliente, de periódico agresivo y el 16 de marzo de 1970 se lanza “Última Hora” (González, comunicación personal, 1 de marzo del 2018).

Conformado por una serie de periodistas reconocidos (Guarionex Rosa, Juan Bolívar Díaz, Sergio Ortiz, Aníbal de Castro, César Medina, entre otros), *Última Hora* compitió con *El Nacional* agregando a la cobertura de las “noticias calientes” reportajes y análisis en profundidad (González, 2018). La rivalidad entre ambos periódicos también se hizo notar en la hora de salida: inicialmente, a las tres de la tarde; luego, a las dos y, finalmente, a las 12 del mediodía.

¹³⁹ EL Nacional: “Origen de un compromiso que perdura”. Disponible en: <https://elnacional.com.do/origen-de-un-compromiso-que-perdura/> Consultado el 17 de noviembre de 2022.

Para el año 2000, *Última Hora* cambia de dueños, como parte de la operación de la compra de la Editora *Listín Diario* por Ramón Báez y diferentes sociedades interpuestas ligadas a los activos de Baninter, y se transforma en un periódico de distribución gratuita.

En el 2000, cuando Ramón Báez asume la dirección y el control accionario de la editora del Listín, el Última Hora se transformó en un periódico gratuito. Comenzaba la época de los periódicos gratuitos, Aníbal de Castro se había ido de *Última Hora* y con el grupo Pellerano fundó la revista Rumbo, de la que nació el periódico Diario Libre. Yo participe muy activamente en la salida del periódico *El Expreso*, como un periódico gratuito del grupo Listín Diario, que había salido para competir con Diario Libre. En el 2002 Última Hora cambia su línea gráfica, algunos cambios interesantes. Conjuntamente en el Listín había dos periódicos gratuitos: *El Expreso* y *Última Hora*. *El Expreso* compitiendo en la mañana y *Última Hora* compitiendo en la tarde (González, comunicación personal 1, de marzo del 2018).

Tres años más tarde, en 2003, cuando todos los medios propiedad de Baninter son intervenidos judicialmente, los administradores designados por el gobierno deciden el cierre *Última Hora*, *El Expreso* y *El Financiero*. El último número del periódico *Última Hora* salió el 6 de junio del año 2003, luego de estar durante 33 años en circulación.

4.1.3.1.6 El Nuevo Diario (1981-hoy)

El Nuevo Diario surge a partir de un grupo de periodistas que apostaron a este periódico que aparece el 8 de mayo de 1981. Desde su inicio, fue concebido como un matutino tabloide de información general, y durante sus primeros años fue dirigido por el periodista Juan Bolívar Díaz. A lo largo de su existencia, *El Nuevo Diario* se ha mantenido como un medio de comunicación relevante, adaptándose a los cambios tecnológicos y de mercado dentro del panorama mediático dominicano. Es operado por la Editora El Nuevo Diario, S.A.,¹⁴⁰ presidida por el periodista Persio Maldonado, director también de la Sociedad de Diarios Dominicanos. Es de los pocos diarios en el país que no forma parte de un emporio empresarial.

Entre 2014 y 2020, la editora mantuvo una publicación quincenal. La revista comenzó llamándose *Padres* en 2014, pero ese mismo año cambió a un perfil más generalista y sustituyó su título por el de *Novedades Magazine*; en 2015 volvió a cambiar de nombre a *Magazine Nuevo Diario* que fue el que mantuvo hasta su cierre en 2020.

Circuló hasta 2020 de manera ininterrumpida, siendo la pandemia del COVID-19 la principal causa de que el periódico decidiera dejar de editar la revista. Todos los derechos fueron registrados bajo Editora El Nuevo Diario (L. Pérez, comunicación personal, 3 de mayo de 2023).

4.1.3.1.7 Hoy (1981-hoy)

El 11 de agosto de 1981 aparece el matutino *Hoy*, impulsado por el Grupo Corripio que ya contaba con el vespertino *El Nacional* y quería ganar influencia en el mercado de la

¹⁴⁰ Según su portal web, Editora El Nuevo Diario, S.A., fue fundada el 8 de mayo de 1981 y “es una sociedad comercial cuya actividad fundamental es la edición del periódico dominicano ‘El Nuevo Diario’”. Disponible en: <https://elnuevodiario.com.do/quienes-somos/>

mañana. Fue dirigido, inicialmente, por Mario Álvarez Dugan, quien jugó un papel fundamental en el establecimiento de su línea editorial.

Hoy destacó desde su lanzamiento por la importancia que se le dio al diseño, pues se quería que fuera algo “fuera de lo común” por lo que sus páginas a color le dieron esa vistosidad al diario.

La historia comenzó en 1980, un año antes de que este diario circulara el 11 de agosto de 1981, cuando el puertorriqueño Carlos Castañeda, a la sazón director del diario *La Prensa* de Puerto Rico, fue contratado por el propietario de este diario, José Luis Corripio, y el director fundador, Virgilio Alcántara, como responsable de su diseño. Castañeda, atendiendo a un formato de periódico de tamaño estándar, rompió esquemas en un mercado donde los diarios existentes seguían la pauta gráfica de los tradicionalistas estadounidenses, marcada por páginas divididas en estrechas 9 columnas de texto y escasa vistosidad, despliegue de fotografías y total ausencia de color. El periódico *Hoy* ve la luz el 11 de agosto de 1981 con una imagen fuera de serie para esa época, impactante por su vistosidad y limpieza, que destacaba por traer páginas a color, columnas anchas, páginas divididas en seis, cinco o cuatro bloques de texto, grandes fotos y la incorporación de dibujos e ilustraciones aparecen por primera vez en el diarismo en República Dominicana. Empezaba la era de la modernidad de los diarios dominicanos (Ventura, 2021, párr. 3-5).

Está editado por la Editora Hoy, S.A. y forma parte, junto con los diarios *El Nacional*, *El Día* y *Listín Diario*, del grupo de medios controlados por Corripio que, en 2022, anunció que junto con la comercializadora digital Digo, comenzaban a operar de forma conjunta y consolidada “bajo una administración única y un solo centro de impresión”¹⁴¹. Otros productos que ha tenido la Editora Hoy S.A son *En Sociedad* y *Tinmarín* (Tabla 31).

Tabla 31. Revistas vinculadas a Editora Hoy

Título	Resumen
<i>En Sociedad</i> (1997-2022).	Salía los sábados quincenalmente. Incluía entrevistas a personalidades de diversos sectores, temas como salud, las actividades sociales, moda, gastronomía, viajes, cine, entre otros. Luego de la pandemia del Covid 19, la Editora Hoy decidió cerrarla.
<i>Tinmarín</i> (1996-2019).	Fue una revista exclusiva para el público infantil, la competencia de <i>Al compás</i> del <i>Listín</i> . Salía semanalmente los sábados.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.1.8 El Siglo (1989-2001)

El empresario y banquero José Ureña fundó el periódico *El Siglo* el 3 de abril de 1989, editado, inicialmente, por Editorial El Golfo. Su último jefe de redacción Víctor Bautista (2018) hace un poco de historia y comparte cuáles fueron las características por las que se destacó este medio de comunicación, quiénes fueron parte de los periodistas que allí trabajaron y las razones del cierre de este medio de comunicación. Las innovaciones según el ex directivo de este medio hicieron que poco a poco se fuera posicionando en el gusto del público.

¹⁴¹ Hoy: “Diarios Grupo Corripio tendrán operación unida”. Disponible en: <https://hoy.com.do/diarios-grupo-corripio-tendran-operacion-unida/> Consultado el 3 de junio de 2022.

El Siglo fue un periódico modelo en su época, que marcó tendencias y, que creo y me atrevo a decir sin temor a equivocarme, generó un parteaguas en el periodismo escrito en el periodo impreso de República Dominicana, ya que si bien antes se había incorporado el color en la prensa de manera tímida, *El Siglo* fue el primer periódico *full color* (Bautista, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

Este diario tuvo dos crisis muy importantes debido a que estuvo, primero, en manos del Banco del Comercio (Bancomercio), que quebró¹⁴², y luego pasó a manos del Banco Intercontinental (Baninter). En la primera crisis, se reestructura y cambian los directivos del periódico; en la segunda, con la adquisición por parte Baninter, se cierra, en el año 2001, luego de 12 años de actividad periodística.

Luego vendría una segunda crisis, que es cuando Ramón Báez Figueroa o Baninter entra a la propiedad accionarial de la editora del *Listín Diario* y al hacerse con la mayoría de las acciones, tenía dos periódicos matutinos *El Siglo*, de vanguardia, y el *Listín Diario*, el decano de la prensa dominicana. Parece que alguien le dijo que eso no era aconsejable, tener dos periódicos en la mañana compitiendo, que uno se iba a comer al otro y que *El Siglo* era demasiado fuerte como para resistir esa competencia y que con el tiempo el *Listín* podría caer de bandada y él lo que hizo fue que cerró el periódico *El Siglo*. Tengo entendido que hubo oferta de compra del periódico *El Siglo* y que él no quiso venderlo (Bautista, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

4.1.3.1.9 La Nación (1997-2000)

El 1 de marzo del año 1997 salía a la luz una nueva etapa del periódico *La Nación*¹⁴³. Fabio Cabral (2019), quien fue director interino de ese medio de comunicación, detalla que fue una idea de Julio Hazím: “Como ya él tenía mucha experiencia y estaba muy involucrado en los medios, entonces decidió reeditar el periódico *La Nación*; en ese tiempo, un vespertino del mismo tamaño que el periódico *El Nacional* y de *Última Hora*” (Cabral, comunicación personal, 8 de enero del 2019).

La Nación circuló hasta el año 2000. Según Cabral (2019)¹⁴⁴, las causas del cierre del periódico estuvieron directamente relacionadas con la reestructuración del sector generada por la entrada nuevos propietarios vinculados a Baninter y la competencia entre diarios por la lectoría.

Al adquirir don Ramón Báez Romano el periódico *Listín Diario*, adquiere también el diario *Última Hora*, porque recuerda que era un grupo de medios, como el grupo de comunicaciones Listín que tiene también editoras de revistas. De ahí, ellos tienen la disyuntiva de que, si mantienen dos periódicos saliendo por las tardes, el periódico *Última*

¹⁴² En 1996, varias sociedades y empresas del grupo Bancomercio fueron intervenidas y pasaron a manos del Banco Central. Entre ellas, la Editorial Golfo y su periódico *El Siglo*. Posteriormente, Baninter adquirió parte de los activos de este grupo. En 1997, mediante la Editora *El Siglo*, se inauguran nuevas instalaciones y se reestructura la dirección del periódico. Véase: Hoy: “Crisis se lleva de encuentro periódicos y revistas del país”: Disponible en: <https://hoy.com.do/crisis-se-lleva-de-encuentro-periodicos-y-revistas-del-pais/>. Consultado el 16 de marzo de 2019.

¹⁴³ Un diario con ese nombre existió a lo largo de dos décadas durante el trujillismo alineado con el régimen.

¹⁴⁴ Cabral (2019) explica que no tuvieron privilegios por ser parte de los medios de comunicación que fueron adquiridos por el Baninter: “No teníamos beneficios personales, nosotros para esa época, teníamos herramientas de trabajo, o sea teníamos buenas cámaras para los fotógrafos, teníamos vehículos confortables, que el periodista se sentía dignificado, teníamos nuestras dietas a tiempo y siempre, pero así funcionaban los otros medios también. [...] A nosotros se nos construyó un edificio al lado del *Siglo*, porque *La Nación* estaba temporalmente, detrás en una instalación que se construyó en base a unos furgones, que ahí era que Julito Hazím la tenía, después se construyó un edificio confortable diseñado para un periódico” (Cabral, comunicación personal, 8 de enero del 2019).

Hora y el periódico *La Nación*, entonces con dos periódicos por la mañana, el *Listín Diario* y *El Siglo*, deciden que preferían seguir con *Última Hora* y cerrar el periódico *La Nación* (Cabral, comunicación personal, 8 de enero del 2019).

Es de esta manera que los ejecutivos de Baninter deciden no poner en competencia a los diarios del mismo grupo, eliminando tanto *El Siglo* como *La Nación*. La última edición que se guarda del periódico *La Nación* en el Archivo General de la Nación (AGN) tiene la fecha del lunes 29 de mayo del 2000.

4.1.3.1.10 Diario Libre (2001-hoy)

Diario Libre inaugura el *boom* de la prensa gratuita en República Dominicana con su nacimiento el 10 de mayo del año 2001, como una expansión natural hacia el mercado diario del grupo Pellerano y su influyente revista *Rumbo*. Quien fuera su director, Adriano Miguel Tejada (2018), explica cómo supieron del éxito del diario sueco *Metro* y fueron a conocer el proyecto a Estocolmo:

Llegó a nosotros que existía un diario gratuito en Suecia que se llamaba *Metro* y que podría ser una alternativa a lo que andábamos buscando. Hicimos el viaje a Estocolmo, vimos la historia de *Metro*, ¿no sé si conoce la historia de *Metro*? El *Metro* de Estocolmo, dos profesores marxistas de la universidad se dieron cuenta de que la gente del tren estaba aburrida, no tenía nada que leer. ¿Y por qué no le damos algo que leer a la gente? Pensaron ‘pero tendría que ser gratuito para que la gente se lo lleve’. Razonaron, entonces hablaron con un banquero, a quien le gustó la idea, armaron el caso de negocio y lanzaron “*Metro*”, que colocaban en estantillos a la entrada de las estaciones del metro, la gente cogía su periódico e iba leyendo noticias, veía anuncios, etc. Fue un éxito total, al extremo de que se volvió una franquicia en Europa y América y en otros lugares (Tejada, comunicación personal, 7 de marzo del 2018).

Tejada y los directivos que viajaron a Estocolmo creyeron que era factible y que podría hacerse algo similar en República Dominicana, aunque entendían que existían dos grandes retos a lo que se enfrentaban con este proyecto, y uno de ellos tenía que ver con el sistema de transporte del país.

Fuimos a ver *Metro* [y] vinimos con la idea de que era factible hacer una réplica de *Metro* aquí, la versión dominicana, con dos aspectos esenciales y un problema. Los dos aspectos principales eran que, si queríamos competir, teníamos que tener la calidad de uno de paga. Y segundo, necesitábamos un buen sistema de distribución; el problema era que aquí no había metro. Entonces al presidente de la compañía, el señor Pellerano dijo: ‘aquí no hay metro, pero hay motores para repartir’ y *Diario Libre* se convirtió entonces en el primer periódico gratuito de circulación casa por casa en el mundo (Tejada, comunicación personal, 7 de marzo del 2018).

República Dominicana, por primera vez, presenciaba el nacimiento de un diario gratuito y para su inauguración se organizó un gran evento en el que participaron tres premios Nobel de la Paz.

Diario Libre hizo un lanzamiento espectacular, un panel para la recepción del lanzamiento sobre una meditación, un diálogo sobre la libertad: “*Diario Libre* la Libertad”. Buscamos tres premios Nobel de Paz que vinieran a compartir su idea sobre la libertad: Óscar Arias, de Costa Rica; Lech Wałęsa, de Polonia y Mijail Gorbachov, de la antigua Unión Soviética. Hicimos el acto, los entrevistó Aníbal de Castro en el pódium, mientras yo estaba tecleando aquí para salir al otro día y eso dio una tónica como que esto no era un periódico gratuito

tradicional, sino que esto venía en grande (Tejada, comunicación personal, 7 de marzo del 2018).

Desde el año 2018 *Diario Libre* mantiene una tirada de 156.980 ejemplares diarios¹⁴⁵ y, según Tejada (2018), pese a tener su propia imprenta con una capacidad mayor, aumentarla habría resultado muy arriesgado porque el mercado publicitario no lo permitía. Por solicitud de los empresarios que pagan la publicidad, se distribuye en toda la provincia de Santo Domingo, Bonao, La Vega, Santiago, Puerto Plata, Punta Cana, San Francisco de Macorís, Higüey, Jarabacoa, Constanza y Boca Chica¹⁴⁶.

En el año 2008, luego de la inauguración del sistema de transporte de la primera línea del Metro Santo Domingo, el periódico lanzó, una versión más pequeña y compacta llamada *Diario Libre Metro*, que se entrega en las estaciones de las dos líneas de este medio de transporte. El Grupo Diario Libre también publicó varias revistas (Tabla 32), aunque estas fueron desapareciendo debido a factores económicos o como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

Tabla 32. Revistas vinculadas a Grupo Diario Libre

Revista	Resumen
Mujer única (1994-2016).	Esta revista fue parte del grupo, pero existía previamente al inicio de <i>Diario Libre</i> . Orientada a la mujer trabajadora, con temas de familia, reportajes tanto nacionales como internacionales, moda, vida saludable, entre otros. La revista se distribuía a sus suscriptores y en tiendas por departamentos; salía una vez al mes.
La casa (1997-2016).	Se publicaba en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre. Especializada en decoración y diseño. Se encontraba en supermercados, farmacias y tiendas por departamentos y mediante suscripción.
Novias (1998-2006).	Publicación especial de la revista Mujer Única, de temas vinculados a la celebración de bodas. Salía dos veces al año (mayo y octubre) y se distribuía través de suscripción y en establecimientos comerciales.
Estilos (2006-2020).	Fue una revista muy particular por el tamaño: diagramada a la mitad de una hoja en formato horizontal (para que no se maltratara cuando estaba doblado el periódico). Incluía reportajes, decoración, belleza, novedades en el mundo de la moda, recetas de cocina, actividades sociales, turismo y las experiencias de “el duende” con Freddy Ginebra. Salía semanalmente; por la pandemia del COVID-19 dejó de editarse.
Única a tus 15 (2007-2010).	Revista para adolescentes, sobre todo para un público femenino, con temas de belleza, moda, peinados, entretenimiento, cine, etc. Se editaba dos veces al año (abril y septiembre).

Fuente: Elaboración propia.

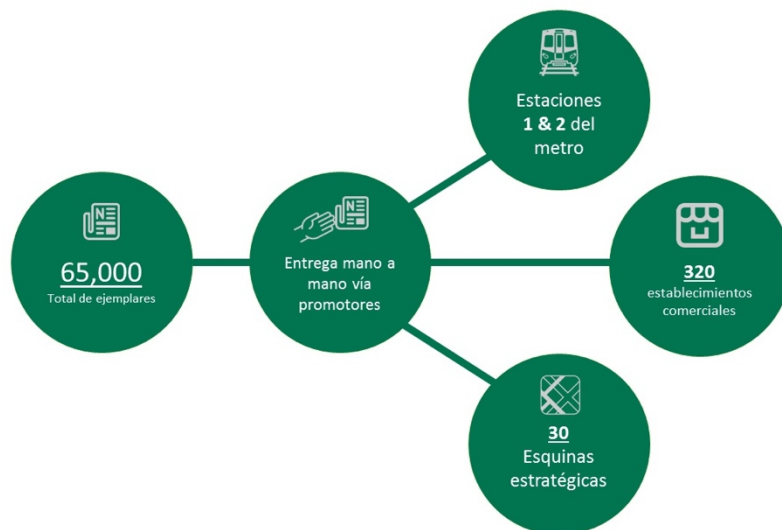
En 2023, el grupo Puntacana, presidido por Frank Rainieri, adquirió la totalidad de las acciones del Grupo Diario Libre. Con este movimiento, Aníbal de Castro, cofundador y primer director de *Diario Libre* asumía la presidencia del grupo junto a Haydée Kuret de Rainieri como vicepresidente¹⁴⁷.

¹⁴⁵ El dato figura en las páginas interiores del periódico. Consultado el 2 de junio de 2023.

¹⁴⁶ Al preguntar a Tejada (2018) por qué *Diario Libre* no tiene distribución en ninguna provincia del sur, responde que no fue solicitado por los anunciantes.

¹⁴⁷ Diario Libre: “Diario Libre emprende una nueva etapa”. Disponible en: <https://www.diariolibre.com/actualidad/nacional/2023/07/24/diario-libre-es-adquirido-por-el-grupo-puntacana/2411627> Consultado el 19 de octubre de 2023.

Ilustración 9. Distribución de Diario Libre Metro



Fuente: Grupo Diario Libre (<https://www.grupodiariolibre.com/diariolibremetro.php>).

Ilustración 10. Evolución los medios escritos del grupo Diario Libre (1994-2023)



Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.1.11 El Expreso (2001-2003)

Una semana después de que saliera a la calle *Diario Libre*, el 16 de mayo de 2001, el Grupo Listín Diario, en ese momento bajo el control de Baninter, lanza *El Expreso*, que se convierte así en el segundo periódico gratuito del país. Como recuerda Ruddy González, ex director del Periódico *Última Hora*, el boom de la prensa gratuita en Europa y Latinoamérica fue determinante para que el grupo decidiera participar también en ese mercado publicitario¹⁴⁸.

Tan pronto Ramón Báez asume la propiedad y la dirección del *Listín Diario*, surgió la idea de hacer un periódico gratuito. Nosotros teníamos la información que la gente de la revista *Rumbo*, los Pellerano, estaban por hacer ese periódico gratuito [*Diario Libre*]... Estaban de moda y estaban surgiendo en ese momento en América Latina. Este formato de periódico

¹⁴⁸ La facilidad para incluir cualquier tipo de publicidad, tanto de supermercados o tiendas, de ropa barata, de estas tiendas populares o de artículos populares; ahí radicaba el éxito de estos diarios, según explica González (2018).

se hizo muy famoso en Argentina y Europa, muy famoso y tenían un ingrediente especial, los periódicos gratuitos eran los verdaderamente *shopper* publicitarios (González, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

El Expreso tuvo el respaldo de toda la maquinaria del *Listín Diario*: nació para competir con el primer periódico gratuito del país, era impreso en los talleres de Listín, pero al tener una tirada tan alta, de 90.000 ejemplares diarios, buscaron la opción de imprimirlo en las viejas instalaciones del periódico *El Siglo* que había cerrado unos meses antes y que era del mismo grupo (González (2018)). Sin embargo, *El Expreso* se mantuvo en el mercado solo durante dos años y siete meses, debido a la quiebra de Baninter¹⁴⁹. La última impresión se realizó el 31 de diciembre del año 2013:

El periódico gratuito *El Expreso* dejará de circular a partir de hoy por razones financieras. Esta es la tercera publicación vinculada al Banco Intercontinental, S.A. que cierra después que comenzó el proceso judicial contra los principales ejecutivos de esa institución y que determinó la incautación de la Editora Listín Diario (Diario Libre, 2003, párr. 1).

4.1.3.1.12 El Día (2002-hoy)

El tercer gratuito del país, *El Día* nace el 5 de marzo del 2002, y supone la incursión en los gratuitos del Grupo de Comunicaciones Corripio. Su director José Monegro (2018) explica que, en principio, el director de revista *Ahora*, Rafael Molina Morillo, vincula a los periodistas que trabajaban con él, por lo que el equipo de manera simultánea laboraba para los dos medios.

Era una apuesta que todavía existía la duda del futuro de esa oferta, por una razón muy simple: cualquier empresario se puede preguntar ¿cómo me puede generar dinero algo que tú vas a dar gratis? Los primeros años del periódico, al año siguiente vino la crisis bancaria, y la crisis económica del país, fueron años económicamente difíciles, pero ya don Pepín proyectaba que era un negocio que podía ser sostenible y la empresa sustentó el periódico en esa fase inicial en medio de la crisis (Monegro, comunicación personal 6 de marzo del 2018).

Monegro (2018) explica que es a partir de 2009 cuando se rediseña el periódico y se apuesta por una tirada mucho mayor, por lo que logran los 166.000 ejemplares diarios. Algunos de los periodistas que iniciaron en este proyecto fueron Franklin Puello, Carlos Ossi Pérez, Fausto Polanco, Petra Rondón, Hugo López, Cristina Liriano y Pedro Canó. Una de las características que lo distingue como medio es que entrega el diario en un lugar estratégico:

En casi todas las partes del mundo el periódico gratuito lo ponen en un lugar de mucho flujo de personas y la gente lo coge; nosotros comenzamos a llevarlo a la casa como suscripción, así es que circulamos el 70% de nuestro periódico, le llega a la casa a la gente o a la oficina, su característica de gratuito nosotros nos enfocamos mucho en la clase socioeconómica media y media-baja (Monegro, comunicación personal 6 de marzo del 2018).

¹⁴⁹ Hoy: "Cierra el periódico gratuito *El Expreso*". Disponible en: <https://hoy.com.do/el-periodico-gratuito-el-expreso-cerro-ayer/>
Consultado el 2 de junio de 2023.

4.1.3.1.13 El Financiero (2003-2003)

De vida muy fugaz, *El Financiero* fue un periódico para un sector muy específico, el económico, lanzado por el grupo Listín Diario bajo el control de Baninter. El primer número sale el 29 de enero del 2003. Ruddy González (2018) explica que este diario surge y lo organiza Virgilio Alcántara, quien había sido uno de los directores fundadores del periódico *Última Hora*.

El periódico *El Financiero* lo organiza y lo estructura Virgilio Alcántara, quien es uno de los grandes constructores, colaboradores, formadores de periódicos de República Dominicana. Virgilio conforma ese periódico, un periódico especializado, donde estaban las mejores plumas del ámbito financiero económico del país (González, comunicación personal, 1 de marzo del 2018).

González (2018) explica que este periódico tocaba los temas financieros no solo del país, sino que analizaba a la vez la situación financiera y económica a nivel internacional, era para un círculo muy especializado y no era un periódico popular; solo era consumido por empresarios y los dueños de banca. Una semana antes del cierre de *El Expreso*, el 31 de mayo de 2003, dejó de salir también *El Financiero*, “por alegadas razones de rentabilidad, a los cuatro meses de fundado” (Diario Libre, 2003, párr. 2).

4.1.3.1.14 MetroRD (2015-2020)

El 28 de septiembre del 2015 llegó al país la franquicia del periódico *Metro*, que había sido anteriormente el empuje para implementar los diarios gratuitos con el resultado inicial de *Diario Libre*. Como explica quien fuera su director, Homero Figueroa¹⁵⁰:

La idea germinó en mi cabeza durante cuatro años, mientras yo formaba parte del equipo editorial de *Diario Libre*, mi medio original. Conocí la historia de cómo nacieron los gratuitos, la invención que *Metro* representó para el mercado de medios a nivel internacional que fue el primer medio gratuito del mundo. Repartido en las estaciones del metro en Europa y fue un fenómeno desde su surgimiento en 1994 y se expandió a cuatro continentes. Entonces, cuando conocí esa historia, lo guardé en mi mente y dije: bueno, algún día, si llego a tener un diario, me gustaría que fuera este, porque estaba habituado a comunicar a través de los gratuitos que tienen mayor difusión y amplitud. Y como sé que todo termina, pasé once años en *Diario Libre* y terminó ese proceso y dije: bueno llegó el momento de hacer mi propia plataforma (Figueroa, comunicación personal, 1 de marzo del 2018).

Figueroa (2018) confirma que *Metro* contaba con una tirada de 80.000 ejemplares diarios en papel, además de la circulación digital en su portal, tenía 15 periodistas de planta en la ciudad de Santo Domingo, y no contaba con corresponsales en las provincias del interior¹⁵¹. El proyecto no formaba parte de ninguno de los grandes grupos de comunicación del país.

¹⁵⁰ Homero Figueroa trabajó durante varios años en distintos medios de comunicación y también en *Diario Libre*.

¹⁵¹ El ejecutivo del MetroRD, afirma que para él era muy importante la tirada en papel: “todavía los diarios de papel son influyentes en el país, entonces yo no quería, porque si hubiera querido tener un medio solo digital ni siquiera me alío a una

Aquí no hay una democracia política en el país, pero tampoco hay una democracia económica, así como hay oligopolios políticos que dos partidos concentran el 90% de los votos, así pasa en los medios de comunicación. Un par de grupos concentran el 90% de la publicidad y por eso lo importante de *Metro* y por eso la importancia del éxito de *Metro*, de que va a representar una demostración de que es posible la alternativa. Entonces nosotros estamos luchando con una realidad de mercado que va a llevar tiempo, pero que sí que a la postre vamos a triunfar (Figueroa, comunicación personal, 1 de marzo del 2018).

El 17 de marzo del año 2020, Figueroa explicó, a través de una llamada telefónica para esta investigación, que luego de la pandemia del coronavirus se decidió suspender, hasta nuevo aviso, el periódico *Metro*. Se esperaba que regresara al sistema mediático, pero en el año 2021 Homero Figueroa¹⁵² fue designado como vocero del gobierno y director de Estrategia y Comunicación de la Presidencia, por lo que este proyecto se ha quedado en pausa.

4.1.3.2 Medios impresos de información no diarios

Además de los periódicos diarios, varios medios de comunicación han vertebrado el sistema dominicano optando por una periodicidad semanal. Así ocurre con *Primicias*, la más veterana de este tipo de publicaciones, *Noticias hora x hora* y *El Dinero*. Además de estas cabeceras, República Dominicana ha contado, durante el periodo analizado en esta investigación, con varias revistas periodísticas de información general que, pese a que no estén circulando en la actualidad, dejaron su impronta dentro de los medios de comunicación. Tal como señala la mayoría de los entrevistados, ha sido un reto hacer frente a este tipo de publicaciones por una mezcla de causas que incluye los costos de producción, los cambios en la inversión publicitaria, los hábitos de consumo de los lectores o la presión de los actores políticos, en especial los gobiernos de turno y la utilización de la publicidad oficial como forma de presión para castigar a los medios críticos. En algunos casos, para conseguir sobrevivir, han tenido que migrar a la publicación *online*. En este apartado también se hace un recuento de las más importantes.

Tabla 33 Principales revistas de investigación, semanarios y encartes de periódicos dominicanos

Revista	Grupo al que pertenece	Fecha de creación	Fecha de cierre	Tipo/
Ahora	Grupo Corripio	1962	2004	Investigación
Rumbo	Diario Libre	1994	2003	Investigación
La lupa sin trabas	Grupo SIN	2012	2013	Investigación
Primicias	Multimedios Primicias	1993	-----	Investigación
Diario@Diario/Noticias Horas X Hora	Grupo Multidarios	2004	-----	Investigación
El Dinero	Grupo Martí	2015	-----	Economía

marca internacional” (Figueroa, comunicación personal, 1 de marzo del 2018). Uno de los grandes retos que se enfrentan los medios de comunicación dominicanos, no importa la plataforma, dice Figueroa, (2018) es convencer al mercado publicitario en que invierta en los nuevos proyectos, porque este diario cuando inició hace tres años, lo hizo con 25 periodistas y actualmente han tenido que disminuir la plantilla a 15.

¹⁵² Designan a Homero Figueroa Vocero del gobierno <https://elnacional.com.do/designan-a-homero-vocero-presidencia/>

Revista	Grupo al que pertenece	Fecha de creación	Fecha de cierre	Tipo/
Escala	Grupo Listín Diario	1983	1992	Espectáculo
Listín 2000	Grupo Listín Diario	1988	1998	Juvenil
A la moda	Grupo Listín Diario	1991	2021	femenina
Al Compás	Grupo Listín Diario	1990	2019	Infantil
Ritmo Social	Grupo Listín Diario	1992	-----	Social
Oh! Magazine	Grupo Listín Diario	1995	2022	femenina
Informática	Grupo Listín Diario	1996	1996	Tecnológica
Aldaba	Grupo Listín Diario	2000	-----	decoración
Zona E	Grupo Listín Diario	2005	2020	Regional
Zona N	Grupo Listín Diario	2007	-----	Regional
Ritmo Platinum	Grupo Listín Diario	2006	-----	Lujo/decoración
Hombres	Grupo Listín Diario	2016	-----	Masculino
Pandora	Grupo El Caribe	2003	-----	femenina
Bureo	Grupo El Caribe	2003	2014	Cultural
Magazine Nuevo Diario	Grupo Nuevo Diario	2014	2020	femenina
En Sociedad	Grupo Corripio	1997	2022	Social
Tinmarín	Grupo Corripio	1996	2019	Infantil
Mujer única	Diario Libre	1994	2016	femenina
La casa	Diario Libre	1997	2016	Decoración
Novias	Diario Libre	1998	2006	femenina
Estilos	Diario Libre	2006	2020	
Única a tus 15	Diario Libre	2007	2010	Juvenil

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.2.1 Primicias (1993-hoy)

Es el semanario más antiguo que se mantiene en el sistema mediático. El periódico semanal *Primicias* surge 1 de noviembre del 1993. Su director Alex Jiménez explica que trabajaba en el desaparecido *El Sol* de Santiago cuando le comunican que, por la muerte del presidente de la Editora El País, Víctor Livio Cedeño, en 1991, este medio no continuaría editándose por los costos que representaban.

La idea inicial era que me cedieran el nombre para yo mantenerlo como periódico *El Sol*, pero en semanario, no como diario en ese momento. Luego hicimos unos estudios de mercado y en ese estudio el público dijo lo que quería como contenido en ese periódico “primicias” (A. Jiménez, comunicación personal, 30 de mayo de 2023).

Por los altos costos que suponía el proyecto, *Primicias* fue concebido desde sus inicios como un semanario (Jiménez, 2023). Su incursión en el mundo digital se realiza en el 1998 de la mano del periodista Robert Varga (director de *Ciudad Oriental*) quien tuvo la idea de hacer la transición desde el impreso al digital aprovechando las webs y blogs gratuitos donde colocaban las noticias de *Primicias*. Este semanario tiene corresponsales en Nueva York, Washington, Florida, Suiza, y otros países de Europa, además de darle espacio a los periodistas de las provincias que trabajan por todo el país. No forma parte de ningún conglomerado de medios.

4.1.3.2.2 Diario@Diario/Noticias Horas X Hora (2004-hoy)

El proyecto de *Diario@Diario* surge a partir de la salida de algunos directivos de grupo Listín, luego de que fuera intervenido por el gobierno tras el quiebre del Baninter. Según Ruddy González (2018) (director de este periódico), cuando comienza su andadura, los directores asociados eran Miguel Franjul y él, acompañados por Fabio Cabral, Josefina

Navarro, Ingrid Quezada y Pedro Vargas y tenían como parte de la plantilla a los periodistas Felipe Mora, Grecia Espinosa, Fabio Cabral, entre otros.

Cuando salimos del grupo Miguel Franjul y yo, Ruddy González, junto con Fabio Cabral y varios de los muchachos del Listín, comenzamos un proceso en la televisión, en algunas emisoras y después decidimos conformar un periódico. La salida fue en mayo del 2003, pero ya en abril del 2004 salimos a la luz pública con *Diario@Diario*, cuyo lema era: “Periodismo con valor” (González, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

Diario@Diario nace como un semanario gratuito e, inicialmente, se imprimía en la Editora de Omnimedia (responsable, en ese momento, de *Diario Libre*) (González, 2028). Con una tirada de 150.000 ejemplares semanales, que tenía de estándar 16 páginas, circulaba los jueves de cada semana. Estuvo saliendo de manera impresa hasta el año 2014 cuando ya tenía 10 años publicándose, pero, por problemas económicos, se toma la decisión de mantener solo el semanario en digital. Por una nueva reestructuración de este medio a partir del año 2022, cambia de nombre de *Diario@Diario* a *Noticias Hora x Hora*.

4.1.3.2.3 El Dinero (2015-hoy)

El semanario *El Dinero* tiene su primera tirada el 2 de febrero del 2015. Este medio es propiedad del Grupo Martí¹⁵³. Su director, Jairon Severino (2018), sostiene que es “referencia y consulta para quienes tienen la responsabilidad de encausar el futuro económico y el bienestar de todos los dominicanos” (Severino, comunicación personal 5 de marzo del 2018).

El Dinero es un medio gratuito especializado en economía y finanzas con el tratamiento de todos los temas con presencia en la opinión pública: banca, mercado bursátil, política, educación, turismo, salud, energía, transporte, deportes, tecnología, economía personal, Pymes, mercado global, análisis, opinión, cobertura especial, entrevistas ejecutivas y reportajes especiales (Severino, comunicación personal, 5 de marzo del 2018).

La tirada inicial de *El Dinero* fue de 16.000 ejemplares, pero en la actualidad es de 40.000 (Severino, 2018). Además del soporte impreso, cuenta con una edición en línea, donde se realizan actualizaciones de las noticias para cada edición.

4.1.3.2.4 Revista Ahora (1962-2004)

La revista *Ahora* se crea en la etapa post-dictadura, el 15 de enero del año 1962, de la mano del periodista y abogado Rafael Molina Morillo, quien se desempeñó como el director de varios periódicos del país.

La revista *Ahora* se caracterizó por ser un medio que hizo aportes a favor de las libertades públicas en la República Dominicana, por ello sus instalaciones fueron destruidas en un acto terrorista. Además, fue un medio moderno y expresión de un periodismo plural defensor de los derechos humanos. Luego de estar fuera de circulación durante varios años,

¹⁵³ La historia del grupo Martí comienza en el año 1964, cuando el señor Carlos Martí inicia la distribución de gas propano a domicilio. En el año 1979 adquiere los activos de la compañía Esso Gas, convirtiéndose en distribuidor mayorista de GLP en el país y en 1997 adquiere Shell Gas. A mediados de los años 50, la empresa Tropigas llega al país y Martí se convierte en el principal distribuidor de dicha marca. En 1997, adquiere la totalidad de las acciones de esta empresa en República Dominicana. Hoy es un grupo diversificado. (grupo Martí, s. f., párr. 1-4).

a partir de mayo de 2000, fue reinaugurada bajo la dirección de su fundador, el doctor Rafael Molina (Vanguardia del Pueblo, s. f., párr. 3-5).

Según su último subdirector, José Monegro (2018), la revista vuelve a relanzarse en el año 2000 para poder tratar en profundidad temas políticos y sociales, con un enfoque que no les daba el diarismo. Sin embargo, en 2004, en el contexto de la crisis económica provocada en parte por la crisis bancaria, la revista *Ahora* sale de circulación. Monegro (2018) apunta a varias causas que determinaron el cierre.

Hay varias situaciones y características de la República Dominicana que conspiran contra las revistas del país. Una de ellas es la poca cultura de lectura, una de las características que tienen las revistas es que al tratar un tema a profundidad hay más cosas que presentar, por lo tanto, el usuario de las revistas tiene que leer más. Una de las cosas que conspiró (Monegro, comunicación personal, 6 de marzo del 2018).

Otra de las razones, según Monegro (2018) es que las revistas de temas sociales y políticos, como *Ahora*, tratan muchos temas controvertidos y tocan muchos intereses y a las marcas patrocinadoras no les gusta vincular sus productos con las controversias que generan esos medios. Al mismo tiempo, apunta a un cambio en el perfil de los anunciantes:

Otra situación es que el anunciante en República Dominicana ha ido mutando, las revistas son espacios para campañas, para publicitar marcas, y eso es una publicidad que ha ido desapareciendo en el país. ¿Qué está la gente anunciando ahora? ¡Ofertas! tú ves en los periódicos que es lo que más se anuncia: los jueves verdes, los miércoles rojos, los celulares, las computadoras, las ofertas es lo que más se está anunciando entonces con el tema de las ofertas, podría decir las revistas no son el instrumento más útil para las ofertas del día, eso a nivel económico fue algo que impactó. (Monegro, comunicación personal, 6 de marzo del 2018)

Un último factor mencionado por Monegro (2018) es el alto costo de mantenimiento de las revistas¹⁵⁴.

4.1.3.2.5 Rumbo (1994-2003)

La revista *Rumbo* inicia el 24 de enero del año 1994. Formó parte de las publicaciones del grupo Pellerano hasta su cierre, en 2003. El periodista Ruddy González (2018), compañero en el desaparecido periódico *Última Hora* del periodista Aníbal de Castro, ideólogo de esta publicación, explica que “Aníbal de Castro se había ido de *Última Hora* y con el grupo Pellerano fundó la revista *Rumbo* y de ella nació el periódico *Diario Libre*” (González, comunicación personal 1 de marzo del 2018). Con *Rumbo*, los Pellerano, que habían vendido *Listín Diario* a Baninter, volvían a la primera línea del periodismo dominicano.

Margarita Cordero (2018), quien asumió la dirección de *Rumbo* a partir del año 1997, señala que, entre las características fundamentales que poseía la revista, figuraba la

¹⁵⁴ Como parte de la memoria histórica de una de las revistas de investigación que más ha perdurado en el tiempo, la Fundación Global Democracia y Desarrollo realizó un archivo digital con el que se pretendía poder tener acceso a los diferentes números. Pese a que se pueden ver las portadas, no hay acceso a su contenido. Hay 1.337 números de esta revista cuando finalmente cierra el 4 de febrero del 2004. Véase: <http://biblioteca.funlode.org/revista-ahora/?cat=7>

“agenda propia”. Era una revista semanal y, para diferenciarse de la prensa diaria, su fuerte fueron los trabajos de investigación, vinculados a la realidad política, económica y social del país:

Rumbo incorpora con mucha credibilidad, también, la encuesta electoral y política y eso, además de presentar los datos, servía siempre para proyectar esos datos en términos sociales y electorales cuando era lo que tocaba. Y bueno, *Rumbo* fue eso, un experimento en una sociedad en que la lectura es escasa y donde no hay tradición de revistas, todas las revistas que ha habido en la República Dominicana han terminado cerrando por la incapacidad para financiarse (Cordero, comunicación personal, 2 de marzo del 2018).

Para Cordero (2018), el periodismo de investigación no fue la causa del cierre de la revista, sino que simplemente no fue posible sostenerla financieramente. Compara lo que sucedió con *Rumbo* con otro proyecto posterior (el cierre de la revista *La Lupa sin Trabas*), señalando que eran proyectos muy costosos, con dificultades para acceder ni a un respaldo publicitario, ni de ventas que puedan hacerlos sostenibles. Luego de 516 ediciones, el último número de la revista *Rumbo* salió el 29 de diciembre del año 2003.

4.1.3.2.6 La Lupa sin trabas (2012-2013)

La revista *La Lupa sin trabas*, que era parte del Grupo Servicios Informativos Nacionales (SIN), tuvo como director al historiador, economista y actual presidente de la Academia de Historia Dominicana, Bernardo Vega, quien se acompañó del periodista Panky Corcino, como el jefe de redacción. Fue una revista de investigación que se incorpora a la prensa dominicana el 8 de agosto de 2012. La periodista Felivia Mejía (2018), quien fue parte de este proyecto desde su inicio, explica parte del origen y la desaparición de este medio de comunicación.

En su momento vino a llenar un vacío, porque no había publicaciones de su tipo en el país, y empezamos destapando irregularidades en varias funciones del Estado, poniendo en duda, por ejemplo, el manejo del Metro de Santo Domingo, de los fondos destinados a la construcción de la línea del Metro, temas así. A raíz de eso nos abrimos muchos frentes y aunque tenía buena acogida por los lectores fueron cerrando muchas puertas en lo económico. Fue disminuyendo el apoyo publicitario y nosotros nos preguntábamos ¿por qué? Y llegamos a la conclusión de que nosotros habíamos lastimado sensibilidades de ciertos sectores (Mejía, comunicación personal 11 de marzo del 2018)

La lupa sin trabas, según cuenta Mejía (2018), tenía muy alto presupuesto, los periodistas tenían muy buenos salarios, por encima de la media, para que pudieran dedicarse al trabajo de la investigación contando con muy buen respaldo económico, además de otros beneficios, como tiquete de gasolina, teléfonos abiertos, etc. En ese contexto, fue muy difícil mantener la oficina de *La Lupa sin trabas* para los propietarios de la revista.

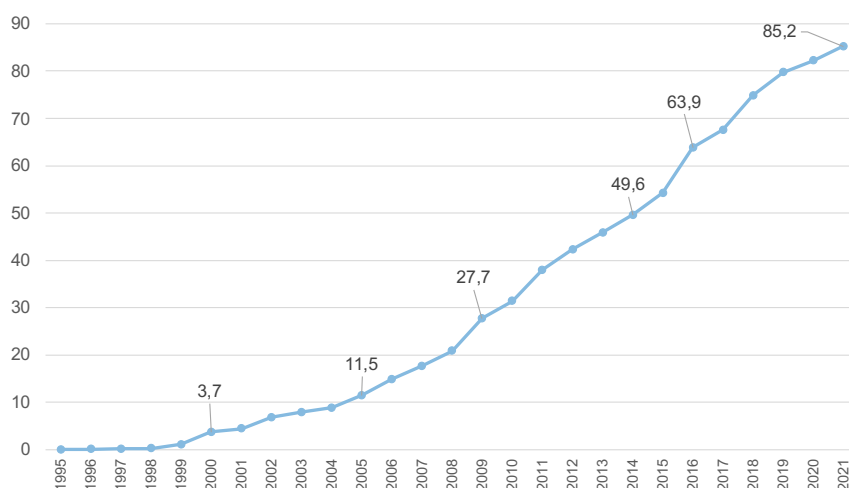
Fue un tiempo corto pero muy intenso, durante ese periodo tratamos temas importantes, pusimos en la palestra, a reflexión del pueblo, temas interesantes del manejo de muchos funcionarios, recuerdo también de un artículo que publicó Nicanor Leyba y Mercedes González, cuestionando sobre el manejo de Félix Bautista, en la posición que ocupaba en la OISOE (Oficina de Ingenieros Supervisores del Obras del Estado) y Félix Bautista se sintió amenazado y los sometió a la justicia y estos periodistas tuvieron que presentarse ante un tribunal para defender su material periodístico, no pasó a mayores porque los periodistas no tuvieron ninguna culpa, pero fue una muestra del impacto que tuvo la revista. A ese nivel que llegara hasta los tribunales porque la gente se sentía cuestionada (Mejía, comunicación personal 11 de marzo del 2018).

La revista contó con personal con experiencia y reconocida trayectoria en periodismo de investigación (Mejía, 2018)¹⁵⁵. Durante los últimos tres meses de la publicación el director fue el economista y periodista Edwin Ruiz. La última publicación de *La Lupa Sin Trabas* fue el 7 de agosto del 2013, justo al año de haber salido a la luz.

4.1.3.3 Medios de información digitales de República Dominicana (1990-2015)

La evolución de los medios digitales de información general en República Dominicana se relaciona directamente con la aparición y el crecimiento del acceso a internet en el país. Aunque los accesos fijos estuvieron disponibles desde la segunda mitad de la década de los noventa, la barrera del 10% de población con acceso a la red no se superó hasta 2005, y para 2010 la cifra ya superaba el 30%. La llegada de las redes móviles (4G en 2012 y 5G en 2021) aceleró el acceso que en la siguiente década pasó del 30% al 82% de la población, según las estadísticas de la UIT¹⁵⁶. En 2023, el país tenía 72,8 líneas de datos móviles por cada 100 habitantes y cobertura 4G para el 97,6% de la población.

Ilustración 11. Evolución de la población con acceso a internet en República Dominicana



Fuente: Elaboración propia sobre datos de la UIT.

¹⁵⁵ Se hicieron ofertas a los distintos periodistas, para que se pudieran unir a este ambicioso proyecto, y los integrantes fueron: Ana Mitila Lora, Gabriela Read; Lery Laura Piña, Felivia Mejía; Panky Corcino, Nicanor Leyba y Mercedes González como redactores y en la parte de los fotoreporteros estuvieron Orlando Ramos y Roberto Guzmán. Poco a Poco la publicidad fue escaseando hasta que no hubo manera de mantener la revista.

¹⁵⁶ Disponible en: <https://datahub.itu.int/data/?e=DOM> Consultado el 25 de junio de 2023.

Según Cristal Acevedo (2018), la presidenta del Observatorio de Medios Digitales en República Dominicana¹⁵⁷, actualmente la cifra de medios de información general digitales en el país supera los 800¹⁵⁸:

En el Observatorio de Medios Digitales Dominicanos tenemos 821 medios digitales informativos registrados. Pero es importante precisar que en este momento estamos haciendo una revisión del registro para poder identificar si realmente todos son periódicos, pues hay algunos que se han limitado a difundir contenido informativo solo en redes, o en otros casos, solo en formato vídeo, no escrito (C. Acevedo, comunicación personal, 2 de junio de 2023).

Las discusiones en torno a qué debe considerarse o definirse como periódico digital han sido numerosas. La propia Acevedo (2018) señala que actualmente la determinación de cuáles son los medios digitales versan más sobre la plataforma en la que son dados a conocer, que en el tipo de contenido que difunden y que eso debería ser revisado.

En muchos casos la difusión de información en la *web* es clasificada a partir de la plataforma en que se presente y esa disposición es digna de revisión porque primero hay que establecer las características que debe reunir un sitio *web* para considerarse un periódico digital. Si buscamos un periódico impreso (origen) nos daremos cuenta de que tiene características muy marcadas: el contenido está estructurado o construido a partir de la técnica de redacción periodística, el contenido está clasificado o agrupado en secciones; el contenido está cargado de datos o información considerada noticia. Este planteamiento nos lleva a detenernos para pensar en qué es lo que hace a un periódico digital, ¿es el contenido o es la plataforma utilizada para la presentación de ese contenido? y la duda surge a partir de que, para muchos autores y conocedores del ecosistema digital, un contenido publicado en blogger, no es un periódico digital, sino un blog, independientemente de que pueda reunir todas las demás características. Por eso, antes de establecer cuántos periódicos digitales tenemos en RD, debemos analizar qué es, cuáles son sus características y luego censar (C. Acevedo, comunicación personal, 6 de marzo de 2018).

En la misma línea, Margarita Cordero, exdirectora de varios periódicos tradicionales y del digital 7días.com, ganadora del Premio Nacional de Periodismo 2015, y con más cincuenta años ejerciendo la profesión de periodista, afirma que, por ese motivo, no se puede contabilizar la cantidad exacta de medios digitales que existe en República Dominicana:

Nos encontraremos con que la cantidad de medios digitales que hay hoy en día sobrepasa cualquier cálculo; todo el mundo tiene un medio digital. ¿Cuál es el objetivo? El objetivo es conseguirse cuatro o cinco anuncios que permitan que la persona dueña de ese medio, para llamarlo de alguna manera, aunque me parece que es un calificativo impropio, pueda obtener recursos para su subsistencia, pero no es porque se vea una cosa que se pueda desarrollar como medio. Si tú lo analizas, todos o son plagios de los medios escritos, que sí tienen versión digital, o notas de prensa. No son nada más. Absolutamente nada más. El pirateo es una institución en estos medios, desde contenido hasta fotos, todo. No son medios que cuenten con una redacción, no son medios que cuenten con una línea de informativa definida, con políticas editoriales, no tienen absolutamente nada (M. Cordero, comunicación personal, 2 de marzo de 2018).

¹⁵⁷ <https://www.observatoriomediosdigitales.com/>

¹⁵⁸ Esa cifra era de 653 en el censo que el Observatorio había realizado en 2020, y que la institución había compartido con la autora de esta investigación en un primer contacto.

La periodista Indhira Navarro (2018) detalla que hay empresas que se escudan detrás de portales digitales para crear crisis comunicacionales, ya que manejan varias plataformas y pueden expandir *fake news*, y de esta manera, cuando se quiere hacer daño, se multiplica esta información en estos espacios y cuando la población observa una información en una *web*, lo aceptan como bueno y válido, sin saber la repercusión que puede tener.

Son medios que te pueden hacer un ruido de un momento a otro, pueden generar una crisis, ¿por qué? porque hay empresas establecidas que dominan más de 10 plataformas digitales, mal llamados periódicos digitales. Entonces, cuando esa empresa que domina varios o diferentes periódicos digitales de diferentes pueblos, por ejemplo: una empresa establecida en la ciudad, y maneja una rama en diferentes provincias, y entre la comunidad que busca que tiene sed de información de lo que pasa en su pueblo, van a acceder a esas páginas porque están ahí, en el ciber espacio. Esa empresa que maneja 10 medios, si le da la gana de despotricar a una empresa o algún empresario, o algún líder de opinión o alguna institución pública, es un ruido que genera y hay que tenerle cuidado, porque la gente entiende que lo que sale en los medios de comunicación es la constitución (Navarro, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

A pesar de las limitaciones que se presentan por la indefinición en torno a cuáles espacios *web* deben ser considerados como “medios digitales”, en este apartado se describen los principales periódicos digitales dominicanos vigentes durante el periodo analizado, teniendo en cuenta las características mencionadas por Acevedo (2018): que tuvieran una estructura física como una redacción, que contaran con personal que trabaja en el medio digital, que tuvieran su propia agenda, que realizaran sus trabajos diariamente dentro de las redacciones, como de investigación, y que se difundían a través de una *web*. Mediante nuestro trabajo de campo se ha determinado que los que reúnen estas características son: *Ciudad Oriental*, *Clave Digital*, *7dias.com.do*; *Acento*, y el desaparecido *Diario Electrónico Dominicano* (DEDOM). En la siguiente tabla se incluyen también las versiones digitales de los medios impresos.

Tabla 34 Principales periódicos digitales de República Dominicana

Periódico	Fecha de creación	Fecha de cierre	Año que se hace digital	Dirección web
Listín Diario	1889	-----	1996	https://listindiario.com/
La información	1915	-----	2008	https://lainformacion.com.do/
El Caribe	1948	-----	2002	https://www.elcaribe.com.do/
El Nacional	1966	-----	2002	https://elnacional.com.do/
El Nuevo Diario	1981		2002	https://elnuevodiario.com.do/
Hoy	1981	-----	2002	https://hoy.com.do/
Primicias	1993	-----	1998	https://primicias.net/web/
Dedom	1996	1997	----	-----
Diario Libre	2001	-----	2001	https://www.diariolibre.com/
El Día	2002	-----	2002	https://eldia.com.do/
Diario a Diario/Noticias Hora X Hora	2004		2014	https://noticiashoraxhora.com/

7 días.com	2007	2018 ¹⁵⁹	Julio 2022	https://7dias.com.do/
El Dinero	2015	-----	2015	https://eldinero.com.do/
MetroRD	2015	2020	2015	http://metrord.com.do/

Fuente: Elaboración propia.

El modelo actual de la prensa escrita, como en todo el mundo, mantiene una indefinición del modelo de negocio que alarga la vida del papel mientras los diarios sostienen sus portales digitales adaptándose a las demandas contemporáneas de los públicos. De manera muy sencilla y para completar el análisis, para esta investigación se ha recogido la situación actual (2023) de los medios escritos impresos de referencia en el ecosistema digital, indicando:

- 1) Tecnologías de acceso:
 - a. *Web*: portal html accesible desde navegadores, dominio actual.
 - b. *App*: aplicaciones específicas de acceso al contenido para los sistemas Android e iOS.
- 2) Modelo de Acceso
 - a. Acceso completamente gratuito: todo el contenido del medio está disponible sin costo para el usuario.
 - b. Muro de pago parcial: parte del contenido es gratuito, pero se requiere suscripción para acceder a contenido premium.
 - c. Muro de pago total: todo el contenido del medio está disponible solo mediante suscripción o pago.
 - d. Donaciones voluntarias: el contenido es gratuito, pero el medio solicita donaciones para su sostenibilidad.
- 3) Costo de Suscripción
 - a. Precio mensual/anual. Cuota requerida para acceder al contenido de pago.
 - b. Ofertas y descuentos. Presencia de promociones que faciliten el acceso a la suscripción.

Tabla 35. Portales web de los periódicos impresos de República Dominicana (2023)

Periódico	Inicio papel	Inicio digital	Web	App	Modelo de acceso	Costo suscrip.
Listín Diario	1889	2002	listindiario.com	iOS	Gratuito	-
La información	1915	2010	lainformacion.com.do	No	Gratuito	-
El Caribe	1948	2001	elcaribe.com.do	No	Gratuito	-
El Nacional	1966	1998	elnacional.com.do	No	Gratuito	-
El Nuevo Diario	1981	2004	elnuevodiario.com.do	Android, iOS	Gratuito	-
Hoy	1981	1999	hoy.com.do	No	Gratuito	-
Diario Libre	2001	2002	diariolibre.com	Android, iOS	Gratuito	-
El Día	2002	2003	eldia.com.do	No	Gratuito	-

Para las fechas de inicio de la versión digital se ha utilizado el registro de actividad de Archive.org de cada portal. Fuente: Elaboración propia.

No existen datos públicos acerca de la circulación de visitantes en estos portales de información. Es posible utilizar, como referencia, los que proporciona la conocida herramienta de marketing en redes ahrefs.com para tener una idea de cuáles son los sitios de mayor tráfico. Entre los cien más visitados, solo aparecen 5 portales de información

¹⁵⁹ El digital *7días.com* cerró en el año 2018 y luego de que el periodista Dani Alcántara adquiriera la empresa volvió a estar disponible en su página web en Julio del año 2022 <https://7dias.com.do/>

general: *Diario Libre*, *Listín Diario*, *Hoy*, *El Caribe* y *El Nacional*, por este orden. En el caso de otro importante portal de marketing digital, Semrush, solo aparecen 3 sitios de noticias entre los cien más visitados: *Diario Libre*, *Listín Diario* y *Al momento*.

Tabla 36. Sitios web más visitados en República Dominicana (ahrefs) (2023)

Posición	Sitio web
1	conectate.com.do
2	loteriasdominicanas.com
3	es.wikipedia.org
4	youtube.com
5	instagram.com
6	whatsapp.com
7	enloteria.com
8	twitter.com
9	mlb.com
10	facebook.com
...	...
16	diariolibre.com
37	listindiario.com
59	hoy.com.do
84	elcaribe.com.do
86	elnacional.com.do

Fuente: ahrefs.com¹⁶⁰.

Tabla 37. Sitios web más visitados en República Dominicana (Semrush) (2023)

Posición	Sitio web
1	Google.com
2	Youtube.com
3	Facebook.com
4	Instagram.com
5	Whatsapp.com
6	Pornhub.com
7	Xvideos.com
8	Xnxx.com
9	Conectate.com.do
10	Tiktok.com
...	...
17	Diario Libre
30	Listín Diario
49	Almomento.net

Fuente: semrush.com¹⁶¹.

4.1.3.3.1 Diario Electrónico Dominicano (Dedom) (1996-1997)

El *Diario Electrónico Dominicano* (DEDOM) se puede considerar como el primer intento de hacer un medio periodístico digital en República Dominicana. Su fundador, el periodista Huchi Lora (2018), explica que surge a mediados del 1996 a solo un año de la llegada de internet a República Dominicana.

Recuerdo que en el discurso del presidente Leonel Fernández, del 27 de febrero del año 1997, pusimos un fragmento del discurso en video, y fue la primera vez que eso se hizo aquí

¹⁶⁰ <https://ahrefs.com/top/dominican-republic> Consultado el 12 de agosto de 2023.

¹⁶¹ <https://www.semrush.com/trending-websites/do/all> Consultado el 12 de agosto de 2023.

también. Poner un video, lo que ahora es común y corriente (Lora, comunicación personal, 6 marzo del 2018).

Lora (2018) explica que era un equipo muy pequeño el que apostó a la idea de iniciar el DEDOM, en el que participaron Silvio Herasme Peña, su hermano Junior Lora y en la parte técnica Franklin Brito¹⁶². Este medio siempre fue digital, nunca tuvo impresión, explica Lora (2018), quien señala, además, que dio un servicio sobre todo para los dominicanos que vivían fuera del país, antes de que los grandes periódicos se incorporaran. Poco más de un año después del nacimiento del proyecto llegaron al mercado digital los grandes periódicos impresos: “y hasta ahí llegó DEDOM... eso no era un mercado de publicidad, y nadie pagaba una suscripción” (Lora, comunicación personal, 6 marzo del 2018).

4.1.3.3.2 Ciudad Oriental (2001)

El periódico *Ciudad Oriental* nace de manera impresa el 15 de septiembre del año 2001, luego de que su entonces director Robert Vargas se interesara por digitalizar su periódico local de Santo Domingo Este:

Como yo venía de dirigir medios nacionales, de la experiencia del periodismo en la calle que nunca dejé, vengo de dirigir emisoras y tener el control en emisoras de FM, vengo de la experiencia de dar cobertura y de ser jefe de información de una agencia de prensa internacional (*Agencia EFE*), entonces tengo los conceptos y el criterio de las noticias nacionales, de las noticias locales y las noticias internacionales, además de que tengo la ventaja del dominio tecnológico. Y como veo que la concentración de los medios en pocas manos hacía que la situación laboral fuera más difícil, entonces yo me decidí por hacer un periódico local (Vargas, comunicación personal, 6 de marzo del 2018).

Luego de la crisis financiera del año 2003, Vargas (2018) explica que no podía seguir cubriendo los gastos que le producía su periódico impreso *Ciudad Oriental*, que en sus inicios contaba con 16 páginas, y su director también cumplía las labores de reportero, fotógrafo, diagramador y distribuidor, por lo que el factor económico fue el que condujo a pasar del impreso al digital:

Yo regresé con el periódico, pero no con impreso de 16 páginas sino de 4 páginas, pero la gente todavía no va a Internet. Entonces ¿qué fue lo que yo hice? Para hacer el *crossover*, como mi periódico era local, a mí no me interesaban las noticias nacionales o internacionales, sino locales. Para convertir en sujetos de noticias a los líderes locales y que ellos se interesaran en el periódico, yo me iba a todas las actividades políticas, hacía fotografías, hacía las notas y le ponía debajo más detalles en www.ciudadoriental.com para que la gente fuera a verse en Internet, y en el digital yo publicaba montones de fotografías (Vargas, comunicación personal, 6 de marzo del 2018).

El año 2007 fue el punto de arranque de lo que es actualmente este medio, el momento en el que este periódico comenzó a recibir publicidad. Tiene un equipo de colaboradores integrado por Cinthia Polanco, Julio Benzant, Jordani Polanco y Darwin Feliz, quienes se han unido al proyecto haciendo su propia agenda. Actualmente, está dirigido por Cinthia Polanco.

¹⁶² Solo eran tres periodistas que tenían otros empleos aparte del contenido que subían a DEDOM.

4.1.3.3.3 Clave digital (2004-2010)

El 17 de marzo del año 2004 surge *Clave Digital*. Gustavo Olivo Peña (2018), ex subdirector de este semanario, explica que surge luego de la quiebra de Baninter y después de que un grupo de compañeros del periódico *El Caribe* fueran despedidos de sus puestos de trabajo. En un principio se reunían Fausto Rosario, Víctor Bautista, el profesor Rafael Núñez Grassals, el fotógrafo César de la Cruz, Patricia Mora y Gustavo Olivo Peña para buscar una alternativa luego de que se quedaran sin trabajo. En ese contexto, se reunieron con el presidente de la encuestadora Gallup República Dominicana, Rafael Acevedo, quien les sugirió hacer una investigación de mercados de medios de comunicación para obtener datos y ver qué demandaba la sociedad en la época:

El estudio determinó que la sociedad estaba requiriendo en esos momentos una publicación de investigación contundente porque debido a todo lo de la crisis de los bancos había mucho nerviosismo y los medios se tornaron un poco conservadores (G. Olivo Peña, comunicación personal, 1 de marzo de 2018).

A finales del año 2003 ya estaban en línea las versiones digitales de los periódicos tradicionales, *El Caribe*, *Listín Diario* y *Hoy*, por lo que se decidieron lanzar un diario totalmente digital que llamarían *Clave Digital*. Olivo Peña (2018) recuerda que, pese a que lograron llegar a un gran número de lectores, después de dos años, el proyecto no conseguía ser del todo rentable, debido a la dificultad por generar ingresos publicitarios, por lo que decidieron vender el portal.

Decidimos una negociación con el grupo Hazoury y ellos compraron el portal. La idea de ellos, en principio, era crear un periódico de papel con toda la inversión y entonces nos contrataron a la mayoría. Los mismos estrategias internacionales que ellos trajeron dijeron que el nombre “Clave” era excelente, entonces, finalmente, negociamos ese nombre también (Olivo Peña, comunicación personal 1 de marzo del 2018).

De esta manera, en marzo del 2005, nace la versión impresa, con periodicidad semanal, de *Clave*, que seguían dirigiendo los periodistas que levantaron el proyecto digital¹⁶³. Luego de la crisis económica que afectó a los Estados Unidos en 2007, el grupo Abrisa, propiedad de la familia Hazoury, tomó la decisión de cerrar tanto el portal como el semanario¹⁶⁴. La última edición del semanario *Clave* salió el 5 de agosto del año 2010.

El semanario *Clave* y *Clave Digital* dejarán de circular desde mañana jueves cuando saldrá su última edición. De acuerdo con informaciones mañana será la última edición de la publicación de “Clave”, tanto del impreso como de la versión digital [...] El cierre de ambos medios allegadamente se debe a problemas financieros (Listín Diario, 2010, párr. 1-5).

4.1.3.3.4 7 días.com (2007-2018)

Este periódico digital surge por la idea del economista, exvicegobernador del Banco Central, Félix Calvo, quien estuvo trabajando con la ganadora del Premio Nacional de Periodismo 2015, Margarita Cordero. Cordero (2018) señaló que el diario digital nace

¹⁶³ La mayoría de las acciones de Editora Clave C. por A., editora de ambos proyectos, fue adquirida por el grupo Media Team Dominicana, propiedad de la familia Hazoury (Grupo Abrisa), en 2005. Véase: <https://www.diariolibre.com/revista/grupo-abrisa-adquiere-clave-digital-ADDL75543>. Consultado el 23/10/2023. Ambos medios se cierran en 2010.

¹⁶⁴ El Día: “Grupo Abrisa cierra Clave y Clave Digital”. Disponible en: <https://eldia.com.do/grupo-abrisa-cierra-clave-y-clave-digital/>. Consultado el 13 de febrero de 2019.

como fruto de la amistad entre ambos, luego de trabajar durante varios años en el programa de televisión “Uno+Uno”.

Fue en febrero del 2007 cuando surge *7dias.com.do*. La verdad es que había muy pocos medios digitales. Estaba *Clave Digital*. Entonces, surge como un proyecto para explorar el mundo digital. Aunque *7dias.com.do* dependía de la fundación Macroeconomía que dirigía Félix Calvo, ya se vincula a una organización sin fines de lucro, tiene ese propósito abrirse un espacio en un nicho inédito, tan reciente que había poca competencia y mucho campo para explorar (Cordero, comunicación personal, 2 de marzo del 2018).

Cordero (2018) explica que este medio surgió con la idea de hacer un periodismo crítico, siguiendo la línea de trabajo del programa de televisión. Sin embargo, *7dias.com.do* comenzó a tener problemas de liquidez, por lo que el proyecto fue vendido en el año 2012.

Se vendió en el año 2012 a una persona con medios económicos para sostenerlo. Lamentablemente está muy reducido como proyecto, porque al mismo tiempo esta persona compró otros medios de comunicación, entre ellos una emisora de radio y ha priorizado la inversión en la emisora de radio y no en “7días”, por una razón, entiendo, de lógica empresarial. Excepto las versiones de digitales de los medios escritos tradicionales, los demás no son rentables para un empresario; mantener un medio digital no es una actividad atractiva (Cordero, comunicación personal, 2 de marzo del 2018).

En 2015, Cordero renuncia a su puesto de directora de *7dias.com.do* y asume el periodista Wilkin Amador. El 30 de mayo de 2018 se anuncia su cierre¹⁶⁵.

Los propietarios del medio hicieron el anuncio a los empleados en una reunión que sostuvieron este martes. Este periódico tuvo como directores, primero, a la veterana periodista Margarita Cordero y luego a Wilkin Amador. Ahora sus propietarios enfocarán sus esfuerzos en la emisora radial Súper 7 FM y utilizarán la plataforma digital para informar contenidos a la población de su programación (CDN, 2018, párr. 2-4).

En junio del año 2022, el presidente del ACD Media, el periodista Dany Alcántara¹⁶⁶, a través de un encuentro con la prensa, dio a conocer que su grupo había adquirido varios medios entre ellos, el digital *7dias.com.do*: “Hoy presentamos: *Catorce Tv*, *En Televisión*, *Turismoglobal.com*, *7dias.com.do*, *Proceso Tv*, *La Arena FM* en los 92.5 en Puerto Plata, *Proceso.com.do* y la *Súper Siete* en los 107.7 para todo el país en una misma frecuencia” (El Nuevo Diario, 2022, párr. 6). La reapertura este medio se realizó el 18 de julio de 2022, después de permanecer cerrado durante cuatro años.

4.1.3.3.5 Acento (2011)

Tras el cierre del semanario impreso *Clave* y de *Clave Digital*, nace *Acento* (<https://acento.com.do/>). Gustavo Olivo Peña (2018), subdirector del periódico, indica que apostaron por la nueva aventura con otro proyecto digital debido a la acogida que

¹⁶⁵ Sobre el cierre de este medio, Cordero (2018) declaró: “Sufro que “7días” desaparezca del universo mediático. Deja un hueco que, con toda seguridad, ocuparán quienes no merecen ni siquiera existir. Esa parece ser la ley inexorable del mercado canalla. No hay que resignarse, sin embargo. No hay que dejar que la largura del túnel nos impida ver la luz que nos espera a su final. En eso creo y confío. En eso creyó y confió siempre “7días”. En eso debemos seguir creyendo y confiando todos y todas. Aunque parezca iluso, resistir es vencer (Cordero, 2018, párr. 7).

¹⁶⁶ Dany Alcántara, es un periodista con más de 35 años de ejercicio profesional y se desempeñó como director de prensa del canal 5 Telemicro hasta el año 2009.

había tenido *Clave digital*. Es así como surge el digital *Acento* el 16 de febrero de 2011, con grandes dificultades en sus inicios.

Entonces pusimos de nuestro patrimonio personal en juego y nos endeudamos, buscamos préstamos en el banco, sacamos un vehículo a plazo, etc., y así fue como hicimos y en principio era en un pequeñísimo local, que a decir verdad estábamos en la casa de Fausto [Rosario Adames] y luego nos mudamos al pequeño local y bueno ahora estamos aquí, en el Ensanche Quisqueya (Olivo Peña, entrevista personal 1 de marzo del 2018).

El equipo de trabajo conformado al inicio fue parte del personal que estuvo presente en el proyecto de *Clave* (Olivo Peña (2018)). El 17 de agosto de 2015, la propuesta periodística se expande, incorporando la transmisión de noticias en televisión por Internet (*AcentoTV*).

Cuando fuimos creciendo y nos metimos en el proyecto del canal, que es un hijo del portal, porque de alguna forma nos decía que la televisión podía generar más ingresos y que podía convertirse en una sustentadora del portal. Lo cierto es que la realidad no ha sido como nosotros esperábamos. El portal tuvo que sustentar al canal en momento determinado, tengo que ser franco, ha sido duro para el portal ya estamos estables, pero hubo momentos que fueron difíciles (Olivo Peña, entrevista personal 1 de marzo del 2018).

4.2 La radio en República Dominicana

4.2.1 Marco histórico de la radiodifusión sonora dominicana

El sistema radiofónico dominicano actual (2023) está conformado por 384 emisoras, con concesión legal, de las cuales 146 operan en AM y 238 en FM (INDOTEL, 2023). Aunque Veras (2009)¹⁶⁷ divide por décadas la evolución de la radio en República Dominicana, para los objetivos de esta investigación se realiza una agrupación más sintética en torno a cinco grandes etapas que describen los principales cambios y permanencias en el sistema. Una primera etapa, de surgimiento, que va hasta aproximadamente 1930, con muy pocas emisoras y de carácter experimental, con contenidos mayoritariamente de entretenimiento y con una muy incipiente financiación a través de anuncios comerciales.

Una segunda etapa, durante los años de la dictadura de Trujillo, de expansión del sistema radiofónico y de vigilancia gubernamental de los contenidos, que produjo, paralelamente, un aumento del número de emisoras, principalmente privadas, a la par que un férreo control y restricción de los contenidos por parte del gobierno. Por una parte, el régimen trujillista desplegó una estrategia de incentivo a la creación de radioemisoras dominicanas, a través del otorgamiento de permisos para la instalación de estaciones, muchas veces en las mismas frecuencias que las internacionales, con el objetivo de bloquear las noticias y opiniones que llegaban desde el exterior. Por otra parte, mantuvo

¹⁶⁷ El empresario radial, productor locutor e historiador Teo Veras centró su investigación en el desarrollo de la radiodifusión dominicana y fue la persona que más ha aportado en la documentación de la evolución de la radio. Su libro "Las Telecomunicaciones en América Latina y República Dominicana, Origen y desarrollo" es el texto de obligada lectura para poder comprender los cambios que se han efectuado en este medio de comunicación.

un severo control sobre el discurso, de abolición de la disidencia, a través de la censura directa e indirecta.

La tercera etapa -que coincide con la que Veras (2009) engloba en los años '60 y que llama “dinámica y convulsionada”- comienza con la caída del régimen trujillista en 1961 y la extraordinaria movilización sociopolítica posterior, que será desafiada y enfrentada por las fuerzas conservadoras y reaccionarias y tendrá también su materialización en los radios del momento, y finaliza en 1966, con la llegada al poder de Balaguer. Esta fase se caracteriza por la proliferación de nuevas emisoras y una fuerte polarización política, tanto en el plano discursivo, como de la propiedad, en la que la radio jugó un papel fundamental.

La cuarta etapa coincide con la irrupción y el posterior de crecimiento de la frecuencia modulada (FM) en un contexto, primero, de restricciones a la libertad de expresión durante los 12 años de Balaguer y, después, de mayor apertura durante los dos gobiernos del PRD (Colombo, 2010). Es una fase de expansión del sistema radiofónico y multiplicación de actores en el sector. Finalmente, la quinta etapa, la actual, que se trata en el subapartado “La radio dominicana en la actualidad”, es la que emerge a partir de la reordenación del campo de las telecomunicaciones con la ley 153-98 y con el surgimiento de la radio digital.

4.2.1.1 El surgimiento de la radio

Como ya se ha señalado al inicio de este capítulo, en el apartado que describe de manera general la evolución del sistema mediático dominicano, el desarrollo de la radio comienza durante la década de 1920, aunque es posible registrar al primer radioescucha un año antes: “la primera noticia relativa a la radiodifusión en República Dominicana se produce en 1919 en la ciudad de Santiago de los Caballeros, cuando se hace referencia a un receptor del profesor Rafael. M. Moscoso Puello” (Carreras Aguilera, 2019: p. 149). De hecho, habría que decir que la radio dominicana comenzó antes que sus emisiones, porque como recuerda Veras (2009), desde 1925 ya se vendían aparatos receptores en el país que permitían escuchar las emisiones de los países vecinos, especialmente de los Estados Unidos.

Según Veras (2009), el paso inicial para lo que se conoció como radiodifusión se da con los radioaficionados, en el año 1926, cuando un grupo de estudiantes, entre los que se encontraba el doctor Carlos Regus, deciden conformar el “Radio Club Dominicano”. En esta misma asociación también se encontraba Francisco (Frank) Hatton Guerrero¹⁶⁸, conocido posteriormente como “el padre de la radiodifusión dominicana”. Cuando se acaba la intervención norteamericana en el país, en 1924, comienza el auge de los radioaficionados y luego el desarrollo de la radiodifusión. Veras (2009) detalla que su amor a este medio lleva a Frank Hatton a construir su propio receptor que le permitía

¹⁶⁸ Hatton había viajado a Estados Unidos para realizar sus estudios y allí se había interesado por el fenómeno de los radioaficionados, en ese momento en pleno crecimiento, que se utilizaba para comunicaciones cortas, entre cercanos. Al regresar a la isla, durante la primera invasión norteamericana (1916-1924), forma parte de las filas militares y se convierte en traductor de las tropas estadounidenses.

captar y escuchar emisoras internacionales; el espectro en esta época estaba vacío, por lo que eran muy fácil que la señal de otros países llegara hasta República Dominicana.

De las primeras estaciones que se pudo escuchar en los receptores que construía, estaba Radio Nederland, de Holanda; la BBC de Inglaterra, y otras de los Estados Unidos como W2XAF, las cuales por su cercanía, podían escucharse en las ondas largas o *long wave* (LW), y por ondas medias (Amo MW) en las noches (Veras, 2009, p. 242).

Con el correr de los años, pero durante esta misma década, “debido a la efímera holgura económica conocida como la Danza de los Millones, que estaba viviendo el país, algunas familias de altos estratos sociales trajeron desde los Estados Unidos receptores de radio, vitrola y gramófono” (Carreras Aguilera, 2019, p. 150) que permitieron sintonizar, primero, las estaciones extranjeras y, posteriormente, también las locales.

La primera emisora en ondas medias o Amplitud Modulada (AM) que surgió en el país fue la *Hispaniola Radio Club*¹⁶⁹ (HIRC), propiedad del Radio Club de Santo Domingo. Luego de varios intentos por contar con una estación que pudiera llegar a una distancia razonable, en el año 1926 consigue realizar sus primeras transmisiones¹⁷⁰. HIRC fue un proyecto experimental, sin regularidad en sus emisiones, y con un funcionamiento de muy corta duración. Los años siguiente constituirán un incipiente, pero importante, avance en el desarrollo de la radio en República Dominicana. En 1928, el entonces presidente Horacio Vásquez apuesta por dar un impulso a este medio de comunicación, auxiliándose de uno de los primeros telegrafistas del país, el director del servicio de Radio Nacional durante su gobierno, ingeniero Manuel Emilio Nanita León. Nanita León, conjuntamente con Hatton y otros técnicos, trabajó para la creación de la primera emisora estatal, la HIX. La HIX se inauguró el 8 abril de 1928:

Una vez completados los servicios radiotelegráficos, [Manuel Emilio Nanita] sugirió al presidente, General Horacio Vásquez, por intermedio de Andrés Pastoriza, Secretario de Estado de Fomento y Comunicaciones, la necesidad de instalar en nuestro país una emisora de radio que llevara a otros confines del mundo nuestra música y nuestra cultura. Con tan valiosos auspicios el señor Nanita logró interesar al presidente Vásquez, quien autorizó la adquisición de un equipo de 5000 vatios de potencia (Veras, 2009, p. 251).

Ese año quedó establecida la “primera emisora propiamente dicha con una programación regular y que realmente comenzó a ser sintonizada por los dominicanos” (Carreras Aguilera, 2019, p. 152). Aunque dos años más tarde la HIX sufre los destrozos provocados por el ciclón San Zenón¹⁷¹, en 1931 se recomponen sus instalaciones y se reinician las transmisiones.

Durante el año 1929 se crean otras emisoras. Surge la HIZ, en el sector privado, cuyos propietarios eran los mismos dueños de la empresa Comercial e Industrial C. por A., José

¹⁶⁹ Hispaniola fue como Cristóbal Colón nombró la República Dominicana por eso el nombre fijo de las primeras emisoras de radio todas llevaban la inicial H debido a la distinción de que eran emisoras dominicanas.

¹⁷⁰ Según Veras (2009: 232), la primera transmisión en ensayo consistió en “1. Palabras por el Director del Servicio Radiotelegráfico; 2. Números de piano; 3. Canciones americanas acompañadas de ukulele, por el señor Frank Hatton; 4. Instrucciones sobre agricultura; 5. Solo de silbido, por el señor Marcos Gómez, acompañado de piano; 6. Números musicales, por una Victrola Ortofónica, cortesía de la Agencia Victor; y 7. Últimas noticias de interés general, recibidas por radio”.

¹⁷¹ El 3 de septiembre del año 1930 el país fue azotado por el huracán San Zenón en el que, según los datos históricos, perdieron la vida de más de 2000 dominicanos. Esto afectó la antena desde donde se transmitía la HIX, que dejó de salir al aire por unos meses.

García Dopico y J. Cobian (Veras, 2009)¹⁷². Para 1934, ya había cambiado de propietarios y pertenecía a Frank Hatton y Julio García y se anunciaba como “La Voz de los Muchachos” (Veras, 2009: p. 291). Surge también la HIJK¹⁷³, propiedad del artista plástico Arturo Báez González (don Tuto)¹⁷⁴, que comenzó a operar en su casa. Su mayor activo eran las transmisiones de los domingos, una emisión de casi el día completo, y recibía apoyo de licoreras que patrocinaban su medio. Fue la primera, según sostiene Carreras Aguilera (2019, p. 153), en emitir anuncios comerciales hablados, además de actividades sociales y deportivas. En 1936, la estación pasó a manos de Frank Hatton, manteniendo las mismas siglas.

Las pocas emisoras radiales existentes hacia finales de la década de los años veinte sufrieron los efectos del ciclón San Zenón y dejaron de emitir temporalmente, con lo que el desarrollo de la radiodifusión dominicana se vio prematuramente interrumpido.

El 30 tuvimos el ciclón de San Zenón. Eso devastó la capital dominicana, pero total, quedaron pocas estructuras en pie y, por supuesto, las antenas se fueron. Esas cuatro o cinco emisoras que estaban en el aire en 1930, salieron del aire y duraron un tiempcito en ponerlos (Veras, en Vidal, 2020).

Ilustración 12. Principales hechos en la evolución de la radio (hasta 1930)

Antecedentes		Evolución: primeros pasos				
	1ra intervención de EE.UU. (1916-1924)	Horacio Vásquez (1924-1930)				Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961)
1919	1926	1926	1928	1929	1930	
Rafael Moscoso Puello construye el primer radio-receptor en Santiago de los Caballeros	Radiotelegrafía. Desarrollo de los sistemas de comunicación radiotelegráficos	Se crea la asociación de radioaficionados “Radio Club Dominicano” (RCD)	Primeros radioescuchas en Santo Domingo y primera transmisión radial <i>broadcasting</i> . Fabricación de Frank Hatton de un aparato radiotelefónico (instalado en la Academia Santa Ana) para escuchar radio emitida desde el exterior. Primera transmisión radiofónica, de la estación HIRC, propiedad del Radio Club de Santo Domingo	Surge Radiodifusora HIX, la primera emisora estatal de radio	Surge Radio HIZ, en el sector privado	Ciclón San Zenón destruye la mayoría de las antenas de transmisión

Fuente: Elaboración propia.

4.2.1.2 La era Trujillo: expansión y control gubernamental

En 1930 se inicia un nuevo ciclo político en República Dominicana, con la llegada de Rafael Leónidas Trujillo al poder. Durante este periodo, la radio se expandió bajo la tutela caudillista, el control directo e indirecto del régimen dictatorial y los mecanismos discrecionales de otorgamiento de licencias. Bajo esas lógicas, surgieron nuevas

¹⁷² La HIZ también sufrió destrozos en sus antenas de transmisión como consecuencia del ciclón San Zenón, interrumpiendo sus emisiones.

¹⁷³ Cuenta Veras (2009: p. 300) que “La HIJK era tan pequeña e insignificante que el entonces Director de Comunicaciones, Román Saladín, dispuso que se llamara HIJ, y le eliminaran la K, ya que eran muchas letras para una estación tan ‘chiquita’”.

¹⁷⁴ Pintor y fotógrafo. Posteriormente, luego de que Trujillo llegara al poder, Báez González se convirtió en el fotógrafo oficial del dictador.

estaciones en Santo Domingo, pero también lo hicieron en otras provincias. Fueron, inicialmente, emprendimientos impulsados por radioaficionados y de carácter experimental, en lugares como La Vega, Santiago, La Romana y Peravia, San Pedro de Macorís. Se crearon, durante estos años, la estación HI1A (Santiago de los Caballeros), propiedad de Arturo Aybar Zapete, que inició sus transmisiones en junio de 1931; HIL, *La Voz del Trópico* (Ciudad Trujillo), fundada el 22 de abril de 1932 y propiedad de Joaquín Custals Teixidó; Radio HIT (Ciudad Trujillo), inaugurada el 3 de octubre de 1932 y propiedad de Fabio Antonio Sanabia Rojas (Tonito); HI2B (La Vega), creada en 1932 por Ezequiel Peralta y Porfirio Vásquez y HI3C, *La Voz del Río Dulce*, inaugurada en 1932 y propiedad de Nicolás Garip, entre otras.

Al mismo tiempo, comenzó la adquisición de aparatos receptores por parte de los ciudadanos. Es a partir de noviembre del año 1931, cuando la compañía Comercial Industrial C. por A., que eran los propietarios de HIZ, comienzan a vender equipos de radio receptores a la población, tales como radios, vitrolas portátiles, receptores de ondas cortas, radios fonógrafos, entre otros (Veras, 2009). El régimen de Trujillo intentó controlar, aunque sin mucho éxito, la compra de este equipamiento mediante la obligatoriedad del registro de radio receptores.

Paralelamente, se estableció un control de todos los radiorreceptores que llegaban al país, tal y como lo demuestra este documento fechado el 26 de agosto de 1936. Con esto, el nuevo régimen de Rafael L. Trujillo M. pretendía establecer un sistema de control efectivo sobre la recepción de señales radiales locales y extranjeras. La indetenible fuerza ejercida por la población en apoyo al nuevo medio de comunicación diluyó esa intención. Desde el final del decenio de los años 40 y los 50, no era posible continuar con el total control, por lo que el registro fue desapareciendo (Veras, 2009: p. 368).

Durante este mismo periodo, el Estado desarrolla algunas disposiciones legales con la finalidad de vigilar aún más las telecomunicaciones. Lo hace a través de restricciones a los contenidos y de requisitos para los radiodifusores. Establece una comisión de censura, hasta la conformación de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos, para definir la orientación de los programas radiofónicos¹⁷⁵ y para tener el control de las noticias que llegaban a la población. Al mismo tiempo, incentiva la aparición de emisoras locales, con la finalidad de impedir la entrada de transmisiones internacionales críticas con régimen de Trujillo.

El régimen daba permisos a radiodifusores de la zona para que instalaran estaciones en la misma frecuencia de emisoras que se escuchaban en la República Dominicana desde Venezuela, con el régimen de Rómulo Betancourt, que estaba en contra de Trujillo, y también desde Cuba y Centroamérica [...]. En Puerto Plata, creo que era en 1960, que le hacía interferencia a una emisora que venía desde la isla Swan, una isla que queda frente a las costas hondureñas, que tenía un transmisor, decían que de la CIA, y que desde ahí se hacían transmisiones en contra del régimen de Trujillo y, entonces, Trujillo lo que hacía es

¹⁷⁵ Un ejemplo de esto es el encuentro, que fue reseñado por los periódicos de la época, entre la Subsecretaría de Estado de Trabajo y Comunicaciones (cargo ocupado por Osvaldo Báez Soler) y los propietarios de las emisoras de la capital, debido a que el régimen quería establecer las primeras normas de comportamiento para las radiodifusoras. En dicho encuentro, el gobierno solicitó que las emisoras se ajustaran a las frecuencias que les habían sido asignadas y que realizaran una buena elección de contenidos: "entre las recomendaciones del señor Báez Soler estuvo la buena selección de los programas en los cuales debía haber literatura escogida, música clásica y popular, amenidades, que no degeneren en chistes groseros o picantes" (Veras, 2009, p. 366).

que les ponía emisoras en diferente lugares aquí en el país, en las mismas frecuencias, para que no se pudiesen escuchar esas emisiones extranjeras” (Veras, en Vidal, 2020).

También, como ya se ha mencionado en el capítulo anterior, mediante la ley 511, de 1933, dispone la obligatoriedad de contar con una autorización previa otorgada por el Poder Ejecutivo para establecer y explotar una estación radioeléctrica. A partir de la sanción de esta ley, la DGC empieza a contar con registros de las emisoras “legales” que estaban operando. Con ellos, a finales de 1935, y con motivo de la celebración del día del servicio postal y telegráfico, el entonces subsecretario de Estado de Trabajo y Comunicaciones, Osvaldo Báez Soler, hacía una breve pero valiosa síntesis de la situación en la que se encontraba la radiodifusión, contabilizando un total de 17 emisoras comerciales más la modernización de la oficial HIX:

Se han instalado 9 estaciones radiodifusoras comerciales, que sumadas a las 8 existentes en noviembre de 1934, hacen un total de 17; se instalaron 5 estaciones radiotelegráficas de aficionados que con las 4 existentes suman 9, y 2 radiotelegráficas, que con las 9 anteriores suman 11; se modernizó la radiodifusora oficial HIX y se ampliaron las radiotelegráficas de Santiago y Puerto Plata (citado en Veras, 2009: pp. 383-384).

Sobre la HIX, el secretario de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas, Víctor Garrido Puello, emitía una memoria sobre las tareas realizadas durante ese año e informaba “de la labor cultural y de propaganda de la Radiodifusora HIX, del Estado, al haber transmitido 624 programas de actos políticos, religiosos, deportivos, culturales y los sorteos de la Lotería Nacional y por concepto de anuncios comerciales produjo \$767.81 contra \$402.00 que había producido el año anterior” (Veras, 2009: p. 389). La actividad de propaganda del régimen realizada por la HIX se vio reforzada con el surgimiento, en 1936, de la radiodifusora HIN, *La Voz del Partido Dominicano*. Esta emisora serviría también a los intereses del presidente Trujillo y de su partido, programando contenidos y retransmitiéndolos, en muchas oportunidades, a través de la emisora gubernamental HIX, en otros horarios. La HIN se mantuvo al aire hasta la década de 1950 cuando Trujillo se la regaló a Expedi Pou, quien la trasladó a Santiago de los Caballeros y la renombró como *La Voz de la Reección*. Posteriormente, en 1956, fue adquirida por Pedro Pablo Bonilla Portalatín, y a partir de ella se creará Rahintel, Canal 7 de televisión. También se creó ese año radiodifusora HIG, propiedad de Andrés Cordero Puello (Don Pupo)¹⁷⁶.

Durante estos años fue creciendo paulatinamente el número de emisoras. Si bien los registros para la época son confusos, porque muchas radios operaban intermitentemente, cerraban abruptamente¹⁷⁷ o cambiaban de frecuencia y de propiedad de manera asidua, el incremento fue notable. Si, como se ha mencionado en páginas anteriores, en el año 1933, se quería incentivar la proliferación de emisoras en territorio dominicano, para el 1938, ya viendo el poder, la atención e importancia de este medio de comunicación en la

¹⁷⁶ En 1975 la alquila Johnny Ventura y pasa a llamarse Radio Fiesta y en 1977 la compra Rafael Corporán de los Santos y la convierte en Radio Popular. Posteriormente, en 2003 la compra el Grupo bancario Progreso, junto a otras emisoras, y forma el grupo PRO-Comunicaciones.

¹⁷⁷ “La instalación de tantas radioemisoras se debió al entusiasmo de la época. Muchas personas querían tener una en el aire y el gobierno les concedía la licencia después de la debida investigación, pero finalmente tenían que rendirse y cerrar sus operaciones, debido al elevado costo de operación y el poco respaldo publicitario” (Veras, 2009: p. 427-28).

población, se promulga la Ley 1474 de Comunicaciones, disposición legal con la que el régimen quiso ordenar y, al mismo tiempo, controlar el número de radiodifusoras.

Art. 107 No podrá concederse autorización para el funcionamiento, en una misma provincia, de más de tres estaciones radiodifusoras por banda [...].

Art.111. Las horas de trabajo de las estaciones radiodifusoras, así como las de pruebas o experimentos, serán determinadas por la Secretaría de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas.

Art. 115. El poder Ejecutivo podrá limitar el número de estaciones de radiodifusoras, lo mismo que el de estaciones experimentales y de aficionados (Ley 1474 de Comunicaciones, 1938).

Es, además, el 18 de abril del año 1938 cuando también se realiza el primer examen para optar a locutores en el país, para tener un registro de quién tenía derecho a ejercer la profesión en el país. Con posterioridad a la promulgación de la Ley 1474, se otorgaron las licencias para poder funcionar y los datos que tenían hasta el 29 de abril de 1938 eran “14 estaciones de aficionados y 21 comerciales” (Veras, 2009, p. 463). Al siguiente año, se hace pública la lista oficial de las emisoras que aparecían registradas legalmente y en funcionamiento (Ilustración 13).

Ilustración 13. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas en el año 1939 (un año después de la ley 1938)

Por ondas medias (todas en Ciudad Trujillo)

SIGLAS	FRECUENCIA EN KC/S	PROPIETARIO
HIX	800	Gobierno Dominicano
HIG	900	Andrés Cordero Puello
HIN	1,090	J. M. Bonetti Burgos
HIZ	1,370	Frank Hatton
HIRQ	1,475	Julio A. García

Por ondas cortas

SIGLAS	FRECUENCIA	UBICACIÓN	PROPIETARIO
HI3U	6,015	Santiago	Fernando Beltrán
HI1J	6,025	San Pedro de Macorís	Fausto M. Donastorg
HI3C	6,105	La Romana	A. Herrero Hernández
HI8T	6,122	San Cristóbal	Raúl Hernández
HI4V	6,170	San Francisco de Macorís	Luis R. Betances R.
HI1A	6,182	Santiago	Rafael Western
HI2D	6,206	Ciudad Trujillo	Acción Católica
HI1N	6,243	Ciudad Trujillo	J. M. Bonetti Burgos
HI1G	6,280	Ciudad Trujillo	Andrés Cordero Puello
HI1Z	6,316	Ciudad Trujillo	Frank Hatton
HI1X	6,340	Ciudad Trujillo	Gobierno Dominicano
HI9B	6,383	Santiago	Jacinto L. Sánchez
HI1S	6,420	Santiago	Generoso Sarnelli
HI1L	6,480	Santiago	María J. Tavárez
HI1L	6,500	Ciudad Trujillo	Joaquín Custals Teixido
HI5P	6,565	Puerto Plata	J. M. Modesto
HI6H	6,600	Ciudad Trujillo	Emilio Garden, Jr.
HI1T	6,630	Ciudad Trujillo	F. A. Sanabia
HI6Y	6,660	Ciudad Trujillo	Alfonso Cuervo
HI1H	6,870	San Pedro de Macorís	Domingo Domínguez
HI2G	9,290	Ciudad Trujillo	Andrés Cordero Puello
HI2X	11,960	Ciudad Trujillo	Gobierno Dominicano
HI3X	15,280	Ciudad Trujillo	Gobierno Dominicano

Fuente: Veras, 2009: p. 484 (a partir de información suministrada por José Salarín Pereyra, subsecretario de Estado de la República Dominicana).

En 1943 el hermano del dictador, José Arismendy (Petán) Trujillo Molina, establece una emisora en el municipio de Bonao, que en esa época pertenecía a la provincia La Vega. HI1U fueron las siglas de *La Voz del Yuna*, en honor al afluente Yuna, segundo río de mayor importancia del país, que nace en la cordillera Central. El 19 de marzo del 1943 comenzaron las pruebas de emisión de esta nueva radiodifusora.

Luego las Siglas HI1U fueron cambiadas pro HI1T. Esto hace suponer que el motivo de este cambio se debió al hecho de ser la letra “T” la inicial del apellido Trujillo (Veras, 2009, p. 499).

El 17 de mayo del 1946 la radiodifusora se traslada a Ciudad Trujillo (hoy Santo Domingo) y en 1949 modifica el nombre de *La Voz del Yuna*, por *La Voz Dominicana*. *La Voz Dominicana* fue un poderoso instrumento de adoctrinamiento durante la etapa trujillista que, con el paso del tiempo, fue llegando por diferentes frecuencias¹⁷⁸ a la mayoría de la población.

Para Petán, como para Trujillo, *La Voz Dominicana* era una herramienta política. Probablemente, los mismos elementos en quienes él puso en manos de ellos la organización, la dimensión de una emisora suficiente para poder hacer frente, en ese tiempo acababan con Trujillo pues en México y en Venezuela (Casado, en Vidal, 2020)

Diez años después, a finales de 1950, la DGT hacía pública la lista de estaciones que operaban en República Dominicana y contabilizaba 28 en todo el territorio (12 de ondas medias y 16 de ondas cortas) (Ilustración 14).

¹⁷⁸ Según Veras (2009: p. 503), en la década de 1950, la identificación de la radio transmitía el siguiente mensaje: “Al servicio del progreso y la cultura en general, transmiten desde Ciudad Trujillo, capital de la República Dominicana, las emisoras HI2T, en 9,375 Kc/s, banda de 31 metros, (con 7,500 vatios de potencia), HI3T, en 620 Kc/s ondas medias (con 10,000 vatios); HI4T en 5,970 Kc/s banda de 60 metros (con 7,500 vatios); HI5T, en 100 Mc/s de frecuencia modulada (con 250 vatios); HI6T, en 1380 Kc/s (con 1,000 vatios), HI7T, 3,285 Kc/s, banda de 90 metros (con 1,000 vatios), en Santiago; HI9T, en 1,440 Kc/s en Monseñor Nouel (con 250 vatios) y 1,360 Kc/s en La Vega (con 250 vatios). Con estudios en la calle Ciudad de Miami n° 5, en Ciudad Trujillo”.

Ilustración 14. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas en el segundo semestre de 1950

SIGLAS	FRECS. (Kc/s)	BANDA (METROS)	POTENCIA (VATIOS)	UBICACIÓN	CLASE	PROPIETARIO
HIL	790	379.7	500	Ciudad Trujillo	III-B	Joaquín Custals P.
HI9Z	820	365.9	1,000	Santiago	III-B	Luis Felipe Moscoso
HIG	950	315.8	250	Ciudad Trujillo	III-B	Andrés Cordero Puello
HI3T	1,040	288.5	10,000	Ciudad Trujillo	II	José A. Trujillo Molina
HIN	1,220	245.9	750	Ciudad Trujillo	II	Partido Dominicano
HI1L	1,230	243.8	250	Santiago	IV	Joaquín Custals P.
HI9U	1,240	241.9	250	Puerto Plata	IV	Luis A. Pelegrin
HI2	1,350	222.2	1,000	Ciudad Trujillo	III-B	Frank Hatton G.
HIT	1,400	214.3	200	Ciudad Trujillo	IV	F.A. Sanabia (Tonito)
HI3A	1,400	214.3	250	Santiago	IV	Expedi Pou
HI2R	1,450	206.9	200	San Cristóbal	IV	Luis Alberti
HI2H	1,490	201.3	200	Ciudad Trujillo	IV	Rafael Tavárez Labrador

ESTACIONES EN ONDAS CORTAS

HI9B	3,295	91.05	200	Santiago	OC	Jacinto L. Sánchez
HI3H	3,365	89.15	1,000	Ciudad Trujillo	OC	Rafael Tavárez Labrador
HI3C	4,890	61.35	30	La Romana	OC	Antonio Herrero
HI1A	4,980	60.24	75	Santiago	OC	Rafael Western
HI8Z	5,030	59.67	200	Santiago	OC	Luis Felipe Moscoso
HI4T	5,970	50.25	7,500	Ciudad Trujillo	OC	José A. Trujillo Molina
HI1J	6,025	49.79	100	San P. Macorís	OC	Fausto Donastorg
HI1N	6,050	49.59	700	Ciudad Trujillo	OC	Partido Dominicano
HI1Z	6,112	49.06	1,000	Ciudad Trujillo	OC	Frank Hatton G.
HI1G	6,130	48.94	250	Ciudad Trujillo	OC	Andrés Cordero Puello
HI1R	6,160	48.70	200	San Cristóbal	OC	Luis Alberti
HI9T	6,190	48.47	100	Puerto Plata	OC	Luis A. Pelegrin
HI2L	9,525	31.50	500	Ciudad Trujillo	OC	Joaquín Custals P.
HI2G	9,590	31.98	250	Ciudad Trujillo	OC	Andrés Cordero Puello
HI2A	9,680	30.99	1,000	Santiago	OC	Expedi Pou
HI2T	9,727	30.84	7,500	Ciudad Trujillo	OC	José A. Trujillo Molina

Fuente: Veras, 2009: p. 539 (a partir de información suministrada por la DGT).

Esta década no solo marcará un acontecimiento para la población dominicana con la inauguración del primer canal de televisión del país, sino que, además, se utilizará por primera vez la banda de frecuencia modulada (FM) para dar soporte a las estaciones de AM, consiguiendo llegar a todo el país. La FM funcionó, inicialmente, como un repetidor de la radiodifusora que ya se conocía. Esta década también verá aparecer o transformarse a algunas de las emisoras que jugarán un papel fundamental durante los últimos años de la dictadura y durante los acontecimientos que siguieron a la muerte de Trujillo: por ejemplo, el nacimiento de *Radio Comercial*, propiedad de José Antonio Brea Peña, “que ocupó la frecuencia de la HIT y fue una férrea defensora del orden constitucional cuando en 1963 se produjo el golpe de estado contra el presidente Juan Bosch” o, antes, la transformación de la emisora HIU, conocida como *Radio Caribe*, cuyo proyecto se le atribuyó a Rafael Leónidas Trujillo¹⁷⁹, y que funcionó en la parte trasera del edificio que

¹⁷⁹ Veras (2009, pp. 612-613) reproduce una carta de Mario Álvarez Dugan, quien fuera director general, publicada en el periódico Última Hora en la que explica los vínculos de Radio Caribe con Trujillo: “El senador George Smathers de la Florida, recomendó a Trujillo que dejara de lado el proyecto de la radio, pues su régimen no estaba en condiciones de crédito para operar una radio nacional y los norteamericanos se sentían preocupados por el hecho de que, a través de una estación de ondas cortas de 50,000 vatios de potencia, se agitara contra otros gobiernos del área. Trujillo consciente de que Smarther le decía la verdad, dijo a George Abbes García (quien fue el de la idea de Radio Caribe) que abandonara el proyecto, pero este

alojaba al Partido Dominicano¹⁸⁰. *Radio Caribe* surgió bajo la apariencia de una empresa no oficial para neutralizar los efectos de los ataques de exiliados antitrujillistas, confrontar internacionalmente a quienes proponían sanciones políticas y económicas al régimen y contrarrestar internamente el accionar antitrujillista de la Iglesia Católica desacreditando a sus religiosos y al creciente movimiento juvenil, al tiempo que se desarrollaba una programación con incidencia en lo cultural y musical (Collado, 2014, párr. 6). Después del ajusticiamiento de Trujillo, *Radio Caribe* fue incendiada.

El surgimiento de *Radio Caribe* es un elemento de triste recordación para la historia nacional de la radio, para la historia nacional, porque precisamente estuvieron varias mentes importantes, como Johnny Abbes, y Radio Caribe realmente jugó un papel propio a los estertores de una dictadura, con toda la ferocidad que eso significa, con toda la cuestión de contrainsurgencia que eso significa y con toda la agresividad que un régimen de la naturaleza de Trujillo, en términos de sus últimos aletazos podía dar (Brea, en Vidal, 2020).

Para ese momento, cuando está a punto de comenzar la tumultuosa evolución política que seguirá a la caída del régimen, existían en el país 36 emisoras de radio (además de tres periódicos diarios y dos canales de televisión) (Álvarez Vega, 1994). Una relación de las emisoras que estaban transmitiendo a finales de 1961, cuando se unifican las siglas de las emisoras dominicanas, eliminando los números después de las letras HI, puede verse en la Ilustración 15 (Veras, 2009, pp. 628-629).

hábilmente convenció al dictador de que le permitiera entonces sacar la planta al aire como emisora comercial, disfrutando de anuncios de las empresas del propio Trujillo, y una asignación del Partido Dominicano. Trujillo estuvo de acuerdo y le entregó la planta a Abbes García disponiéndole una asignación de 30,000 pesos mensuales de la Tesorería Nacional y otra de 10,000 pesos del Partido Dominicano. Estos acontecimientos probablemente tuvieron lugar después del atentado contra Rómulo Betancourt el 24 de junio de junio de 1960. Esas asignaciones serían suspendidas a Radio Caribe dos días después de la muerte de Trujillo, por órdenes directas y escritas del presidente Balaguer”.

¹⁸⁰ El Partido Dominicano era el partido de Rafael Leónidas Trujillo, y durante la dictadura se obligó a la población a poner en sus hogares una chapa decía: ¡En mi casa Trujillo es el jefe! ¡Dios manda en el cielo y Trujillo en República Dominicana! Véase, Almomento.net: “Dios y Trujillo”: <https://almomento.net/dios-y-trujillo/> Consultados el 10 de enero de 2021.

Ilustración 15. Lista oficial de radiodifusoras dominicanas a finales de 1961

FRECUENCIA EN KC/s	SIGLAS	SIGLA ANTERIOR	POTENCIA (VATIOS)	NOMBRE	CIUDAD
560	HIAA		0.5	Radio Ritmos	Moca
570	HIMS		1	Radio Cristal	Santo Domingo
590	HIAB		0.5	Radio Isabel de Torres	Puerto Plata
620	HISD	HI3T	10	Radio Santo Domingo	Santo Domingo
630	HIAF		1	Radio Monte Cristi	Monte Cristi
690	HIAW		0.5	Radio Guarachita	Santo Domingo
700	HIDC		1	Radio Mao	Valverde
740	HIZ		1	Broadcasting Nacional	Santo Domingo
760	HIMD		1	Radio Tamboril	Peña, Tamboril
790	HIL		5	La Voz del Trópico	Santo Domingo
820	HIAZ	HI9Z	3	Radio Santiago	Santiago
860	HIUA	HIU	5	Radio Caribe	Santo Domingo
910	HI8A	HI3A	0.5	Emisoras Unidas	Santo Domingo
930	HICK	HI2K	2	Ondas del Yaque	Santiago
950	HIG		1	Radiodifusora HIG	Santo Domingo
960	HIFF	HI6D	2	La Voz del Atlántico	Puerto Plata
1,020	HIJP		5	Radio Comercial	Santo Domingo
1,050	HICB	HI8B	1	Difusora Mil Cumbres	Santiago
1,100	HIMC		1	Radio Programas Quisqueya (RPQ)	Santo Domingo
1,120	HICN		1	Radio Antillas	Santo Domingo
1,130	HIRL		0.25	Radio Exitos	Santiago
1,150	HIAS	HI3B	1	Onda Musical	Santo Domingo
1,200	HIDV		5	Radio Santa María	La Vega
1,240	HICV	HI4V	0.25	Radio Barahona	Barahona
1,250	HIBC	HI4C	3	La Voz del Progreso	San Francisco de Macorís
1,260	HIT		0.5	Radio Cristal	Santo Domingo
1,270	HIUA		1	Radio Caribe	Santiago
1,290	HIVM		1	Radio Bonaó	Bonaó
1,290	HIUB		5	Radio Caribe	Santo Domingo
1,300	HIQ		0.5	Radio Radio	Santo Domingo
1,300	HIAU	HI8U	0.5	Broadcasting Tropical	Puerto Plata
1,310	HI4V	HI3V	0.5	Radio Baní	Baní
1,310	HIUA	HIUE	1	Radio Caribe	El Seibo
1,320	HIHD	HIPO	1	Radio Oriente	San Pedro de Macorís
1,340	HIPT		0.25	Radio UCN (Unión Cívica Nacional)	San Francisco de Macorís
1,360	HIBD	HI4B	1	La Voz de La Romana	La Romana
1,370	HIUA	HIUG	1	Radio Caribe	Barahona
1,380	HIBD	HI8T	1	Radio Santo Domingo	La Vega
1,390	HIUA	HIUD	1	Radio Caribe	San Juan
1,400	HI4L	HI1L	0.25	Ondas del Valle	La Vega
1,410	HIAZ		0.5	Radio HIAZ	Santiago
1,410	HIAE		1	Radio Tricolor	Santo Domingo
1,440	HI4K	HI5K	0.25	Radio Quisqueya	Santo Domingo
1,440	HI4D	HI2A	0.5	Radio San Juan	San Juan de la Maguana
1,450	HI4C		0.25	Radio Útil	Salcedo
1,450	HI4R	HI2R	0.25	Radio San Cristóbal	San Cristóbal
1,470	HI4Q		0.5	Radio Norte	Santiago
1,490	HI4P	HI1A	0.25	Radio Ronda	Moca
1,490	HI4H	HI2H	0.25	Radio Escribano	Santo Domingo
1,540	HIT		0.5	Radio Visión	Santo Domingo
1,590	HI4J		1	Radio Unión	Santo Domingo
1,600	HIDA	HID	1	Radio Hit Musical	Santiago

Fuente: Veras, 2009, p. 628-29.

4.2.1.3 Proliferación y polarización

Los tiempos que siguieron a la caída del régimen de Trujillo fueron convulsos, también para la radio. Primero, con el enfrentamiento entre los propulsores del movimiento 14 de junio y los sectores herederos del trujillismo que se oponían a la apertura política. Después, con la segunda invasión norteamericana a la isla. La polarización política y la lucha abierta entre bandos tuvo su plasmación también en el espacio radiofónico.

El CEFA tenía sus propias emisiones, la OEA tenía sus propias emisiones, Radio constitucionalista tenía sus propias y hasta la ocupación norteamericana abrió formas de emisión, pero se crearon toda una serie de elementos importantes para tratar de influir en el ánimo, en el conocimiento, en la información en torno a los acontecimientos, a la lucha constitucionalista que se estaba librando. Esas informaciones y contrainformaciones jugaron un papel singular también en el conocimiento de la ciudadanía de ese entonces (Brea, INDOTEL, 2020).

La pugna entre los diferentes sectores en el ámbito de la radiofonía se dio, principalmente, en dos frentes. Por una parte, a través de algunos programas radiofónicos que, después de la muerte de Trujillo, dejaron de ceñirse a la práctica de la sola lectura de las noticias publicadas en los periódicos locales (previamente revisadas por el régimen) y comenzaron a elaborar sus propios contenidos. Dos ejemplos claros de este cambio fueron “Noti-Tiempo”¹⁸¹, de *Radio Comercial*, y “Radio Mil Informando”, de *Radio Mil*. Frente a ellos estuvo la oposición de los sectores que habían estado comprometidos con el régimen y que se expresaba por otras emisoras: “pienso en el famoso conocido *Bonillita*, en Láutico García, en los elementos de la iglesia, sacerdotes y personeros de la iglesia, que jugaron un papel como formas alentadoras de ese régimen dictatorial (Brea, en Vidal, 2020). Freddy Ortiz, locutor durante esa época, da cuenta de esta situación:

Uno de los altos dirigentes del movimiento 14J, compañero de Manolo Tavares, que fue el ingeniero Vinicio Echavarría, y su hermano Rubén Echavarría, tenían un programa de radio que se llamaba “El comentario independiente”, en la Onda Musical. Era un tiempo muy difícil [porque] acababan de derrocar al profesor Bosch. Había un gobierno de facto, impopular, que estaba siendo bombardeado por una oposición por supuesto rabiosa. Era el gobierno de Donald Reid, el Triunvirato, y el programa era pura candela, pero la represión era pura candela también (Ortiz, en Vidal, 2020).

La emisora *Radio Televisión Dominicana* fue tomada por las fuerzas constitucionalistas, quienes utilizaron sus ondas para transmitir mensajes en favor de la Constitución de 1963 y del retorno de Juan Bosch al poder. Las transmisiones desde *La Voz Dominicana* fueron decisivas para mantener la moral de los combatientes y de la población civil, brindando apoyo a los campamentos constitucionalistas y promoviendo la causa de la legalidad y el retorno a la democracia (Núñez Fernández, 2009). Como explica Núñez Fernández:

Los valientes locutores constitucionalistas se enfrentaron, desde las ondas bajo su control, a un reducido grupo de hombres y mujeres del micrófono, del bando de San Isidro y de los interventores (2009: 1).

Por otra parte, la lucha también se dio mediante la ocupación de emisoras. Tal como relata Veras (en Vidal, 2020), “HIZ fue la que los constitucionalistas tomaron como emisora

¹⁸¹ Noti-Tiempo salió al aire por primera vez el 23 de diciembre de 1959, por radio Comercial, propiedad de José A. Brea. El noticiero era retransmitido por más de 30 emisoras en todo el país (Diario Hoy, 2020).

oficial del gobierno constitucional, [mientras] que la otra parte, las fuerzas norteamericanas, de San Isidro [la fuerza aérea], del CEFA, fueron la parte contraria, tenían el control de los transmisores de las emisoras [...] y la emisora oficial del bando contrario fue Radio Universal, entre otras”. Los militares estadounidenses establecieron la *American Forces Radio Television Service* (AFRTS) en el hotel Jaragua, utilizando los estudios de Radio Universal. Esta emisora proporcionó boletines meteorológicos y sirvió como un canal de comunicación para las fuerzas ocupantes. La intensa lucha por el control de las emisoras reflejó la importancia estratégica de la radio como medio de información e influencia durante este conflicto.

Esta agitación social y los nuevos tiempos de apertura política que parecían estar emergiendo también se hizo notar en el incremento de nuevas estaciones que se crearon durante esos años.

Impulsadas por la nueva Ley No. 8132, del 25 de diciembre de 1962, sobre la libertad de expresión y difusión del pensamiento, la cual empoderó a la prensa escrita y radial de amplias libertades para expresar su opinión, surgieron nuevas emisoras, tales como: *Radio Bonao*, *Radio Mil*, *Radio Quisqueya*, *Radio Antillas*, *Radio Sol* (Carreras Aguilera, 2019, p.161).

A estas emisoras se sumaron otras que fueron apareciendo en los años que van desde 1962 a 1966 en toda la geografía dominicana. “Un sin número de estaciones irrumpió el éter dominicano” (UNESCO, 2017: 61), en un proceso que llevó a triplicar en una década la cantidad y que ya no se detendría hasta principios del siglo XXI.

De las treinta y seis radiodifusoras existentes en el país al caer la dictadura de Trujillo, ya en 1971 prácticamente se habían multiplicado por tres y se contaba con noventauna (91). Este hecho continuó como respuesta a las demandas políticas y comerciales y como expresión de la incorporación de la población a la discusión de las tareas sociales más variadas (Álvarez Vega, 1994, p. 167).

Entre ellas figuraban *Radio Universal*, inaugurada el 23 de abril de 1963 y propiedad de Ellis Pérez, y *Radio Guarachita*¹⁸². Sobre *Radio Guarachita* explica Carreras Aguilera:

Esta estación llegó a todos los rincones de la geografía nacional debido a que puso en ejecución lo que bautizó como servicios públicos. Los interesados que vivían en la capital y deseaban enviar un mensaje a sus familiares en cualquiera de nuestros campos sobre enfermedades, accidentes, fallecimientos, o un extravío de alguien, solo tenían que llamar a la estación y dejar el mensaje. Y dicho recado era transmitido totalmente gratis, y el mismo era repetido cada cierto tiempo. Ahora bien, esos mensajes no tenían hora fija para ser transmitidos. Al no tener hora fija para la emisión de los avisos, la gente permanecía sin cambiar el dial en espera de esos mensajes. Esa estrategia y el hecho de que la música que se transmitía por esa radioemisora era la del gusto de los sectores barriales y rurales, hizo de Radio Guarachita una de las emisoras más escuchadas en toda la geografía nacional (Carreras Aguilera, 2019, p. 162).

4.2.1.4 La vuelta a las restricciones y el crecimiento de la frecuencia modulada

Durante los 12 años del gobierno de Balaguer (1966-1978), la dinámica radio de la revolución regresó a un tono más reprimido, propio de las décadas anteriores:

¹⁸² También surgieron *Radio Cadena Comercial*, *Radio Universal*, *Radio Unión*, *Radio Popular* y *Radio ABC*, entre otras.

Initiado el accidentado proceso de democratización, la radio fue transmisora de las denuncias, catalizadora de las tensiones sociales y, en algunos casos, espacios de resistencia (Radio Comercial, Radio Mil y Radio Cristal) antes las marejadas represivas, sobre todo durante los primeros doce años de gobierno de Joaquín Balaguer (1966-1978) (Pérez, 2011, p. 134).

A lo largo de los tres mandatos del régimen de Balaguer, se perpetuaron una serie de prácticas y de normas legales que, en nombre del mantenimiento de un clima de paz y de concordia interior, de la contención del comunismo o del engrandecimiento de la patria, limitaron derechos fundamentales, tales como los de reunión o de organización y a la libertad de expresión. Este periodo va a contrastar con lo que Colombo (2010) denomina “el segundo destape”, que son los años de los gobiernos del PRD (1978-1986) en los que se observan “amplias libertades públicas en que los medios de comunicación [que] no serían tocados por ningún tipo de coacción ni condicionamiento en sus relaciones con el Gobierno” (Colombo, 2010: 43).

Esta cuarta etapa en la evolución de la radio dominicana registra una auténtica oleada de emisoras que ocuparon el espacio radioeléctrico. Parte de la explicación a esta multiplicación del número de emisoras está dada por la presencia de regulaciones desfasadas y por la falta de una adecuada supervisión de la DGT que “permitían que se pudiera tener una emisora propia con relativa facilidad en cualquier lugar del país” (Pérez, 2011, p. 135). Otra parte de la explicación se vincula con el desarrollo de la frecuencia modulada (que antes solo se utilizaba para dar soporte a las transmisiones que se realizaban a través de la AM). La década de 1970 fue vital para el crecimiento de la radio porque marcó el comienzo de la proliferación de emisoras en FM, como se ha descrito en el acápite anterior. Se aprovechó la oportunidad para aumentar significativamente la cantidad de estaciones en esta frecuencia por las facilidades para los propietarios (Álvarez Vega, 1994; Colombo, 2010), sumadas a la permisibilidad que le brindaba la Ley 118 de Telecomunicaciones al entonces presidente Balaguer de otorgar las licencias para nuevas emisoras.

A partir de 1978 se registra otro boom de emisoras radiales, otra vez por razones que mezclan los intereses políticos y los intereses comerciales. Entre 1977 y 1978 -año que pone fin al periodo gubernamental de doce años del Presidente Balaguer- las emisoras radiales instaladas brincan de 106 a 175. Casi todas las emisoras nuevas fueron incorporadas al sistema de frecuencia modulada, hasta el momento prácticamente fuera de uso (Álvarez Vega, 1994, p. 167).

El mayor atractivo que tenían las FM era su mayor fidelidad, aunque también presentaban algunas deficiencias ya que estaban limitadas debido a la forma de la isla y las altas montañas y a la imposibilidad de que llegara la señal por la larga distancia a través de las transmisiones desde la capital de Santo Domingo, que no alcanzaba a las provincias del interior si no se auxiliaban de una repetidora. La radio FM ganó popularidad y comenzó a desplazar a la AM como el principal medio de difusión musical y de entretenimiento. Esta expansión estuvo marcada por la especialización de los formatos radiales, con estaciones dedicadas exclusivamente a géneros musicales específicos, noticias, y programas de conversación. La FM permitió una mejor calidad de sonido y contribuyó a la diversificación del contenido radiofónico. Además, la llegada de la radio estereofónica y los avances en la tecnología de transmisión marcaron un hito en la evolución de la radio en el país. También posibilitará la aparición de algunos proyectos de radio comunitaria,

a partir de 1991 principalmente, en las regiones sur y norte del país y, para 2009 ya serán 54, operando muchas de ellas con el apoyo del Despacho de la Primera Dama (una institución creada en 2000, impulsora de políticas de desarrollo, que vinieron a sumarse a las radios educativas católicas como Radio Santa María (1956), Radio Seibo (1974) o Radio Enriquillo (1976) (Del Pozo, 2020).

Los satélites en los '90 permiten a las emisoras compartir contenidos en cadena de manera más eficiente y barata.

En 1991 la radio dominicana se anota otro tanto dentro de su desarrollo, cuando La 91 FM, utilizando las facilidades del satélite Panamsat, mediante su representante nacional TRICOM, comienza a utilizar este sistema para enlazar sus emisores en todo el territorio. El sistema consistía en un enlace con nuestras señales a través de fibra óptica desde los estudios de La 91FM en la calle Gustavo Mejía Ricart, hasta las instalaciones principales de la empresa TRICOM, en la avenida Lope de Vega, de Santo Domingo (Veras, 2009, p. 831).

Pero son las redes digitales, a partir de la llegada de internet, las que cambiarán definitivamente el paisaje radiodifusor. El servicio de Internet llega a República Dominicana en la década de los 90. Lo inicia la Compañía Dominicana de Teléfonos en República Dominicana (CODETEL), empresa que mantuvo el monopolio durante décadas en el país, por ser una de las pioneras en el servicio telefónico de la isla.

República Dominicana fue de los primeros países de Latinoamérica en hacer su entrada al Internet, la gran red de redes, cuando en el 1995 CODETEL, una empresa líder en el mercado de las telecomunicaciones instaló un nodo servidor (computador de gran capacidad) de acceso a esta súper carretera de la información brindando la posibilidad que todos los ciudadanos que así lo desearan se suscribieran a este innovador servicio y se encontraran con las más importantes bibliotecas del mundo (Morrison, 2016, p. 124).

En el país, “la radio en Internet con audio real se inicia a mediados del 1996, en La 91FM y un par de meses más tarde, entra en operación el de CDN Radio” (Veras, 2009, p. 847). Para estos años, la aparición de nuevos proyectos radiofónicos provocará otra expansión del sistema que hará incrementar el número de emisoras de 205 en 1994 (Álvarez Vega, 1994) a 374 en 2012, 379 en 2014 y 381 en 2015 (Del Pozo, 2020: 73). En 2016, INDOTEL realizó un levantamiento sobre las radios existentes que arrojó los siguientes resultados:

“En la frecuencia AM existen 146 emisoras de las cuales 48 están en Santo Domingo y 26 en Santiago. En la frecuencia de FM son 235 emisoras de las cuales 43 están en Santo Domingo y 13 en Santiago” (INDOTEL, 2016b, pp. 1-2).

En respuesta al aumento de la competencia, las emisoras de radio comenzaron a modificar sus formatos de programación para atraer a un público más amplio y diverso. Hubo un aumento en la interactividad con los oyentes, utilizando líneas telefónicas y, posteriormente, mensajes de texto y correos electrónicos para involucrar a la audiencia en los programas en vivo. Esta década también vio la consolidación de programas de radio que combinaban entretenimiento con información, y que se convirtieron en referentes en el panorama mediático dominicano. La radio se adaptó a las nuevas preferencias de los oyentes, que demandaban contenido más dinámico y participativo (Vidal, 2020).

4.2.2 La radio dominicana en la actualidad

La Ley 153-98 y los reglamentos del Servicio de radiodifusión sonora de amplitud modulada (AM)¹⁸³, (INDOTEL, 2002) y del Servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada (INDOTEL, 2004) reordenaron definitivamente el sistema radiofónico dominicano dejando establecida la necesidad de contar con una concesión y una licencia, previo concurso público realizado por el INDOTEL, para la prestación de este servicio. Los tipos de servicios de radiodifusión en AM que incluye el Reglamento son (a) por ondas hectométricas u ondas medias; (b) por ondas decamétricas u ondas cortas y (c) en zona tropical. En el caso de las FM, el Reglamento del Servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada (INDOTEL, 2004), regula el mismo procedimiento de concesión y licencia que para la AM en cualquiera de las tres clases de estaciones de radiodifusión por ondas métricas que contempla, en función de la potencia de emisión¹⁸⁴. Como ya se señaló en el capítulo anterior de esta tesis, además del concurso público, siguiendo las directrices de la ley 153-98, los reglamentos establecen que “las instituciones del Estado, las instituciones autorizadas a operar sin fines de lucro y las instituciones religiosas reconocidas por el Estado se exceptúan del procedimiento de concurso público”.

En la actualidad (2023), el ecosistema radial se encuentra saturado. El levantamiento realizado por el INDOTEL en el año 2023 para esta investigación detalla que existen 146 emisoras AM y 238 en FM (384 en total) con concesión legal. Al mismo tiempo, si observamos la evolución del número de emisoras en las últimas dos décadas, comprobamos que no registran importantes variaciones (De Pozo, 2020, p. 73).

Las emisoras de AM y FM muestran realidades muy distintas. Dejando a un lado las estaciones que dependen del Estado y sus distintas instancias, el sector privado se financia ampliamente mediante la publicidad. Los precios en concepto de publicidad en las provincias no se asemejan a los que se manejan en las ciudades, y en muchos pueblos la publicidad no se cobra con tarifas oficiales, sino a través de trueque de servicios entre el anunciante y la emisora. Mantener las emisoras en el interior resulta un reto, como asegura Namnwm (2023) del grupo RCC, y muchas estaciones optan por suscribir acuerdos para repetir las emisiones de las grandes ciudades a cambio de una remuneración. El concesionario tiene la libertad para determinar si va a ofrecer contenidos locales o si va a convertir su estación en la repetidora de alguna cadena.

En República Dominicana no existe ninguna regulación para la transmisión en cadena. Los contratos se hacen entre las partes, libremente, entre emisoras de diferentes pueblos y si tú tienes varias emisoras las utilizas, pero no existe ninguna normativa que regule las emisiones en cadena (Reyes, 2023, comunicación personal).

La regulación del sector a través del INDOTEL no supone que no existan emisiones ilegales en el país. La memoria de INDOTEL de 2020 reflejaba, por ejemplo, el cierre de

¹⁸³ Aprobado mediante Aprobado Mediante Resolución No. 46-02, con modificaciones realizadas mediante Resolución No. 094-02, del Consejo Directivo.

¹⁸⁴ “1. Clase A: con potencia radiada efectiva máxima mayor que 10 Kw. y menor o igual a 100 Kw.; Clase B: con potencia radiada efectiva máxima mayor que 1 Kw. y menor o igual a 10 Kw. y 3. Clase C: con potencia radiada efectiva máxima no superior a 1 Kw.” (INDOTEL, 2004: p.5).

16 estaciones sin licencia¹⁸⁵, otras 15 en 2022¹⁸⁶ y 58 en 2023¹⁸⁷. El entonces presidente de la Asociación Dominicana de Radiodifusora, (ADORA), Reyes Gómez (2018) explica a esta investigación que la asociación puede, como institución, dar constancia de más de cuarenta emisoras las cuales han puesto en conocimiento del INDOTEL pero que están seguros que son muchas más.

ADORA no es un órgano regulador, solo cumplimos con nuestro deber de informar el uso irregular de frecuencia al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) quienes son los que deben proceder al cierre (Reyes Gómez, comunicación personal 8 de noviembre del 2018).

Al hacer esta denuncia¹⁸⁸ el máximo representante de esta institución detalla que lo hicieron por las frecuencias que actualmente usan estas estaciones de radio, no por el nombre comercial con el que se identifica cada una de ellas. El detalle de estas puede verse en la Tabla 38.

Tabla 38. Emisoras ilegales denunciadas por ADORA

Emisoras ilegales denunciadas por ADORA		
	Provincia	Frecuencia
1		91.7 MHz
2		91.9MHz
3	Santiago De Los Caballeros	92.5 MHz
4		92.5 MHz
5		92.9 MHz
6		92.9 MHz
7	Licey al medio, Prov. Santiago De los Caballeros	99.7 MHz
8	Santiago De Los Caballeros	106.7 MHz
9		91.9 MHz
10		93.9 MHz
11	Moca, Provincia Espaillat	104.5 MHz
12		106.5 MHz
13		107.1 MHz
14		98.7 MHz
15	Puerto Plata, Prov. Puerto Plata	106.5 MHz
16		107.5 MHz
17		107.9 MHz
18		87.9 MHz
19	Las Matas de Santa Cruz, Prov. Monte Cristi	100.1 MHz
20	Las Marías, Prov. Montecristi	105.1 MHz

¹⁸⁵ INDOTEL Memoria 2020. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/memorias-2020-final-firmada.pdf>

¹⁸⁶ INDOTEL Memoria 2022. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/12/Informe-Memoria-Anual-INDOTEL-2022-aprobada.pdf>

¹⁸⁷ INDOTEL Memoria 2023. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2023/12/Memoria-Institucional-2023-INDOTEL.pdf>

¹⁸⁸ Al consultar al INDOTEL por esta situación denunciada por Adora, la respuesta fue la siguiente: "De igual forma, conforme al artículo 112 de la Ley General de Telecomunicaciones, No. 153-98 'para los casos que se presuma que la infracción puede ser calificada como muy grave, el órgano regulador podrá disponer la adopción de medidas precautorias tales como la clausura provisional de las instalaciones o la suspensión provisional de la concesión; y podrá, en su caso, solicitar judicialmente la incautación provisional de los equipos o aparatos'. Agrega el artículo 112.2 indicando que para los efectos de la clausura provisional y decomiso, el órgano regulador hará el requerimiento pertinente al juez que corresponda, transcribiéndose la resolución que autoriza tal medida, para que disponga el diligenciamiento correspondiente, autorizando la rotura de puertas y apoyo de la fuerza pública, en caso de ser necesario (INDOTEL, comunicación personal 23 de enero del 2019).

Emisoras ilegales denunciadas por ADORA		
21		91.9 MHz
22		96.3 MHz
23	Jarabacoa, Prov. La Vega	102.9 MHz
24		103.1 MHz
25	San Francisco de Macorís	89.1 MHz
26		87.9 MHz
27		88.3 MHz
28		89.5 MHz
29	Bonao, Prov. Monseñor Nouel	98.5 MHz
30		102.5 MHz
31		107.7 MHz
32	Villa Almácigos, Prov. Santiago Rodríguez	89.9 MHz
33	Monción, Prov. Santiago Rodríguez	94.5 MHz
34	Mao, Prov. Valverde	96.9 MHz
35		88.1 MHz
36		93.3 MHz
37	San Pedro de Macorís	95.5 MHz
38		96.3 MHz
39	Vicente Noble, Prov. Barahona	94.3 MHz
40	Villa Altagracia, Prov. San Cristóbal	94.3 MHz
41	La Romana, prov. La Romana	93.9 MHz
42	Bávaro prov. La Altagracia	92.9 MHz
43	Boca Chica, Prov. Santo Domingo	94.3 MHz

Fuente: Reyes Gómez, comunicación personal 8 de noviembre del 2018.

Los representantes INDOTEL (2019) argumentan que el Consejo Directivo del organismo en el año 2000 emitió la norma que regula el procedimiento a seguir por los funcionarios en ocasión de clausuras de estaciones ilegales, que establece, entre otras cosas, que toda clausura provisional de estaciones radioeléctricas que involucra el espectro radioeléctrico deberá ser dispuesto por la Dirección Ejecutiva del órgano regulador. El protocolo existente se inicia a raíz de una denuncia efectuada por un tercero y/o por una comprobación de oficio realizada por el personal del órgano regulador. Posteriormente y una vez se detecta o comprueba una estación operando sin la autorización del INDOTEL, la Dirección Ejecutiva dispone mediante resolución las medidas precautorias de lugar (clausura, incautación) con miras a reestablecer la situación jurídica vulnerada. Sea como fuere, las estaciones ilegales denunciadas por ADORA no habían sido, en el momento de realización de esta investigación, intervenidas por el INDOTEL.

4.2.2.1 El contenido de las emisiones radiales

Respecto al contenido, el funcionamiento actual de las emisoras de radio en República Dominicana se rige, mayoritariamente, a partir de dos modalidades (o la mezcla de ambas), además del contenido propio: el acceso a tiempo de antena para los socios de la estación o el arrendamiento a la emisora de tiempo de antena por parte de periodistas o empresas productoras de contenido. Para el arrendamiento, las negociaciones varían en función de la valía o el talento de quien busca arrendar (qué tan conocido es, puede ser un plus para sacar ventajas al momento de querer obtener un lugar en la radio). Así lo explica Namnwm (2023):

Yo te puedo ofrecer el 50-50 o yo puedo a ofrecer el 60-40 porque si yo tengo que invertir en hacerte crecer más, yo salgo un poco más lesionada, y no es justo. Pero usualmente en el grupo de nosotros [RCC] solemos hacer ese tipo de contrato con personas del mismo

engranaje que nosotros, para sumarnos los dos al mismo tiempo y no ser yo el trampolín de otra persona, porque uno no tiene ya esa liquidez (Namnwm, comunicación personal, 14 de junio de 2023).

Al realizar el levantamiento de datos para esta investigación con el objetivo de determinar si los espacios dentro de la radio en República Dominicana tienen más contenido propio, son arrendados o tienen contrato de sociedad con el medio, Namnwm (2023) afirma que, a nivel general, es más común y rentable que los propietarios mantengan una programación propia que dé identidad a la emisora.

El problema es que cuando tú arriendas, te vas solamente por arrendamiento, la emisora ya pierde el perfil. Si tú la quieres posicionarla en algo, para crear una audiencia leal, cuando tú estás en asociado tú buscas programas que cada quien enganche con el otro, que la audiencia la herede el que viene. En el caso de nosotros [RCC], el arrendamiento lo solemos hacer durante el fin de semana y sí depuramos para que no se nos caiga nuestra programación porque los programas arrendados de fin de semana por publicidad es muy difícil que consigan comerciales. Son personas que usan esos programas como un plus de sus carreras, ¿entiendes? Tenemos abogados, arquitectos, *fitness*...; son gente que usa eso como una palanca para proporcionar su profesión, pero es muy difícil que por publicidad tú tengas anuncios los fines de semana. Lo que se suele hacer en el medio es bonificar los fines de semana, como un plus tú vendes de lunes a viernes, ‘te voy a dar tantas cuñas a tanto y te voy a regalar, te voy a bonificar X cantidad los fines de semana’. Cuando tú oyes los comerciales de los fines de semana, el 95% de todas las emisoras, eso es bonificado (M. Namnwm, comunicación personal, 14 de junio de 2023).

A continuación, se describen cuáles son las emisoras de índole político y luego musical que tienen un sitio especial con los radioescuchas.

Tabla 39 Principales emisoras de opinión de corte político en República Dominicana

Principales emisoras de opinión de corte político en República Dominicana					
Emisora	Programas	Dial	Horario	Año inicio	
La 91	Matutino de Teo Veras ¹⁸⁹ / Matutino de la 91 FM	91.3 FM	6:30-10:00 AM	1985	
La Z 101	El Gobierno de la mañana	101.3 FM	5:00-11:00 AM	1986	
Fidelity	El Matutino Alternativo	94.1 FM	7-10 am	1992	
ZOL	El Zol de la mañana	106.5 FM	5:00-11:00 AM	2012	
Rumba	El Rumbo de la mañana	98.5 FM		2020	
Alofoke ¹⁹⁰	Esto no es Radio	99.3 FM	7-9:30	2021	
Súper 7	Hoy Mismo ¹⁹¹ Súper 7	107.7 FM	5-11	2022	

Fuente: Ricardo Nieves, Domingo Páez. Elaboración propia

¹⁸⁹ Durante 32 años, estuvo el Matutino de Teo Verás, que inició en el año 1985, quien era además el director general de esta emisora, hasta su fallecimiento en el año 2018. A partir de ese momento se modifica este nombre y pasa a ser el Matutino de la 91, emisora por la que se transmite diariamente de 6:30 a 10 am.

¹⁹⁰ La emisora Sonido Suave se inició en 1987 y estuvo vigente por 34 años. En 2021, el empresario Santiago Matías y el cantante puertorriqueño Ozuna, adquirieron esta estación cambiándole el nombre por Alofoke FM.

¹⁹¹ Hoy Mismo es un programa de televisión que inició en el año 1982 con Milady del Cabral y Ellis Pérez, aunque hubo un periodo que este programa estuvo fuera del aire, alrededor de seis o siete años y que fue sustituido por el espacio “Revista 110” del doctor Julio Hazim. En el año 1998 El periodista César Medina asume el espacio y luego de su fallecimiento su hijo Óscar Medina sigue al frente de este proyecto televisivo, de opinión política (Arvelo, 2023).

Tabla 40. Principales emisoras de corte musical en República Dominicana

Principales emisoras de corte musical en República Dominicana			
Emisora	Dial	Tipo	Año de inicio
Escándalo	102.5 FM	Tropical	2009 ¹⁹²
Disco 106	106.1 FM	Romántica	1982
Caliente 104	104.1 FM	Salsa	1997
La Bakana ¹⁹³	105.7 Fm	Música Urbana	2013
Mortal	104.9 FM	Música Urbana	2004
KQ 94	94.5 FM	Música Urbana	1985
Cima 100	100.5 FM	Tropical	1978
Hits 92 ¹⁹⁴	92.1 FM	Tropical	1983
Estrella 90	90.5 FM	Baladas/pop	1996
Radio Disney	97.3 FM	Pop/ juvenil	2004

Fuente: Elaboración propia a partir de Lluberes (comunicación personal, 4 de julio de 2023).

4.2.2.2 Hibridación de la radio transmedia en las redes sociales

Otro elemento de transformación del sector en la última década son las redes sociales. A partir del año 2013, las emisoras tradicionales comenzaron a vincularse con algunos soportes digitales como las redes sociales. Inicialmente era Twitter, para dar un adelanto de programas, y luego llegaron las transmisiones a través de YouTube o Instagram. La radio se ha convertido, así, en un híbrido en el que los contenidos se ofrecen al tiempo en la emisión de AM-FM, en *streaming* a través de la *web* y aplicaciones, y con transmisión en vídeo en directo del estudio a través de redes sociales. El soporte audiovisual que tienen las emisoras les ha permitido realizar doble ganancia: por una parte, la publicidad a través de las plataformas digitales, como la monetización a través de YouTube por la reproducción del contenido. Los contenidos se trocean para que un mismo espacio tenga contenidos diferentes que puedan ser reproducidos de manera independiente y recibir visitas monetizadas por distintas vías. El resultado de este proceso de transmedialización es que parece imposible que un espacio radial no esté apoyado en un canal de YouTube, en Spotify con el programa completo para semejar un podcast, en Instagram para que, a través de los *reels*, estos enganchen a la audiencia y puedan migrar a YouTube para ver el contenido de bloques que se desarrollan dentro del programa.

El desarrollo que se venía teniendo en la radio digital en República Dominicana, organizada en la Asociación Dominicana de Emisoras Digitales (ADOEDI) por la inversión de sus equipos y la demanda de más personas buscando esta opción digital quedó bastante desquebrajada, luego de la pandemia del COVID-19. El presidente de esta asociación José Alberto Selmo, y propietario de la primera emisora digital del país, UnikRadio, describe como han sido afectados económicamente los empresarios que apostaban a establecer sus negocios en la radio digital, los retos que han tenido que seguir afrontando, los que siguen apostando por radio *online*.

¹⁹² La Primera Frecuencia donde estuvo era la 107.1 esa Emisora se llamaba Cadena Espacial. Luego le cambió el nombre y por Escándalo 10... una Programación Tropical. Años Después Escándalo se muda a la 102.5 que la frecuencia de la emisora La Dura. Desde entonces pasa a ser Escándalo 102.5.

¹⁹³ Desde el año 1993 se llamó Fiesta FM y en el 2013 su director Ramón (Mon) Lluberes le cambia el nombre por La Bakana,

¹⁹⁴ La emisora surge en el año 1983; sus propietarios Paulino Reyes y Glen Tryon la vendieron a Luis Cifres en 2013.

El tema de cómo incidió la pandemia... Aquí mucha gente que aprendió hacer *streaming* con condiciones especiales desde su casa, desde el carro, desde sus celulares, las aplicaciones, se modernizaron y se actualizaron... YouTube permitió otras alternativas de transmisión, y la gente se aferró de manera positiva a estas nuevas modalidades. Realmente la pandemia nos hizo daño a nivel comercial, financiero y económico. Muchos definitivamente quitaron su radio, en lo particular UNIK Radio (que fue la primera emisora digital) ya dejó de existir como un estudio físico, lo que conocías aquel edificio que tenía su segundo piso todas sus instalaciones, ya no está, ya no existe, sino que ahora somos una radio totalmente online (J. A. Selmo, comunicación personal, 4 de julio de 2023).

Para J. A. Selmo (2023), la migración de los usuarios de la radio digital post-pandemia es hacia el *podcasts* o video *podcast* porque las plataformas ahora son más atractivas que las emisoras digitales. En principio ofrecían el contenido en internet, pero los usuarios de este medio digital, luego de la pandemia, se reinventaron y vieron los *podcast* como una salida atractiva y luego la migración fue aumentando a partir de la demanda de los usuarios y la forma de monetizar a través de YouTube. Ya no resultaba interesante escuchar solo la voz de dos o tres personas conversando, sino que fue el público quien comenzó a demandar la posibilidad de ver la complicidad entre los protagonistas de este espacio.

Al no contar con una alta demanda de emisoras digitales, luego de la pandemia, la opción que comenzó a incrementarse fue el apostar por estudios donde poder grabar los *podcasts*. En este sentido, las diferencias se hicieron evidentes en términos de costos entre el pago del espacio radial en las emisoras *versus* los espacios de *podcast*.

Hay que tomar en cuenta que la radio tiene tres horarios de máxima audiencia o *prime-time*: entre las 7-10: a.m., las 12-3:00 p.m. y las 5-7 p.m. Estas son las horas más caras dentro de la programación de las diferentes emisoras, según nos explican los informantes que han sido entrevistados para este trabajo. Uno de los directores de una estación privada entrevistado (cuya identidad prefiere que no sea desvelada por razones empresariales) desglosó los diferentes precios:

- a. En FM, el coste de arrendamiento de una hora de emisión en *prime time* de lunes a viernes: RD\$130-150.000 pesos (unos 2.500 dólares estadounidenses). Fuera de *prime time*, el coste es de RD\$100-120.000. En fin de semana, el precio disminuye hasta los RD\$45-50,000 por hora.
- b. En AM, el coste de arrendamiento de una hora de emisión en *prime time* de lunes a viernes: RD\$20-25.000 pesos (unos 400 dólares estadounidenses). Fuera de *prime time*, el coste es de RD\$17-19,000 pesos. En fin de semana, el precio disminuye a los RD\$10,000 pesos.

En las emisoras estatales se entrevistó a su director, Jesús Nova:

- a. una hora diaria para las emisoras FM estatales en *prime time* tiene un coste de RD\$100-150.000 pesos, en AM, la hora es de RD\$25.000,
- b. una hora semanal en FM son unos RD\$60.000 pesos, mientras que la AM su costo es de RD\$20.000.

Uno de los retos que tenemos actualmente es que es casi inexistente la programación en AM, porque no hay demanda y son muy pocos los programas agendados que optan por esta banda (J. Nova, comunicación personal, 3 de agosto de 2023).

No es que haya tantas diferencias entre las emisoras privadas y las estatales a la hora de comercializar con el horario *prime time* en las emisoras de FM, pero pese a esto, las emisoras estatales no siempre son la primera opción.

4.2.2.3 El podcast como alternativa a la producción de contenido radiofónico

Muchas productoras de contenido radiofónico se inclinan ahora por producir *podcasts* para comercializarlos en las redes en lugar de producir programas para las estaciones de radio. Por el auge existente en la búsqueda de espacios que puedan ser asequibles para las grabaciones de los *podcasts*, la directora digital de la agencia publicitaria *Duv Agency*, Maybelle González, quien suele hacer cotizaciones para los clientes de esta empresa, que se acercan buscando espacios donde desarrollar sus proyectos, explica la diversidad de estudios y precios que actualmente se encuentran en el mercado.

Te puedo decir que hay lugares para grabar para todos los públicos, nos hemos diversificado buscando lo que más se acomoda a las expectativas y recursos de los clientes, te comparto algunos de los servicios y costo para la realización de podcast. Está el lugar “Óyete esto Podcasts” que el paquete de servicios tiene un costo de producción: USD\$1,000 por 4 episodios al mes. “El estudio”, Podcast Video los precios van 1 hora desde RD\$2,500 hasta cinco horas corridas que tiene un costo de RD\$12,500. La cabina RD\$2,500.” (M. González, comunicación personal, 2 de agosto de 2023)

El mundo del *podcast* dominicano apenas comienza a ser rentable. Según Jean Villanueva, quien es productor de radio y posee una alta cantidad de seguidores en su “Cuéntale al podcast”¹⁹⁵, el reto es cómo los creadores de contenido logran que se coloque publicidad en sus proyectos. Él y su compañera Irma García, se han auxiliado de Patreon para poder hacer frente a este proyecto que tiene dos años:

Nosotros tuvimos suerte desde el principio, porque teníamos anuncios por la relación con mi programa de radio, pero es ahora a partir de mayo 2023, que se comenzaron a pautar publicidad para podcast (J. Villanueva, comunicación personal, 3 de agosto de 2023).

Aunque se ha iniciado con la publicidad para los *podcast*, no es menos cierto que para las agencias publicitarias es más seguro los programas de radio, incluso si estos son digitales, frente a los *podcasts*, en la actualidad se espera ver cuáles son los que afianzarán. Tras la pandemia, cuando tantas personas utilizaron plataformas digitales para poder sentirse conectados con el mundo, se ha dado el salto de un directo de Instagram a programas de televisión o incluso a podcast, y parece que el sector necesita esperar para saber si definitivamente se quedan luego de la euforia salida de la pandemia.

Uno de los atractivos del *podcast* es que el coste de producción es similar al de una emisión de una hora en AM, pero el producto final se puede utilizar en todas las plataformas digitales. El reto es poder mantener estos espacios, debido a que las relaciones primarias dentro de las instituciones estatales tienen mucho peso a la hora de colocar pautas publicitarias y la confianza está puesta a la hora de la colocación en las emisoras tradicionales, las emisoras digitales y luego los podcasts.

¹⁹⁵ <https://www.patreon.com/cuentalealpodcast>

4.2.3 Estructura del sector radiofónico dominicano en la actualidad

El análisis de la estructura del sistema radiofónico actual en la República Dominicana parte de una diferenciación básica: la de las estaciones vinculadas al estado y sus instituciones y las emisoras privadas, todas ellas prestando “servicio de radiodifusión terrestre”, como lo denomina la Ley 153-98 de Telecomunicaciones, que las considera parte de los “servicios de difusión”.

Según la ley, las estaciones requieren del otorgamiento de una licencia para el uso del espacio público radioeléctrico (“un bien del dominio público, natural, escaso e inalienable, que forma parte del patrimonio del Estado”), y de una concesión para la prestación del servicio a terceros, de 5 a 20 años de duración y renovables a petición del interesado. El Reglamento de Frecuencia Modulada fija en 40.000 el número mínimo de habitantes de una localidad para que se pueda autorizar una estación de radiodifusión (art. 10). Estas concesiones y licencias solo pueden recaer en personas jurídicas, cuyos administradores deben “ser nacional dominicano o extranjero naturalizado para mantener el control social de la gestión de la empresa concesionaria”. La Ley indica que las organizaciones estatales, religiosas o sin ánimo de lucro pueden solicitar emisoras directamente al INDOTEL (art. 9.2 del Reglamento de FM), mientras que las empresas con ánimo de lucro deben acudir a los concursos públicos convocados por el INDOTEL.

En el año 2003, el INDOTEL comienza un proceso de reordenamiento de la banda de frecuencia modulada, con el fin de “eliminar las graves irregularidades reinantes en el espectro radioeléctrico de la República Dominicana, garantizando así su correcta gestión, administración y control”¹⁹⁶. El resultado ha sido el agrupamiento de numerosas frecuencias que transmiten el mismo producto radiofónico en todo el país. Por ejemplo, las radios de Telemicro pueden sintonizarse en distintos lugares del país siempre en el 96.3 (La Kalle) o en el 88.1 (Primera FM). El espectro, pese a ello, parece estar bastante saturado. En 2016, varios estudios técnicos del INDOTEL llevaron al organismo a congelar la adjudicación de frecuencias de radiodifusión sonora en 2018 (Resolución 056-18), una suspensión que fue extendida hasta el final del año 2022¹⁹⁷.

Como hemos mencionado anteriormente, los datos del censo actual (2023) de estaciones de INDOTEL muestran un total de 384 estaciones, 238 emitiendo en FM y 146 en AM. A continuación, se examinan quiénes son los principales actores dentro del sistema radiofónico dominicano, dividiéndolos para su análisis entre las estaciones públicas y estatales, las redes radiales de propiedad privada y las emisoras religiosas.

4.2.3.1 Las estaciones públicas y del Estado

4.2.3.1.1 Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)

El principal operador público de la radio dominicana es la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV). Como se ha mencionado en párrafos anteriores, el operador

¹⁹⁶ Resolución 043-03, de 2003. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res043-03.pdf>. Se dio continuidad en resolución 044-03, resolución 059-06, resolución 122-06.

¹⁹⁷ Resolución No. 044-19, Resolución No. 054-2020, Resolución No. 087-21, Resolución No. 136-2021, Resolución No. 041-2022, Resolución No. 065-2022, Resolución No. 090-2022

público comenzó con la “La voz del Yuna” (1942) que, en 1952, se amplió para incluir un sistema de televisión, siendo inaugurada como “Palacio Radio-Televisor La Voz Dominicana”, convirtiendo a la República Dominicana en el tercer país de América Latina en tener televisión.

La Voz del Yuna HI1, inicia sus emisiones en 1943 y fue fundada en la ciudad de Bonao (Provincia Monseñor Nouel) por el coronel José Arismendy Trujillo Molina (Petán). Ya en el año 1947 se adquirieron nuevos equipos de radio: torre antena de 300 pies y un transmisor de 10 Kilovatios. El 29 de marzo de 1947 se inició la construcción del Palacio Radio Televisor que actualmente ocupa, y el 1 de enero de 1949 se le cambió el nombre por el de “La Voz Dominicana”, luego pasó a ser Radio Santo Domingo. (CERTV, s. f.-a, párr. 3)

Esta empresa, controlada inicialmente por la familia Trujillo, fue confiscada en 1962 tras la muerte de Rafael Leónidas Trujillo. Posteriormente, en 1963, la emisora fue renombrada como “Radio Santo Domingo Televisión” y en 1965, durante el gobierno provisional de Héctor García Godoy, pasó a llamarse “Radio Televisión Dominicana (RTVD)”.

La actual CERTV nace con la norma que regula al operador público, la Ley 134-03, aprobada durante la presidencia de Hipólito Mejía. El más reciente Manual de Organización y Funciones de la CERTV¹⁹⁸, de 2021, fija la responsabilidad sobre la radio pública en una Dirección de Radio directamente dependiente de la Dirección General, que es responsable de la operación y la producción de contenido para las diferentes emisoras bajo su control. Esta dirección supervisa la planificación y ejecución de la programación, asegurando que los contenidos sean adecuados y alineados con los objetivos de CERTV. Dentro de la Dirección de Radio, hay varios departamentos y secciones que gestionan aspectos clave como la producción de programas, la programación diaria, y la grabación de audio.

La CERTV tiene solo 3 estaciones radiales, lo que implica una participación directa del Estado en el espectro radiofónico nacional es muy reducida:

- En ondas medias, Radio Santo Domingo 620 AM, la estación histórica que comenzó emisiones en 1942.
- Dominicana FM, con dos frecuencias asignadas: 98.9 FM para Santo Domingo y 99.9 para las regiones este y sur del país.
- Quisqueya FM, en la frecuencia 96.1 FM.

Tabla 41. Emisoras del Grupo Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Dominicana FM 98.9
	Radio Santo Domingo 620 AM
	Quisqueya FM 96.1
Regiones este y sur	Dominicana FM 99.9

Fuente: CERTV (s. f.-b).

¹⁹⁸ Manual de Organización y Funciones de la CERTV. Disponible en: <https://www.sismap.gob.do/Central/uploads/evidencias/637804279752216212-Res.-y-MOF-CERTV-2022.pdf>

4.2.3.1.2 Radio Educativa Dominicana (RED)

El Ministerio de Educación mantiene una red de estaciones con el indicativo Radio Educativa Dominicana (RED), con dos frecuencias de FM (93.5 para Santo Domingo, Sur y el Este y 106.5 en la zona norte) y una de onda media (1650 MHz). La radio se puso en marcha en los años ochenta¹⁹⁹ como Radio Educativa Comunitaria (RADECO) y se transformó en la actual RED en 1994. A ella se le unió la Televisión Educativa en 2000 mediante la orden departamental 6-98 y el decreto 396-00 que incorporó el Departamento de Televisión Educativa y el Departamento de Radio Educativa Dominicana a la Dirección General de Medios Educativos de la Secretaría de Estado de Educación²⁰⁰. En 2007, la orden departamental 11-2007 instituyó y puso en marcha el programa de los Centros de Televisión Educativa (TEVECENROS) como entidades oficiales para el 7º y 8º grado en todo el territorio nacional, con el objetivo de expandir la cobertura educativa en comunidades remotas, de difícil acceso y con baja densidad poblacional. En 2016, a través de la orden departamental 14-2016 se fusionaron las direcciones de Televisión Educativa y Radio Educativa Dominicana para formar la Dirección de Radio y Televisión Educativa que integra la Radio Educativa y el Canal de Televisión Educativa, Cultural y Científica. Finalmente, en 2017 se asignaron varias frecuencias para la operación de servicios privados de radiocomunicaciones de la Televisión Educativa, dentro del programa República Digital, mediante la resolución 075-17 del INDOTEL²⁰¹.

4.2.3.1.3 La Voz de las Fuerzas Armadas

El otro relevante medio de comunicación que forma parte del Estado es la cadena radial La voz de Las Fuerzas Armadas, con 4 señales de onda media y 2 de FM, cubriendo todo el territorio del país. La Voz de las Fuerzas Armadas de la República Dominicana inició sus transmisiones en febrero de 1970 desde la antigua residencia del dictador Rafael Leónidas Trujillo en Santo Domingo, y fue oficialmente nombrada “Radioemisora Cultural La Voz de las Fuerzas Armadas” en mayo del mismo año. En sus primeros años, transmitía en 107.1 FM, 980 AM y 1380 en onda corta, lo que le permitía llegar a diversas regiones internacionales. Desde los años ochenta, su programación combina emisiones culturales, música popular, y música instrumental²⁰². En la actualidad, a raíz del decreto 676-01²⁰³, la cadena está gestionada por la Dirección General de la Radioemisora Cultural La Voz de las Fuerzas Armadas, dependencia directa de la Secretaría de Estado de las Fuerzas Armadas.

¹⁹⁹ Véase la evolución de Radio Educativa Dominicana en: <https://opac.pucmm.edu.do/virtuales/bvds/educacionrad.htm> Consultada el 24 de junio de 2022.

²⁰⁰ <https://www.ministeriodeeducacion.gob.do/sobre-nosotros/areas-institucionales/radio-television-educativa/sobre-nosotros>

²⁰¹ Resolución 075-17, de 2017. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-075-17-ministerio-educacion.pdf>

²⁰² Véase la cronología histórica en: <https://www.hifa.mil.do/index.php/sobre-nosotros/historia> Consultado el 12 de marzo de 2023.

²⁰³ Decreto 676-01, de 2001. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337787&managementType=1>

Tabla 42. Emisoras radiales de organismos del Estado dominicano

Indicativo	Organismo	Fr	Cobertura
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	FM 102,7	Alto Bandera
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	FM 106,9	Santo Domingo
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	AM 970	Santo Domingo
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	AM 1350	Moca
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	AM 1370	Elias Piña
La voz de Las Fuerzas Armadas	Ministerio de Defensa	AM 1630	Moca
Radio Educativa Dominicana	Ministerio de Educación (MINERD)	FM 95,3	Sur y Este
Radio Educativa Dominicana	Ministerio de Educación (MINERD)	FM 106,5	Santiago (área Metropolitana)
Radio Educativa Dominicana	Ministerio de Educación (MINERD)	AM 1650	Santiago

Fuente: Elaboración propia sobre datos de INDOTEL.

4.2.3.1.4 Grupo de Emisoras Comunitarias de la Vicepresidencia (Radio CTC)

Un caso particular de la República Dominicana son las “radios comunitarias”, creadas y dirigidas por el Estado y que forman parte de los centros tecnológicos comunitarios (CTC). Estos medios de comunicación estuvieron vinculados, inicialmente, a la “primera dama” del país y hoy se encuentran gestionados desde el Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales. El Decreto 741-00²⁰⁴ del año 2000 quiso dotar de una dimensión más compleja la labor de la primera dama creando “el Despacho de la Primera Dama como instancia Técnico-Administrativa en el ámbito de la Presidencia de la Republica [...] fungiendo de entidad de enlace con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en materia de bienestar social y atenderá directamente áreas temáticas de alto impacto que complementen la política social del Gobierno” (art. 1 y 2). Aunque la institución se creó durante la presidencia de Hipólito Mejía, cuando era primera dama Rosa Gómez de Mejía, es en 2005, durante el segundo mandato de Leonel Fernández (siendo primera dama su esposa, Margarita Cedeño), cuando asume “un ambicioso programa dirigido a reducir la brecha digital, promover la lectura, apoyar la investigación aplicada y diseminar instrumental tecnológico para ampliar el acceso a la información y al conocimiento aun desde los más apartados rincones del país” (Torres, 2011: 43). En 2004, el Decreto 1538-04²⁰⁵ transfirió al Despacho de la Primera Dama la dirección y administración de los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), creados en 2000 bajo el nombre de “Pequeñas Comunidades Inteligentes” (o LINCOS, por sus siglas en inglés). Como parte de las actividades de estos centros, se crean estaciones radiofónicas, que han sido a veces criticadas por servir como herramientas políticas. En el Libro Blanco del Periodismo Dominicano, publicado en el año 2011, había 54 emisoras de los CTC, las llamadas Radio CTC. Al acceder Margarita Cedeño a la vicepresidencia del país en los dos mandatos del presidente Danilo Medina, entre 2012 y 2020, los CTC pasaron a

²⁰⁴ Decreto 741-00, de 2000. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337085&managementType=1>

²⁰⁵ Decreto 1538-04, de 2004. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3339040&managementType=1>

depender de la vicepresidencia²⁰⁶, hasta que en 2022 el gobierno de Abinader los reasignó al Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales²⁰⁷.

El encargado de las emisoras de los CTC, el ingeniero Lenin Cepeda (2023), facilitó a esta investigación la situación de las estaciones radiales de los CTC: son 96 las emisoras distribuidas en las diversas provincias del país (en 28 provincias de las 32), aunque en la Tabla 43, se señalan con un asterisco las emisoras que actualmente están apagadas, por lo que las se encuentran activas en este momento son 77 en las diferentes comunidades de las provincias. Estas frecuencias no figuran en el censo de operadores aportado por el INDOTEL, así que no están incorporadas en las tablas de datos generales de esta investigación, aunque se ofrece a continuación un listado de los centros que disponen de estación radial.

Tabla 43. Grupo de Emisoras Comunitarias (CTC)

Provincia	Comunidad	Provincia	Comunidad
San Pedro de Macorís	Ramón Santana	María Trinidad Sánchez	El Factor *
Puerto Plata	Imbert	Duarte	Castillo
Hermanas Mirabal	Salcedo*	La Romana	Guaimate*
Samaná	Limón	Peravia	Sombrero
La Vega	Tireo, Constanza	San José de Ocoa	Rancho Arriba
Valverde Mao	Esperanza*	Pedernales	Oviedo FM
	La caya		Pedernales FM
	Pepillo Salcedo		Villa Central*
Monte Cristi	Castañuela*	Barahona	Polo FM
	El Copey		La Ciénaga
	La Piña*		El Cedro*
Santiago Rodríguez	Los almácigos	El Seibo	Miches
	Monción		El Seibo
	El Estero		Pedro Sánchez
Bahoruco	Galván		Nigua FM
	Villa Jaragua		La Pared de Haina
	Tamayo		Favidrio*
	Partido FM	San Cristóbal	Villa Altagracia
Dajabón	Manuel Bueno		
	Río Limpio		
	Restauración		
	Cayetano Germosén		Boca Chica
Españillat	Gaspar Hernández		Los Alcarizos
	Jamao al norte*	Santo Domingo	La Victoria
	Juncalito		Pedro Brand
	Hato de Yaque		Villa Mella
	Baitoa		Guerra
Santiago	Guayabal		Padre las Casas
	Navarrete		Pueblo Viejo
	Sabana iglesia		Guayabal Azua
	Licey al Medio*	Azua	Las Yayas*
	Guayabal		Peralta
	Independencia		Villarpando
Independencia	Jimaní		Sabana Yegua
	Cristóbal		Bánica
	Duvergé	Elías Piña	Comendador
	La Descubierta		

²⁰⁶ Decreto 489-12, de 2012. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3368346&managementType=1>

²⁰⁷ Decreto 68-22, de 2022. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3399222&managementType=1>

Provincia	Comunidad	Provincia	Comunidad
Monte Plata	Peralvillo	Hato Mayor	El Llano
	Bayaguana*		Hondo Valle
	Gonzalo*		Juan Santiago
	Los Botados*		Pedro Santana
	Sabana Grande de Boyá*		El Valle
San Juan	Yamasá		Guayabo Dulce
	Arroyo Cano		Hato Mayor
	Bohechio FM		Mata Palacio
	El Cercado		Sabana de la Mar
	Juan de Herrera		Yerba Buena
	Pedro Corto*		
	Carrera de Yegua*		
	Punta Caña*		
	Mata Yaya		
	Sabana Alta		
	Vallejuelo		

Se han marcado con un asterisco (*) las estaciones inactivas al momento de realización de esta investigación. Fuente: Báez (2011) y Cepeda (comunicación personal, 26 de julio de 2023)

4.2.3.2 Las redes radiales privadas

En el sector privado-comercial de la radiodifusión destacan dos grupos empresariales por el número de emisoras que administran. Por una parte, Radio Cadena Comercial (RCC Media), propiedad de Antonio Espaillat y, por otra, Telemicro, de Juan Ramón Gómez Díaz, controlan la mayoría de las emisoras del espectro (Pérez, 2023a). Estos dos grandes grupos comparten el control de la radio con otros de mediano tamaño, como Grupo Medrano y Empresas Radiofónicas, y con varios grupos más pequeños, que cuentan con menos de diez emisoras, tales como el Grupo López, la Corporación RTN, Circuito HIBI Radio, entre otros. Junto a estos emporios, convive una multiplicidad de proyectos de menor envergadura, mostrando una alta fragmentación y dispersión.

Resulta llamativo que los grupos que más radios gestionan no son los mismos que dominan el sistema de medios en general: “el grupo de medios estatal y los dos más grandes grupos de comunicación privados (con televisoras y periódicos de circulación nacional) totalizan 13 estaciones de Frecuencia Modulada (FM) y cuatro de AM, sumando 17” (Pérez, 2023b). A continuación, se describen los principales operadores del sistema radiofónico dominicano, ordenados en función de la concentración de concesiones y licencias que operan en la actualidad (2023).

4.2.3.2.1 Grupo Radio Cadena Comercial (RCC Media)

El empresario radial Antonio Espaillat es el presidente del Grupo Radio Cadena Comercial (RCC). Ha construido uno de los grupos radiales más importantes, con una extensa red de emisoras, la de mayor número de estaciones del país: “este emporio representa la mayor cartelera de contenido y variedad de estaciones en todo el territorio

nacional” (Pérez, 2003b). Posee, actualmente, 47 emisoras (Tabla 44) de la cuales 46 son FM y *Radio Popular* en los 950 AM²⁰⁸.

Tabla 44 Grupo Radio Cadena Comercial

Provincias	Emisoras
Santo Domingo	Los 40 (88.5FM)
	Sentido (89.3FM)
	La 91 FM (91.3 FM)
	Radio Disney 97.3FM
	Rumba (98.5 FM)
	Escándalo 102.5FM
	103.3FM
	Caliente (104.1 FM)
	La Bakana (105.7FM)
	Zol (106.5 FM)
	Radio Popular 950 AM
	Radio Disney 89.3FM
Santiago	Flow 90.1 FM
	La 91 FM (91.3FM) - REPETIDOR
	Zol 92.1 FM - REPETIDOR
	Concierto 93.1 FM
	Mix 97.1 FM
	Premium 101.1FM
	La Bakana 105.9 FM
	Zol 92.1FM - REPETIDOR
Puerto Plata	La 91 FM (91.3FM) - REPETIDOR
	Perla 106.3 FM
San Francisco de Macorís	Zol 92.1FM - REPETIDOR
	La 91 FM (91.1FM) - REPETIDOR
	Bloke 106.7 FM
Samaná	Zol 88.5 FM
Baní	La 91 FM (91.3FM) - REPETIDOR
	Zol 106.5 FM - REPETIDOR
Azua	La Bakana 97.1 FM
Barahona	Maravillosa 89.7FM
	LA 91 FM (91.3FM) - REPETIDOR
	Zol 94.7FM - REPETIDOR
	Suspiro 102.5 FM
San Juan de la Maguana	La Bakana 103.3FM
	Manantial 89.5 FM
	Flow 93.5 FM
Elías Piña	Zol 94.5 FM - REPETIDOR
	Caliente 96.9 FM
La Romana	La 91 FM (91.1FM) - REPETIDOR
	Zol 94.7 FM - - REPETIDOR
	Los 40 (96.7FM)
	Guía 97.9 FM
El Seibo	Los 40 (96.7FM)
Higüey	Zol 106.5 FM - REPETIDOR
Verón, Bávaro	La 91FM (91.3FM) - REPETIDOR
	Los 40 (96.7FM)
	Zol 106.5 FM - REPETIDOR

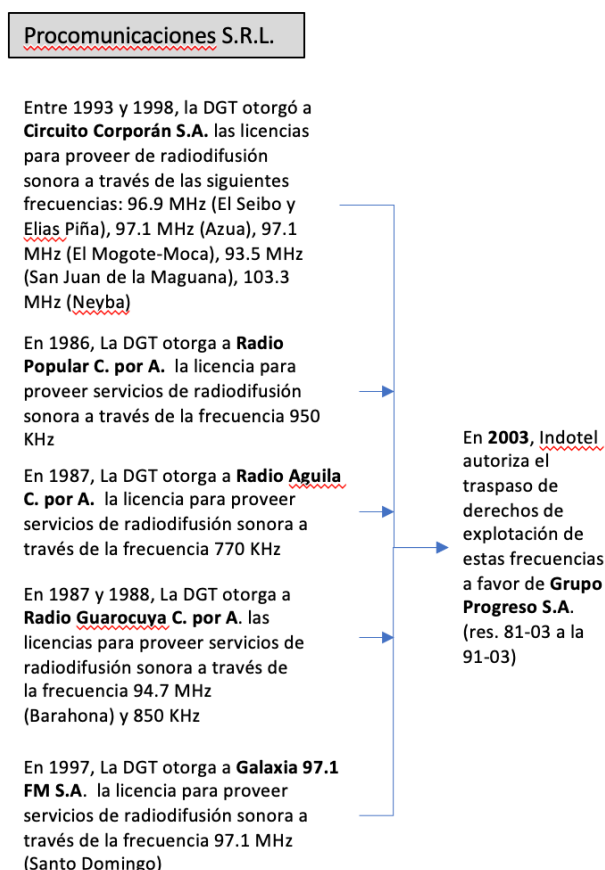
Fuente: Elaboración propia a partir de Olmos (comunicación personal, 31 de julio de 2023).

²⁰⁸ El noticiario “Radio Popular” cerró por decisión de la empresa en el mes de febrero del año 2024, luego de 49 años ininterrumpidos desde que iniciara en 1975. La emisora dejó de operar en el mes de abril de ese año, con posterioridad al cierre de esta investigación.

El Grupo RCC Media ha ido expandiéndose de forma continuada. Lo hizo adquiriendo frecuencias que pertenecieron inicialmente a José Brea Peña (Radio Cadena Comercial) y sumando otras estaciones de radio propiedad del grupo del Banco Progreso (Ilustración 16) y del grupo Radio Cadena Hispanoamericana (Ilustración 17), entre otras (Pérez, 2003b).

Al fallecer Brea Peña en 1977, las emisoras de la cadena Radio Comercial fueron regentadas por sus hijos hasta el 23 de octubre de 1992 -las negociaciones fueron en febrero de 1997 cuando se produjo el anuncio sobre la venta de este grupo de estaciones pertenecientes al empresario venezolano Fernando Istúriz a Antonio Espaillat López [...] En el año 2002, la Radio Cadena Comercial comprendía las emisoras: 1,010 KHz Radio Comercial, Santo Domingo; 1,260 KHz Recuerdos Comercial, Santo Domingo; 1,540 KHz La Bachatera, Santo Domingo; 92.1 MHz Sueños 92.1, Santo Domingo; 106.5 MHz ZOL FM, Santo Domingo; 930 KHz Ondas del Vague, Santiago; 1,010 KHz Repetidor de Radio Comercial, en San Juan de la Maguana; 1,350 KHz Radio Rutas Comercial, en La Romana; 94.7 MHz KGM Comercial, en La Romana (Veras, 2009: 593).

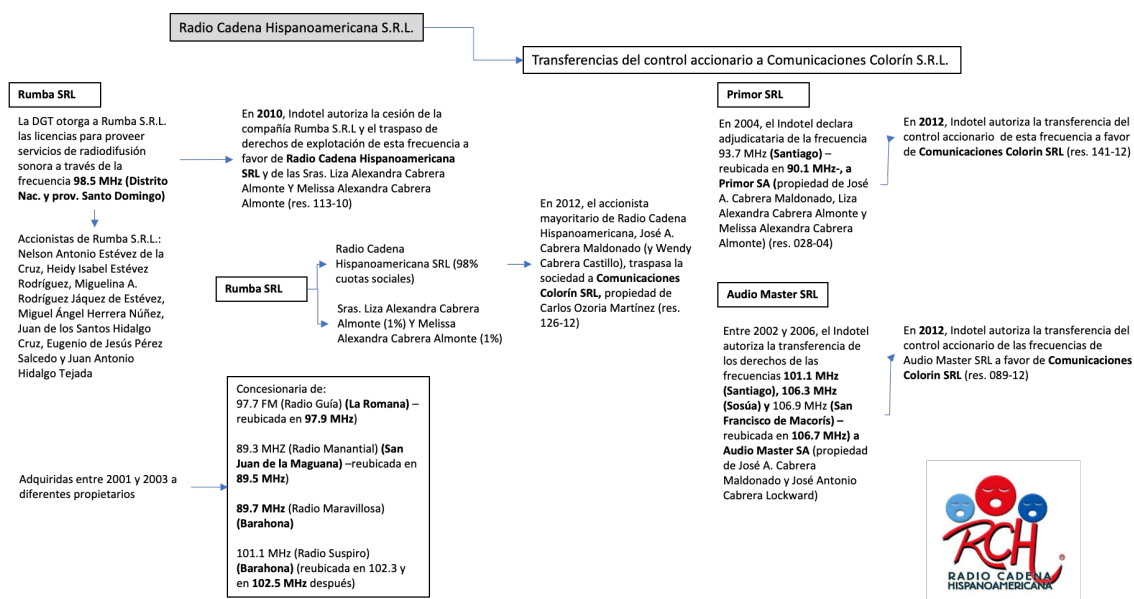
Ilustración 16. Procesos registrados en INDOTEL sobre frecuencias traspasadas al Grupo Progreso S.A.



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

En 2018 dio otro paso en la conformación del grupo de medios, pasando a administrar un canal de televisión y las emisoras de Radio Cadena Hispanoamericana: “el Grupo de Comunicaciones Radio Cadena Comercial (RCC) asumió la administración, operación y producción de la televisora Telefuturo Dominicana, canal 23, con sede en Santo Domingo, y Radio Cadena Hispanoamericana” (Diario Libre, 2018, párr. 1).

Ilustración 17. Procesos registrados en INDOTEL sobre emisoras vinculadas a Radio Cadena Hispanoamericana



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

En el año 2022 siguió expandiéndose mediante la adquisición de dos emisoras pertenecientes a Teleradio América que fueron rebautizadas, en el caso de *Neón*, con el nombre actual de *Sentidos 89.3 FM*, y en el caso de *Estudio Rock*, que estaba en la frecuencia 88.5, *Los 40* (franquicia del Grupo Prisa)²⁰⁹. En 2005 adquirió la franquicia *Radio Disney*.

Este medio tiene una incidencia central en audiencia radial, porque varias de sus emisoras están en los *rankings* de las más escuchadas en la actualidad, tanto las de opinión política (de las siete emisoras más destacadas en este rubro, el Grupo RCC tiene tres: *Zol 106.5 FM*; *la 91*, 91.3 FM y *Rumba 98.5 FM*) como las musicales (destacan *Escándalo*, de corte tropical y variado, merengue, bachata, salsa²¹⁰; *Caliente 104*, cuya programación es mayoritariamente de salsa; *La Bakana*, de música urbana²¹¹ y *Radio Disney*, la franquicia de música juvenil pop dirigida al *target* de los adolescentes adultos).

²⁰⁹ Desde el año 2012, Prisa Radio ya contaba con una alianza con RCC para los “40 Principales”. Transmitió en la frecuencia 103.3. Desde el año 2022 pasó a la frecuencia 88.5.

²¹⁰ En las mañanas de esta emisora se escucha el programa “El cafecito de Cachará” que arribó a sus veinte aniversarios.

²¹¹ La Bakana transmite el programa matutino “El Mañanero”.

4.2.3.2.2 Grupo de Medios Telemicro

El Grupo de Medios Telemicro es, junto con RCC, el otro gran actor del sector radiofónico dominicano. El presidente de RCC Media es el empresario Juan Ramón Gómez Díaz, propietario, además, de otras importantes empresas mediáticas del país. En el sector de la radio cuenta con sustanciales inversiones que, actualmente y según la información disponible en su portal *web*, se agrupan en torno a 78 emisoras en todo el país.

Tabla 45 Grupo Telemicro

Provincia	Emisora	Provincia	Emisora
La Altagracia	Primera Higüey	Samaná	Primera FM
	La Kalle Higüey		La Kalle FM
	Primera Bávaro		Primera Las Terrenas
	La Kalle Bávaro		La Kalle Las Galeras
El Seibo	Primera El Seibo	Duarte	La Kalle Las Terrenas
	La Kalle El Seibo		La Kalle San Fco. M.
	Primera El Seibo		La Kalle Villa Riva
	La Kalle El Seibo		Primera Nagua
La Romana	Primera La Romana	María Trinidad Sánchez	La Kalle Nagua
	La Kalle La Romana		Primera Cabrera
San Pedro de Macorís	Primera S.P.Macorís	Sánchez Ramírez	La Kalle Cabrera
	La Kalle S.P.Macorís		La kalle Cotuí
Hato Mayor	Primera 88.1	Monseñor Mouel	La kalle Bonao
	La Kalle 107.7		La Kalle Salcedo
Monte Plata	La Kalle Monte Plata	Puerto Plata	La Kalle Puerto Plata
	La Kalle Yamasá		Original 107.9 FM
	La Kalle S.G.B		Ke Buena 105.5 FM
Santo Domingo	Independencia 93.3	Santiago	Primera 88.1 FM
	Primera 88.1 fm		Mortal 104.9 FM
	Mortal 104.9 fm		La Kalle 107.7 FM
	La Kalle 107.7 fm		La Kalle Sajoma
Distrito Nacional	Independencia 93.3 fm	Valverde, Mao	La Kalle Mao
	Primera 88.1 FM		La Kalle Monte Cristi
	Mortal 104.9 FM	Monte Cristi	La Kalle Villa Vásquez
	La Kalle 107.7 FM		La Kalle Dajabón
San Cristóbal	La Kalle San Cristóbal	Dajabón	La Kalle Loma de Cabrera
	La Kalle Villa Altagracia		Primera San Juan de la Maguana (S.J.M)
Santiago Rodríguez	La Kalle Santiago Rodr.	San Juan	La Kalle S.J. M
	La Kalle Monción		Ke Buena S.J.M
Elías Piña	La Kalle 107.7 FM		Original S.J.M
Independencia	La Kalle Jimaní		Primera Las Matas de Farfán
Barahona	Primera Barahona	Azua	La Kalle Las Matas de Farfán
	La Kalle Barahona		Primera Azua
La Vega	La Kalle La Vega		La Kalle Azua
	Primera Constanza		Original Baní
	La Kalle Constanza		Primera Baní
	La Kalle Jarabacoa		La Kalle Baní
Pedernales	Primera Pedernales	Peravia	
	La Kalle Pedernales		

Nota: Solo dos provincias no cuentan con emisoras de este grupo (Bahoruco y Espailat). Fuente: Elaboración propia a partir de <https://emisorastelemicro.com/>.

La mayoría de estas emisoras operan bajo la concesionaria Corporación de Televisión y Microondas Rafa, C. por A., en las frecuencias 88.1 MHz y 96.3 MHz, que fueron otorgadas a esta empresa con el derecho para operar en todo el territorio nacional la

primera²¹² y en todo el territorio nacional, exceptuando la ciudad de Santo Domingo, la segunda.

En la frecuencia 88.1, Primera FM cuenta con una estación en las 32 demarcaciones geográficas de RD, con el concepto central de música romántica, pero cada estación tiene su propia programación de baladas y staff de locutores. Tienen en común, la voz en off de Isaac Rosario. Mientras que La Kalle 96.3 (música urbana), existe una emisora en las 31 una provincia del interior, mientras en la capital cuenta con La Kalle 107.3 FM (Pérez, 2023a).

Las principales marcas comerciales con las que transmite son cuatro: *La Kalle* 96.3 FM; *Primera* 88.1 FM, de música romántica; *Independencia* FM, dedicada a la música tropical y *Mortal* FM. A estas se le suman *Ke Buena* y *Original*, que cuentan con una cobertura menor dentro del territorio dominicano. *Original* emite, habitualmente, en la frecuencia asignada a Radio Cadena Espacial, S.A., cuya licencia estuvo en manos de Baninter y fue vendida, tras su quiebra, al Grupo Telemicro²¹³.

El presidente del Grupo Telemicro, Juan Ramón Gómez Díaz, adquirió Telecentro (canal 13) y una emisora de la lista de los bienes incautados del Baninter, por un monto de 408 millones de pesos (Bueno, 2016).

4.2.3.2.3 Grupo Medrano

El fundador y presidente de este grupo fue el ingeniero Juan Heriberto Medrano (hasta su fallecimiento en el año 2007); actualmente ese cargo está ocupado por Rosa Olga Medrano. Este grupo está compuesto por 9 emisoras de FM y 7 de AM (Tabla 46)²¹⁴ que progresivamente fueron puestas en marcha por Medrano. La primera de ellas fue Radio La Vega, en 1971; las últimas, *Tropicalísima* y *Tropicana*, en 2008.

Tabla 46 Grupo Medrano

Provincia	Emisoras	Año de creación
La Vega	Súper K FM	1984
	Canal 105 FM	1985
	Radio Olímpica 970 AM	1989
	Radio La Vega 870 AM	1971
Santiago	Radio Hispaniola 1050 AM	1988
	Radio Norte 720 AM	1986
	Radio Hit 1270 AM	1993
	Turbo 98 FM	1993

²¹² En la resolución 043-04, de 2004, mediante la cual el INDOTEL "Ratifica los derechos de la sociedad Corporación de Televisión Y Microondas Rafa, C. Por A. (Telemicro) para operar la frecuencia 88.1 MHz a nivel nacional", se señala "Que en fecha veinticinco (25) de agosto de 1995 el señor Juan Ramón Gómez Díaz solicitó al entonces Presidente Constitucional de la República, Dr. Joaquín Balaguer, la asignación de la frecuencia 88.1 MHz a nivel nacional, en vista de su afiliación con los canales de Univisión de Estados Unidos y de Venevisión en Venezuela, que eran las estaciones de mayor cobertura en el territorio Americano, Latinoamericano y El Caribe, y a los fines de transmitir programas noticiosos y culturales para el esparcimiento del pueblo dominicano". Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion-no-043-04.pdf>

²¹³ El 19 de mayo de 2016, en el diario El Caribe, el periodista José Nova afirmaba: "El pasado viernes, Gómez Díaz cerró el contrato que le traspasa las frecuencias del canal 13 (*Telecentro*) y de la emisora *Radio Cadena Espacial*". <https://www.elcaribe.com.do/sin-categoria/gomez-diaz-pago-408-por-telecentro-emisora/> Consultado el 13 de abril de 2022.

²¹⁴ Fue propietario, también, de la emisora *Super Q*, en Santo Domingo, que vendió en 1994 al merengero Jossie Esteban y de *Galaxia* FM, que posteriormente pasó a manos de Rafael Corporán de los Santos. Véase: <https://grupomedrano.com.do/nosotros/> Consultado el 7 de febrero de 2022.

	Suave 107 FM	1989
	Ritmo 96 FM	1997
Santo Domingo	Estrella 90 FM	1996
	Radio Cristal 570 AM	1996
	Radio Metro 1120 AM	1993
	Tropicalísima 104 FM	2008
Jarabacoa	Tropicana 106 FM	2008
Monte Cristi	Trébol 99 FM	2004
Nagua		

Fuente: Elaboración propia a partir de Grupo Medrano (s. f.).

La fortaleza del Grupo Medrano se encuentra en la parte norte del país, y aunque tiene emisoras en Santo Domingo, apenas son cuatro de las dieciséis que posee. Entre ellas se encuentra *Estrella 90*, una de las principales en el *ranking* musical con un contenido de baladas/pop.

A pesar de que el grupo se encuentra claramente enfocado en el sector de la radiodifusión sonora, este empresario también realizó inversiones en la televisión, primero local y después regional, poniendo al aire, en 1999, el Canal 10 Microvisión y, en 2005, la compañía de cable, Telecable Central (para el Cibao Central).

4.2.3.2.4 Empresas Radiofónicas / Radioemisoras Unidas

Esta empresa ha centrado su actividad en el desarrollo de estaciones de radio en la región sur de la República Dominicana, iniciando sus operaciones en 1959, bajo la dirección y propiedad de Rodolfo Lama. Actualmente, su hijo Roberto Lama está al frente del grupo.

El grupo empresarial radial cuenta con un total de 20 emisoras, de las cuales 9 operan en frecuencia modulada (FM) y 9 en amplitud modulada (AM), además de dos estaciones digitales ubicadas en Santo Domingo. Las empresas concesionarias de las licencias son “Radioemisoras Unidas SRL” y “Fundación Rodolfo Lama, Inc.”. Asimismo, la empresa gestiona un canal de televisión local, *TV Canal Sur*, con sede en la provincia de Barahona, el cual ofrece cobertura regional. El grupo también está relacionado con empresas en otros sectores de la economía dominicana, pero la influencia en el ámbito de la comunicación la ha consolidado, especialmente, en el sur del país.

Tabla 47 Grupo Empresas Radiofónicas / Radioemisoras Unidas

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Retro Radio (Digital)
	Supra Digital FM (Digital)
	Radio Barahona 970 AM
Barahona	Radio Barahona Internacional 4930 AM
	Radio 14-10 AM
	Vibra Deportiva 1470 AM
	Palma 90.7 FM
	Mi 97.9 FM
	La Mega 105.1FM
	Enamorada 99.9 FM
Pedernales	Radio Pedernales 1560 AM
	Trueno 99.3 FM
Azua	Radio Caracol 1200 AM
	Cosmos 99.1 FM
Bahoruco	Radio Neiba 1580 AM
	Escala 106.3 FM
	Pesá 92.3 FM

Independencia, Jimaní

Enamorada 107.1 FM
Radio Barahona 1470 AM
Radio Jimaní 1100 AM

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://empresasradiofonicas.com.do>.

4.2.3.2.5 Grupo de Comunicaciones Corripio y Grupo de Comunicaciones Listín

Los grupos de Comunicaciones Corripio (José Luis Corripio Estrada es actualmente el presidente del grupo) y Listín están estrechamente relacionados accionarialmente, por lo que van a ser tratados de manera conjunta en esta descripción de la estructura radiofónica. Pese a que solo cuentan con 5 emisoras, éstas forman parte de un emporio de los medios de comunicación (con los periódicos *Hoy*, *El Nacional*, *El Día*, la participación en el accionariado del *Listín Diario*, *Teleantillas Canal 2*, *Telesistema*, Canal 11 y *Coral 39*, entre otros).

Las radiodifusoras vinculadas, aunque no suelen estar en el top de las más escuchadas en el país, complementan el paquete de medios de estos grupos de comunicación que son de los más influyentes del país. Las frecuencias con las que cuentan (dos de AM y tres de FM) (Tabla 48)²¹⁵ fueron adquiridas como parte de compras o movimientos accionariales en los que las radios no eran el principal activo. Como sostiene Carlos Osi Pérez (2023b):

Un aspecto importante es que estas estaciones no fueron adquiridas de manera individual o directa, sino que llegaron envueltas en otras transacciones. En ese sentido, tras la compra de Teleantillas, estaban en el mismo paquete, las emisoras: “La Nota” 95.7 FM y HIJB 830AM. Tras Pepín Corripio adquirir mayoría de acciones en el periódico Listín Diario, también implicó la posesión de Radio Listín 99.7 FM y Estación 97.7 FM (Pérez, 2023b).

Tabla 48 Grupo de Comunicaciones Corripio y Grupo de Comunicación Listín

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	La Nota Diferente FM
	HIJB Radio AM
	Radio Higo FM
Santo Domingo	Radio Listín 99.7FM
	Radio Listín 1360 AM

Fuente: (Báez, 2011,p.62).

4.2.3.2.6 Grupo Hazim

En la actualidad, tres son las emisoras radiales de las que Julio Hazim es propietario o participa en su accionariado. Es dueño de *La voz del Trópico*, *Radio Nagua* y posee participaciones en la emisora 107.9 FM. (Hazim, comunicación personal, 2020) (Tabla 49). Esta última fue migrada de frecuencia a la 107.7 MHz (en 2003), en virtud de la resolución 043-03, del INDOTEL, como parte del proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico de la banda de FM en todo el territorio nacional.

Hazim es médico de profesión; comenzó su andadura en el sector de la comunicación a partir de convertirse en el editor de la revista *Edición Médica*. Desde entonces, fue

²¹⁵ Según figura en INDOTEL, las concesiones de estas frecuencias para el servicio de radiodifusión sonora están otorgadas a Radio Higo FM, C. por A. (Radio Higo FM); Radio Listín C. por A (Radio Listín 1360 y Radio Listín 99.7 FM) y Teleantillas C. por A. (HIJB y La Nota Diferente).

trabajando en diferentes medios. A partir de 1986 entra de lleno en la televisión en distintos canales dominicanos: “da apertura al programa ‘Síntesis’ en *Teleantillas* y produce también la ‘Hora Cero’, ‘Si usted fuera presidente’ y finalmente ‘Revista 110’, la cual todavía se encuentra vigente” (Listín Diario, 2016)²¹⁶.

Revista 110, tanto en televisión, radio y prensa digital son buques insignia del doctor Hazim y sus iniciativas empresariales (Monetario Financiero, 2015: 5)²¹⁷

En la década de 1990, mediante la sociedad San Cristóbal de Televisión y Radio, S.A. (CARIVISION) fue el concesionario del canal 27 UHF, y mediante Bloque Interactivo de Televisión y Radio S.A, del canal 57 UHF, que posteriormente fueron traspasados al Banco Intercontinental. También fue, inicialmente, el adjudicatario de los canales 37 y 67 UHF (Hazim, comunicación personal, 2020).

Tabla 49 Grupo Hazim

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	La Voz del Trópico 790 AM 107.9 FM
Nagua	Radio Nagua 1100 AM (apagada)

Nota: La 107.9 migró a 107.7. Fuente: ADORA (2019) y Hazim (comunicación personal, 2020).

4.2.3.2.7 Grupo GTB Radiodifusores

El presidente del Grupo GTB es Bienvenido Rodríguez, quien en principio se desempeñaba como empresario artístico. El grupo cuenta, en la actualidad, con dos marcas comerciales de radio: la *Z101*, operada en diferentes puntos del dial en el territorio, pero que llega a todo el país y *Fidelity* (Tabla 50).

La *Z101* es una de las emisoras con más peso en la audiencia dominicana, especialmente en los contenidos políticos, debido a su programa “El gobierno de la mañana”, que se transmite desde el año 1986 de 5:00 a 11:00 de la mañana²¹⁸. Su otra marca es la *Fidelity*, que también se encuentra dentro de las estaciones de importancia en programas de opinión política, sobre todo con el espacio matinal que produce Carmen Imbert, “Matutino Alternativo”, aunque esta emisora es, además, musical (balada, pop y romántica).

El empresario Bienvenido Rodríguez era el dueño de la desaparecida discográfica Karen Records, la disquera que promocionó al cantante Juan Luis Guerra e internacionalizó su carrera hasta el año 2006: “se sabe que, tras la salida de Juan Luis de Karen, Bienvenido Rodríguez decidió concentrarse en sus medios radiales, con dos emisoras en República Dominicana y dos en Puerto Rico” (Peña, 2016, párr. 13).

²¹⁶ Disponible en: <https://listindiario.com/el-deporte/2016/05/03/417813/julio-hazim-un-hombre-importante-en-la-vida-dominicana.html> Consultado el 11 de enero de 2021.

²¹⁷ Disponible en: https://issuu.com/periodicoprincipias/docs/m_f_febrero_2015. Consultado el 11 de enero de 2021.

²¹⁸ “El gobierno de la mañana” fue el primer programa interactivo matutino de opinión política, donde desfilaron los más grandes representantes de las organizaciones partidarias dominicanas y del que han salido las figuras más importantes del espacio de la opinión pública del país. Tiene su emisora digital, que se alimenta de las mismas entrevistas que se realizan en el programa: <https://z101digital.com/>

Tabla 50 Grupo GTB Radiodifusores

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Z101 101.3 FM
	Fidelity 94.1 FM
Cibao o norte	Z101 FM 101.5 FM
Este	Z101 FM 101.1 FM

Fuente: Báez (2011).

4.2.3.2.8 Grupo López

El Grupo López lo conforman cuatro emisoras de FM que están al aire, pese a que en el año 1998 compra la emisora de AM conocida como *Radio Guarachita*²¹⁹, que actualmente no está operativa. Este grupo lo preside Juan Ernesto López, “cubano radicado en el país” (Báez, 2011, p.51). Sus cuatro emisoras son *Disco 106*, *Escape 88.9*, *Fuego 90* y *Mixx 104.5* (Tabla 51). La primera de las mencionadas, *Disco 106*, aparece en el *ranking* de las radios musicales más escuchadas del país. Además de estas radios, el empresario también posee la concesión del canal de televisión de UHF AME 47.

Tabla 51 Grupo López

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Disco 106.1 FM
	Escape 88.9 FM
	Fuego 90.1 FM
	Mixx 104.5 FM

Fuente: Báez (2011).

4.2.3.2.9 Circuito Radial Vargas Mejía

El presidente de Circuito Radial Vargas Mejía (CIRVAN) es el empresario Roberto Vargas Mejía. Tiene adjudicadas seis frecuencias, concesionadas a dos sociedades (Radio Cima S.A. y Radio Villa S.A), de las cuales 5 son de AM y una en FM (Tabla 52). Luego de que *Radio Guarachita* saliera del aire en el año 1998, este empresario apostó por una programación de bachata exclusivamente a través de *Radio Villa*.

La emisora *Radio Cima 100* es parte de la tradición navideña del pueblo dominicano, con la voz inconfundible de Yoryi Castillo desde el año 1982, ya que a partir del mes de octubre comienza el programa “Cima Sabor Navideño” que se ha mantenido por más de 40 años en el gusto popular anunciando la llegada de la Navidad: “Desde hace cuatro décadas, el programa musical ‘Cima Sabor Navideño’, que se transmite por la estación Cima 100.5 FM, es dueño de los corazones de los dominicanos” (Shaddai, 2022, párr. 7). La programación de esta emisora es de música tropical (especialmente, salsa, merengue, bachata y reguetón), además de ser el espacio donde se pueden escuchar cada día al mediodía, media hora dedicada a las comedias cubanas de

²¹⁹ Radio Guarachita era propiedad de Radhamés Aracena, que comenzó con esta emisora colocando bachata, un género que posterior a la dictadura, estaba mal visto por su asociación con los cabarets, que era el lugar donde se escuchaba. El nombre es el diminutivo del género “guaracha”. Con la internacionalización de la bachata, especialmente tras el éxito de “Bachata Rosa” de Juan Luis Guerra, la exclusividad de la emisora disminuyó. Factores como la competencia y su traslado a la FM, ahora con alcance limitado, contribuyeron a su desaparición en 1998, tras ser vendida al empresario Juan López.

“La Tremenda Corte de Tres Patines”. *Cima 100* está dentro del *ranking* de emisoras de corte musical más escuchadas.

Tabla 52. Grupo Vargas Mejía

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Radio Cima 100.5 FM Radio Villa 1480 AM
Santiago	Onda Santiaguera 1230 AM
Españolat	Radio Moca 1550 AM (apagada)
La Altagracia	Radio Higüey 1500 AM (apagada)
	Radio Global Internacional 4960

Fuente: Grupo CIRVAN.

4.2.3.2.10 Corporación RTN

La sociedad Radio Televisión Nacional (RTN) cuenta, actualmente, con 7 emisoras (Tabla 53) y el director general del grupo es Paíno Pichardo. A partir de 2017, la Corporación Radio Televisión Nacional (RTN) inició un proceso de renovación bajo el liderazgo de un grupo de empresarios que invirtieron en la radio dominicana: Marcial Najri, presidente del Grupo Najri; Pedro Brache, presidente del Grupo Rica; Frank Rainieri, director del Grupo Punta Cana; José Miguel González Cuadra, del Centro Cuesta Nacional (CCN) (Aybar, 2017). Con esta nueva visión empresarial, RTN buscó modernizar su oferta y ampliar su presencia en el sector de la radiodifusión.

Tabla 53. Grupo RTN

Provincia	Emisora
Santo Domingo	Top Latina Santo Domingo 101.7 FM Power 103.7 FM
Santiago	KV 94.7 FM, Top Latina Santiago 101.7 FM
La Vega	Urbe 97.5 FM,
San Juan	Top Latina San Juan
Samaná	Top Latina Samaná

Fuente: <https://toplatinafm.com/>

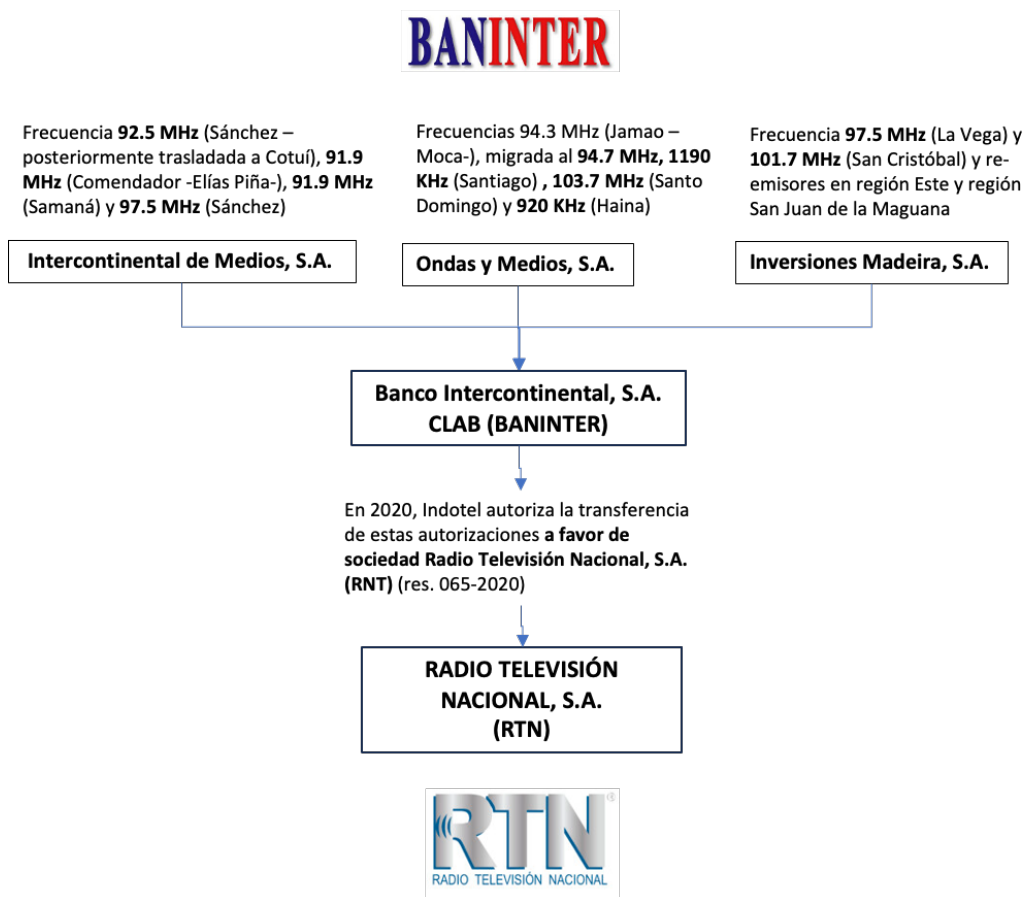
La mayoría de las frecuencias en las que RTN está autorizada a operar pertenecían con anterioridad a empresas vinculadas con Baninter (Intercontinental de Medios, S.A; Ondas y Medios, S.A. e Inversiones Madeira, S.A.). Entre 2018 y 2019, el INDOTEL autorizó la transferencia de los títulos habilitantes que habían sido otorgados a estas sociedades a favor del Banco Intercontinental S.A para la prestación de servicios de radiodifusión sonora²²⁰ y en 2020, mediante resolución 065-20²²¹ autorizó su transferencia a RTN (Ilustración 18). Según consta en esta resolución, RTN está participada por Centro de

²²⁰ Resoluciones 026-18, de 2018 y 016-19, de 2019 del Consejo del INDOTEL.

²²¹ Resolución 065-20, de 2020. Disponible en: https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_signed_065-2020_adequacion_y_transferencia_clab-rtn__1__signed.pdf

Comunicaciones Nacionales, S.R.L. (CCN); Safari Motors S.A.; Pasteurizadora Rica S.A. y Mercantil Orion, S.R.L.

Ilustración 18. Procesos registrados en INDOTEL sobre emisoras transferidas a RTN



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

4.2.3.2.11 Grupo Megamedios

Esta empresa Megamedios es propiedad del ingeniero Carlos Ozoria, quien además de invertir en medios de comunicación es el propietario de la constructora Ozoria & Asociados y la empresa de Bona Industrial. Estuvo involucrado en un proceso judicial vinculado con enriquecimiento ilícito y vínculos con lavados de activos²²². En el expediente de este proceso figura que Ozoria poseía, en ese momento, las emisoras que habían pertenecido a Radio Cadena Hispanoamericana:

²²² El 27 de mayo del 2015 el Juez de la Suprema Corte de Justicia, Alejandro Moscoso Segarra, dictó un “no ha lugar”, del proceso judicial que se le seguía al senador Félix Bautista quien era uno de los socios del ingeniero Carlos Ozoria. Véase: <https://hoy.com.do/felix-bautista-no-ira-a-juicio-de-fondo-juez-fallo-no-ha-lugar/> Consultado el 15 de noviembre de 2022.

Los bienes que el expediente describe como parte de la fortuna de Carlos Manuel Ozoria Martínez incluyen un jet privado; la red de emisoras Radio Cadena Hispanoamericana, que tuvo un costo de US\$8 millones (más de RD\$352 millones) y Hormigones del Caribe, valorada por las autoridades en US\$33.2 millones (más de RD\$1,400 millones) (Corcino, 2014, párr. 1-3).

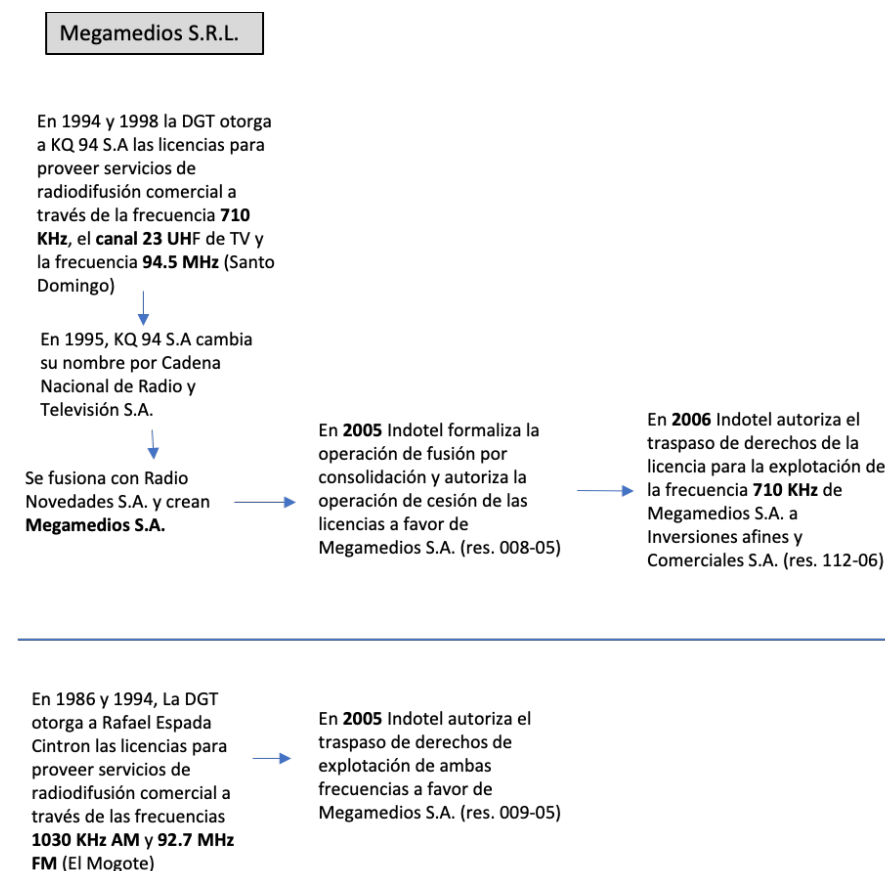
Aunque, como se ha mencionado y como se observa en las Ilustración 17 e Ilustración 19, Ozoria había ido adquiriendo las frecuencias que inicialmente conformaban la red de Radio Cadena Hispanoamericana y otras emisoras, actualmente el grupo Megamedios solo dispone de tres estaciones: *KQ 94.5 FM*, *Líder 92.7 FM* y *Novedades 1030 AM* (Tabla 54). La *KQ 94.5* es una de las más importantes en el gusto popular y aparece en el *ranking* de las más escuchadas con una propuesta de música urbana.

Tabla 54 Grupo Megamedios

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	KQ 94.5 FM
Santiago	Líder 92.7 FM
	Novedades 1030 AM

Fuente: ADORA (2019).

Ilustración 19. Procesos registrados en INDOTEL sobre frecuencias vinculadas a Megamedios



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

4.2.3.2.12 Grupo Ultra

El presidente de este grupo de comunicación es el empresario y abogado Marino Vázquez, quien comenzó a trabajar en la radio como encargado de grabación con Juan Heriberto Medrano (Cuqui), fundador del grupo Medrano. Posteriormente, Vázquez dirige, durante casi diez años, la emisora *Súper Q*, de corte urbano. Con la experiencia adquirida, desde 2012 hasta 2022, renta la emisora del merengero Wilfrido Vargas, *Kiss 94.9 FM* (también de perfil urbano), y consigue posicionarla en el gusto popular. El intento frustrado de compra de esta emisora²²³ impulsa reorganización del grupo Ultra, que actualmente cuenta con tres frecuencias en FM (Tabla 55).

Tabla 55 Grupo Ultra

Provincia	Emisora
Santo Domingo	Latidos/Ultra 93.7 FM
Constanza	Eclipse FM 96.9
Baní	Ultra FM

Fuente: ADORA (2019).

4.2.3.2.13 Grupo Teleradio América

Hasta el año 2022, el empresario radial Luis García Crespo tenía cuatro emisoras de radio. Sin embargo, *Estudio Rock 88.5 FM* y *Neón 89.3* fueron vendidas al empresario Antonio Espaillat propietario del grupo RCC²²⁴. Este grupo aún mantiene las frecuencias de Radio Hiz y *la Dos Hiz* en AM, aunque actualmente están “apagadas”. Además del canal UHF Teleradio América canal 45, este empresario no solo ha invertido en medios de comunicación, sino que, junto a otros miembros de su familia, ha apostado por otros negocios inmobiliarios y otras empresas: “además, junto a sus hermanos Fernando, Ángel, Martha y Guillermo son propietarios de Ferretería Americana” (De la Cruz Taveras, 2016, p. 58).

Tabla 56 Grupo Teleradio América

Provincia	Emisoras
Haina	Radio Hiz 730 AM *
	La Dos de Hiz 1300 AM *

*En 2023 no están operando. Fuente: Elaboración propia sobre datos de INDOTEL.

4.2.3.3 Emisoras religiosas en República Dominicana

Como se muestra a lo largo de esta investigación, el peso de los medios religiosos es significativo en el sistema de comunicación del país, en consonancia con la intensa presencia social de las iglesias cristianas en la sociedad dominicana. El tercer sector de los medios, tan significativo en América latina, está en el caso dominicano estrechamente unido a las radios religiosas que actúan sin ánimo de lucro y tienen, en algunos casos, un

²²³ Al no continuar con esa emisora, se decide cambiar la programación y el nombre de la emisora a *Latidos 93.7 FM*, hasta ese momento dedicada al género pop-balada, por *Ultra* para ofrecer un contenido de música urbana.

²²⁴ RCC Media se fortalece en la radio y la televisión <https://hoy.com.do/rcc-media-se-fortalece-en-la-radio-y-la-television/>

marcado carácter educativo y de desarrollo social. Quizá por ello no parece existir un tercer sector mediático en República Dominicana separado de los medios religiosos. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) solo mostraba hace unos años²²⁵ entre sus medios dominicanos radios religiosas (Radio Enriquillo, Radio Seibo, Radio Santa María), aunque hoy ninguna estación dominicana aparece en el directorio de la asociación más relevante de los medios comunitarios latinoamericanos²²⁶.

La mayoría de estas emisoras han accedido al uso de sus frecuencias siguiendo el procedimiento establecido por las reglamentaciones del INDOTEL (en virtud de la Ley 153-98), que exceptúa a las instituciones religiosas reconocidas por el Estado (además de las sin fines de lucro y las del Estado) del proceso de concurso público para la obtención de concesiones y licencias. Según la información aportada por el INDOTEL, actualmente (2023) (exceptuando las relacionadas con instituciones estatales) existen 73 autorizaciones de este tipo (Tabla 57); la mayoría de organizaciones religiosas y fundaciones.

Tabla 57 Emisoras de FM autorizadas por INDOTEL sin concurso público

Concesionario	MHz	Autorizado	Resoluciones
Alianza Francesa de Santo Domingo	90,9	Santo Domingo, D. N.	093-03 / 094-2023
Arzobispado de la Arquidiócesis de Santiago de los Caballeros	93,7	Navarrete, Santiago	039-03 / 036-04 / 122-06 / 188-06
Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe, Inc.	105,5	Higüey Reemisor	033-15
Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe, Inc.	92,9	Barahona Reemisor	033-15
Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe, Inc.	92,9	San Juan Reemisor	033-15
Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe, Inc.	105,5	El Seibo Reemisor	033-15
Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe, Inc.	105,5	La Romana	122-06 / 033-15
Comunicaciones Evangélicas Raíces, Inc.	98,3	Nisibón (Higüey)	047-06
Desarrollo sostenible de la Prov. de Samaná, Inc.	89,5	Samaná	066-04
Diócesis de San Juan de la Maguana	88,7	Azua	064-04 / 209-06
Diócesis de San Juan de la Maguana	91,5	Loma Los Jorguillos (Remisor)	064-04 / 209-06
Diócesis de San Juan de la Maguana	88,7	Loma Guanito	180-08
Fundación Acción Comunitaria 19 de Marzo, Inc.	104,7	Azua	054-17 / 066-17
Fundación Agropecuaria y Sanitaria Peña Gómez - De Leon Fernández, Inc.	92,9	Villa González (Santiago)	155-04
Fundación Bahoruco Progresando, Inc.	88,7	Neyba - Bahoruco	055-17 / 067-17
Fundación Bienestar Fronterizo	97,7	Dajabón	004-12
Fundación Comunicación y Civismo, Inc. (Funcoci)	106,3	El Seibo	035-14 / 018-18
Fundación Comunicación y Civismo, Inc. (Funcoci)	106,3	Higüey	035-14 / 018-18
Fundación Comunicación y Civismo, Inc. (Funcoci)	106,3	La Romana	035-14 / 018-18
Fundación Desarrollo y Solidaridad para Santiago Rodríguez	89,9	Santiago Rodríguez	084-09
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	95,1	Loma Amaceyes	074-06 / 099-09 / 021-19
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Azua	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Barahona	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Distrito Nacional	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	El Seibo	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Hato Mayor	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	La Altagracia	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	La Romana	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Peravia	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	San Pedro de Macorís	077-03 / 059-17 / 022-2023

²²⁵ Véase el web de AMARC en 2005: <https://web.archive.org/web/20051119122717/http://www.amarc.org/site.php?lang=ES> Consultado el 20 de julio de 2024.

²²⁶ Disponible en: <https://amarc-alc.org/> Consultado el 20 de julio de 2024.

Fundación Eduardo León Jiménez, Inc.	102,9	Santo Domingo, D. N.	077-03 / 059-17 / 022-2023
Fundación Fernando Arturo de Meriño, Inc.	104,1	Jarabacoa	087-04
Fundación Frank & Haydée Rainieri	97,1	Punta Cana, La Altagracia	136-10 / 053-2022
Fundación Juventud del Suroeste en Acción, Inc.	104,1	Neyba	034-17 / 034-17
Fundación Padre Rogelio Cruz, Inc.	90,1	Nagua	193-06
Fundación Pedro Alegría Pro Desarrollo San José De Ocoa	90,3	Ocoa	048-04
Fundación Roberto Vargas Mejía	107,1	Juan Dolio, San Pedro De Macorís	078-10 / 153-10
Fundación Rodolfo Lama, Inc.	99,9	Barahona	094-11 / 014-17
Fundación Rodolfo Lama, Inc.	107,1	Jimaní	094-11 / 014-17
Instituto Politécnico Loyola	98,3	San Cristóbal	035-15
Ministerio Bendición, Inc.	95,1	La Romana	025-02 / 054-04 / 060-2024
Ministerio Radial Interdenominacional Misionera F.M.	91,5	Higüey	060-04
Obispado de la Diócesis Mao-Montecristi	93,3	Carrizal - Dajabón	062-01 / 026-04 / 122-06 / 207-06
Obispado de la Diócesis Mao-Montecristi	93,5	Mao, Valverde	191-07 / 005-10
Radio Amanecer, Inc.	98,1	Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo	026-11 / 027-11
Radio Amanecer, Inc.	90,9	Dajabón Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	90,9	Montecristi Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	90,9	Nagua Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	90,9	Sabaneta Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	90,9	Villa Isabela Reemisor (Puerto Plata)	034-15
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Comendador Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Jimaní Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Las Terrenas Reemisor	034-15
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Azua	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	El Seibo	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Hato Mayor	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Higüey	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	La Romana	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Miches	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Pedernales	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Peravia	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Sabana de la Mar	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Samaná	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	San José de Ocoa	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	San Juan de la Maguana	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	San Pedro de Macorís	136-12
Radio Amanecer, Inc.	100,3	Barahona	146-05 / 098-09 / 136-12
Radio Montecristi	106,3	Montecristi	019-04
Radio Santa María	97,9	El Mogote-Espailat	027-2021
Radio Televisión Arcoiris, S.A.	94,3	Loma Verón, Higüey	087-07
Radio Televisión Nacional, S. A., (RTN)	103,7	Santo Domingo, D. N.	092-18 / 065-2020
Sistema Radial del Este, S.R.L.	95,5	Hato Mayor	089-04 / 138-04 / 092-2022
Universidad Tecnológica del Cibao Oriental	94,9	Cotuí	022-15

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INDOTEL.

4.2.3.3.1 Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA)

Este es el grupo de emisoras (Tabla 58) que tiene la iglesia católica en la República Dominicana y es administrado desde la Diócesis de Santo Domingo. El sacerdote que está al frente y quien coordina desde capital es el padre Manuel Ruíz, quien siempre ha estado vinculado a los medios, y que por cerca de una década mantuvo un programa de televisión llamado Redes²²⁷. La iglesia católica también tiene su canal de televisión VHF *Televida*, canal 41, que surgió oficialmente en 1985, y un canal de cable que transmite en la

²²⁷ El programa Redes de Manuel Ruíz era un espacio de televisión orientado a la familia, en la que se trataban temas de interés vinculados con la fe, testimonios, cantantes, temas que pudieran edificar a la familia.

provincia de La Vega, inaugurado en 2008 (M. Ruiz, comunicación personal, 2 de agosto de 2020).

Tabla 58 Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA)

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Vida FM
	Horizonte FM
	Radio Santa María AM
	Radio ABC AM
Bahoruco	Radio Enriquillo AM
	Radio Enriquillo FM
El Seibo	Radio Seibo AM
	Radio Seibo FM
Higüey	Radio Cayacoa AM
	Naranja FM
Mao	Radio Marien AM
	Radio Marien FM
San Cristóbal	Magis 98.3 FM
San Juan de la Maguana	Radio Corazones FM

Fuente: Báez (2011) y UDECA.

4.2.3.3.2 Grupo Aire

Estas tres emisoras son del empresario dominicano Esteban Grullón, conocido por su nombre artístico Jossie Esteban y por ser el líder y cantante por más de 20 años de la orquesta merenguera “La Patrulla 15”, hasta que decide entregar su vida a Dios en el año 1992. Su carrera musical se desarrolló en Puerto Rico y República Dominicana. Después de abandonar la orquesta, comienza a invertir en emisoras, siendo central para su proyecto la cristiana *Pura Vida*, en las provincias de Santo Domingo y Santiago. Al momento de la compra y cambio del nombre de *Manía* 92.9 FM a *Pura Vida*, el propietario explicó cuál era el objetivo que buscaba con esta nueva propuesta en su programación.

La programación de la misma estará constituida por ritmos variados donde el merengue, el reguetón, la salsa, la balada y los demás géneros encontrarán su espacio, la particularidad de los temas transmitidos es que estarán apegados a la fe cristiana (Ortega, 2009, párr. 4).

También es propiedad de Jossie Esteban la emisora 100.9 FM Súper Q, que, a diferencia de las anteriores, ha mantenido el contenido de música urbana.

Tabla 59. Grupo Aire

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Pura Vida 92.9 FM
	Súper Q 100.9 FM
Santiago	Pura Vida Cibao 96.9 FM

Fuente: ADORA (2019).

4.2.3.3.3 Grupo Amanecer

Este grupo está dirigido por el periodista Miqueas Fortunato, que es también el director de distribución de Hope Channel en Santo Domingo. Este grupo pertenece a la Iglesia

Adventista del Séptimo Día en República Dominicana y es una organización que está al servicio de esta congregación y su feligresía.

Tabla 60. Grupo Amanecer

Provincia	Emisoras
Santo Domingo	Radio Amanecer 1570 AM
	Radio Amanecer 610 AM
	Radio Universal 98.1 FM
	Radio Amanecer Internacional 1060 AM
Región norte	Radio Amanecer 90.9 FM
Zona sur	Radio Amanecer 900 AM

Fuente: ADORA (2019).

4.3 La televisión en República Dominicana

4.3.1 Marco histórico de la televisión dominicana

El sistema televisivo dominicano actual (2023) está configurado por 47 canales de televisión que operan en las bandas VHF y UHF, de acceso gratuito, de los cuales 8 transmiten en VHF (17%) y 39 lo hacen en UHF (83%). De estos últimos, 22 (56,4%) lo hacen con una zona de servicio nacional y 18 regional. Además de estos canales, existen 90 compañías de televisión por suscripción o TV por paga (cuya programación incluye, además de una amplia oferta de canales nacionales, un número significativo de canales internacionales).

La expansión del sistema audiovisual dominicano se produjo, como en muchos otros países, en dos fases bien definidas. En una primera etapa, que se extiende desde la aparición del primer canal, en 1952, hasta finales de la década de 1980, es cuando se configuran los principales canales de televisión abierta a los que, posteriormente, les serán otorgadas las frecuencias definitivas de VHF. La segunda etapa comprende toda la década de 1990, unos años en los que se produce un notable aceleramiento de concesiones para operar en UHF.

Las características del sistema televisivo producto de estas dos etapas de expansión se vieron condicionadas a partir de la década de 1980 por la aparición de nuevas formas de circulación de los contenidos audiovisuales: la entrada de los sistemas de suscripción, con la oferta de televisión por cable, primero, o el surgimiento de nuevas tecnologías que rompían con la linealidad tradicional de la televisión, como los sistemas que permitían la distribución de contenidos bajo demanda, a la carta, o los contenidos en vivo (*live streaming*), después. Como se ha descrito en el capítulo anterior y se verá con más profundidad en este, el acelerado proceso de innovación tecnológica y la convergencia de infraestructuras y entre sectores de las industrias culturales propiciaron también cambios en la legislación sobre los medios de comunicación en esta materia.

La digitalización ha posibilitado no solo la emergencia de nuevos actores, sino que también produjo la transformación de los ya existentes. De especial relevancia en este último caso fue el proceso de transición de la televisión analógica a la digital con correspondiente reorganización de los operadores de televisión terrestre digital (TTD),

que, aunque aún no ha finalizado, ya está definiendo la nueva estructura del audiovisual dominicano. Paralelamente, el consumo también sufrió cambios radicales con la aparición de otras formas de visionado por parte de la población en nuevas pantallas: las de los teléfonos móviles, las de los ordenadores o las de las *tablets*.

En este sentido, el sistema televisivo dominicano se desarrolló impulsado por la innovación tecnológica y las demandas del mercado, antes de que existieran marcos regulatorios formales claros y estructurantes. Los primeros canales de televisión surgieron como iniciativas privadas, estableciendo sus propias dinámicas de operación. Este proceso inicial de configuración de medios a menudo ocurrió en un entorno legal y normativo poco definido, donde las reglas y los estándares se iban moldeando conforme se expandía el alcance y la influencia de sus actores. La regulación sobre los medios llegó, entonces, como una respuesta a la creciente importancia y poder de estos actores mediáticos ya establecidos. Los gobiernos y las instituciones vieron la necesidad de establecer normas para supervisar la propiedad, el contenido y la competencia dentro del espacio mediático, pero estas regulaciones generalmente se implementaron después de que los medios ya habían consolidado una parte importante de sus estructuras y prácticas. De esta manera, el marco regulatorio se fue construyendo sobre un sistema mediático preexistente, intentando regular un entorno que había evolucionado en gran medida sin supervisión gubernamental directa.

Como se verá en las siguientes páginas, la estructura del sistema televisivo durante el periodo analizado se caracteriza por una alta concentración de la propiedad, que en el caso dominicano se ha mantenido históricamente marcada por su carácter predominantemente privado y comercial. La casi totalidad de los canales de televisión (y de las empresas de televisión por suscripción) son de propiedad privada y están guiados por la lógica del modelo comercial. Solo los estatales Canal 4 CERTV y Quisqueya Televisión (canal 17), de propiedad estatal, pueden considerarse medios públicos, aunque existen otros canales no comerciales, como *Televida* (canal 41), gestionado por el arzobispado de Santo Domingo, y *Radio Santa María* (canal 53), ubicada en La Vega (UNESCO, 2017, p. 45).

Aunque resulta imposible analizar cuantitativa y diacrónicamente la concentración del sistema de medios dominicano, debido a la falta de datos públicos sobre ingresos o sobre audiencias, el análisis de quiénes son los dueños y de los conglomerados que se han conformado a lo largo de los últimos años permite afirmar que esta característica es propia del mercado televisivo del país.

A esta concentración de la propiedad se suma la concentración geográfica. Según De la Rosa (2011, p. 76) el sistema televisivo ha estado definido por un notorio desequilibrio, con una distribución geográfica extremadamente desigual, que tiene a la región metropolitana como el epicentro en el confluyen casi un 70% de los canales de televisión de VHF y UHF.

Tabla 61. Principales hechos en el desarrollo de la televisión en República Dominicana

Año	Acontecimiento	Dec. INDOTEL	PE/Resolución del
1952	Se crea La Voz Dominicana Canal 4 (después, CERTV)		
1959	Se crea Rahintel (después, Antena Latina) Canal 7		

Año	Acontecimiento	Dec. PE/Resolución del INDOTEL
1966	Ley 118, de Telecomunicaciones	
1969	Se crea Color Visión Canal 9	
1972	Se crea Tele Inde (después Telecentro) Canal 13	
1976	Se crea Telesistema Canal 11	
1978	Se crea canal 6, propiedad de Orbe	
1978	Ley 908, que prohíbe nuevos permisos para instalación de estaciones de radio y televisión	
1979	Se crea Teleantillas Canal 2	
1986	Se crea Circuito Independencia (posteriormente denominado Telemicro)	
1990	Se inicia y acelera el proceso de concesión de frecuencias UHF	
1995	La DGT reglamenta el uso de los canales de televisión que operan en la banda VHF	Res. 02-95 y Res. 03-95
1998	Ley 153-98, General de Telecomunicaciones	
2000	Reglamento de Concesiones, Inscripciones en Registros Especiales y Licencias para prestar servicios de telecomunicaciones en la RD	Res. 4-00 del INDOTEL, modificada por las Res. 7-02 y 129-04
2002	Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF)	Res. 012-02 Dec. 518-02
2004	Reglamento del Servicio de Radiodifusión Televisiva	Res. 120-04
2005	Reglamento de Difusión por Cable y otras medidas	Res.160-05, modificado en 2022
2006	Se inician las acciones para la transición de la radiodifusión televisiva análoga a la digital	Res. 003-06
2011	Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF)	Res. 064-11 Dec. 520-11
2019	Reglamento para el otorgamiento de autorizaciones de concesiones, inscripciones en registro especial, licencias, transferencias, cesión, arrendamiento u otorgamiento de derechos de uso de títulos habilitantes y la constitución de gravamen sobre concesiones o licencias	Res. 036-19, sustituye a la Res. 160-05
2020	Reglamento General de Uso del Espectro Radioeléctrico	Res. 034-2020, modificada por res. 083-2020
2020	Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF)	Dec. 091-20
2021	Reglamento del Servicio de Televisión Terrestre Digital	Res. 121-2021
2021	Norma que regula el proceso de revocación de autorizaciones para prestar servicios de telecomunicaciones y uso del espectro radioeléctrico en RD	Res. 060-2021
2021	Plan Maestro de uso del Espectro Radioeléctrico para la República Dominicana, para los próximos cinco años	Res. 071-2021
2022	Reglamento para la Prestación del Servicio de Difusión Televisiva por Suscripción	Res 101-2022, modificada por res. 005-2023. Sustituye a la res. 160-05
2022	Plan de Transición a la Televisión Terrestre Digital y las resoluciones de asignación de frecuencias que se derivan de este	Res. 122-2021, modificada por res. 048-2022 y res. 083-2022
2022	Condiciones para autorizar la ampliación de la concesión a las concesionarias del servicio de difusión por cable para ofrecer el servicio de acceso a internet	Res. 086-2022
2023	Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF) ²²⁸	Res. 097-22 Dec. 266-23

²²⁸ Aunque queda fuera del periodo de esta investigación, en 2024 INDOTEL solicita al canal 6 que transmita en antena abierta, y no a través de suscripción como venía haciendo desde el año 1997 cuando se desvincula esta frecuencia de Juan Ramón Gómez Díaz. La resolución 087-2024 que determina el alcance nacional del canal 6 lo obliga a la transmisión de antena abierta. Disponible en: https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2024/08/res._087_2024_responde_consulta_publica_solicitudes_canales_virtuales_1__signed.pdf

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.1 La televisión abierta

Como se ha venido explicando, la expansión del sistema audiovisual dominicano se produjo en dos fases bien definidas, toda vez que los organismos internacionales acuerdan los mecanismos de coordinación de las frecuencias de radio y televisión en la región. El uso de las frecuencias necesarias para la transmisión de televisión había sido fijado ya en la Conferencia de Radiocomunicaciones de Atlantic City²²⁹ de 1947, el *International High Frequency Broadcasting Agreement Mexico City 1949*²³⁰ y el Acuerdo Interamericano de Radiodifusión²³¹ de 1949 que establecieron la asignación de frecuencias VHF (174-216 MHz) y UHF (470-890 MHz) para la transmisión de televisión en la Región 2, que incluye a Norteamérica, Centroamérica y el Caribe. A partir de 1947-1949, las bases técnicas de la transmisión hertziana terrestre de televisión están listas. La distribución de frecuencias se realiza después en cada país, siempre con base en los acuerdos internacionales suscritos por República Dominicana.

En la primera etapa, la ampliación del sistema televisivo está estrechamente vinculado a proyectos radiofónicos, ya que muchos de los primeros canales de televisión fueron fundados por técnicos que poseían estaciones de radio (como ocurre en tantos otros países). Estos pioneros en la radiodifusión aprovecharon su experiencia e infraestructura para expandir sus negocios al nuevo medio televisivo. La transición de la radio a la televisión fue natural para estos emprendedores, quienes vieron en la televisión una oportunidad para diversificar y ampliar su influencia en la esfera pública, utilizando los recursos y el capital acumulado en sus operaciones radiales. Dados los costes para la producción de contenidos y para la operación del nuevo medio, estos técnicos rápidamente establecieron alianzas o vendieron sus licencias a empresarios nacionales que aportaron el capital y la visión empresarial para convertir a la televisión en una industria viable y lucrativa.

La introducción de la televisión en República Dominicana se produce durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo el 1 de agosto de 1952, con la aparición de *La Voz Dominicana* LVD-TV, una compañía (inicialmente) privada impulsada por el hermano del dictador, José Arismendy Trujillo Molina (“Petán”), y por tanto estrechamente vinculada al régimen. El canal fue utilizado por Trujillo para mostrar que el país estaba acorde con los tiempos y la modernidad de la época y para consolidar su control político y cultural sobre la nación. Del mismo modo que había hecho con otros medios y con otros recursos, la televisión contribuyó a difundir propaganda gubernamental, a promover su imagen y a fortalecer el culto a su personalidad, asegurándose de que la población estuviera constantemente expuesta a mensajes de exaltación de su régimen. Según Menéndez Alarcón (1992: 10):

²²⁹ <http://handle.itu.int/11.1004/020.1000/4.62.43.es.300>

²³⁰ International High Frequency Broadcasting Conference (1st session) (Mexico City, 1948-1949). <http://handle.itu.int/11.1004/020.1000/4.67.43.es.300> y <http://handle.itu.int/11.1004/020.1000/4.67.43.m7.700>

²³¹ <https://search.itu.int/history/HistoryDigitalCollectionDocLibrary/4.70.43.m7.102.pdf>

La televisión dominicana comenzó y se configuró en sus inicios bajo la dictadura de Trujillo, adoptando una forma cercana al 1984 de Orwell. En su desarrollo posterior, la televisión siguió más de cerca el modelo estadounidense, que se parece más al de Un mundo feliz de Huxley, en el que la gente acepta de buen grado los mecanismos que la oprimen.

Estas primeras transmisiones de televisión se llevan a cabo en el contexto las primeras emisiones de este medio en Latinoamérica, tras Cuba, México, Brasil (en 1950) y Argentina (1951). Con la muerte de Trujillo y el fin del régimen en 1961, LVD-TV fue estatalizada²³² y pasó a denominarse, en 1966, *Radio Televisión Dominicana* (RTVD).

Con el nacimiento el 28 de febrero de 1959 de RAHINTEL (*Radio Hin Televisión*) en Santo Domingo se conformó el duopolio audiovisual (durante el gobierno de Héctor Trujillo) que recibió las concesiones de los canales 7 y 11 para completar su cobertura del resto del país. El canal privado fue impulsado por el ingeniero Pedro Pablo Bonilla (*Radio HIN*) y permaneció bajo su control hasta su venta, a inicios de los '80, al Grupo Financiero Universal, presidido por Leonel Almonte. El canal continuaría su actividad hasta su venta a *Interamerica Broadcasting & Production Company S.A.*, propiedad, entre otros accionistas, del Grupo Mercasid, de la familia Bonetti y su conversión en la actual Canal 7 *Antena Latina*.

Tras la muerte de Trujillo, el periodo de apertura que se produjo en el país entre 1965 (tras la “guerra de abril” y la segunda ocupación estadounidense) hasta los años ochenta permitió la entrada de nuevos canales de la televisión en el país. El 30 de noviembre de 1969 sale al aire *Color Visión* Canal 9 impulsada por el empresario José Armando Bermúdez, que inaugura las emisiones de televisión en color utilizando el estándar estadounidense NTSC. En 1972 nace *TeleInde*, pensada inicialmente con el perfil de canal cultural y educativo (ideado por el técnico José Semorile) hasta su reconversión comercial como TV13 y, posteriormente, *Telecentro* (propiedad hoy del Grupo Telemicro). En 1976 inicia sus transmisiones *Telesistema Dominicano* Canal 11, promovido por el ingeniero Waldo Pons Cabral y vendido después el empresario José Luis “Pepín” Corripio (que pone en marcha en esos años el diario *El Nacional*) y en 1979 lo hace *Teleantillas* Canal 2, impulsada por Germán E. Ornes y el diario *El Caribe* (que será adquirida pocos años después también por el grupo Corripio). Ya en la década de 1990 se creará *Telemicro*, propiedad hoy del empresario Juan Ramón Gómez Díaz, pero ligado en su nacimiento a Circuito Independencia.

En este proceso, el gobierno promulga en 1978 la Ley 908, en la cual se “prohíbe terminantemente la concesión de nuevos permisos para la instalación en el país de estaciones de radio y televisión”²³³. El texto reconoce como únicas estaciones legales en

²³² Ley Núm. 5785 que confisca y declara bienes nacionales todos los teneres, créditos, acciones y obligaciones que pertenecieron a Rafael L. Trujillo Molina, a sus hijos, esposa, madre y otros familiares. Disponible en: <https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3288613&managementType=2> Todos los empleados del canal fueron convertidos en funcionarios públicos por Ley Núm. 168. Hay que esperar a 2003 para que RTVD se convierta en una corporación pública mediante la Ley Núm. 134-03, del año 2003, y se crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV).

²³³ Ley No. 908, que prohíbe terminantemente la concesión de nuevos permisos para la instalación en el país de estaciones de radio o televisión. Promulgada el 10 de agosto de 1978. Ley que establece que no se concederán nuevos permisos para la instalación de estaciones de radio o televisión y reconoce como válidas las autorizaciones concedidas por la DGT. Recibió la aprobación final del Congreso Nacional en la sesión de la Cámara de Diputados del 8 de agosto de 1978 <https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3304724&managementType=2>

el país a siete: *Radio Televisión Dominicana* (canales 4, 5 y 12 en todo el país), RAHINTEL (7 en Santo Domingo, 7 y 11 en Santiago y 70 en Navisa), *Corporación Dominicana de Radio y Televisión Color Visión* (9 en Santo Domingo y 2 en Santiago), *Telesistema Dominicano* (canal 11 en Santo Domingo), *Orbe* (6 en Santo Domingo y 9 en Santiago), *Inde Radio y Televisión* (canal 13 en Santo Domingo) y *Teleantillas* (2 en Santo Domingo y 13 en Santiago). Como vemos, en casi todos los casos se les garantiza tanto la cobertura en el sur del país, con un canal de transmisión en Santo Domingo, como en el Cibao, con otro en Santiago, lo que debía completar las áreas más pobladas del país.

La decisión se produce en el contexto de la derrota electoral en la contienda de 1978 del presidente y candidato a la reelección Joaquín Balaguer. Según Lora, (1995, p. 35):

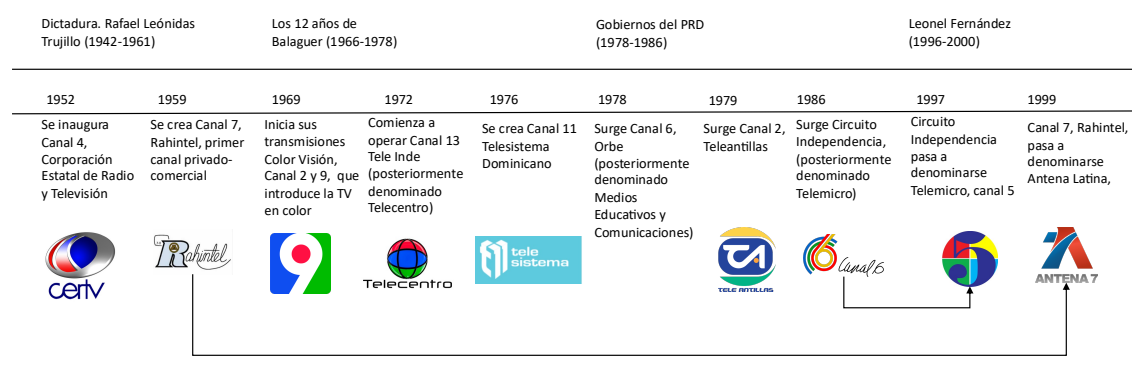
A fin de que el PRSC mantuviera el control de los medios electrónicos, el primero de agosto de 1978, dos semanas antes de entregar el menguado poder al PRD, los legisladores reformistas aprobaron al vapor la ley 908, congelando las frecuencias de radio y televisión. Esa ley que fue promulgada a toda prisa por el presidente Balaguer el 10 de agosto de 1978, seis días antes del traspaso de mando, asignó así los canales [...]. La 908 congeló los canales existentes entonces, pero creó uno nuevo con cobertura nacional para Orbe S.A., hasta entonces desconocida, pero que era la cobertura del PRSC.

Tabla 62. Estaciones de televisión terrestre en República Dominicana en 1978

Estación	Comienzo emisiones	Concesionario	Nacional	Santo Domingo	Santiago
Radio Televisión Dominicana	1952	Radio Televisión Dominicana	4, 5, 12		
RAHINTEL	1959	Radio HIN C. por A.		7	7, 11
Color Visión	1969	Corporación Dominicana de Radio y Televisión		9	2
Telesistema Canal 11	1976	Telesistema Dominicano C. por A.		11	
CANAL 6	-	Orbe S.A.		6	9
TeleInde	1972	Inde Radio y Televisión S.A.		13	
Teleantillas	1979	Teleantillas C. por A.		2	13

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 20. Evolución de los canales tradicionales de televisión terrestre en República Dominicana



Fuente: Elaboración propia a partir de INDOTEL.

4.3.1.2 Reordenación del sistema y explosión de la competencia televisiva

La segunda etapa del desarrollo del sector televisivo terrestre en la República Dominicana se produce con la concesión de nuevas licencias para emitir televisión abierta en la banda UHF. En palabras de De la Rosa, “la década de 1990 ha sido la más prolífica en la instalación de nuevos canales [...] con un ritmo de crecimiento que casi triplica la cantidad en funcionamiento en las anteriores dos décadas” (De la Rosa, 2011, p. 76). Durante estos años, el interés político y económico por crear nuevos canales llevó a que se crearan 28 nuevos en esta banda, a los que se sumaron otros 10 durante la década siguiente (UNESCO, 2017).

En este contexto se promueven dos transformaciones importantes en el sistema televisivo dominicano que provocan una importante reestructuración. Primero, entre 1994 y 1997 se lleva a cabo el proceso de reorganización y unificación de las frecuencias televisivas. Posteriormente, se pone en marcha el proceso de adecuación a la nueva Ley 153-98 de Telecomunicaciones sancionada en 1998 de las autorizaciones otorgadas por la (anterior) DGT para el servicio de radiodifusión televisivo.

4.3.1.2.1 La reorganización y unificación de las frecuencias televisivas (1994-1997)

En 1997 se produce la reorganización y reunificación de las frecuencias de televisión. Las empresas del sector contaban (como puede observarse de la enumeración de los canales mencionada anteriormente) con diferentes frecuencias que la DGT les había ido otorgando para hacer frente a los problemas de cobertura que les impedían, inicialmente, llegar a todo el país mediante la utilización de un único canal. En general, cada canal contaba con dos frecuencias (una para la capital, Santo Domingo, y para el sur y este del país; otra para el norte de la isla). Sin embargo, a medida que el mercado se hizo más competitivo y la tecnología fue mejorando, esto trajo como consecuencia la aparición de numerosas interferencias entre canales que estaban asignados en diferentes zonas geográficas dentro de un territorio pequeño (Bolívar Díaz, 1996).

Para dar solución a esta cuestión, en 1994 el presidente Joaquín Balaguer firmó el decreto 305-94²³⁴ por medio del cual se creaba e integraba una comisión encargada de realizar un estudio de la situación existente en las bandas VHF y UHF²³⁵. La comisión recomendó la unificación de las frecuencias de los canales de VHF, proponiendo que cada empresa transmitiera o retransmitiera por el mismo número de canal en todo el país. Al año siguiente, la DGT emitió la resolución 2-95²³⁶, dando curso a las indicaciones de la comisión.

²³⁴ Decreto 305-94 que crea e integra una comisión encargada de realizar un estudio de la situación reinante en las diferentes bandas de televisión de VHF y UHF, de 1994. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3333017&managementType=1>

²³⁵ Según el artículo 2 de este decreto, la Comisión estaría integrada por el secretario de Estado de Obras Públicas y Comunicaciones, el director General de Telecomunicaciones, un ingeniero y un abogado técnicos o especializados en telecomunicaciones internacionales, ambos de las Naciones Unidas, y los señores Lulio Moscoso, José A. Semorile, Waldo Pons e Ivelisse de Torres, secretaria general de la Asociación de Radiodifusoras, Adora.

²³⁶ La resolución 2-95 establecía, antes de su modificación por la 3-95, a las siguientes empresas concesionarias en los correspondientes canales: “Teleantillas C. por A., utilizando el canal 2; Radio Televisión Dominicana, utilizando el canal 4;

Tabla 63. Unificación de las frecuencias (1995)

Empresa	Canal
Teleantillas C. por A.	2
Radio Televisión Dominicana (RTVD)	4
Telemicro, C por A. (Circuito Independencia)	5
Radio HIN C. por A.	7
Corporación de Radio y Televisión	9
Telesistema Dominicano C. por A.	11
Inde Radio y Televisión	13

Fuente: Elaboración propia a partir de Res. 2-95 y 3-95 de la DGT.

La resolución 2-95 y su posterior modificación complementaria²³⁷ ordenan la banda VHF y establecen la unificación de los canales a nivel nacional (Tabla 63), procediendo a la anulación de los canales 3, 6, 8, 10 y 12. Este proceso de unificación se dilata en el tiempo debido a las objeciones presentadas por varios de los teleoperadores, aunque finalmente consigue implementarse completamente en 1997, logrando el reordenamiento de los canales nacionales.

4.3.1.2.2 La adecuación de las autorizaciones a la Ley 153-98

En 1998, se sanciona y promulga la Ley 153-98 de Telecomunicaciones. Con la entrada en vigor de este texto legal, el recién creado órgano regulador INDOTEL recibe el mandato de adecuar las autorizaciones vigentes expedidas con anterioridad por la DGT y otorgar el nuevo título habilitante. La adecuación es el proceso mediante el cual, previo cumplimiento de los requisitos establecidos²³⁸, se ajustan las autorizaciones concedidas bajo la ley 118 de Telecomunicaciones de 1966 a las nuevas disposiciones de la ley 153-98. En el art. 119.1 de esta última, que explicita la obligación de adecuar, se indica:

Este proceso de ajuste se realizará manteniendo las concesiones para todos los servicios otorgados y estableciendo la igualdad entre concesionarios respecto al alcance de las concesiones. Para aquellas concesiones que tuvieran en plazo de duración determinado, la duración del nuevo título será igual al período de tiempo que le faltare a la concesión originaria para la terminación de su plazo; para aquellas concesiones que no tuvieran un plazo de duración determinado, el nuevo plazo será el máximo que se establece en el Artículo 27 de la presente ley, todo lo anterior sin perjuicio de los derechos de renovación que tendrán los concesionarios de conformidad con el mencionado artículo (Ley 153-98 de Telecomunicaciones).

Radio Televisión Dominicana, utilizando el canal 5, en emisiones educativas y culturales; Circuito Independencia, adquirente de la concesión otorgada a Orbe, S.A., utilizando el canal 6.; Radio Hin C. por A., utilizando el canal 7; Corporación de Radio y Televisión, utilizando el canal 9; Telesistema Dominicano C. por A., utilizando el canal 11; Inde Radio y Televisión S.A., utilizando el canal 13".

²³⁷ Resolución de la DGT, número 3-95, modificación que complementa la resolución 2-95 de fecha 15 de abril del año 1995 para el uso de los canales de VHF.

²³⁸ Los requisitos para la adecuación fueron establecidos, inicialmente, mediante resolución 005-99 del Consejo Directivo del INDOTEL y modificados posteriormente. La última reforma se realizó mediante resolución 023-19 del Consejo Directivo del INDOTEL.

Como fase previa de este procedimiento, el INDOTEL dio inicio el 17 de enero de 2002, mediante resolución 006-02, al proceso preparatorio de verificación, depuración y renovación provisional de las licencias vigentes para la operación de canales de televisión en las bandas VHF y UHF, como una etapa previa a la Adecuación de las Autorizaciones vigentes expedidas por DGT conforme la Ley No. 118 de 1966. Con esta operación se planteó expedir certificados de renovación provisional de licencias a la espera de que los licenciarios cumplieran con las obligaciones establecidas por el Reglamento de Concesiones, Inscripciones en Registros Especiales y Licencias para prestar Servicios de Telecomunicaciones en la República Dominicana, con la finalidad de concluir el proceso de adecuación de las autorizaciones vigentes a la nueva ley y sus reglamentaciones. Estas licencias provisionales fueron emitidas, mediante resolución 008-02, a los canales de televisión 2, 4, 5, 6, 7, 9, 11 y 13 ubicados en la banda VHF.

A pesar de que la ley establecía el plazo de un año a partir de su entrada en vigor para que el órgano regulador ajustara a sus disposiciones las concesiones vigentes, el proceso final de adecuación se fue demorando en el tiempo (Ilustración 21).

Ilustración 21. Proceso de adecuación de las autorizaciones de servicios públicos de telecomunicaciones expedidas por la DGT a la Ley 153-98

Antecedente	Leonel Fernández (1996-2000)			Hipólito Mejía (2000-2004)		Leonel Fernández (2004-2012)		Daniilo Medina (2012-2020)
1966	1998	1999	2000	2002	2003	2004	2006	2019
Ley 118 de Telecomunicaciones	Ley 153-98 General de Telecomunicaciones	Res. 005-99 de INDOTEL, para la adecuación de los contratos de concesión de servicios públicos de telecomunicaciones a las disposiciones de la Ley General de Telecomunicaciones 153-98	Res. 004-00 de INDOTEL, Reglamento de Concesiones, Inscripciones en Registros Especiales y Licencias para prestar Servicios de Telecomunicaciones en la RD	Res. 007-02 de INDOTEL, que modifica el Reglamento de Concesiones, Inscripciones en Registros Especiales y Licencias para prestar Servicios de Telecomunicaciones en la RD Res. DE-014-02 mediante la cual el Director Ejecutivo de INDOTEL llama a la adecuación de autorizaciones expedidas por la DGT para prestar servicios de difusión sonora, televisiva y por cable	Se inicia el proceso de adecuación de las autorizaciones expedidas por la DGT (Res. DE-005-03)	Res. 129-04 de INDOTEL, que modifica el Reglamento de Concesiones, Inscripciones en Registros Especiales y Licencias para prestar Servicios de Telecomunicaciones en la RD	Res. 118-06 de INDOTEL, Plan de acción para la conclusión del proceso de adecuación de las autorizaciones vigentes expedidas por la DGT. Simplificación del procedimiento.	Res. 023-19, que establece el protocolo para llevar a cabo el proceso pendiente de adecuación de las autorizaciones para prestar servicios públicos de telecomunicaciones que fueron otorgadas con anterioridad a la entrada en vigencia de la ley no. 153-98, de fecha 27 de mayo de 1998 Res. 036-19 Reglamento de autorizaciones para servicios de telecomunicaciones

Nota: en 2002, mediante resoluciones 006-02 y 008-02, se reguló el proceso de emisión de certificados de renovación provisional de las licencias otorgadas mediante ley 118 de 1966 y se emitieron los correspondientes certificados de licencia provisional a los canales de VHF. Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

4.3.1.3 La expansión en la banda UHF

Paralelamente al desarrollo de estos dos procesos, la estructura televisiva se expande en la banda de UHF con el surgimiento de segundos canales de los operadores ya existentes y con la llegada de otros canales de nuevos propietarios. Los empresarios que habían adquirido medios de comunicación en antena abierta se habían preocupado por tener su canal paralelo en el UHF (Tabla 64). Además de estas, a partir de 1990, se otorgan licencias a nuevos propietarios; “una parte de ellas eran posteriormente vendidas, a menudo sin que hubiesen sido puestas en operación” (Bolívar, 2005, p. 389). Fue así como las estaciones televisivas fueron diseminándose por toda la geografía del país, al

punto de que ya a inicios del siglo XXI había pocas provincias que carecieran de al menos una estación televisiva (Carreras Aguilera, 2019, p. 203). En cuanto a la cobertura, para 2009, según De la Rosa,

De 38 canales que transmiten en UHF, suman 7 los de alcance nacional; 9 tienen cobertura nacional e internacional; 7 son de alcance regional; 6 son locales y 9 se encontraban fuera del aire al momento de efectuarse esta investigación. En términos porcentuales, el 63,04 de los canales, tienen cobertura nacional, mientras que el 34,78, es regional y el 2,17, local. De los canales que poseen cobertura regional, el 15,22% emite para la región Norte; el mismo porcentaje se verifica en el Sur, mientras que el Este registra un 6,52% (De la Rosa, 2011, p. 76).

Tabla 64 Relación entre los canales de VHF y UHF en la República Dominicana

Canal de televisión VHF	Canal de televisión UHF
Canal 2, Teleantillas	Canal 51 Teleantillas
Canal 4, Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	Canal 17, Quisqueya TV
Canal 5; Telemicro	Canal 15, Digital 15
Canal 7, Antena Latina	Canal 21, Antena 21
Canal 9, Color Visión	Canal 25, Telemédios 25
Canal 11 Telesistema	Canal 39, Coral 39
Canal 13 Telecentro	Canal 31

Elaboración propia.

Varios canales cuentan con la misma frecuencia, pero, por operar desde zonas distintas del país, no tiene inconvenientes de transmisión. Es lo que sucede con el canal 43, que la misma frecuencia la utilizan emitiendo desde Santiago, San Pedro de Macorís y Santo Domingo y la región sur. Algo similar ocurre con los canales 45; 49; 51; 53; 55 y 67, que por la limitante que tiene el alcance de UHF, el órgano regulador los utiliza como acceso a televisión locales o regionales. Aun así, el desequilibrio continuó siendo muy pronunciado, con Santo Domingo y Santiago como los principales núcleos de concentración de empresas de televisión.

El incremento del número de actores mediáticos trajo consigo también la aparición de una oferta que incluyó el único canal del sistema televisivo dominicano que puede considerarse de carácter educativo y cultural (*Quisqueya TV*), dos canales de orientación católica (*La Voz de María* y *Televida*), los canales de noticias 24 horas (CDN y RNN). A pesar de esta mayor pluralidad numérica de actores, en su conjunto, la televisión dominicana continuó siendo poco diversa en cuanto a sus contenidos, al tipo de propiedad (que siguió siendo mayoritariamente privada) y a su orientación (predominantemente comercial). Esta limitada diversidad estuvo combinada con repetidos casos de operadores que, a pesar de contar con la licencia, mantienen sus señales apagadas (De la Rosa, 2011, p. 77), o solo las han encendido de forma intermitente.

4.3.1.4 La expansión de la televisión por cable

A inicios de la década de 1980 había comenzado a funcionar en el país la televisión por cable.

La televisión por cable fue iniciada en el país por la compañía Telecable Nacional, el 23 de noviembre de 1982. Entonces, el 75 por ciento de los hogares de la capital disponía de un aparato de televisión (Álvarez Vega, 1994, p. 174).

El sector de la televisión por suscripción se expandió en el contexto de un vacío regulatorio, sin marcos legales claros, que dieron lugar a un desarrollo desordenado de empresas prestadoras de servicios y la aparición temprana de la piratería de prestadores y usuarios. En una descripción sobre los efectos de la televisión por cable, Straubhaar sostenía que:

Los sistemas funcionan prácticamente sin regulación estatal [...] Estos sistemas funcionan, en su mayoría, ‘pirateando’ la señal de los satélites que sirven a suscriptores norteamericanos. Esto es posible, ya que la isla de Santo Domingo ocupa parte de la zona cubierta por los principales satélites que usan los Estados Unidos para servir a los suscriptores por cable en ese país. Además, las empresas dominicanas han logrado “decodificar” las señales que sus homónimas norteamericanas han establecido para defenderse del “pirateo” (Straubhaar, 1988, p. 4).

Al mismo tiempo que una parte de la oferta de contenidos audiovisuales difundidos mediante este sistema era claramente ilegal, la instalación de operadores se expandió en un contexto de “alegalidad”. No había, durante esos años, normativa alguna que regulara el sector de la televisión por suscripción y los permisos de instalación “eran otorgados discrecionalmente por los ayuntamientos y la ya desaparecida Dirección General de Telecomunicaciones” (López Reyes, 2011, p. 103).

Recién en 1998, con la sanción de la ley 153-98 de Telecomunicaciones, el sector de la televisión por suscripción comenzó lentamente a ordenarse. Lo hizo de forma más tardía, ya que la prioridad fue, inicialmente, la de ordenar el servicio de radiodifusión televisiva analógica que, como ya ha sido mencionado en este trabajo, se encontraba en una situación de desorganización y, en muchos casos, de ilegalidad. El “Reglamento para el Servicio de Difusión por Cable y otras medidas” fue sancionado recién en 2004 y su modificación, para adaptarse a las nuevas tecnologías de difusión, solo consiguió aprobarse dieciocho años más tarde, después de repetidas polémicas entre el órgano regulador y los operadores, mediante el “Reglamento para la Prestación del Servicio de Difusión Televisiva por Suscripción” de 2022. También en este sector, que hoy cuenta con unos 70 proveedores, la tecnología y el surgimiento de actores ligados a ella para ofrecer nuevos servicios y obtener los beneficios del mercado llegaron antes que la ley.

4.3.1.5 La transformación de la televisión terrestre digital (TTD)

Para el año 2010, la televisión terrestre en República Dominicana consistía en un amplio grupo de canales, 7 de ellos los históricos que habían comenzado a emitir antes de los noventa en VHF y un amplio grupo llegado con la expansión de la UHF a partir de aquella década. Esa diferenciación iba a dejar de tener sentido con la transformación de la televisión terrestre a las emisiones digitales a partir del año 2010.

En 2006, el INDOTEL había creado un grupo de estudio para la transición a las emisiones digitales (Resolución No. 003-06), realizado una consulta pública (Resolución No. 159-08). Al final de ese proceso de estudio y consulta, a través de la Resolución No. 102-10 el INDOTEL recomienda la adopción del estándar estadounidense *Advanced Television*

Systems Committee (ATSC), “el de mejor desempeño y que mejor se adapta a las condiciones e intereses del país”. El Decreto 407-10 eleva esa recomendación al rango de norma y fija un plazo de solo 5 años para realizar la transición a la televisión terrestre digital (TTD). El plazo para el cese de las emisiones analógicas (el llamado “apagón analógico”) y la reordenación de todo el sistema resultó demasiado inmediato y tuvo que extenderse primer hasta el 9 de agosto del 2021 (Decreto núm. 294-15), luego al 15 de septiembre de 2022, al 31 de agosto de 2023, al 31 de diciembre de 2023 (Decreto 437-22) y finalmente al 31 de julio de 2024 (Decreto 666-23).

INDOTEL fijó en las Resoluciones del Consejo Directivo números 121-2021 y 122-2021 (actualizadas por la Resolución núm. 083-2022) el Reglamento del Servicio de Televisión Terrestre Digital y su plan de transición compuesto por 3 fases: una primera de asignación de frecuencias a los canales y emisión simultánea en analógico y digital (*simulcasting*), la aprobación de las licencias definitivas y el cierre del proceso con el encendido digital definitivo y el apagón analógico. Parte esencial del proceso es reubicar las emisiones de televisión “para optimizar la eficiencia y liberar espectro que será utilizado para servicios de banda ancha móvil, especialmente en la banda de 700 MHz”, es decir, para poder ofrecer nuevas frecuencias a los operadores de telefonía celular y mejorar los servicios de conectividad en el país.

A diferencia del sistema NTSC, el ATSC permite que cada canal de televisión emita en un canal determinado (físico o real) pero aparezca con una numeración determinada en los receptores (un canal virtual). La asignación de los canales virtuales ha supuesto una discusión del INDOTEL con los operadores hasta fijar la distribución que ha sido aprobada y que se muestra en los gráficos.

La reordenación digital fija también las áreas de cobertura de los operadores: nacional (todo el territorio), la zona 1 (macro-regiones Sureste y Suroeste), zona 2 (macro-región Norte o Cibao) y local. La Resolución 083-22²³⁹ de INDOTEL especifica la cobertura territorial de cada uno de los operadores de televisión terrestre en República Dominicana. El sistema queda conformado por:

- 30 canales de televisión de cobertura nacional
- 7 canales regionales para la zona 1 (macro-regiones Sureste y Suroeste),
- 6 canales para la zona 2 (macro-región Norte o Cibao)
- 5 canales locales en distintas localidades del país, incluido un canal en Santo Domingo

Tabla 65. Canales de televisión digital terrestre, por zonas de servicio (2022)

Nacional		Regional	Local
1.	Teleantillas, S.A.S.	Zona 1 (suroeste y sureste):	La Altagracia
2.	Corporación Estatal de Radio y Televisión	1. Circuito de Radio y Televisión La Nueva Isabela, S.A.	1. Turvisión del Este, S.R.L.
3.	Corporación de TV y Microondas Rafa, S. A.	2. Ondas y Medios, S.A.	La Romana
		3. Sistema Televisivo del Sur, S.A.	2. Promociones Peña, S. A. (Producciones PA)
		Zona 1 salvo Este (Sur y SD)	Peravia

²³⁹ INDOTEL: Resolución 083-22. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_048-2022_rectificacion_de_error_-_res122-21.pdf

Nacional	Regional	Local
4. Medios Educativos y Comunicaciones, S.R.L.	1. Diócesis de La Vega (Radio Santa María)	3. Digital Cable TV, S.R.L. San Francisco de Macorís
5. Interamerica Broadcasting & Prod. Co., S.A.	2. Fundación Cultural Antena Latina, INC.	4. Circuito De Televisión Tele-Duarte, S.R.L. Sto. Domingo y D.N.
6. Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L.	3. Teleradio América, S.A.	5. Inversiones Amana, S.A.
7. Telesistema Dominicano, S.A.S.	4. Teleunión, S.R.L.	
8. Telecentro, S.A.	Zona 2 (norte):	
9. Corporación de TV y Microondas Rafa, S. A.	1. Cibao TV Medios, SRL	
10. Corporación Estatal de Radio y Televisión	2. Diócesis de La Vega (Radio Santa María)	
11. Telenorte, S.R.L.	3. Ondas y Medios, S.A.	
12. Trendy, S.A.S.	4. Radio Televisión Cibao, C. por A.	
13. Megamedios, S.R.L.	5. Teleantillas, S.A.S.	
14. Telemedios Dominicana, S.A.	6. Teleunión, S.R.L.	
15. Canal 27 UHF, C. por A.		
16. Canales Progressio, S.A.		
17. Transmisiones y Proyecciones		
18. Supercanal, S.A.		
19. Sport Visión 35 TV, S.R.L.		
20. Cadena de Noticias Televisión, S.A.		
21. Telesistema Dominicano, S.A.S.		
22. Conferencia del Episcopado Dominicano		
23. Compañía Macorisana de Televisión, S.R.L.		
24. Teleméricas, S.R.L.		
25. Frecuencias y Medios, S.A.		
26. Mango TV, S.R.L.		
27. Franasyl, S.R.L.		
28. Digital Visión Canal 63 UHF, S.R.L.		
29. Canal del Sol, S.A.		
30. Frecuencias Dominicanas, S.A.S.		

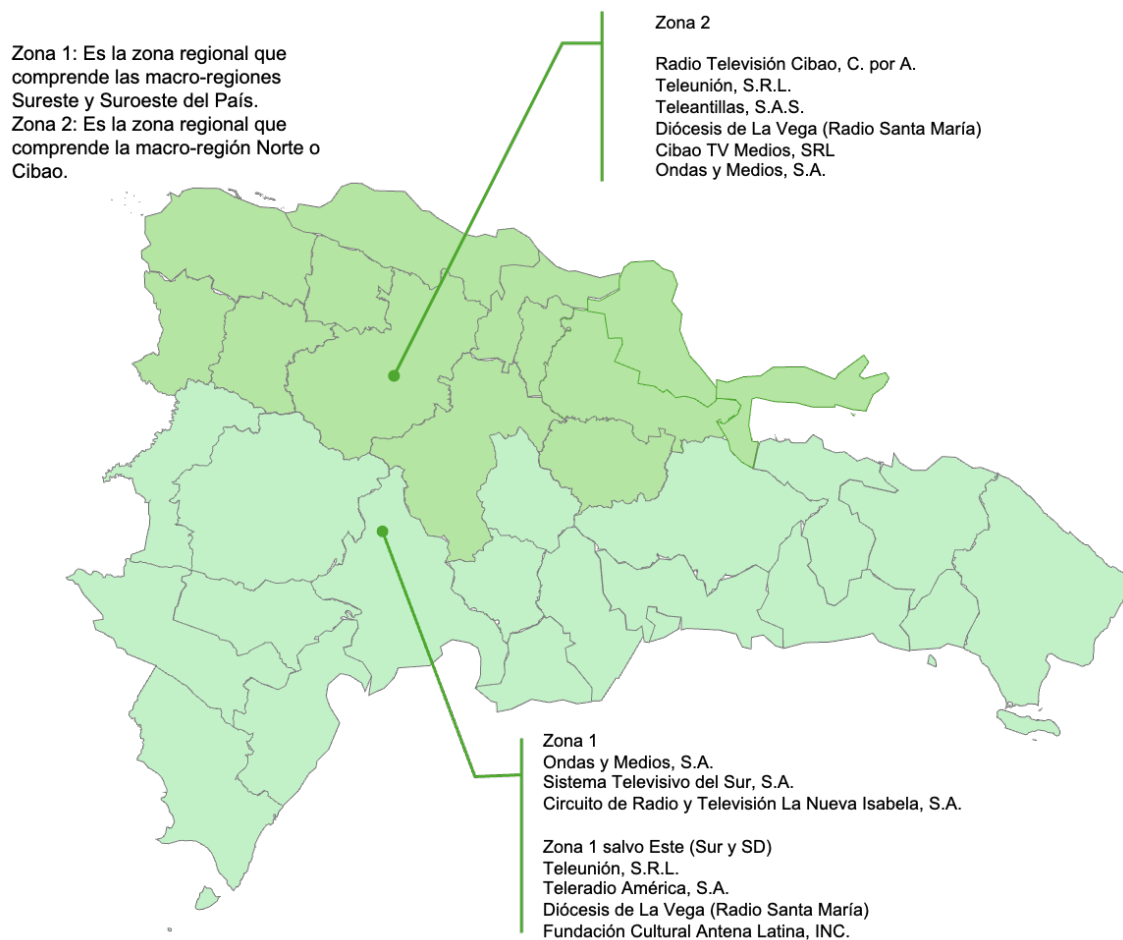
Zona 1: Es la zona regional que comprende las macro-regiones Sureste y Suroeste del País. Zona 2: Es la zona regional que comprende la macro-región Norte o Cibao. Fuente: Elaboración propia sobre datos de la res. 048-2022 del INDOTEL.

Ilustración 22. Canales virtuales de la TTD en República Dominicana por zonas (2022)

	Nacional	Zona 1	Zona 2	Locales
2	Teleantillas, S.A.S.			
3				
4	Corporación Estatal de Radio y Televisión			
5	Corporación de TV y Microondas Rafa, S. A.			
6	Medios Educativos y Comunicaciones, S.R.L.			
7	Interamerica Broadcating & Prod.Co., S.A.			
8				
9	Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L.			
10				
11	Telesistema Dominicano, S.A.S.			
12				
13	Telecentro, S.A.			
14				
15	Corporación de TV y Microondas Rafa, S. A.			
16				
17	Corporación Estatal de Radio y Televisión			
18				
19	Telenorte, S.R.L.			
20				
21	Trendy, S.A.S.			
22				
23	Megamedios, S.R.L.			
24				
25	Telemedios Dominicana, S.A.			
26				
27	Canal 27 UHF, C. por A.			
28				
29	Canales Progreso, S.A.			
30				
31	Transmisiones y Proyecciones			
32				
33	Supercanal, S.A.			
34				
35	Sport Visión 35 TV, S.R.L.			
36				
37	Cadena de Noticias Televisión, S.A.			
38				
39	Telesistema Dominicano, S.A.S.			
40				
41	Conferencia del Episcopado Dominicano			
42				
43	Compañía Macorisana de Televisión, S.R.L.	Diócesis de La Vega (Radio Santa María)	Radio Televisión Cibao, S.R.L.	
44				
45		Teleradio América, S.A.	Teleunión, S.R.L.	Turvisión del Este, S.R.L.
46				
47	Teleaméricas, S.R.L.			
48				
49		Sistema Televisivo del Sur, S.A.		Círculo De Televisión Tele-Duarte, S.R.L.
50				
51		Círculo RTV La Nueva Isabela, S.A.	Teleantillas, S.A.S.	
52				
53		Ondas y Medios, S.A. / Teleunión, S.R.L.	Diócesis de La Vega (Radio Santa María)	
54				
55		Fundación Cultural Antena Latina, INC.	Cibao TV Medios, SRL	Promociones Peña, S. A. (Producciones PA)
56				
57	Frecuencias y Medios, S.A.			
58				
59	Mango TV, S.R.L.			
60				
61	Franasyl, S.R.L.			
62				
63	Digital Visión Canal 63 UHF, S.R.L.			
64				
65	Canal del Sol, S.A.			
66				
67			Ondas y Medios, S.A.	Inversiones Amana, S.A. / Digital Cable TV, S.R.L.
68				
69	Frecuencias Dominicanas, S.A.S.			

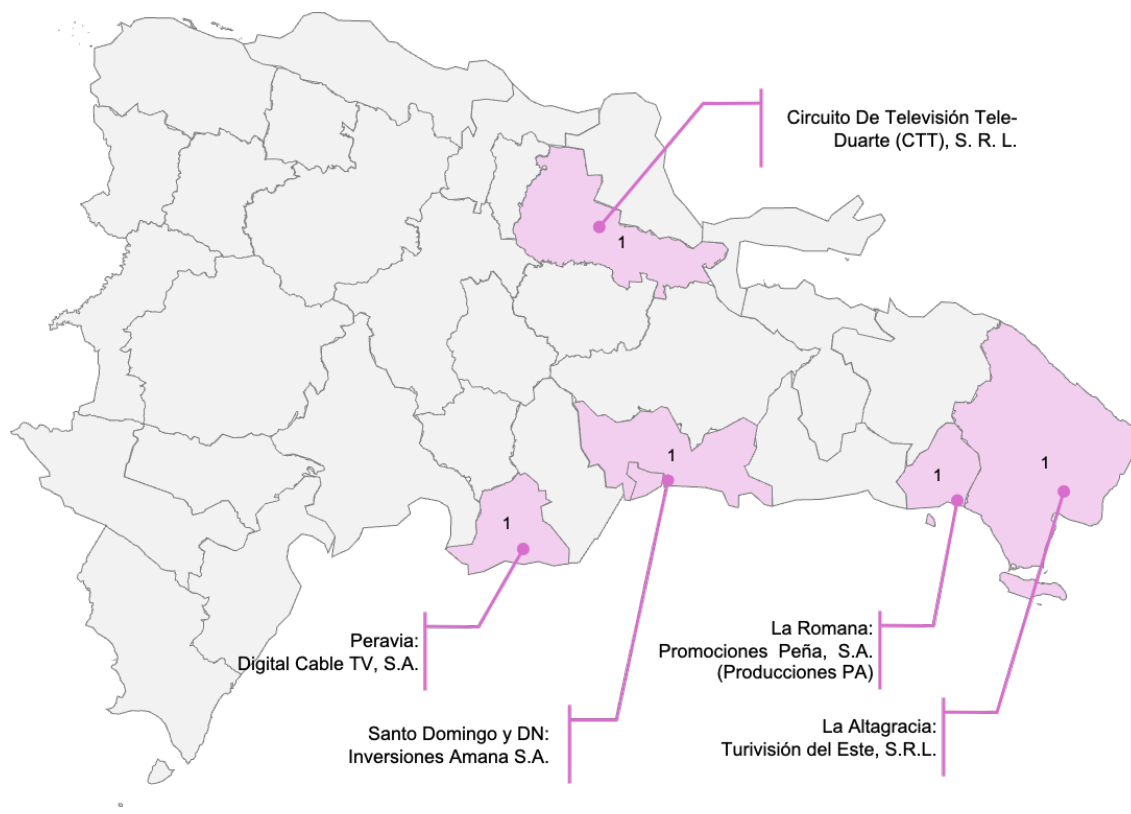
Fuente: Elaboración propia sobre datos de la res. 048-2022 del INDOTEL.

Ilustración 23. Estaciones de televisión terrestre con área de servicio regional



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 24. Estaciones de televisión terrestre con área de servicio local



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Los principales operadores de la televisión en abierto

4.3.2.1 Canal 4 Corporación Estatal de Radio y Televisión

Esta planta televisora fue la primera que operó en el país. Su surgimiento formó parte del éxito alcanzado por la empresa radial *La Voz Dominicana*, que José Arismendy Trujillo Molina había convertido desde sus inicios en una emisora gubernamental. De esta manera, a partir de una red radiofónica existente, compartiendo su estructura y utilizando el mismo nombre (Menéndez Alarcón, 1992), se crea la primera televisión en República Dominicana. Desde el año 1951 había comenzado el proyecto ambicioso de transformar la empresa radial *La Voz Dominicana* en televisión. Ese año se compraron maquinarias y equipos y la infraestructura donde aún permanece este primer canal de televisión.

Las primeras imágenes salieron al aire el uno de agosto de 1952. Aquello fue todo un acontecimiento pues era la primera televisora en su género del país y la tercera en Latinoamérica, después de México y Cuba. Los programas eran variados. Había musicales, programas deportivos y hechos noticiosos, sobre el dictador Rafael Leónidas Trujillo. En 1953, se cambió el nombre de “La Voz del Yuna” por el de Palacio Radio Televisor “La Voz Dominicana”, con transmisores por radio y televisión (CERTV, s. f.-a, párr. 5).

Fue una época en la que República Dominicana estaba a la vanguardia de América Latina y los artistas más destacados del país e internacionales se daban cita en el escenario de *La*

*Voz Dominicana*²⁴⁰. La emisora se estableció en un nuevo edificio creado para albergar tanto la radio como la televisión y sus emisiones llegaron rápidamente a todo el país (excepto una pequeña parte del este de la isla) (Menéndez Alarcón, 1992: p. 17).

Este primer canal de televisión en el país pasaría, con el correr de los años, por varias reestructuraciones y cambios de nombre: dos años después de la muerte del dictador Rafael Leónidas Trujillo, en 1963, *La Voz Dominicana* pasó a llamarse *Radio Santo Domingo Televisión* y más adelante *Radio Visión Nacional*; con posterioridad a la segunda intervención norteamericana en el país, finalizada en 1965, y durante el gobierno provisional de Héctor García Godoy, cambió de nombre por el de *Radio Televisión Dominicana* (RTVD); a continuación, es denominada *Televisión Dominicana* y, finalmente, en el año 2003, vuelve a su anterior designación, RTVD, en el marco de la sanción de la ley 134-03 que creó la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV). Colombo (2014), periodista y director en aquel entonces del canal estatal, explica por qué se promovió esta última modificación.

En el 2003, cuando me propone el presidente Hipólito Mejía, para trabajar en el canal 4, yo le hago la proposición de satisfacer una sorda demanda que esporádicamente se había planteado en el país, de autonomizarla, que no dependiera del favor económico del Palacio Nacional, y que no fuera un órgano reproductor de la propaganda oficialista, sino que se pareciera según ese modelo de Italia, España, Gran Bretaña, Estados Unidos, fuera una empresa estatal de comunicaciones. El mandatario Hipólito Mejía accedió a que se gestionara ante el Congreso la autonomía. Se hizo un proyecto de ley que se convirtió en la Ley 134-03, y entonces se logró la autonomía convirtiendo la antigua, “Radio Televisión Dominicana”, en “Corporación Estatal de Radio y Televisión” que está integrada en cuatro medios de comunicación. Eran dos cuando yo la asumí. “El canal 4”, “Dominicana FM” y “Radio Santo Domingo en AM”. Yo cree el canal cultural “Quisqueya TV”, canal 17 UHF, y la emisora Quisqueya FM, en los 91.5 FM (Colombo, comunicación personal 28 de abril, del 2014).

Como ya se ha mencionado en el capítulo anterior de este trabajo sobre el análisis de la evolución del marco regulatorio de la comunicación en el país, la Ley 134-03, aprobada el 29 de julio de 2003, fue mucho más que un cambio de denominación de la emisora. Fue un intento de conformar un verdadero ente público que aglutinara a todos los medios estatales en la búsqueda del fomento de organismos estatales rentables. En cualquier caso, la televisión pública sigue bajo un estricto control gubernamental, como ocurre con tantas otras radiotelevisión latinoamericanas, lo que afecta a su penetración en la sociedad dominicana. El país no es una excepción en ello, como explican los trabajos de Valerio Fuenzalida (2004):

Los canales gubernamentales (en competencia con otros canales televisivos y con otros medios (masivos y grupales) de comunicación, es decir, en un escenario informativo con alguna diversidad de voces) han obtenido, por su falta de credibilidad, una escasa audiencia que siga su programación informativa, más bien propagandística de las ideologías y caudillos civiles o militares de turno.

²⁴⁰ Entre los cantantes que estuvieron en Santo Domingo se pueden destacar: Libertad Lamarque, Pedro Vargas, Amelia Mendoza, Ima Sumac, Casandra Damirón, Elenita Santos. Comediantes de la talla de Tin Tan y Pildorín, el elenco de Romance Campesino con Macario y Felipa, y Mariachis mexicanos.

La Ley 134-03, del año 2003 que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)²⁴¹ “con carácter de entidad estatal descentralizada, con autonomía funcional, jurisdiccional y financiera, patrimonio propio e independiente y personalidad jurídica, con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones”. La nueva CERTV tiene un Consejo de Administración formado por 9 miembros —de los que 5 son miembros del Gobierno— y es el encargado de nombrar al Director General, que participa en las reuniones del Consejo con voz pero sin voto. El modelo que diseña la ley fija también la financiación de CERTV a través de una partida presupuestaria específica de la Ley General de Presupuesto, más el 10% de la publicidad estatal y la inclusión de publicidad privada en sus distintas programaciones. El su artículo 25 de esa ley explica ese sistema de financiación de la Corporación.

Artículo 25.- Las actividades de la Corporación serán financiadas en la forma siguiente:

- a) Por partidas establecidas en la Ley General de Presupuesto,
- b) Por asignaciones especiales emanadas de la Presidencia de la República Dominicana.
- c) Por el 10% de los presupuestos generales de publicidad que realicen todas las instituciones del Estado dominicano, así como sus entidades autónomas y descentralizadas. Dichos fondos deberán ser descontados por la Tesorería Nacional, para ser entregados cada mes a la Corporación. En caso de que el Tesorero Nacional incumpla la obligación contenida en este acápite, podrá ser sancionado con prisión de tres (3) a seis (6) meses y multa de treinta (30) a noventa (90) salarios mínimos.
- d) Por la comercialización y venta de la publicidad que se incorpore a su programación, así como del producto de la comercialización de todos sus activos en la forma que decida a efecto el Consejo de Administración.
- e) Por cualquier otra forma que al efecto establezca el Consejo de Administración.

PÁRRAFO. En caso de que las asignaciones presupuestarias de la publicidad estatal sean eliminadas o disminuidas de manera sustancial, en forma permanente o transitoria, el Poder Ejecutivo deberá aportar los recursos que garanticen el normal desenvolvimiento de la Corporación y todos y cada uno de sus medios. (Ley que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión No.134-03, 2003, p. 13).

Tabla 66 Autorizaciones para el funcionamiento de CERTV

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Radio Televisión Dominicana C. por A.	1995	Res. 2-95 y 3-95 de la DGT
Radio Televisión Dominicana C. por A.	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00002.
Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2003	Ley 134-03 que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV), en sustitución de la antigua Radio Televisión Dominicana (RTVD).
Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2007	Res. 070-07 que declara adecuadas a las disposiciones de la Ley General de Telecomunicaciones no. 153-98, las autorizaciones que fueron otorgadas por la antigua Dirección General de Telecomunicaciones (DGT), a favor de Radio Televisión Dominicana (RTVD) para la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones utilizando frecuencias atribuidas al servicio de radiodifusión televisiva.

²⁴¹ Ley No. 134-03 que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV).

<https://consultoria.gob.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3342757&managementType=2>

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2010	Res. 119-10 que declara a la empresa EUROCOMP BROADCAST, S. A., adjudicataria de la licitación pública internacional Indotel/fdt-lpi-003-2010, para la ejecución del proyecto “Conversión de a Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV) a la Televisión Digital” (Concertvdigital).
Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2011	Res. 001-10 que aprueba el “Plan Bianual de Proyectos de Desarrollo para el periodo 2009-2011”, dentro del cual se encuentra el proyecto denominado “Conversión de la Corporación Estatal De Radio Y Televisión (CERTV) a la televisión digital (CONCERTVDIGITAL)”
Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	2012	Res. 137-12 que aprueba la emisión del acta de aceptación final del proyecto “conversión de la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV) a la televisión digital (concertvdigital)”

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del Consejo Directivo de INDOTEL.

4.3.2.2 Canal 7 Antena Latina

El Canal 7 (la antigua RAHINTEL) es la primera planta televisora privada del país. Se inaugura el 28 de febrero de 1959, solo siete años después de la llegada de la televisión a República Dominicana. El nombre con el que surge este canal y su propiedad son detallados por Veras (2009):

Fue inaugurado el canal 7 de televisión como una división de Radio HIN, C por A., o Rahintel, palabra originada de Radio HIN Televisión. Su presidente y propietario era el ingeniero Pedro Pablo Bonilla Portalatín, el propulsor de la televisión privada en el país; y su director Homero León Díaz (Veras, 2009, p.548).

Así, el Canal 7 inicia su andadura con el nombre de *Radio HIN Televisión (Rahintel)* y, al igual que en el caso de Canal 4, también como continuación de un proyecto radiofónico anterior (Radio HIN). A través de una columna del periódico *Hoy* (2005) se explica por qué, pese a que *Rahintel* era una competencia abierta al canal estatal *Radio Televisión Dominicana*, logró mantenerse abierto durante la dictadura, siendo una planta televisora de capital privado

Rahintel, Canal 7, que surgió bajo el mando del fenecido ingeniero Pedro Pablo Bonilla Portalatín (Pepe) [...] Rahintel, fue un aguerrido experimento de Pepe y la televisora, en sí, era una cafetera si se comparaba con la entonces poderosa Radiotelevisión Dominicana que regenteaba el general José Arismendy Trujillo Molina, más conocido como Petán. Pero el clima de libertad artística que se abrió en Rahintel, libertad hasta donde se podía en esos duros años de 1959 y 1960, pagó sus dividendos, dividendos que irritaban a Petán Trujillo, pero quien no podía eliminar la planta –ni adquirirla tampoco– dado los vínculos de prácticamente hermandad que existían entre Pepe Bonilla y Rafael L. Trujillo hijo (Ramfis) (HOY, 2005, párr. 2-3).

En entrevista para esta investigación, Olivo (2018) explica parte de la historia del por qué siendo *Rahintel* una competencia con la televisora estatal no hubo ningún intento del gobierno por detener las transmisiones de esta planta televisora privada.

En “La Voz Dominicana” la dictadura tenía un control. Esta era la meca de los artistas y eso tenía una gran influencia. En el Canal 4 hubo hasta una ópera, se monta una “Traviata” y todo eso era un poder. Con el respaldo recibido por Ramfis hacia el dueño de Rahintel, “don Pepe Bonilla”... Rahintel cumplía, entonces, su cometido: la gente lo vio como una alternativa, cuando se da esa competencia. Lo mismo sucedió en la radio. A “La Poderosa Voz Dominicana” Trujillo le hizo una emisora “rival” que se llamaba “Radio Caribe” eso era de transmisión regional, de ondas cortas, ahí era que se hacían los famosos foros

públicos que escogían un funcionario y lo acababan. Él [Trujillo] era el dueño de eso y del periódico *La Nación* también. Con este tipo de emisora se hacía pensar que el país respiraba un ambiente democrático. Olivo (2018)

A principios de los años ochenta, Pedro Bonilla la vende Grupo Financiero Universal (Tabla 67), un conglomerado liderado por Leonel Almonte²⁴² que había sido fundado en 1979 y que en 1994 experimentaría uno de los mayores escándalos financieros y su posterior colapso. En estos años ochenta y ya bajo la propiedad del Grupo Universal se llevaron a cabo desde *Rahintel* acciones para mejorar la programación y la calidad de los contenidos de producción propia, para renovar su imagen corporativa y para modernizar las infraestructuras. En ese contexto se produjo la denominada “guerra de las papeletas”, cuando desde canal 7 se realizaron propuestas económicas a las figuras más importantes de la televisión dominicana de la época, que trabajan casi todas en el canal 9 *Color Visión*, y muchos de los nombres más emblemáticos migraron. Como parte de las transformaciones, también se puso en marcha en Santiago de los Caballeros, en 1986, el canal 7 Cibao, que ofrecía por primera vez en el país “una programación televisiva originada regionalmente” (Veras, 2009, p. 812). Sin embargo, a pesar de los avances, la crisis del Grupo Financiero Universal a comienzo de los años noventa impactó directamente en este medio de comunicación que se vio forzado a arrendar espacios televisivos, a reducir sus contenidos y, finalmente, fue vendido y reestructurado en 1999.

En 1986, Radio HIN, C. por A. fue autorizada a prestar servicios públicos de difusión televisiva en la banda VHF²⁴³ en virtud de las licencias expedidas por la DGT, mediante las cuales se la autorizaba a utilizar las frecuencias comprendidas en el segmento comprendido entre los 174 MHz a 180 MHz, correspondientes al canal 7 de la banda VHF, en la prestación de servicios públicos de difusión televisiva.

Tabla 67 Autorizaciones para el funcionamiento de Rahintel/Canal 7 Antena Latina

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Radio HIN, C. por A.	1986	Licencia de Operación No. 10, mediante la cual se le autoriza a instalar un transmisor, ubicado en la ciudad de Santo Domingo, para la operación del segmento de frecuencias comprendido entre los 174 MHz y los 180 MHz de la banda VHF (Canal 7), en la prestación del Servicio Público de Radiodifusión Televisiva
Radio HIN, C. por A.	1986	Licencia de Operación No. 12, mediante la cual se le autorizó a instalar un transmisor, ubicado en la ciudad de Santiago, para la operación del segmento de frecuencias comprendido entre los 174 MHz y los 180 MHz de la banda VHF (Canal 7), en la prestación del Servicio Público de Radiodifusión Televisiva.
Radio HIN, C. por A.	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL.

²⁴² Rafael Almonte fue un hombre de negocios que, en unos pocos años, construyó un imperio económico durante la administración del presidente Blanco (Menéndez Alarcón, 1992, p. 24).

²⁴³ Por medio de las licencias 10 y 12 de fechas 17 de julio de 1986 y 8 de julio 1986, respectivamente, que “fueron renovadas mediante el certificado de licencia para uso de frecuencia de difusión televisiva marcado con el número 2-01-02-00005, expedido por el INDOTEL a nombre de RADIO HIN, C. POR A. en fecha treinta (30) de enero del año dos mil dos (2002)” (Res. 07-02 Consejo Directivo de INDOTEL).

		Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00005, que renueva provisionalmente de las Licencias de Operación Nos. 10 y 12
Interamerica Broadcasting & Production Company, S. A.	2012	Res. 040-12 que declara adecuadas a las disposiciones de la Ley General de Telecomunicaciones no. 153-98, las autorizaciones expedidas por la antigua Dirección General de Telecomunicaciones (DGT), a favor de la sociedad Radio Hin, C. por A. y que fueron posteriormente transferidas a favor de la sociedad Interamerica Broadcasting & Production Company, S. A., mediante resolución no. 017-11 de fecha 24 de febrero de 2011.
Interamerica Broadcasting & Production Company, S. A.	2021	Res. 141-2021 que asigna el segmento de frecuencias 174-180 MHz (canal físico) y el número de canal virtual 7, a nivel nacional, a Interamerica Broadcasting & Production Company, S. A., para la prestación del servicio de televisión terrestre digital.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del Consejo Directivo de INDOTEL.

Durante estos años noventa, *Rahintel* emprendió un dilatado proceso de apelaciones ante el INDOTEL. Como ya se ha mencionado, en 1995, mediante la Resolución 2-95 de la ex Dirección General de Telecomunicaciones, se produjo la reordenación y unificación de las frecuencias. En ese momento *Rahintel* contaba con los tres canales antes señalados: el 7, el 11 y el 70²⁴⁴. El canal 7 en Santiago de *Rahintel* estaba operado al cien por cien de su programación por Cibao TV Medios S.A., llegando a conocerse como *Cibao Súper TV*²⁴⁵. Mediante esta empresa, había generado una programación completamente independiente y diferente aprovechando la dualidad de operación del ese canal en Santiago. La Resolución. 2-95, al unificar los canales de VHF y otorgar solo uno a cada operador, afectó significativamente las transmisiones realizadas por Cibao TV Medios, S. A. en la zona del Cibao. Por este motivo, a partir de 1996 Cibao TV Medios, S.A. inició las diligencias administrativas tendentes a obtener la asignación de un canal de televisión en la banda de UHF a nivel nacional y solicitó el canal 55, que le fue concedido, finalmente, en 2004, mediante Resolución 47-04 del INDOTEL.

Tabla 68. Cambios de propiedad de Rahintel/Canal 7 Antena Latina

Concesionario	Año del cambio de propiedad	Resolución DGT/INDOTEL
Rahintel/Radio HIN, C. por A. (Pedro Pablo Bonilla Portalatín)		
Universal Finances & Investment, S.A. (Grupo Financiero Universal) (Leonel Almonte)	1983*	---
Intercontinental de Medios, S.A.	2002	Res. 070-02 que autoriza la operación de transferencia de acciones emitidas con cargo al capital suscrito y pagado de la compañía Radio Hin, C. por A., a la sociedad Intercontinental de Medios, S. A.

²⁴⁴ Según sostiene Cardenes, el canal 7 tenía como sede Santo Domingo, para toda la región sur; el 11 desde el Mogote, cubría toda la región del Cibao y del norte y el 70 abarcaba ciertas zonas del país que no estaban cubiertas y transmisiones vía satélite.

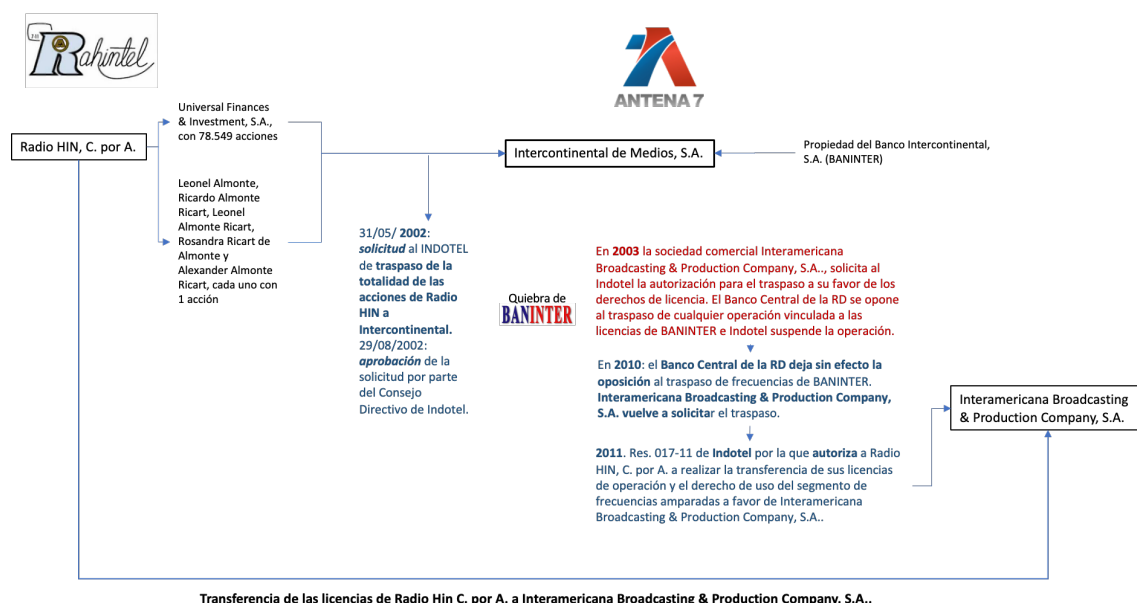
²⁴⁵ "Promocionaba todas sus actividades a través de los distintos medios de comunicación y realizaba todas sus contrataciones y actos de administración con el referido nombre comercial" <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion-no047-041.pdf>

Interamerica Broadcasting & Production, Company, S.A. (Familia Bonetti)	2011	Res. 017-11 que decide sobre la solicitud de autorización presentada por la sociedad Interamerica Broadcasting & Production Company, S. A., para realizar la operación de transferencia de las licencias nos. 10 y 12, que otorgan a Radio Hin, C. por A., el derecho de uso del segmento de frecuencias comprendido entre los 174 MHz y los 180 MHz de la banda VHF (Canal 7).

*El año puede no ser exacto (no figura en la resolución de Indotel). Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del Consejo Directivo de INDOTEL.

Las transmisiones de Rahintel con este nombre duraron unos 40 años, hasta que los empresarios del grupo Bonetti adquirieron las acciones que consolidaban su participación mayoritaria. Los Bonetti decidieron cambiar el nombre al canal y denominarlo *Antena Latina*. Con ello señalaban el nacimiento de una nueva etapa, enfocada en brindar un tipo de programación más acorde con las exigencias del público, a fin de que esta planta televisora fuese tomada como una competencia fuerte de otros canales de televisión.

Ilustración 25. Cambios en la propiedad de Rahintel/Canal 7 Antena Latina (2002-2011)



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones 070-02 y 017-11 del INDOTEL.

A partir del año 2011, el INDOTEL autoriza finalmente a Radio HIN C. por A. a realizar la transferencia de sus licencias de operación y el derecho de uso del segmento de frecuencia a favor de la compañía Interamerica Broadcasting & Production Company S.A.

Antena Latina ha estado inmersa en un prolongado proceso en torno a su propiedad y a la conformación empresarial y accionarial de la misma. Interamerica Broadcasting & Production Company, la concesionaria del Canal 7 *Antena Latina*, es propiedad de la compañía Inter-Antena Holding Company, LTD. Esta, a su vez, pertenece a la Comisión de liquidación administrativa del Banco Intercontinental (CLAB Baninter) (47,5%),

Elkton Investments, Inc. (5%) y Antena Latina Group, LTD. (47,5%). Durante el periodo 2011-2019 (Ilustración 26) se llevaron a cabo muchos intentos de compra-venta de las acciones pertenecientes a estas empresas que, en todos los casos, fueron rechazadas por el INDOTEL. La primera de ellas y quizá la más cuestionada fue la que involucró a CLAB Baninter y Elkton Investments, Inc., mediante la cual vendía su porcentaje de acciones. al empresario mexicano Ángel Remigio González (El Fantasma) (o, más propiamente, a una sociedad local que sería en última instancia propiedad de él, porque la ley no permite a extranjeros la administración de sociedades concesionarias). Remigio Ángel “El fantasma” González había comenzado en los años ochenta un imperio audiovisual desde Guatemala bautizándolo con el nombre de su esposa, Albavisión, y extendiéndolo después por todo el continente²⁴⁶, a través de una extensa red de sociedades e intermediarios que apareció en la investigación periodística de los Panama Papers²⁴⁷.

La venta fue comentada por algunos medios de comunicación, en la que se afirmaba que no se vendieron las acciones al precio que correspondía, sino que fueron traspasadas por un valor simbólico.

La abortada transacción mediante la cual el Estado se desprendía del 47,5 % de sus acciones en Antena Latina a favor de la compañía Elkton Investment y del mexicano Ángel Remigio González (El Fantasma), de probidad tan dudosa como su alias, tiene aristas que no han salido a la luz pública pese a estar detalladas en el informe rendido por la comisión senatorial que estudió el caso. Un dato considerado escandaloso, como recordará la opinión pública, detonó las sospechas: el precio por el que fueron traspasadas las acciones del Estado en los canales *Antena Latina* y el 21 UHF: solo 270 millones de pesos [unos 6,5 millones de dólares en aquel momento], cifra considerada irrisoria como valor de mercado certificado por las fuentes que sirvieron de referencia para la transacción (7dias.com, 2013, párr. 1,3).

Solo cuatro años después de la adquisición de las acciones de *Antena Latina*, los medios dominicanos publicaron que el empresario Ángel Remigio González estaría vendiendo estas acciones.

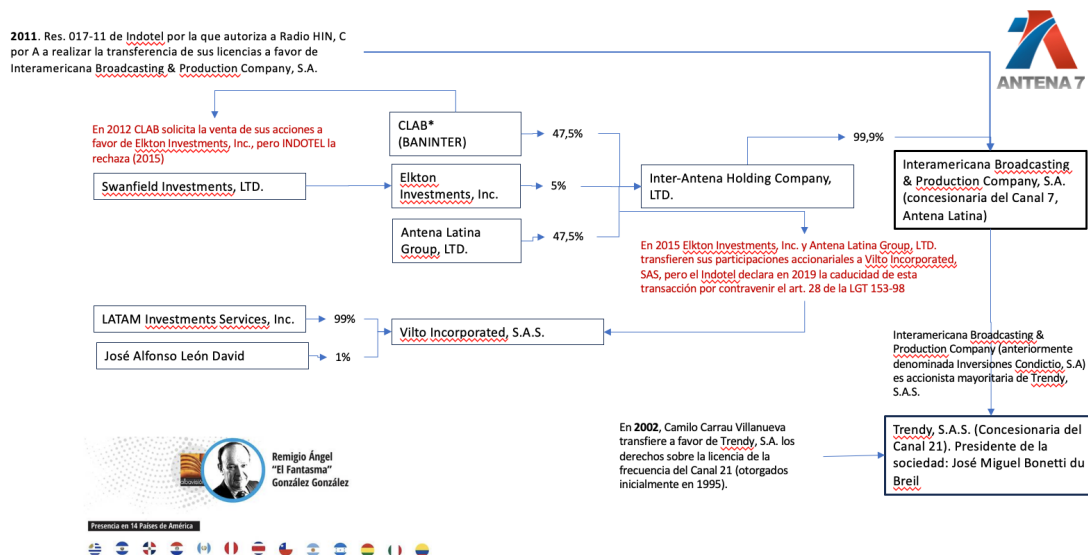
El empresario Ángel González ha puesto en venta fuera de República Dominicana el 47,5% de las acciones de la televisora *Antena Latina*, canal 7. La información la ofreció ayer el jurista Julio Cury en su cuenta de twitter, sin entrar en más detalles. “Ángel González, el célebre “fantasma”, está vendiendo fuera del país el 47,5% de *Antena Latina*, por las que apenas pagó US\$6.5 millones”, colgó el especialista en materia civil en la influyente red social. La venta del canal por la irrisoria suma de 6,5 millones de dólares al poderoso empresario mexicano conocido como “El Fantasma”, causó revuelo en el país. Las acciones correspondían a los bienes incautados al Banco Intercontinental (Baninter) por lo que pasaron al Banco Central como compensación por el salvamento que hizo a los depositantes de la entidad bancaria cuando quebró en el 2003. Cuando salió a la luz pública la venta de las acciones fue denunciada en el seno del Congreso Nacional como una transacción ilegal por tratarse de un bien de propiedad del Estado, pero a pesar de esto y pese a que INDOTEL nunca autorizó la transferencia de la frecuencia se hizo y desde entonces González mantiene el control absoluto. En junio del 2013 el Senado designó una comisión especial que

²⁴⁶ Media Ownership Monitor. Disponible en: <http://argentina.mom-gmr.org/es/proprietarios/proprietarios-individuales/detail/owner/owner/show/remigio-angel-gonzalez-gonzalez/> Consultado el 19 de agosto de 2024.

²⁴⁷ International Consortium of Investigative Journalism. Disponible en: <https://offshoreleaks.icij.org/nodes/12109384> Consultado el 20 de agosto de 2024.

investigaría la venta de las acciones y del canal 21 de UHF, propiedad del Estado Dominicano (Aybar, 2017, párr. 1-7).

Ilustración 26. Cambios en la propiedad de Canal 7 Antena Latina (2011-2019)



Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones 070-02 y 017-11 del INDOTEL.

4.3.2.3 Canal 9 Color Visión

En 1969, José Armando Bermúdez, junto con otros empresarios, crea *Color Visión*, la primera cadena en transmitir a color, en Santiago de los Caballeros, propiedad de Corporación de Radio y Televisión (posteriormente, Corporación Dominicana de Radio y Televisión). El empresario J. A. Bermúdez (s. f.), (1928-2014) uno de los fundadores de esta empresa explicaba que cuando era joven y vivía en la calle España, donde crece, en la cuadra siguiente de la misma calle había dos emisoras de radio que le atraían: una era de la familia Western, en una casa de tres niveles, y la otra, localizada en la calle España esquina Beller, en el segundo nivel estaba la del señor Moisés Franco. Su inquietud por el mundo de la comunicación nace durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo, y por recomendación de un familiar muy cercano decide desistir de comenzar su propia emisora de radio como cuenta J. A. Bermúdez (s. f.)

Cuando yo le consulté a mi tío Minguito, que fue mi padre espiritual y maestro, que quería poner una estación de radio me dijo: “Está muy buena la idea, Popito, pero no conviene, porque esa emisora, por ahí van a decir cosas que tú no controlarás y eso te puede traer problemas, pues hay que ser muy cuidadoso con asuntos del Estado”, por lo cual desistí de ese proyecto (Bermúdez, s. f., párr. 4).

Pero pasado el tiempo, J. A. Bermúdez (s. f.) (descendiente²⁴⁸ de una importante familia industrial del país, conocida especialmente por la fabricación de ron) mantiene una reunión que le ayuda a materializar su proyecto de formar parte de un medio de comunicación. José Semorile y Manuel Quiroz consiguieron un permiso para una televisora en Santiago, con esta motivación se acercaron a don Enrique Peynado y a su hijo Jacinto, así como otras personas de Santo Domingo, y establecieron contacto en Santiago con Caonabo Almonte Mayer, a quien apodaban “el Chino”, que era el director de la Compañía Anónima Tabacalera (en esa época a la vez un gran anunciante), para presentarle el proyecto de televisión.

El Chino Almonte, con quien nos llevábamos muy bien, dice que la idea también le gustaba y que estaba dispuesto a participar, pero si yo participaba también porque a mí me gustaba la comunicación y la J.A. Bermúdez & Com., C. por A., que estaba dirigida por mí, era otro gran anunciante. Cuando Chino Almonte me habla de lo que le ofrecieron le dije que estaba dispuesto a participar (Bermúdez, s. f., párr. 6).

Almonte, a su vez, mantenía una estrecha relación con el dueño de la emisora radial Felipe Moscoso, en la que trabajaba Antonio Bojos, quien sería designado inicialmente presidente de la Corporación de Radio y Televisión.

Según Medina (2014), “todo comenzó cuando José Semorile obtuvo autorización de la Dirección de Telecomunicaciones para operar una franquicia de televisión en la frecuencia del canal cinco. Pero sus únicos recursos eran esa franquicia y su buena intención” (Medina, 2014, párr. 77). José Semorile era un técnico de la televisión muy cercano al presidente Balaguer. Contaba con los conocimientos, junto con Manuel Quiroz (que después sería el director general de la corporación), pues ambos se habían capacitado en el extranjero. Tenían la autorización de la frecuencia, pero no contaban con el capital para poner en marcha el proyecto y es ahí cuando se asocian para dar el paso a la primera planta televisora a color en el país.

En el año 2014 a través de la antigua *web* del Canal 9, se describía parte de la historia de este canal, su nacimiento en la segunda provincia de importancia del país, Santiago de los Caballeros, y su traslado en 1973 a Santo Domingo, para operar de manera definitiva desde ahí.

La Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (*COLOR VISIÓN*), primera televisión a color en República Dominicana y tercera en Latinoamérica, se funda en Santiago de los Caballeros el 25 de julio de 1968, iniciando sus transmisiones el 30 de noviembre de 1969 desde su estudio en el Hotel Matúm, Santiago por los canales 9 y 2; luego construye su edificio y se traslada a Santo Domingo (colorvision.com, s. f., párr. 1).

Color Visión se mantuvo durante mucho tiempo como la cadena preferida (especialmente, entre 1985 y 1990), en primer lugar, en audiencia (Menéndez Alarcón, 1992; Álvarez Vega, 1994). Se le asigna definitivamente el canal 9, después de la unificación de los canales, y es declarada adecuada a la ley 153-98 mediante resolución 071-07, en 2007, del INDOTEL. Luego de la muerte del empresario José Armando Bermúdez, el 3 de

²⁴⁸ José Armando Bermúdez era hijo de Aquiles Bermúdez Ramos (1901-1970) y nieto del empresario licorero José Armando Bermúdez Rochet (1871-1941).

diciembre del 2014 y de una carrera de 17 años dentro de *Color Visión*, asume la presidencia del canal su hijo Domingo Bermúdez.

Tabla 69 Autorizaciones para el funcionamiento de Color Visión

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (Color Visión)	1998	Lic. de operación 25 que autoriza el uso de las frecuencias 191.75 MHz (Audio) y 187.75 MHz (Video).
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (Color Visión)	1998	Lic. de operación 26 que autoriza el uso del segmento de banda comprendido entre los 186 MHz y los 192 MHz (Canal 9 VHF).
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (Color Visión)	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00006 mediante el que se renuevan las licencias de Operación 25 y 26, expedidas por la DGT.
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (Color Visión)	2006	Somete al INDOTEL la solicitud de adecuación, a fin de que las autorizaciones mediante las cuales se le autoriza al uso del segmento de banda comprendido entre los 186 MHz y los 192 MHz (Canal 9 VHF), fueran ajustadas al marco legal vigente.
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, C. por A. (Color Visión)	2007	Res. 071-07, que declara adecuada las autorizaciones.
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L.	2021	Res. 140-2021, que asigna a la empresa Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L., el segmento de frecuencias 186-192 MHz (canal físico) y el número de canal virtual 9, a nivel nacional, para la prestación del servicio de televisión terrestre digital de conformidad con el Reglamento del Servicio de Televisión Terrestre Digital y el Plan de Transición a la Televisión Terrestre Digital.
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L.	2024	Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L. presenta su plan técnico de Televisión Terrestre Digital (TTD).
Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L.	2024	Res. 076-2024, que otorga a favor de la sociedad Corporación Dominicana de Radio y Televisión, S.R.L. (Color Visión), la licencia que ampara el derecho de uso del segmento de frecuencias 186-192 MHz (canal físico) y virtual 9, para la operación del servicio de televisión terrestre digital en el territorio Nacional.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones de la DGT e INDOTEL.

4.3.2.4 Canal 13 Telecentro

El canal que se conoce hoy en día como *Telecentro* se inauguró en 1972 llamándose *TeleInde*, veinte años después de la llegada de la televisión a la República Dominicana, como cuarto canal de VHF.

El 20 de agosto de 1972 se inauguró el cuarto canal de televisión en Santo Domingo, Teleinde (Televisión del Instituto Nacional de Electrónica) propiedad el técnico José Semorile [...] Sus primeras transmisiones fueron en blanco y negro, por el canal 30 de UHF, creando problemas entre los televidentes quienes al principio no sabía cómo recibir esta señal en esta nueva banda. El 23 de mayo del 1973 se anunció que Teleinde transmitiría en el canal 13 de VHF (Veras, 2009, p. 748).

Olivo (2018) describe que José Semorile, uno de los pioneros de la radiodifusión, tuvo la idea de crear un instituto de enseñanza de radio y televisión y, como instituto, consigue la autorización del gobierno de Balaguer para una frecuencia de televisión. Con el permiso de transmisión otorgado, Semorile realizó una maratón y una campaña “un block para *TeleInde*” y de esa forma consiguió los recursos necesarios para la edificación de *TeleInde*. Inicialmente, fue concebida como la primera cadena de televisión cultural del país, pero este proyecto no pudo realizarse por limitaciones económicas (Menéndez Alarcón, 1992, p. 24).

El Sr. Semorile no era un gran capitalista ni estaba vinculado a ningún grupo económico importante; además, la idea de una red cultural estaba muy lejos de los intereses de quienes disponían de recursos financieros para apoyar el proyecto. En aquella época *Teleinde* ni siquiera era una red, ya que sólo cubría la capital (Menéndez Alarcón, 1992, p. 24).

Según lo descrito por Veras (2009) el Canal 13 se inicia con algunas dificultades para su puesta en funcionamiento. En principio, la autoridad encargada de las telecomunicaciones, la DGT, quiso evitar que *TeleInde* utilizara la frecuencia del 13, pero el dueño del canal, José Semorile, pudo mostrar un oficio entregado por el mandatario de la época, el doctor Joaquín Balaguer, que le sirvió de aval para seguir operando. Tres años después de su inauguración, a partir del 3 de febrero del 1975, la frecuencia del 13 era del canal *TeleInde*. Según Olivo (2018), Semorile “sí, era una persona cercana [al gobierno de Balaguer], pero realmente él empezó como un instituto de formación de técnicos, en vista de que era un técnico muy reputado e incluso también tenía su frecuencia radial que era la estación que se llamaba *La Súper Potente*” (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

Tabla 70 Autorizaciones para el funcionamiento de Telecentro

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
	1972	Oficio número 31281 de asignación del canal 13
Inde Radio y Televisión S.A.	1978	Ley 908. Entre otras cuestiones, confirma la asignación del canal 13 en Santo Domingo.
Inde Radio y Televisión S.A.	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00008 a favor de Inde Radio y Televisión S.A.

Fuente: Elaboración propia a partir de Veras (2009) y de las resoluciones del INDOTEL.

Según Veras (2009), A inicios de los 80, José Augusto Thomén y Adriano Rodríguez arrendaron el canal. Durante esa década se producen varios movimientos: Thomén forma una alianza con el empresario del partido reformista Jacinto Peynado Garrigosa, que, enseguida (en septiembre de 1985), establece una alianza con Manuel Guaroa Liranzo²⁴⁹.

²⁴⁹ Según Hazim (2016): “¿Qué pasa? La sociedad de Guaroa y de Jacinto produce muchísimas cosas que nosotros no queremos señalar, pero que en algún libro se va a escribir. De ahí surgen hasta candidaturas presidenciales. Surgieron siembras de naranjas en Hato Mayor. Surge una candidatura presidencial, la de Jacinto, surge de esa sociedad. Quien hace a

Finalmente, Liranzo se queda con la propiedad el canal. Las palabras de Hazim (2016) resumen lo que sucedió en esta década de los ochenta.

[...] el canal 13, entonces, comienza a tener un proceso difícil. Primero hacen una sociedad corta con Thomen, que tiene programación excesiva de parte de Televisa en México (novela, etc.). Thomen tiene que buscar a un empresario y se busca a Jacinto Peynado. Jacinto pone el dinero y le compra a Semorile y pasa Jacinto a ser dueño. [...] Jacinto se busca un socio, que es don Guaroa Liranzo. [...] Jacinto y Guaroa logran una sociedad que, por algún motivo que yo nunca pude determinar, se queda Guaroa y le compra el resto a Jacinto y se queda Guaroa con el 13 (Hazim, 2016).

En estos años, *TeleInde* cambia de nombre comercial y mejora sustancialmente su programación y la calidad de sus emisiones: “*TeleInde*, luego en manos del vicepresidente del República, Jacinto Peynado Garrigosa, mejoró sus servicios y cobertura con transmisiones totalmente a colores, cambiando su nombre por el de “*TeVe 13*” (Veras, 2009, p. 748). El renovado proyecto impulsado por Peynado comenzó en 1986, aunque lo hizo con cierta demora respecto de lo previsto. Menéndez Alarcón (1992) sostiene que se retrasó debido a que el gobierno del Partido Revolucionario Dominicano, presidido por Salvador Jorge Blanco (1982-1986), alegó que existían problemas de interferencias de ondas entre emisoras que operaban en el mismo canal y denegó a la cadena el derecho a empezar a emitir, aunque, en realidad, “el gobierno temía que [el canal] se utilizara como instrumento político del Partido Reformista Social Cristiano durante la campaña política” (Menéndez Alarcón, 1992, p. 24).

Olivo (2018) confirma que fueron Jacinto Peynado y Guaroa Liranzo quienes lanzaron el canal *TeVe 13* desde el punto de vista profesional:

Mientras eso fue Teleinde, no tuvo un empuje ¡era una casa! no tenía un concepto empresarial. Guaroa Liranzo y Jacinto Peynado, ellos se hicieron socios; ahí había mucha gente porque eso fue un gran impulso que tuvo la televisión (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

También hace referencia a la dificultad que había en torno a las frecuencias. *TeleInde* contaba con el canal 13 a nivel de la capital, aunque antes de la unificación de canales, esta frecuencia correspondía a *Teleantillas* en Santiago.

Era algo muy disperso porque si Teleantillas estaba aquí en el canal 2 y en el 13 en Santiago y el 13 estaba aquí [en Santo Domingo] llega un momento en que la onda y señales del 13 de aquí se batían con la del 13 de Santiago y no se veía nadie; entonces hubo la necesidad de unificar esas frecuencias” (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

En esta línea, Lora (1995) señala que Liranzo intentó expandir la cobertura del canal 13:

El 13 fue comprado más tarde por Guaroa Liranzo, omnipotente personaje del círculo palaciego, pero al buscar su cobertura nacional, se encontró con el escollo que ponía la misma ley de congelación que aprobó el reformismo. Trató de comprarle a Leonel Almonte uno de los dos canales que le asignaron en el Cibao a Rahintel. El precio fue muy alto y Liranzo optó por una vía más económica: de un plumazo, la Dirección de Telecomunicaciones le asignó a Tele Inde el 7 en Santiago, quitándoselo a Rahintel, pero

Jacinto candidato presidencial del partido reformista, cuando Balaguer no va, es Guaroa, por su acercamiento con Jacinto. Al punto tal que era una sociedad tan estrecha, que si tu coges el hijo más pequeño de Jacinto, se llama Manuel, igual que su padrino, por Manuel Guaroa”.

los dueños supieron mover una activa oposición en el Cibao y revocaron la medida (Lora, 1995, p. 35).

Hasta finales de los ochenta, fue uno de los canales que más énfasis puso en los géneros informativo y de opinión: “por un largo tiempo, su noticiario fue considerado uno de los mejores y probablemente el más dinámico y mejor elaborado de acuerdo a las normas propias del medio televisión. Preparaba documentales noticiosos y enfatizaba los programas de paneles” (Álvarez Vega, 1994, p. 172). La etapa posterior, en medio de fuertes dificultades financieras y cambios accionariales en su propiedad y administración, dieron paso a una parrilla televisiva construida principalmente a base de programas enlatados.

En 1999, el Grupo Financiero del Banco Intercontinental (Baninter) adquirió el canal 13 como parte de la fuerte expansión que la entidad realizó en el sector de los medios de comunicación, y lo tuvo en su poder hasta el quiebre del banco en el año 2003 y a partir de este momento mantiene el nombre de *Telecentro* que hasta la actualidad identifica a dicho canal.

Luego de trece años de que *Telecentro* estuviera dentro de los bienes incautados del Baninter y que el Estado se hiciera cargo de él, en el año 2016 el empresario Juan Ramón Gómez Díaz, dueño del Canal 5 *Telemicro* y *Digital Canal 15* (Grupo Telemicro, Televisión & Microondas RAFA S.A), lo adquiere.

El presidente del Grupo Telemicro, Juan Ramón Gómez Díaz, adquirió Telecentro (canal 13) y una emisora de la lista de los bienes incautados del Baninter, por un monto de 408 millones de pesos. Así lo reveló Luis Piña, presidente de la Comisión Liquidadora del Banco Central que tiene a su cargo todas las propiedades que fueron embargadas tras la quiebra del Banco Intercontinental (Baninter) en el 2003. El pasado viernes, Gómez Díaz cerró el contrato que le traspasa las frecuencias del canal 13 (Telecentro) y de la emisora Radio Cadena Espacial. Sobre la liquidación de los empleados del canal 13, Piña indicó que se deberá destinar de 30 a 32 millones de pesos para cubrir esos gastos. Informó que el empresario Juan Ramón Gómez Díaz realizó el pago de la compra al Banco Central, y que de estos mismos recursos se procederá a saldar las prestaciones laborales del personal. “Esto se hará de acuerdo a lo que establece la ley de trabajo”, aclaró (Bueno, 2016).

4.3.2.5 Canal 11 Telesistema

El ingeniero Waldo Pons Cabral, quien fuera el primer dueño del Canal 11 *Telesistema*, Veras (2009), sostiene que la historia de *Telesistema* comienza cuando la Dirección General de Telecomunicaciones (DGT), el 30 de junio de 1966, le concede a Pons Cabral la licencia para operar el Canal 5 en Santo Domingo, con 5,000 vatios de potencia, vigente hasta el 30 de diciembre de 1966.

El 2 de mayo de 1967, el organismo regulador cancela el permiso al ingeniero Waldo Pons para la Instalación del canal 5. Pero, el 9 de junio de 1967, se le renueva con la autorización número 16, para el canal 10, con 1,000 vatios. El 9 de agosto, se solicita la inspección del terreno para instalar el canal 10. El 6 de septiembre de 1968, la Dirección General de Telecomunicaciones (DGT) aprueba la solicitud. El 13 de septiembre de 1968, el director de la DGT, Víctor Hidalgo Justo, le otorga el canal 11, en vez del canal 10, bajo las mismas condiciones que figuran en el permiso No.16 para el canal 5. El 5 de septiembre de 1974, Telesistema solicita inspección final de Telecomunicaciones, listo para salir al aire (Veras, 2009, p. 765).

La licencia que permitía a *Telesistema* sus transmisiones en el canal 11 había sido reconocida por la DGT desde el 4 de junio de 1975, según el oficio 0307, registrado en el libro No. 10, folio 20, del archivo de esa dependencia estatal²⁵⁰ (Veras, 2009). No obstante, los ejecutivos de *Rahintel* se opusieron a esa decisión, esgrimiendo sus derechos. Es importante recordar aquí que cuando comenzó el proceso de distribución de las frecuencias de los canales de televisión, se realizaban con dos frecuencias (una para la zona de Santo Domingo y otra para la zona de Santiago en el norte) por lo que se presentó una oposición de parte de Pedro Pablo Bonilla, dueño del canal 7 *Rahintel*, de que se entregara la frecuencia del 11 al ingeniero Waldo Pons Cabral, para la implementación de su planta televisora.

El ingeniero Pedro Pablo Bonilla alega que a él se le asignó el canal 7, el 28 de febrero del 1959 y el 11, el primero de enero de 1966, este último operando desde Santo Cerro, provincia de La Vega, aunque él dice que ambos canales son de su propiedad a nivel nacional. Pero la Dirección General de Telecomunicaciones asignó el canal 11 a *Telesistema* para operar en Santo Domingo, el 13 de septiembre 1968, lo cual no es aceptado por *Rahintel*, y dice que no pueden operarse dos canales 11 en Santo Cerro, y Santo Domingo porque se afectaría sus transmisiones (Veras, 2009, pp. 764-765).

Veras (2009) describe que el inicio de *Telesistema* se caracterizó por este enfrentamiento con *Rahintel*, en virtud de que esta televisora alegaba que esa frecuencia se le había asignado a nivel nacional. Por esa razón, ambas empresas se enfrascaron en una disputa por el derecho a la transmisión por el canal 11. La situación se complicó a tal manera que, durante un tiempo, la dos estaciones transmitieron simultáneamente en la capital por el mismo canal, mientras *Telesistema* realizaba pruebas, creando confusión entre los espectadores. La polémica fue reseñada por el periódico *Última Hora*, de fecha 6 de septiembre de 1975.

El problema se profundizó, al extremo de que el ingeniero Bonilla acusó al director de Telecomunicaciones Hidalgo Justo, al director de Radio Televisión Dominicana Font Bernard y al ingeniero Pons, director de *Telesistema*, de fraguar conjuras y agresiones en contra de la empresa de su propiedad, y amenazó con denunciar el caso a la prensa nacional e internacional. Finalmente, el problema se resolvió sin mayores implicaciones, correspondiendo el canal 11 a *Telesistema*, en Santo Domingo y el mismo 11 a *Rahintel*, en Santiago, según se consigna en una nota del licenciado Francisco Paredes, publicada en el periódico *La Tarde Alegre* del miércoles 31 de mayo de 1989 (Veras, 2009, p. 766).

En marzo de 1980, Pons Cabral solicitó al organismo regulador la transferencia definitiva de la licencia a la compañía por acciones *Telesistema Dominicano C. por A.* y, en junio de ese año, la DGT la autorizó²⁵¹. Un año más tarde, también fue autorizada la transferencia de los derechos correspondientes al uso del canal 9 VHF, en Santiago, originalmente asignados a la empresa *Orbe S.A.* a favor de *Telesistema Dominicano, C.*

²⁵⁰ La resolución 041-19 del Indotel, en sus antecedentes, dice que es el 23 de enero de 1976 cuando la DGT emite a nombre de Waldo Pons Cabral la licencia 20 para operar el canal 11.

²⁵¹ Según se menciona en los antecedentes de la Res. 041-19 del INDOTEL, el 17 de junio de 1980 la DGT autoriza esta operación y emite la licencia de operación número 24 registrada en el Libro 10, Folio 24, para operar un transmisor en Santo Domingo, marca DUMONT, modelo 8000, serie 0560231, para el servicio de Televisión Radiodifusión Comercial en el Canal 11 TV, con potencia 1KW a favor de la razón social *Telesistema Dominicano C. por A.*

por A.²⁵². Con ello, según Lora (1995) “ya durante el gobierno del PRD, *Telesistema* alcanzó su merecida cobertura nacional adquiriendo el 9 en Santiago del representante de Orbe, Ramon Font Bernard”.

Tabla 71 Autorizaciones para el funcionamiento de Telesistema

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Waldo Pons Cabral	1976	Licencia de Operación Núm. 20, para operar un transmisor marca DUMONT, modelo 8000, serie 0560231 para ser utilizado en el servicio de Televisión Radiodifusión Comercial para el Canal 11 con potencia 1 kW.
Telesistema Dominicano, C. por A.	1980	La DGT autoriza la solicitud de transferencia para el Canal 11 a Telesistema Dominicano, C. por A.
Telesistema Dominicano, C. por A.	1995	La DGT autoriza, mediante res. 2-95 a transmitir y retransmitir desde el Distrito Nacional y cualquier otra región del país, en los siguientes canales: Telesistema Dominicano, C. Por A., utilizando el canal 11.
Telesistema Dominicano, C. por A.	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Renueva la licencia a Telesistema Dominicano, C. por A., para seguir operando las frecuencias 198-204 MHz (Canal 11 VHF). Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00007.
Telesistema Dominicano, S.A.S.	2019	Res. 041-19 que declara adecuada a las disposiciones legales y regulatorias vigentes las autorizaciones emitidas por la antigua DGT, a favor de la sociedad Telesistema Dominicano, S.A.S, para la prestación del servicio público de radiodifusión televisiva, en las frecuencias 198-204 MHz. (canal 11 VHF), con cobertura nacional.
Telesistema Dominicano, S.A.S.	2020	Res. 45-2020 que corrige errores materiales consignados en la res. 041-19-
Telesistema Dominicano, S.A.S.	2022	Res. 018-2022 que asigna los segmentos de frecuencias definitivos y los números de canales virtuales a Telesistema Dominicano, S.A.S., para la prestación del servicio de televisión terrestre digital.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

En sus inicios, las emisiones de *Telesistema* se caracterizaron por contar con una programación centrada en los deportes y en los enlatados, especialmente telenovelas y películas estadounidenses (Menéndez Alarcón, 1992; Álvarez Vega, 1994; Carreras Aguilera, 2019). Más tarde, y a medida que fue consolidándose y aumentando su audiencia, ha mantenido un perfil orientado a una programación variada y familiar, con un enfoque en noticias, entretenimiento, deportes, y programas infantiles. Ha logrado posicionarse, así, como uno de los canales líderes en la República Dominicana.

En la década de los ochenta fue adquirido por José Luis Corripio Estrada (“Pepín”) y luego pasó a formar parte del grupo de Comunicaciones Corripio, que es hoy uno de los conglomerados de medios de mayor tamaño del país. Olivo (2018), quien también trabajó

²⁵² Según figura en la resolución 041-09 del INDOTEL, fue mediante Oficio 885 que el Presidente Antonio Guzmán, autorizó al Director de la DGT a realizar la transferencia.

en los medios de comunicación del Grupo de Comunicaciones Corripio, explica como inicia a involucrarse José Luis Corripio Estrada.

“Pepín” Corripio era un empresario y sintió la necesidad de incursionar en los medios de comunicación. Pepín es hijo de Manuel, esa gente son empresarios de muchísimas cosas. Entonces él entra en la cuestión de los electrodomésticos con Distribuidora Corripio, en la calle Emilio Prud’Homme. Él era un suplidor de cosas y en algún momento pasa por una situación difícil personal, entonces a partir de ese hecho parece ser que le dio la necesidad de entrar a los medios de comunicación, y lo primero que hizo fue entrar como accionista del periódico “La Noticia” que funcionaba en la calle Julio Verne.

Entonces ahí él fue enamorándose de eso, y con el tiempo entonces adquiere a Telesistema, que lo instaló Waldo Pons Cabral, ingeniero formado por los norteamericanos (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

Estando nosotros allá, entonces él negoció también con Germán Emilio Ornes y compra Teleantillas, donde tiene dos frecuencias de radio HIJB.

A pesar de que existen varias versiones sobre cuándo nació, *Telesistema* canal 11, el presidente del Grupo de Comunicaciones Corripio, Corripio (2014), quien es el actual propietario, describe cuando es adquirido por el grupo que representa²⁵³.

El canal fue fundado por Perry, Waldo Pons y José Justiniano, que era la voz con la que se identificaba La Voz del Trópico [...]. Eso me parece que fue hace 40 años, en 1974 y yo lo vine adquirir después de haber comprado el periódico “El Nacional” en el 1979. Yo adquirí el Canal 11 Telesistema en el 1981 (Corripio, comunicación personal, 20 de mayo del 2014).

4.3.2.6 Canal 6 Medios Educativos y Comunicaciones

El Canal 6 nunca ha podido operar en analógico por limitaciones técnicas, aunque se encuentra actualmente en preparación para transmitir en digital (INDOTEL, 2024). La licencia le fue adjudicada, finalmente, a Medios Educativos y Comunicaciones S.A., pero durante años su definición estuvo en entredicho debido a la confusa actuación de la antigua DGT que, en el marco del proceso de reordenación y unificación de las frecuencias, en este caso enfrentó a esta empresa con Circuito Independencia, propiedad de Telemicro.

En el contexto de dicho proceso se produjo una disputa en torno al uso de la frecuencia del canal 6 de VHF. En 1978, con la promulgación de la Ley 908 se había reconocido como válido el permiso otorgado por la DGT a favor de la empresa ORBE S.A. para el funcionamiento del Canal 6 en Santo Domingo y 9 en Santiago. Diferentes fuentes coinciden en que la adjudicación de este canal fue parte del intento del balaguerismo por retener el control sobre los medios televisivos frente a la derrota electoral del PRSC de ese año.

La autorización de esta frecuencia, fue una decisión del gobierno del entonces presidente Joaquín Balaguer en 1978, quien en las postrimerías de su mandato congeló, mediante la Ley 908, la autorización de nuevas frecuencias de radio y televisión, con el propósito de bloquear cualquier intento del nuevo gobierno del Partido Revolucionario Dominicano (PRD) de hacerse de algunas (Veras, 2009, p.814).

²⁵³ Veras (2009, p. 790) señala que “el 21 de febrero de 1986, Teleantillas pasó a formar parte de las empresas de José L. Corripio Estrada, en una transacción comercial realizada con la empresa Euromotors C por A., que incluyó también la primera emisora estereofónica en frecuencia modulada del país, HIJB-FMb; y a la HIJB-AM”.

La 908 congeló los canales existentes entonces, pero creó uno nuevo con cobertura nacional para Orbe S.A., hasta entonces desconocida, pero que era la cobertura del PRSC (Lora, 1995, p. 35)

En 1984, el representante legal de ORBE, José Luis Corripio Estrada, cedió a Manuel de Jesús Reyes Martínez su derecho de uso y explotación y, ese mismo año, éste la traspasó a la compañía Medios Educativos y Comunicaciones S.A. (presida por él mismo). La DGT le otorgó, posteriormente, la licencia de operación número 20, por medio de la cual la autorizó a emitir en todo el país la frecuencia 82-88 MHz (canal 6 TV de VHF). Dos años más tarde (1986), Reyes Martínez, en calidad de presidente de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. solicitó a la DGT el traspaso de todos los derechos de ORBE S.A. sobre el canal 6 a favor de la compañía Circuito Independencia S.A. Esta solicitud era irregular en vista de que los derechos ya habían sido transferidos a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. y, en consecuencia, ya no pertenecían a ORBE S.A. Aun así, la DGT dio curso a la solicitud y expidió, en 1988, la licencia a favor de la empresa Circuito Independencia S.A., generando una duplicidad de asignación sobre el mismo canal.

En 1995 la DGT, en el marco de la Resolución 3-95 anuló el Canal 6 (por ser canal adyacente) y le asignó a Telemicro C. por A. (Circuito Independencia) el canal 5 (en lugar del 6 como se consignaba originalmente), despojando a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. de todos los derechos que le había otorgado mediante licencia número 20 en 1984 sobre el canal 6. Para resarcir esta situación (y en vista de la ordenanza 0744, de 1995, de la Cuarta Cámara Civil y Comercial del Juzgado de Primera Instancia del Distrito Nacional que falló a favor de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. como legítima propietaria en la demanda interpuesta por Circuito Independencia S.A.), en el año 2000 el INDOTEL reconoció a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. como legítima titular de los derechos de uso de la frecuencia del Canal 6, dejó sin efecto los art. 1, 3 y 4 de la res. 3-95 en lo que respecta a este canal y procedió a revocar la licencia número 27 expedida a favor de Circuito Independencia S.A. por considerarla obtenida y otorgada de manera irregular. Según Olivo (2018):

Entonces, cuando llega Hipólito Mejía (2000-2004), el Instituto Dominicano de Telecomunicaciones que ya funcionaba como INDOTEL, entiende que no es adyacente, le dan una explicación técnica y entonces le entregan el Canal 6 a la familia de Hatuey de Camps, ¿pero funciona? Sí, está en el aire, ellos no han mantenido una inversión para operar, pero es *broadcasting* en televisión abierta, ellos están ahí en Naco (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

A pesar de que la licencia para el Canal 6 quedó en posesión de Medios Educativos y Comunicaciones S.A., las disputas con Telemicro (Corporación de Televisión y Microondas RAFA S.A) no cesaron. Cuando en 1995 se le asigna a Telemicro C. por A. (Circuito Independencia) el canal 5 de VHF, los problemas de interferencias detectados sobre su señal debido a las emisiones de canal 6 y las constantes denuncias ante el INDOTEL por esta cuestión llevaron al organismo regulador, en varias oportunidades, a disponer, aunque con carácter provisional, el cese de las transmisiones del canal 6, hasta tanto corrigiera los fallos que ocasionaban las interferencias y a incautar sus equipos de telecomunicaciones.

Tabla 72 Autorizaciones para el funcionamiento de Medios Educativos y Comunicaciones, canal 6

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Orbe, S.A.	1978	Ley 908, que reconoce como válido el permiso otorgado por la DGT a favor de Orbe S.A. para el funcionamiento y la operación de canal 6 en Santo Domingo y 9 en Santiago.
Manuel de Jesús Reyes Martínez	1984	Orbe S.A. cede a Manuel de Jesús Reyes Martínez el derecho de uso y explotación de la frecuencia del canal 6 de televisión VHF.
Manuel de Jesús Reyes Martínez	1984	Manuel de Jesús Reyes Martínez solicita a la DGT el traspaso de la frecuencia del canal 6 de TV, de VHF, a favor de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. (presidida por el mismo Reyes Martínez).
Medios Educativos y Comunicaciones S.A.	1984	Licencia de operación n° 20, registrada en el libro n° 10, folio 20 en virtud de la cual se autoriza a la compañía Medios Educativos y Comunicaciones S.A. a operar en todo el país la frecuencia 82-88 MHz (Canal 6 de TV, de VHF).
Medios Educativos y Comunicaciones S.A.	1986	Manuel de Jesús Reyes Martínez, en calidad de presidente de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. solicita a la DGT el traspaso de los derechos de la empresa Orbe S.A. en favor de la compañía Circuito Independencia S.A. Sobre esta cuestión, es importante aclarar que (1) la titular del derecho ya no era Orbe S.A., sino Medios Educativos y Comunicaciones S.A. y (2) no figura en la documentación del órgano regular ningún documento que autorice este traspaso.
	1995 ²⁵⁴	Res. 3-95 que anula el canal 6 para transmitir y retransmitir radiodifusiones televisivas, por ser adyacente. Con ella, se despoja, de hecho, a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. de los derechos de la licencia adquirida.
	1996	Medios Educativos y Comunicaciones S.A. reclama ante la DGT la nulidad de la res. 3-95
	2000	Medios Educativos y Comunicaciones S.A. solicita la intervención del INDOTEL respecto a los conflictos surgidos con la compañía Circuito Independencia S.A. en torno a la operación del canal 6.
	2000	Informe técnico de la Gerencia de Radiodifusión del INDOTEL: "La banda de TV del canal 2 al canal 13, se divide en Banda Baja del 2 al 6 y Banda Alta, del 7 al 13, debido al comportamiento de propagación de sus señales y a la gama de frecuencias que ocupan. Así, la Banda Baja va de 54MHz en el canal 2 a los 88MHz en el canal 6 y la Banda Alta se inicia con el canal 7 en 174 MHz y termina en el canal 13 en 216 MHz. Así que, aunque en orden numérico el 6 y 7 son adyacentes o vecinos, no lo son en frecuencia, ya que hay una diferencia de 86 MHz entre el final de la frecuencia del 6 y el inicio de la frecuencia del 7. Tampoco son adyacentes el 4 y el 5, debido a una pequeña brecha de frecuencia entre los dos: el 4 va de 66 a 72 MHz y el 5 se inicia en 76 a 82 MHz, con los que tiene una separación de 4 MHz. Así que, fuera de estos dos casos, todos los demás son adyacentes, por ejemplo, el 3 es adyacente del 2 y del 4, el 8 es adyacente del 7 y del 9, el 10 es adyacente del 9 y del 11 y el 12 es adyacente del 11 y del 13. También se puede notar que el único de los canales adyacentes que no lo es en frecuencia del canal inferior y superior es el canal 6. De ahí que el canal 6 es el único de los adyacentes que puede operar con un mínimo de condiciones técnicas.
	2000	Res. 32-00, mediante la cual se revoca, con respecto al canal 6, los art. 1, 3 y 4 de la res. 3-95, reconoce a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. como legítima titular del derecho de uso de la frecuencia del canal 6 de TV VHF y revoca la licencia expedida a favor de Circuito Independencia.

²⁵⁴ El 2 de octubre de 1995, mediante ordenanza 0744, de la Cuarta Cámara Civil y Comercial del Juzgado de Primera Instancia del Distrito Nacional, se dictó sentencia de la demanda realizada por Circuito Independencia contra Medios Educativos y Comunicaciones S.A., fallando a favor de esta última como legítima propietaria de la frecuencia del canal 6.

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Medios Educativos y Comunicaciones S.A.	2007	La Corporación de Televisión y Microondas RAFA S.A informa al INDOTEL sobre problemas en sus transmisiones del canal 5 VHF, debido a posibles interferencias provenientes del canal 6 VHF. Mediante Comunicación No. 073120 del Director Ejecutivo del INDOTEL, se dispone de manera inmediata y con carácter provisional, el cese de las transmisiones del canal 6 VHF, hasta tanto sean corregidos los fallos que ocasionan las interferencias detectadas. Medios Educativos y Comunicaciones S.A. presenta un recurso de reconsideración y un recurso jerárquico contra esta comunicación.
Medios Educativos y Comunicaciones S.A.	2008	Comunicación 080245 y res. 001-08, que deja sin efecto la comunicación No. 073120.
Medios Educativos y Comunicaciones S.A.	2009	Frente a las reiteradas denuncias por parte de Corporación de Televisión y Microondas RAFA S.A. por interferencias perjudiciales producidas a Corporación de Televisión y Microondas RAFA S.A, mediante res. DE-010-09, INDOTEL ordena la incautación provisional de los equipos de telecomunicaciones de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. Posteriormente, se emite la res. 119-09, encaminada a resolver las interferencias provocadas por la adyacencia de los canales 5 y 6. INDOTEL asume la responsabilidad de digitalizar el canal 6 VHF y convoca a una licitación pública internacional (INDOTEL/LG-LPI-001-2009) para este cometido ²⁵⁵ .
Medios Educativos y Comunicaciones, S.R.L.	2021	Res. 128-2021, que declara adecuada al marco legal y regulatorio vigente la autorización otorgada por la antigua DGT, a favor de Medios Educativos y Comunicaciones, S.R.L. para el segmento de frecuencias 82-88 MHz (canal 6).
Medios Educativos y Comunicaciones, S.R.L.	2021	Res. 138-2021, que asigna el segmento de frecuencias 82-88 MHz (canal físico) y el número de canal virtual 6 a nivel nacional para la prestación del servicio de televisión terrestre digital de conformidad con el Reglamento del Servicio de Televisión Terrestre Digital y el Plan de Transición a la Televisión Terrestre Digital.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL

4.3.2.7 Canal 5 Telemicro

Telemicro Canal 5 comienza su andadura siendo *Circuito Independencia* Canal 6. En este sentido, el origen y la historia de *Telemicro* está ligada a la de Medios Educativos y Comunicaciones S.A. (Canal 6), que fue descrita en el apartado anterior, y está caracterizada por las constantes disputas entre ambos operadores (primero, por la propiedad de la frecuencia televisiva y, después, por las interferencias provocadas por la adyacencia de los canales).

Héctor Olivo (2018), periodista y exdirector de CERTV canal 4 (2004-2009), quien tuvo a su cargo parte del cambio de frecuencia del canal 6 al 5, que, como se mencionaba, inició llamándose *Circuito Independencia*, cuenta parte de la génesis de esta planta televisora y de quien fuera su primer dueño..

Al final del gobierno de Balaguer, de los 12 años (1978), a Ramón Font Bernard, quien fue director de Radio Televisión Dominicana, le otorgan una frecuencia radial para una televisora que se llamaba Orbe. Entonces, esa frecuencia que le otorgan a Ramón Font

²⁵⁵ La licitación se declaró desierta en 2010. Posteriormente, fue aprobado un nuevo pliego general de condiciones para una nueva licitación pública internacional (INDOTEL-LPI-006-2010 y INDOTEL-LPI-001-2012) que también fue declarada desierta (Res. 055-12).

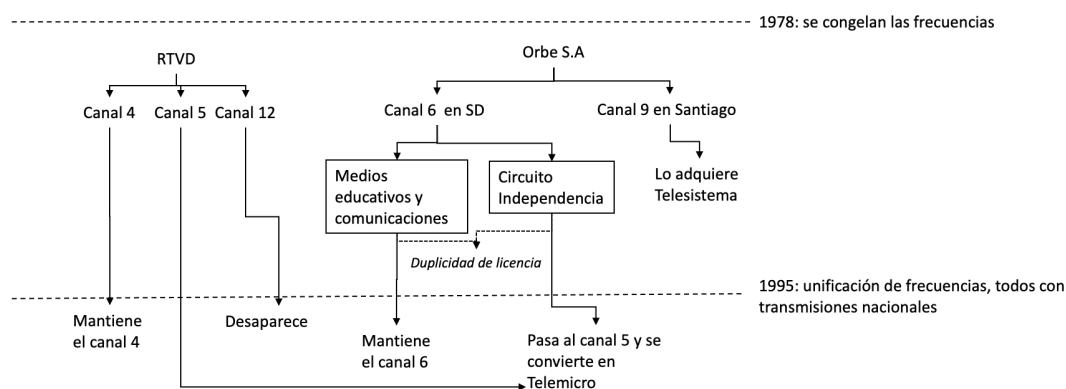
Bernard se quedó ahí congelada, fue el canal 6. Con el tiempo, él le vende esa frecuencia supuestamente a Hatuey de Camps. Te digo supuestamente porque en realidad quien estaba en los papeles fue un señor que dirigió Molinos Dominicanos que le apodaban Gungo Reyes. Entonces, Juan Ramón Gómez Díaz funcionaba como vendedor de electrodomésticos y tiene un vínculo con suplidores de equipos por eso que hacen una sociedad con Hatuey de Camps y empiezan a operar el “Circuito Independencia”. Esa frecuencia se entrega al final del periodo del doctor Balaguer, porque tenía unos vínculos, pero cuando se la venden ya estaban en el gobierno del PRD (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

La controversia con la frecuencia de este canal se mantuvo durante los primeros años de funcionamiento debido a que, en un principio, se habló de que el dirigente político Hatuey de Camps tenía asignada la frecuencia 6 desde 1978, posterior al gobierno del presidente doctor Joaquín Balaguer, conocido como “los 12 años de Balaguer”.

El exdirector del canal estatal detalla cómo fue el proceso para que el empresario Juan Ramón Gómez Díaz lograra una frecuencia televisiva. Fue él, Olivo (2018), el encargado del acuerdo, porque al momento de la transacción, tal como se ha mencionado al inicio de este capítulo, la mayoría de los canales de televisión utilizaban dos frecuencias, una para Santo Domingo y otra para Santiago y el Cibao en el norte de la isla.

Cuando unifican los canales, se determina que el Canal 6 era adyacente, o sea las emisiones hertzianas de ondas de ese canal chocaban con el 5 y con el 4 porque quedaban cerca y al 7 también. Entonces, técnicamente, hay un concepto que se llama adyacencia. Lo que se hace con eso es que, al unificarse los canales, desaparece el 6, porque era adyacente, donde transmite la frecuencia las ondas chocan con los otros. Entonces, basado en eso es que Telecomunicaciones le ordena en un acuerdo a “Radio Televisión Dominicana” a cederle el Canal 5 al “Circuito Independencia”, finalmente el empresario Gómez Díaz, se queda con el Canal 5 porque en el traslado él es quién firma. Telecomunicaciones y el gobierno terminan entregándole eso a Gómez Díaz que pasa a usufructuar el canal 5 (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

Ilustración 27. Síntesis del proceso de unificación de canales para Circuito Independencia



Fuente: elaboración propia a partir de INDOTEL y Lora (1995).

Es a partir del año 1997 cuando la frecuencia del Canal 6 pasa a utilizar la frecuencia 5, lo que provoca el cambio de nombre de *Circuito Independencia* a *Telemicro*: “Con el

slogan *La Opción*, el 9 de Julio de 1997, sale al aire Telemicro Canal 5, propiedad de Juan Ramón Gómez Díaz” (Veras, 2009, p.849).

Tabla 73 Autorizaciones para el funcionamiento de Telemicro, canal 5

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Circuito Independencia S.A.	1986	Licencia de operación número 27, registrada en el libro nº 10, folio 27, mediante la cual se autoriza a operar el canal 6 TV, de VHF, a Circuito Independencia.
Telemicro C. por A. (Circuito Independencia)	1995	Res. 3-95, que anula el canal 6 para transmitir y retransmitir radiodifusiones televisivas, por ser adyacente. Establece que RTVD transmitirá y retransmitirá a nivel nacional en el canal 4 de VHF en sustitución del canal 5. Se le asigna a Telemicro C. por A. (Circuito Independencia) el canal 5 de VHF, para transmitir y retransmitir a nivel nacional en lugar del canal 6.
Circuito Independencia S.A.	2000	Res. 32-00, mediante la cual se revoca, con respecto al canal 6, los art. 1, 3 y 4 de la res. 3-95, reconoce a Medios Educativos y Comunicaciones S.A. como legítima titular del derecho de uso de la frecuencia del canal 6 de TV VHF y revoca la licencia expedida a favor de Circuito Independencia.
Corporación de Televisión Y Microondas RAFA, S. A. (TELEMICRO)	2000	La corporación interpone un recurso de reconsideración contra la res. 32-00, que INDOTEL rechaza, mediante res. 43-00.
Corporación de Televisión Y Microondas RAFA, S. A. (TELEMICRO)	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00003.
Corporación de Televisión Y Microondas RAFA, S. A. ²⁵⁶	2019	Res. 040-19, que declara adecuada al marco legal y regulatorio vigente las autorizaciones otorgadas por la antigua DGT, a favor de la sociedad Corporación de Televisión Y Microondas RAFA, S. A. (TELEMICRO), para la operación de los segmentos de frecuencias 76 MHz – 82 MHz (canal 5 VHF) Y 476 MHz – 482 MHz (canal 15 UHF) atribuidos al servicio público de telecomunicaciones de radiodifusión televisiva.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

4.3.2.8 Canal 2 Teleantillas

El fundador y propietario de la televisora *Teleantillas* fue Germán Emilio Ornes Coiscou, director y propietario también, por entonces, del periódico *El Caribe*. A finales de 1960, Ornes había puesto al aire la estación de radio HIJB que tenía dos frecuencias en amplitud modulada (AM) en la que se programaba música variada y noticias, y era dueño, al mismo tiempo, de la HIJB de frecuencia modulada (FM), una estación que se dedicaba íntegramente a la transmisión de música instrumental y música clásica. Ya en funcionamiento HIJB frecuencia radial y el periódico *El Caribe*, Ornes concibe una estación de televisión.

Será el canal 2, *Teleantillas*, que surge en el año 1979, luego de varios años de estar en funcionamiento diversas plantas televisoras y rápidamente se convierte en un referente

²⁵⁶ En 2021, en el marco de las audiencias públicas convocadas por el INDOTEL para la aprobación del Reglamento y del Plan de transición a la TTD, la Corporación de Televisión y Microondas RAFA, S.A. alegó ser la titular del canal 3 VHF y solicitó la correspondiente migración. El organismo regulador rechazó al año siguiente, mediante res. 050-2022 de 26 de mayo de 2022 la solicitud de reconocer el derecho de uso y explotación de ese canal y su migración.

por la forma de realizar el periodismo televisivo. Se destacaron con innovaciones que permitieron revolucionar la televisión y los noticiarios en su época.

La historia de este canal se remonta al 1978, cuando el señor Germán Ornes, inicia el proyecto de lanzar un canal de frecuencia VHF, al que llamaría Teleantillas. La construcción se llevó a cabo en un amplio terreno ubicado en la Avenida John F. Kennedy esquina Fernando Defilló. Hacia agosto de 1979, el proyecto Teleantillas estaba listo. Sin embargo, a finales de ese mes, el país fue desbastado por el Huracán David, lo que obligó a postergar el lanzamiento de la planta televisora. Teleantillas fue inaugurada el 15 de octubre del 1979. Originalmente la zona sur y capital sintonizaban el canal 2, mientras en la zona norte del país la señal que recibían era el 13 (Teleantillas, 2011, p. 3).

El auge de la televisión y su desarrollo contribuyeron a que muchos empresarios, tanto nacionales como extranjeros, vieran viable el poder invertir en el país en este medio de comunicación. El actual dueño de esta planta televisora desde 1986, el empresario español Corripio (2014), explica quienes fueron parte de los fundadores de este canal.

Cuando comienzo a interesarme en invertir en Teleantillas, para el año de 1983 era Germán Emilio Ornes, el accionista principal, la familia Bonetti; el grupo Viccini, Miguel Barletta; el grupo Eduardo León Jiménez; Manuel Díez y el señor López Gil (Corripio, comunicación personal, 20 de mayo del 2014).

Olivo (2018) explica que el director del periódico *El Caribe* de esa época busca a algunos técnicos de Puerto Rico que se ocupan de instalar, entonces, a televisora *Teleantillas*. Para el momento de la inauguración de este Canal 2, ya habían concluido “los 12 años de Balaguer” (1966-1978) y se encontraba en el poder el presidente Jorge Blanco, del Partido Revolucionario Dominicano (PRD). Olivo (2018) explica la relación de Ornes con esta organización partidista:

Ningún tipo de relaciones tenía Don Germán Emilio Ornes con el gobierno del PRD, en ese entonces todo lo contrario, él era un fuerte opositor al gobierno del PRD, tan así era la oposición, que cuando anunciaban discurso del presidente Jorge Blanco, él sacaba la televisora del aire. En ese entonces había una disposición registrada en el reglamento 824 de Espectáculos Públicos y la Ley de Telecomunicaciones: era obligatorio que cada vez que el ciudadano presidente se dirigía al país entrar en cadena los medios de comunicación, se hacía un telegrama se enviaba a los medios de comunicación, donde se decía tal día habrá una alocución del presidente y los medios tenían que conectarse con ese propósito. Eso era tradicional, cuando anunciaban un discurso de Jorge Blanco, la emisora se iba del aire, tu dejabas la emisora, pero la televisión salía del aire eso se quedaba ahí, y él lo hacía a propósito, inmediatamente terminaba volvía la programación. (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018)

Olivo (2018) explica, también, cómo obtiene German Emilio Ornes los permisos para poder operar la planta televisora. Debido a que, en el momento de la inauguración de este canal, estaba vigente la DGT, que era el organismo encargado de la gestión de las autorizaciones, y la Ley 118 de las Telecomunicaciones, que otorgaba un poder supremo tanto al presidente, como al máximo representante de la DGT, Olivo intuye que el permiso de la frecuencia radioeléctrica provino de la etapa balaguerista.

Él [Germán Emilio Ornes] era una persona ligada al trujillismo, aunque fíjate que él tenía un hermano que vino en una de las invasiones contra el régimen. Germán Emilio Ornes, era una persona evidentemente de corriente derechista en término político, era un opositor del PRD, tenía afinidad con Balaguer. Es muy probable que esa autorización para operar esa

frecuencia la obtuvo en el gobierno de Balaguer (Olivo, comunicación personal, 1 de mayo del 2018).

La introducción de *Teleantillas* en el canal 2 en Santo Domingo y el 13 en Santiago fue una innovación para la evolución de la televisión dominicana. Esta estación destacaba como el primer canal privado que disponía de estudios de transmisión propios, equipados con la tecnología móvil más avanzada de la época, e incorporaba un noticiero basado en el modelo estadounidense de lectura de noticias, marcando la primera ocasión en que se utilizaría el *teleprompter* (Lora, 2007, p. 13). Contaba con una programación variada y equilibrada, que incluía, además, grandes producciones internacionales, con un formato novedoso y una imagen de muy buena calidad (Menéndez Alarcón, 1972; Álvarez Vega, 1994; Carreras Aguilera, 2019).

Para el año 1986, esta planta televisora pasa a manos del empresario español José Luis Corripio Estrada, quien señala que la inversión en equipos fue el norte de este medio de comunicación (Corripio, 2014).

Tabla 74 Autorizaciones para el funcionamiento de Teleantillas, canal 2

Concesionario	Año	Resolución DGT/INDOTEL
Teleantillas C. por A.	1987	Licencia de Operación Núm. 22, registrada en libro Núm. 10, Folio 22, de fecha 4 de junio de 1987, que le atribuye derecho de uso del segmento de frecuencias comprendido entre los 54 MHz y los 60 MHz, (Canal 2 VHF), para la operación del servicio de teledifusión comercial, con su transmisor ubicado en la ciudad de Santo Domingo
Teleantillas C. por A.	1995	Res. 2-95, que le asigna a Teleantillas C. por A. el canal 2 de VHF, para transmitir y retransmitir a nivel nacional.
Teleantillas C. por A.	2002	Res. 008-02 que ordena la emisión de los certificados de renovación provisional de las licencias para uso de frecuencias de difusión televisiva correspondientes a los canales de televisión VHF, en apego a lo dispuesto por la resolución no. 006-02 del Consejo Directivo del INDOTEL. Certificado de Licencia para Uso de Frecuencia de Difusión Televisiva No. 2-01-02-00001.
Teleantillas C. por A.	2019	Res. 39-19, que declara adecuadas a las disposiciones legales y regulatorias vigentes las autorizaciones que fueron expedidas por la antigua DGT, a favor de la sociedad Teleantillas, C. por A., que amparan el derecho de uso de los segmentos de frecuencias 54 MHz- 60 MHz (canal 2 VHF) y 692 MHz - 698 MHz (canal 51 UHF), Santiago, atribuidos al servicio de radiodifusión televisiva.
Teleantillas C. por A.	2020	Res. 043-2020, que corrige errores materiales consignados en la resolución 039-19.
Teleantillas S.A.S.	2022	Res. 005-2022, que asigna a la empresa Teleantillas, S.A.S., el segmento de frecuencias 192-198 MHz (canal físico) y el número de canal virtual 10 a nivel nacional, así como el segmento de frecuencias 518-524 MHz (canal físico) correspondiéndose con el canal virtual 51 en la Zona 2 de la República Dominicana, para la prestación del servicio de televisión terrestre digital.
Teleantillas S.A.S.	2023	Res. 119-2023, que otorga a favor de la sociedad Teleantillas, S.A.S., la Licencia que ampara el derecho de uso del segmento de frecuencias 192-198 MHz (canal físico) y el número de canal virtual 10, para la operación del servicio público de telecomunicaciones de radiodifusión televisiva a nivel nacional.

Fuente: Elaboración propia a partir de las resoluciones del INDOTEL.

4.3.2.9 Los canales de UHF

Hasta los años noventa, la televisión dominicana consistía en 7 señales terrestres que transmitían en los canales dos (*Teleantillas*), cuatro (*Radiotelevisión Dominicana*), cinco (*Telemicro*), seis (sin emisiones), siete (*Rahintel*), nueve (*Color Visión*), once (*Telesistema*) y trece (*Telecentro*), que serán renovadas a partir de 2002 por nuevas licencias del INDOTEL adecuadas a la ley²⁵⁷. A partir de los años noventa, la DGT comienza a autorizar las emisiones, tanto regionales/locales como nacionales, en UHF, lo que transforma definitivamente el paisaje de la televisión abierta dominicana.

La expansión de la UHF se produjo a lo largo de la década de los noventa y de la primera de este siglo conforme el parque de receptores se adaptaba a la nueva banda y la industria encontraba en estas frecuencias un nuevo espacio de crecimiento. Para 2023, los canales registrados por el INDOTEL en la banda de UHF, que fue la que se ocupó durante esta segunda etapa, son 39 (Tabla 75).

Tabla 75 Canales de UHF de la República Dominicana (2023)

CANAL	NOMBRE COMERCIAL	PROVINCIA	ZONA DE SERVICIO
15	Digital 15	Santo Domingo	Nacional
17	Quisqueya Televisión (QTV 17)	Santo Domingo	Nacional
19	Cinevisión	Santo Domingo	Nacional
21	Antena 21	Santo Domingo	Nacional
23	Telefuturo	Santo Domingo	Nacional
25	Telemedios 25	Santiago	Nacional
27	Red Nacional de Noticias (RNN)	Santo Domingo	Nacional
29	Teleuniverso Canal 29	Santiago	Nacional
31	N/D	Santo Domingo y Región Sur	Nacional
33	Supercanal 33	Santo Domingo	Nacional
35	Sport Vision	Santo Domingo	Nacional
37	CDN-TV	Santo Domingo	Nacional
39	Coral 39	Santo Domingo	Nacional
41	Televida	Santo Domingo	Nacional
43	La Voz de María (LVM)	Santo Domingo / Región Sur	Zona 1 (excepto Este) Sur y SD
43	Telemacorix	San Pedro de Macorís	Nacional
43	Megavisión 43	Santiago	Zona 2
45	Teleunión	Santiago	Zona 2
45	Turivisión	La Altagracia	La Altagracia
45	Teleradio América (TRA)	Santo Domingo	Zona 1 (excepto Este) Sur y SD
47	AME 47	Santo Domingo	Nacional
49	Circuito Arcoiris Televisión	San Francisco de Macorís	San Francisco de Macorís
49	SISTESUR	Santo Domingo	Zona 1
51	Televisión La Nueva Isabela (TNI)	Santo Domingo	Zona 1
51	Teleantillas	Santo Domingo	Zona 2
53	Teleunión	Santo Domingo	Zona 1 (excepto Este) Sur y SD
53	Radio Santa María	La Vega	Zona 2
55	Fundación Cultural Antena Latina	Santo Domingo / Región Sur	Zona 1 (excepto Este) Sur y SD
55	Caña TV	La Romana	La Romana
55	Súper TV 55	Santiago	Zona 2
57	N/D	Santo Domingo	Nacional
59	Mango TV	Santo Domingo	Nacional
61	Canal 61	Santo Domingo	Nacional
63	Digital Visión	San Cristóbal	Nacional
65	Canal del Sol	Santo Domingo	Nacional
67	Isla Visión	Santo Domingo / Santiago	Zona 2
67	CDN2	Santiago	Santo Domingo y DN

²⁵⁷ Tal como se mencionó anteriormente, en 2002, el INDOTEL enfrentó la tarea de revisar y actualizar todas las concesiones otorgadas por la DGT con la Resolución 006-02.

67	Banivisión	Peravia	Peravia
69	Santo Domingo TV	Santo Domingo	Nacional

Fuente: Elaboración propia a partir de INDOTEL (2023).

Según el informe “Evolución TV dominicana y retos”, realizado por Omnicom Media Group (OMG, 2019), los más vistos, de aquellos que operan en la banda UHF, son CDN 37, *Digital 15*, *Teleuniverso* y *Antena 21*. El liderazgo entre estos canales de CDN nos hace entender cómo la UHF encontró su sitio en la expansión del sistema televisivo dominicano ofreciendo contenidos alternativos a las televisiones generalistas que habían comenzado su oferta en la banda VHF.

CDN, *Cadena de Noticias*, canal 37 fue el primero en el país en implementar la modalidad de 24 horas ininterrumpidas de información. Actualmente es propiedad de Multimedios del Caribe, aunque la primera licencia UHF de este canal fue otorgada a Julio Hazim, que rápidamente la vendió a la filial Inversiones Amana, S.A, propiedad del Grupo Financiero Popular, en 1997 (Veras, 2009). Según detalla Hazim:

Balaguer nos da unos UHF a nosotros que son el 27 el 37 el 57 y el 67, ¿Qué hicimos? El 27 era nuestro medio, el 37 se lo vendimos Banco Popular, que después pasó a ser CDN, el 57 y el 67 pasaron al Banco Central, porque eran de Baninter en sociedad con nosotros (Hazim, comunicación personal, 2020).

A mediados de 2005, el Grupo Popular se desprendió de la mayoría accionarial de esta emisora (junto con otros medios) vendiéndola a varios empresarios encabezados por Félix García y Manuel Estrella²⁵⁸, propietarios de Multimedios del Caribe.

Un grupo de empresarios de esta ciudad, encabezados por Félix García y Manuel Estrella, adquirió el 70% de las acciones de la empresa Multimedios del Caribe, casa matriz del periódico *El Caribe*, de la estación de televisión CDN canal 37, y de las emisoras radiales Súper Mix FM y La Mezcla AM (Diario Libre, 2005, párr. 1).

La principal competencia de CDN fue *Red Nacional de Noticias* (RNN), la otra cadena de noticias, cuya licencia (de 1997²⁵⁹) actualmente está en manos de la compañía Canal 27 UHF, C. por A. Este canal integró el paquete de medios adquiridos Baninter y durante esa etapa formó parte de un ambicioso proyecto concebido por Ramón Báez Figueroa para hacerlo converger con *Telecentro*, canal 13, también propiedad de la entidad bancaria, y construir juntos, el principal proyecto de noticias 24 horas²⁶⁰. Dicho proyecto quedó inconcluso con la quiebra del banco en 2003 y en la actualidad sigue en manos del Estado, bajo el paraguas de la Comisión de liquidación administrativa del Banco

²⁵⁸ Según el INDOTEL, el sujeto regulado de este canal es Peravia Radiotelevision, S.A. (PERALCO).

²⁵⁹ Inicialmente, esta licencia estaba otorgada a San Cristóbal de Televisión y Radio S.A. (CARIVISION), pero en 2002, mediante resolución 060-02, el INDOTEL autorizó el traspaso de los derechos contenidos en ella a Canal 27 UHF, C. por A. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res060-02.pdf>

²⁶⁰ La periodista Mendoza explica que en ese momento “se prepara un gran proyecto de noticias y se lleva el canal Telecentro que estaba en la [avenida] Pasteur. se traslada todo lo que es el cuerpo de noticias y técnicos, a Telecentro canal 13 y RNN en la avenida Luperón. Ese cambio significó una revolución porque significaba 24 horas de noticias y dos canales de televisión con dos direcciones de noticias, pero que a la vez funcionarían en un solo edificio y se utilizarían dos frecuencias distintas pero dos equipos de prensa distintos y dos directores de prensa distintos, pero funcionando en una gran plataforma en ese momento era una de las plataformas informativas y de televisión más imponente de la región y con mayor inversión. Ahí se nos preparó, fuimos formados, se trajo personal de las cadenas internacionales de Estados Unidos para que se nos preparara y se nos actualizara para hacer un periodismo de 24 horas de información y con la integración de móviles, para tiros en vivo y toda una cobertura especial de 24 horas de información, que era en principio RNN Canal 27” (Mendoza, comunicación personal, 14 de noviembre del 2018).

Intercontinental. Junto con CDN, RNN ha sido el origen de la especialización en contenidos de información durante las 24 horas, todos los días de la semana, dentro del sistema televisivo dominicano.

Tabla 76 Propiedad de las licencias de canales UHF de la República Dominicana (2023)

Canal	Sujetos Regulados	Nombre Comercial
15	Corporación de TV y Microondas Rafa, C. por A.	Digital 15
17	Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV)	Quisqueya Televisión (QTV 17)
19	Telenorte, S.R.L.	Cinevisión
21	Trendy, S.A.	Antena 21
23	Megamedios, S.R.L.	Telefuturo
25	Telemedios Dominicana, S.A.	Telemedios 25
27	Canal 27 UHF, C. por A.	Red Nacional de Noticias (RNN)
29	Canales Progressio, S.A.	Teleuniverso Canal 29
31	Transmisiones y Proyecciones, S.A.	N/D
33	Supercanal, S.A.	Supercanal 33
35	Sport Visión 35 TV, S.R.L.	Sport Vision
37	Peravia Radiotelevisión, S.A. (PERALCO)	CDN-TV
39	Telesistema Dominicano, S.A.S.	Coral 39
41	Conferencia del Episcopado Dominicano	Televida
43	Diócesis de La Vega (Radio Santa María)*	La Voz de María (LVM)
43	Compañía Macorisana de Televisión, S.A.	Telemacorix
43	Radio Televisión Cibao, C. por A.	Megavisión 43
45	Teleunión, C. por A.	Teleunión
45	Turivisión del Este, S.A.	Turivisión
45	Teleradio América, S.A.	Teleradio América (TRA)
47	Teleaméricas, S.R.L.	AME 47
49	Círculo De Televisión Tele-Duarte (CTT), S. R. L.	Círculo Arcoiris Televisión
49	Sistema Televisivo del Sur, S.A.	SISTESUR
51	Círculo de Radio y Televisión La Nueva Isabela, S.A.	Televisión La Nueva Isabela (TNI)
51	Teleantillas, S.A.S.	Teleantillas
53	Teleunión, C. por A.	Teleunión
53	Diócesis de La Vega (Radio Santa María)	Radio Santa María
55	Fundación Cultural Antena Latina, INC.	Fundación Cultural Antena Latina
55	Producciones Peña, S. A.	Caña TV
55	Cibao TV Medios, S.R.L.	Súper TV 55
57	Frecuencias y Medios, S.A.*	N/D
59	Mango TV, S.R.L.	Mango TV
61	Franasyl, S.R.L.	Canal 61
63	Digital Visión Canal 63 UHF, S.R.L.	Digital Visión
65	Canal del Sol, S.A.	Canal del Sol
67	Ondas y Medios, S.A.*	Isla Visión
67	Inversiones Amana, S.A.	CDN2
67	Digital Cable TV, S.A.	Banivisión
69	Frecuencias Dominicanas, S.A.S.	Santo Domingo TV

Fuente: Elaboración propia a partir de INDOTEL (2023).

4.3.3 La televisión por suscripción

La televisión por cable surge en el año 1982 en el país, como lo indica Morrison (2016), con la fundación de la compañía Telecable Nacional²⁶¹ (Álvarez Vega, 1994; Morrison, 2016), la “empresa que inauguró en la República Dominicana el servicio de televisión

²⁶¹ Según UNESCO (2017, p. 47) Telecable Nacional nace asociada a Telecomunicaciones Inc (TCI), una multinacional con sede en Denver, Estados Unidos, que de inmediato aportó la mayor parte de los contenidos audiovisuales emitidos.

mediante la utilización de un cable privado que ofrece programas transmitidos vía satélite elaborados en otros países” (Morrison, 2016, p. 119).

En el inicio de sus actividades, gracias a la iniciativa del ingeniero Frank Jorge Elías, recibió seis veces más solicitudes de este servicio que lo que había previsto en su apertura. En 1988, *Telecable Nacional* se integró en la Zona Franca de San Isidro, lo que facilitó su evolución hacia una infraestructura más avanzada y diversificada bajo el nombre de San Isidro Teleport, posteriormente conocido como *Tricom*. La expansión de *Tricom* (adquirida por Motorola en un 40% en 1993 y convertida en empresa cotizada en el mercado bursátil de Nueva York en 1998) la llevó a comprar en 2002 *Telecable Nacional* (Morrison, 2016, p. 120) e integrarla en sus operaciones, que después de varios procesos de concentración entre 2013 y 2017²⁶², se subsumen en la división dominicana del gigante transnacional de las telecomunicaciones Altice International²⁶³ —con presencia en Francia, Portugal, Israel, Reino Unido y Estados Unidos— es la heredera última de aquel primer operador del cable dominicano, aunque es importante destacar que la primera gran operación de la compañía transnacional fue, precisamente, la que realizó en Dominicana absorbiendo *Tricom* y *Orange*.

Las primeras operaciones de *Telecable Nacional* en los ochenta mostraron el enorme interés del público dominicano por la televisión multicanal de pago, primero en Santo Domingo y enseguida en el resto de los mayores núcleos urbanos. El sector fue creciendo en un entorno carente de regulación, sin directrices legales definidas, lo que permitió un desarrollo caótico de las empresas proveedoras de servicios y favoreció la aparición temprana de la piratería tanto por parte de los proveedores como de los usuarios.

Al mismo tiempo que una parte de la oferta de contenidos audiovisuales difundidos mediante este sistema era claramente ilegal, la instalación de operadores se expandió en un contexto de “alegalidad”. No había, durante esos años, normativa alguna que regulara el sector de la televisión por suscripción y los permisos de instalación “eran otorgados discrecionalmente por los ayuntamientos y la ya desaparecida Dirección General de Telecomunicaciones” (López Reyes, 2011, p. 103).

En 1983 comienza a operar *Cable TV Dominicana* (Veras, 2009), que en 1998 realizó una alianza estratégica con la argentina Super Canal Holding de Mendoza (Tejada, Ceballos y Mancebo, 2003), lo que llevó a un cambio temporal en el nombre, que volvió a *Cable TV Dominicana* en el 2000. En ese año nace el primer canal satelital dominicano Supercanal33, también con el impulso de Frank Jorge Elías, y su versión destinada al cable norteamericano, *Supercanal Caribe*, a los que se unirán después *Dominican View* (2007) y *Tele El Salvador* (2009), todas destinadas a migrantes en Estados Unidos. En 1989 se lanza en la zona oriental de la capital *Telever*, que en 2002 se fusiona con *Visatdom*, *Telecable Quisqueya*, *Cable TV Oriental*, *Visión Dominicana* y 12 *Cable Visión* y pasa a denominarse Aster. La compañía, bajo el control de Baninter, fue

²⁶² Véase: <https://www.altice.com.do/personal/nosotros/institucional/nosotros/altice-dominicana> Consultado el 25 de julio de 2024.

²⁶³ La sociedad es propiedad del magnate Patrick Drahi a través de su sociedad luxemburguesa Next Alt S.à. R.L. Véase: <https://altice.net/sites/default/files/pdf/Altice%20International%20Q2%202023%20MDA-FINAL.pdf> Consultado el 25 de julio de 2024.

adjudicada en concurso tras su quiebra al Consorcio Energético Punta Cana (CEPM) por 27 millones de dólares²⁶⁴ en 2012 y, un año después, revendida al Grupo Telemicro.

Recién en 1998, con la sanción de la ley 153-98 de Telecomunicaciones, el sector de la televisión por suscripción comenzó lentamente a ordenarse. Lo hizo de forma más tardía, ya que la prioridad fue, inicialmente, la de ordenar el servicio de radiodifusión televisiva analógica que, como ya ha sido mencionado en este trabajo, se encontraba en una situación de desorganización y, en muchos casos, de ilegalidad.

Las causas del inicio del cable multicanal en Dominicana son diversas, pero en todos los casos se debe tomar en cuenta la proximidad geográfica del país con Estados Unidos, así como la cercanía cultural incentivada por la intensa migración dominicana hacia el vecino del norte (no hay que olvidar que más de 2 millones de dominicanos viven en aquel país en la actualidad). Centrándonos en el plano audiovisual, el cable dominicano puede desarrollarse gracias a la disponibilidad de señales de televisión estadounidenses en los sistemas de satélite desde los últimos años setenta: “Aunque el primer satélite de televisión, Telstar 1, se lanzó en julio de 1962, la televisión estadounidense nunca cumplió plenamente su promesa internacional hasta que los satélites y el cable volvieron a reinventar el medio a partir de 1975” (Edgerton y Jones, 2013: 3). Tras la iniciativa de HBO de ofrecer su señal a los cableoperadores del país a través del satélite Satcom 1 en octubre de 1975, muchas otras compañías abrieron el boom del cable: junto a las llamadas “*superstations*” (canales locales transmitidos a escala nacional) como WTBS o WGN, surgieron Showtime (1976), USA Network (1977), ESPN, C-SPAN (ambas en 1979), CNN, BET o TLC (1980), MTV y FNN (en 1981) o *The Weather Channel* (1982). La pieza clave de estos nuevos servicios es el programa Satcom desarrollado por la empresa RCA, compuesto por 4 satélites que transmitían 24 señales de televisión sobre 50 estados entre 1975 y 1982, junto al Westar de Western Union (1974) (Zee, 2013), CONTEL-Amsat (1976), a los que después se unirán Spacenet (1981), Aurora y Galaxy (1983), GStar (1985) o PanAmSat (1988), en respuesta a la explosión de canales temáticos para el cable estadounidense (Rees, 1990).

El área de cobertura de estos sistemas satelitales “domésticos” orientados a Estados Unidos incluía, inevitablemente, los territorios colindantes en su huella (llamada “*footprint*”); dicho de otro modo, una empresa dominicana podría fácilmente tomar esas señales con una antena satelital y redistribuirlas en su propia red, a sus propios abonados, pagando (o no) a los propietarios de la señal original por hacerlo. De hecho, López Reyes (2010) considera que el surgimiento del cable en Dominicana se debe sobre todo de la falta de regulaciones que prohibieran o restringieran las re-emisiones ilegales de canales de pago provenientes de Estados Unidos. Esto llevó a que, a mediados de la década de 1990, estuvieran en funcionamiento en el país 19 compañías de cable, el decenio en el que más incremento en la creación de empresas de televisión por cable se registra (López Reyes, 2010, p. 103).

La piratería de contenidos y de señales de televisión estadounidenses ha sido un asunto clave en el audiovisual dominicano. Los informes sobre piratería y derechos de autor del

²⁶⁴ Prensario Internacional: “Dominicana: Competidores se quejan por venta de Aster a CEPM. Disponible en: <https://www.prensario.net/Dominicana-Competidores-se-quejan-por-venta-de-Aster-a-CEPM-1787.note.aspx> Consultado el 26 de julio de 2024.

Departamento de Estado de Comercio de Estados Unidos lo reflejan así desde hace varias décadas, insistiendo incluso en que la ausencia de medidas podría relacionarse con “una gran cadena de televisión relacionada con un miembro importante del partido político actualmente en el poder” (IIPA, 2001: 83).

La *Caribbean Basic Economic Recovery Act* (CBERA), la incorporación de la República Dominicana al *U.S.-Caribbean Basin Trade Partnership Act* (CBTPA) en 2000 o el *Central America-Dominican Republic-U.S. Free Trade Agreement* (DR-CAFTA) de 2004 (a la que la República Dominicana se incorporó el 1 de marzo de 2007) comprometieron al país a realizar cambios en la legislación interna y a luchar más activamente contra la piratería. Sin embargo, los cambios tardaron en producirse. Pese a los compromisos de adoptar todas las medidas necesarias para poner fin a la piratería de la radiodifusión televisiva en las negociaciones del CAFTA con Estados Unidos, la embajada estadounidense se sorprende de que estaciones como Telemicro o Canal del Sol no sufrieran consecuencias por emitir, por ejemplo, la tercera parte de “El señor de los anillos” de forma ilegal y antes de que se difundiera en Estados Unidos —como se detalla en un cable diplomático de 2004 filtrado por Wikileaks²⁶⁵.

El cambio progresivo de situación se aprecia poco a poco en el cambio de estatus del país de la “*Priority Watch List*” (lista de vigilancia prioritaria) del Departamento de Comercio estadounidense, en la que estuvo de 1998 hasta 2007, a la “*Watch List*” (lista de vigilancia) a partir de 2008, gracias a “los impresionantes esfuerzos de la Oficina Nacional de Derechos de Autor (ONDA)” (IIPA, 2009: 13), que en todo caso tardaron en mostrar resultados tangibles: “la República Dominicana informa de que se han intensificado los esfuerzos para hacer frente a la piratería de las señales de cable, pero el sector privado no ha observado un impacto sustancial”²⁶⁶. Este proceso ha sido revisado por López Reyes (2010, p. 103), que sostiene que en la regulación de este sector jugó un papel preponderante la presión de la industria cinematográfica estadounidense. La transformación también afectó a las empresas operadoras que poseían los derechos de autor de las obras audiovisuales: “La década del 2000 supuso para el sector la legalización del negocio con relación a sus grandes suplidores de programación, las cadenas estadounidenses, con las cuales hicieron acuerdos para pagos de servicios que durante años no se facturaban (López Reyes, 2010, p. 106).

Tres hechos marcan el cambio definitivo en la acción gubernamental en este campo: el primero la creación en 2020 de la Unidad de Propiedad Intelectual dentro de la Procuraduría General y el nombramiento de fiscales especializados en la persecución de estos delitos; el segundo es el acuerdo de 2021 entre INDOTEL y ONDA, que se fijan como objetivo principal la aplicación de medidas correctivas a los operadores audiovisuales que “se encuentran en violación de la normativa que regula los derechos de propiedad intelectual y contenidos”²⁶⁷, citando expresamente las obligaciones adquiridas por el país en el CAFTA; en la misma línea, el tercer hecho clave es la creación por el

²⁶⁵ Véase: https://wikileaks.org/plusd/cables/04SANTODOMINGO6413_a.html Consultado el 27 de agosto de 2024.

²⁶⁶ Véase: <https://ustr.gov/sites/default/files/USTR%202014%20Special%20301%20Report%20to%20Congress%20FINAL.pdf> Consultado el 27 de agosto de 2024.

²⁶⁷ Acuerdo de Cooperación entre INDOTEL y Onda. Disponible en: <https://onda.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/Acuerdo-Interinstitucional-INDOTEL-y-ONDA-04-05-2021.pdf>

ejecutivo en 2022 del Consejo Interministerial de Propiedad Intelectual (CIPDI)²⁶⁸ (Decreto 776-22 del 30 de diciembre de 2022). El resultado de este conjunto de medidas ha sido que, en 2024, el Departamento de Comercio estadounidense sacara a RD de la lista de vigilancia por piratería:

A través del liderazgo y la coordinación del Consejo Interministerial de la Propiedad Intelectual, los organismos de la República Dominicana aumentaron las acciones de aplicación de la ley y la cooperación interinstitucional en la lucha contra la piratería de señales, mejoraron la asignación de recursos para los organismos, pusieron a disposición del público estadísticas relacionadas con la aplicación de la ley, aumentaron el número de fiscales especializados en propiedad intelectual y trabajaron con diversos organismos de EE.UU. para recibir formación y asistencia técnica.²⁶⁹

El sector del cable experimentó una importante transformación a partir de mediados de la década del 2000 cuando el INDOTEL definió las reglas del juego para la prestación del servicio de difusión por suscripción. Mediante la resolución 160-05, estableció el “Reglamento para el servicio de difusión por cable y otras medidas”, con el cual regulaba a aquellos sistemas de difusión por cable, para la distribución de señales de radiodifusión televisiva, que utilizaran medios físicos (como cables coaxiales o fibras ópticas) para el acceso a los usuarios finales. Sin embargo, no pasó mucho tiempo para que este reglamento quedara obsoleto, en vista de la aparición de concesionarias que comenzaron a prestar el servicio de televisión por suscripción mediante el empleo de nuevas tecnologías. Como consecuencia, en 2010 (por medio de la resolución 07-10) el órgano regulador comienza un procedimiento de renovación reglamentaria para aprobar una normativa que ya no se refiriera solo al servicio de difusión por cable, sino a todos los servicios de difusión por suscripción. Las controversias y enfrentamientos entre el INDOTEL y los operadores hicieron que la aprobación del “Reglamento de para la Prestación del Servicio de Difusión Televisiva por Suscripción” (Res. 068-2022) recién fuera aprobado doce años después, en 2022.

La situación actual de esta parte del sistema audiovisual se resume en los datos de INDOTEL que hemos graficado más abajo. Aunque la suscripción ha descendido ligeramente, más de setecientos mil hogares del país están suscritos a servicios de televisión de pago, la mayoría por redes físicas.

Los operadores del mercado de televisión de pago utilizan 3 tipos de tecnología para prestar su servicio: el servicio de cable tradicional, los servicios de televisión sobre redes IP (IPTV) y los satélites, aunque estos últimos solo los utilizan *Sky*, *Altice* y *Claro*. Lo más sobresaliente de este sector es la concentración en el mercado: *Claro* acumula el 61% de los abonados a este tipo de servicios, *Altice* el 15%, *Áster* el 5% y *Telenord* el 3%. Estos cuatro mayores operadores suman en total el 84% del mercado, y el restante 16% se lo reparten 59 pequeñas compañías que prestan servicios mayoritariamente locales en pequeñas comunidades. Estas pequeñas y medianas empresas están agrupadas en la Asociación Dominicana de Empresas de Telecable (ADETEL) y, según el estudio realizado por Cruz *et. al* (2016), se ubican en La Vega (Jarabacoa y Constanza), Puerto

²⁶⁸ Decreto 776-22, de 2022. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3400688&managementType=1>

²⁶⁹ Véase: <https://ustr.gov/sites/default/files/2024%20Special%20301%20Report.pdf> Consultado el 30 de agosto de 2024.

Plata (Cabarete, Imbert, Guanatico, La Unión y Luperón), Sánchez Ramírez (Cotuí, Espaillat: Moca, Hermanas Mirabal), Salcedo y Villa Tapia, Monseñor Nouel (Bona, Baoruco: Neiba), La Altagracia (Punta Cana, Higüey), Santiago (Tamboril), Valverde (Mao), Peravia (Baní), El Seibo (Miches), Duarte (San Francisco de Macorís, Santiago Rodríguez, Santo Domingo, San Juan, Barahona, Azua, San José de Ocoa, Monte Cristi y Dajabón). Aunque el estudio de Funplode en 2016 identificó 34 pequeñas compañías de televisión por suscripción en torno a ADETEL, el censo de INDOTEL²⁷⁰ reconoce a 90 empresas de este tipo en el país, de las que 7 tienen licencias nacionales y 83 locales.

Tabla 77. Operadores de televisión por suscripción en la República Dominicana, por zonas de servicio

Provincia sede empresa	Área de servicio	Operadores
Santiago	Jacagua	7
	Jánico	1
	Prov. Santiago	1
	Santiago	2
	Tamboril	2
		1
La Altagracia	Cabeza de Toro, Punta Cana y Uvero Alto	7
	Higüey	1
	Higüey, Punta Cana	2
	Laguna de Nisibón	1
	Macao, Bávaro, Punta Cana	1
	San Rafael del Yuma	1
Puerto Plata	Guanatico, Los Hidalgos, Villa Isabela, Laguna Salada y Los Parajes Caonabo y Palmarito del Munic. Imbert y Loma de Guayacanes	6
	Luperón	1
	Montellano	1
	Puerto Plata	1
	Sosua	1
	Villa Isabela	1
Duarte	Las Guaranas	5
	Prov. Duarte / Prov. Samaná exceptuando el Municipio de Sánchez	1
	San Francisco de Macorís	1
	Villa Riva, Arenoso	2
Santo Domingo	Todo el Territorio Nacional	5
		5
Santo Domingo Este	Bocachica	5
	Provincia Santo Domingo y D.N.	1
	Santo Domingo Este	2
	Todo el Territorio Nacional excepto Monseñor Nouel y María Trinidad Sánchez	1
Maria Trinidad Sánchez	Cabrera	4
	Nagua	1
	Río San Juan / Hoteles Bahía Principe, Bávaro Princesa, Ocean Blue, Caribe Club Princesa	2
Azua		1
	Estebanía	4
	Guayabal	1

²⁷⁰ INDOTEL: “Concesionarias del Servicio de Difusión por Suscripción”. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/09/concesionarias-del-servicio-de-difusion-por-suscripcion.pdf> Consultado el 30 de agosto de 2024.

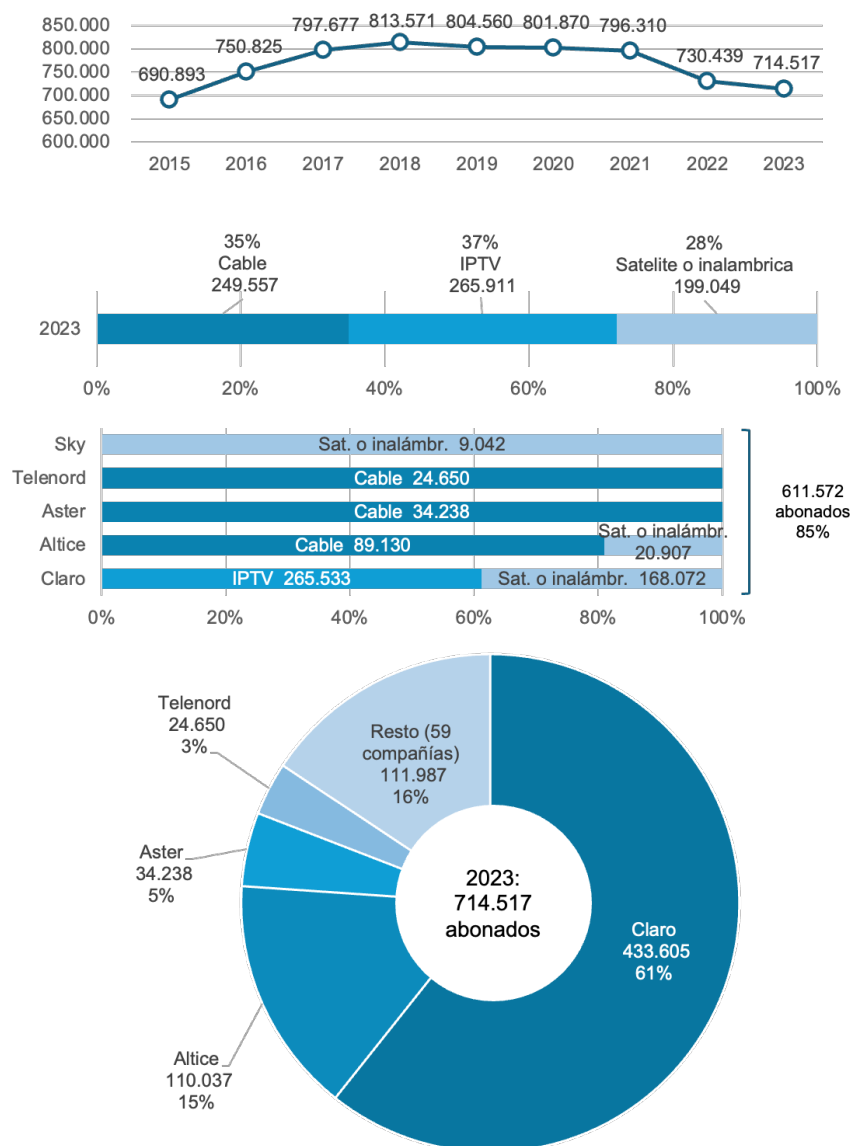
Provincia sede empresa	Área de servicio	Operadores
	Padre Las Casas	1
	Prov. Azua	1
		1
La Vega	Constanza	3
	Jarabacoa	1
		2
Independencia	Duvergé	3
	Jimaní	2
		1
San Juan de la Maguana	Las Matas de Farfán y El Cercado / Comendador de la Prov. Elías Piña	3
	Municipio El Cercado	1
	San Juan de la Maguana	1
		1
Barahona	Las Salinas	3
	Polo	1
	Prov. Barahona	1
		1
Santo Domingo Norte	Prov. Santo Domingo y D.N.	3
	Santo Domingo Este, Norte, Oeste y D.N.	1
	Villa Faro	1
		1
Montecristi	Guayubín	3
	Montecristi	1
	Pepillo Salcedo	1
		1
Samaná	El Limón	3
	Prov. Samaná	1
	Sánchez	1
		1
El Seybo	El Seybo / Miches	2
	Miches	1
		1
Peravia	Prov. Peravia	2
	Prov. Peravia, Zona Urbana del Municipio de Baní	1
		1
Hato Mayor	El Valle	2
	Sabana de la Mar	1
		1
San Cristóbal	Cambita Garabito	2
	Prov. Santo Domingo y D.N., La Romana, Concepción de La Vega, San Felipe de Puerto Plata, San Cristóbal, Santiago, Santa Bárbara de Samaná	1
		1
Dajabón	Loma de Cabrera	2
	Prov. Dajabón	1
		1
Valverde	Mao	2
	Prov. Valverde	1
		1
Santo Domingo Oeste	Provincia Santo Domingo y D.N.	2
	Todo el Territorio Nacional	1
		1
Sánchez Ramírez		2
	Cotuí, Villa Mata, La Cueva, Cevicos	1
	La Vega, Fantino, Jima Abajo, Cruce el Pino, Villa González, Burende, Santo Cerro, Cutupú, Rincón	1
Monseñor Nouel	Prov. Monseñor Nouel	2
		2
San José de Ocoa	Prov. San José de Ocoa	1
		1
Hermanas Mirabal	Villa Tapia	1
		1

Provincia sede empresa	Área de servicio	Operadores
Bahoruco	Prov. Bahoruco, Postrer Río Prov. Independencia	1
		1
Pedernales	Prov. Pedernales	1
		1
Elías Piña	Bánica	1
		1
Españat - Puerto Plata	Gaspar Hernández, Prov. Españat / Imbert y Sosua de la Prov. Puerto Plata	1
		1
Españat	Moca	1
		1
Santiago Rodríguez	Sabaneta	1
		1
Monte Plata		1
	Yamasá	1

Elaboración propia sobre datos de INDOTEL²⁷¹.

²⁷¹ INDOTEL: “Concesionarias del Servicio de Difusión por Suscripción”. Disponible en: <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/09/concesionarias-del-servicio-de-difusion-por-suscripcion.pdf>

Ilustración 28. La televisión por suscripción en República Dominicana



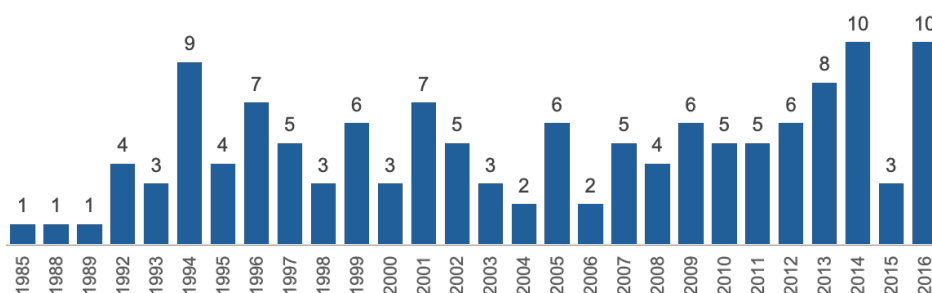
Elaboración propia sobre datos de INDOTEL.

4.3.3.1 Los canales locales en el cable

El desarrollo de las redes de cable ha permitido no solo extender la oferta multicanal de pago por todo el país, sino también ampliar la oferta de contenido de canales de contenido nacional, regional y local que no se difunden por vía terrestre, sino exclusivamente a los abonados de los sistemas multicanal. Al no tratarse de servicios que utilicen el recurso escaso del espacio radioeléctrico, los canales de televisión por cable no requieren licencias o concesiones, y por ello el conocimiento acerca de su existencia, su historia y su oferta es más complejo.

Funglode realizó una extensa investigación en 2016 para conocer este mercado, que descubrió “la existencia de 135 canales distribuidos en las 31 provincias del país (4.2 canales por provincia) y la producción diaria de 1.172 programas de contenido nacional (36.6 programas promedio por provincia)” (Cruz, Fermín y Aguasanta 2016), la tercera parte de esos canales se había constituido desde 2010. El mayor número de canales y programas de producción local se concentra en Santiago y el Distrito Nacional, con 15 señales de pago, seguido por La Altagracia (15 canales y 75 programas), La Vega (12 canales y 164 programas), La Romana (8 canales y 90 programas), Santiago (6 canales y 82 programas), Puerto Plata (6 canales y 91 programas), Peravia (6 canales y 28 programas), Duarte (5 canales y 52 programas), San Pedro de Macorís (5 canales y 47 programas), Hato Mayor (4 canales y 36 programas), Espaillat (3 canales y 34 programas) y Dajabón (3 canales y 29 programas).

Ilustración 29. Canales locales de televisión por suscripción, por año de creación



Elaboración propia sobre datos de Cruz et al., 2016.

Respecto a los contenidos de los canales, “los programas que difunden la actualidad informativa constituyen el 55,6% del universo de espacios” (Cruz et al., 2016); el resto de los contenidos “son los espacios religiosos —45,4%— los que predominan, incluso dejando en un lejano segundo lugar, con un 13,4%, a los deportivos” (Cruz et al., 2016).

4.4 Los grupos de comunicación en República Dominicana

La comprensión del conjunto del sistema de medios de comunicación en República Dominicana no puede completarse sin incorporar la dimensión de integración de los distintos medios en torno a grupos. Estos grupos de comunicación, públicos o privados, se han ido conformando en todo el mundo, y particularmente en América latina, a partir de los años ochenta y noventa del pasado siglo. Por un lado, la integración en grupos explota los beneficios y las sinergias de la colaboración entre medios de distinto tipo; por otro, los procesos de integración multimedia necesitan de un entorno regulatorio favorable (o al menos no restrictivo) que permita que los mismos propietarios tengan varios diarios, o varias emisoras de radio, o accedan a la propiedad cruzada de diarios, televisiones o radios.

Durante las primeras décadas del siglo XX, la prensa y la radio comenzaron a consolidarse como los principales medios de comunicación en América latina. Este periodo estuvo

caracterizado por una alta fragmentación de la propiedad mediática, donde muchas familias y pequeños empresarios controlaban la prensa local. Sin embargo, con la introducción de la publicidad como un factor económico crucial, en un contexto de expansión del capitalismo industrial y mercantilización de la cultura, comenzó a observarse un proceso de concentración cada vez más evidente en torno a la propiedad de los medios. Durante este periodo, la radio y la televisión emergieron como medios de comunicación masiva en la región, y las primeras grandes familias empresariales fueron dominando el sector desde la base de las grandes cabeceras de prensa, muchas veces en alianza con el poder político.

En las décadas de 1970 y 1980, la convergencia tecnológica y el relajamiento de las regulaciones sobre la propiedad de los medios, especialmente en Estados Unidos y Europa, favorecieron la expansión de las empresas mediáticas, un proceso que también se replicó en América Latina. Durante este tiempo, las grandes corporaciones mediáticas comenzaron a integrar verticalmente sus operaciones, controlando desde la producción hasta la distribución de contenidos. Esto llevó a una mayor concentración de la propiedad mediática en manos de unos pocos grupos empresariales, a menudo vinculados a las élites políticas y económicas. Los años noventa y el llamado “consenso de Washington” resultan claves para comprender ese proceso. En las últimas dos décadas, la mundialización de los actores comunicacionales con la llegada de las redes digitales ha complicado aún más el paisaje, incorporando a la competencia por los mercados publicitarios a megacompañías globales como Alphabet o Meta.

4.4.1 De las familias a los grupos (y los bancos)

En el caso dominicano, la conformación de grupos comunicacionales está directamente vinculada a personalidades bien conocidas en el mundo político y económico (y en ocasiones también periodístico) que han mantenido un control personal y familiar de sus intereses en la comunicación social. Algunos de esos apellidos familiares son particularmente significativos en los medios dominicanos: Pellerano, Peynado, Corripio, Báez-Romano, Bermúdez, Bonetti, Vicini o Rainieri, por mencionar solo algunos. Estos apellidos son los que participan de conglomerados mediáticos que no solo dominan el paisaje informativo, sino que también han tenido una influencia considerable en la economía y la historia política del país.

Como ya se ha explicado en los apartados anteriores, a principios del siglo XX, la escena mediática en la República Dominicana toma forma con la aparición de los primeros periódicos y estaciones de radio. Durante este tiempo, algunas familias influyentes del país empezaron a involucrarse en el mundo de la comunicación, estableciendo los cimientos de lo que serían los primeros conglomerados mediáticos, como los Pellerano y la creación de *Listín Diario*. Los Pellerano continuarán vinculados al diario tras su reapertura en los años sesenta (a cargo de Nelly Pellerano y su esposo Alberto Ricart) durante varias generaciones, hasta su venta a Baninter: “Ricart Vidal fue presidente del “Listín” hasta 1986. Los siguientes presidentes fueron Rogelio Pellerano Romano (1986-1992), Moisés Pellerano López-Penha (1993-1994) y Eduardo José Pellerano Nadal (1994-2000)” (Diario Libre, 2021). Al tiempo, la familia Pellerano ponía en marcha *Última Hora* en 1970 o, más adelante, *Diario Libre*.

En las décadas de 1920 y 1930, algunas de las grandes familias de la sociedad dominicana, muchas de las cuales ya tenían un peso considerable en los ámbitos político y económico, fueron afianzando su presencia en los medios de comunicación. Durante este periodo, varias figuras vinculadas al poder político adquirieron y fundaron periódicos que se convirtieron en herramientas importantes de influencia y control social en la dictadura. “El Caribe”, fundado en 1948 y rápidamente adquirido por Germán Emilio Ornes, es un ejemplo de cómo los medios impresos desempeñaron un papel crucial en la configuración del discurso público en el trujillismo.

A medida que avanzaba el siglo XX, el proceso de concentración mediática se intensificó con la llegada de la radio y la televisión. La familia Corripio, originaria de España, se estableció en el país y rápidamente se involucró en el comercio y, más tarde, en los medios de comunicación. En la primera década del siglo XXI, José Luis “Pepín” Corripio Estrada convirtió a su grupo de empresas en uno de los conglomerados mediáticos más poderosos de la República Dominicana, diversificando sus intereses, especialmente, en prensa con “Hoy”, El Nacional” *El Día* y su participación en *Listín Diario* y en televisión con *Teleantillas*, *Telesistema* y Coral.

En las décadas de 1980 y 1990, la situación se acentuó. La liberalización económica y la falta de una regulación efectiva (como se ha visto en el análisis de las políticas de comunicación en el capítulo 3) permitieron a estas familias fortalecer aún más su dominio sobre los medios de comunicación. Durante estos años, la televisión y la radio se convirtieron en los medios más influyentes, y los grandes grupos familiares aprovecharon para ampliar su presencia en estos sectores. En estos años, “las empresas de comunicación en el país se multiplicaron y se enriquecieron, al punto de que comienzan ya a identificarse como grupos de comunicación” (Báez, 2016: 48).

Paralelamente, durante estos años, se produjo un creciente involucramiento de las entidades financieras en el sector de la comunicación. Son abundantes los ejemplos durante los últimos 40 años de empresarios vinculados a la banca que han hecho inversiones en los medios de comunicación. Como antecedente del periodo de estudio que abarca esta investigación, se encuentra el empresario Leonel Almonte, quien fue el propietario del Grupo Financiero Universal, y desde el año 1983 vinculado a *Rahintel* (canal 7, hoy Antena Latina), el periódico La Noticia, las emisoras en AM, HIN Radio y *Radio Universo* y en FM *Romántica* 107.9 y *Viva* 94.1.

El dueño de ese consorcio fungía como asesor del entonces Presidente Salvador Jorge Blanco (1982-1986), y al término de este periodo fue apresado, junto al ex jefe del Estado, acusado del alterar los precios de artículos vendidos a la Secretaría de las Fuerzas Armadas. Duró unos dos años en prisión y ese acontecimiento gravitó desfavorablemente en la posesión de sus medios: las emisoras tuvieron que ser vendidas. La Noticia cerrada en 1998 y los canales arrendados (López Reyes, 2003, p. 78).

Este fue el primer caso de vínculo evidente entre la banca y los medios de comunicación, donde el propietario de *Rahintel* canal 7, Leonel Almonte, resultó judicializado. En los años posteriores, otros propietarios de bancos comenzaron a invertir en los medios. El Banco Popular participó en la propiedad del periódico *El Caribe*, sus dos emisoras y canales de televisión. También José Ureña, al frente del Banco del Comercio, lanzó el diario *El Siglo* en 1989 hasta la quiebra de la entidad bancaria en 1997 (Báez, 2011: 49).

Pero, como ya se describió al inicio de este capítulo, el caso de mayor dimensión fue el del Banco Intercontinental (Baninter). Por el número, tamaño y diversidad de los medios que las empresas y socios ligados a Ramón Báez Figueroa habían adquirido, producto del conjunto de maniobras ilícitas mediante las que provocaron el fraude contra Baninter, este caso resulta central para entender la desestructuración y posterior reestructuración que desemboca en el sistema de medios en la que se afianzan los grupos de comunicación.

4.4.2 Modelos de grupos de comunicación

Hay varias formas de considerar los tipos de integración de las compañías de comunicación. Tomando como base la idea de que cada actividad económica puede analizarse a partir de modelos llamados “cadenas de valor”, que suelen representarse como líneas verticales de eslabones en las que cada paso representa un punto de aportación de valor económico al proceso, se habla de “integración vertical” cuando las integraciones empresariales se producen dentro de la misma cadena de valor, es decir, dentro del mismo ámbito de actividad; por ejemplo, cuando un canal de televisión adquiere una productora de televisión, o a otro canal, o cuando una productora de cine compra una cadena de salas de proyección. Si las integraciones se producen entre sectores de cine (un canal de televisión compra una estación radial) solemos hablar de “integración horizontal” o “integración multimedia”. Por último, cuando son empresas de otros ámbitos distintos a la comunicación los que se integran solemos hablar de “integración multisectorial”. Los grupos de comunicación pueden ser, desde ese punto de vista:

1. Grupos monomedia, o de integración vertical, constituidos por el mismo tipo de medios o por compañías pertenecientes al mismo sector (por ejemplo, varios canales de televisión, o televisoras y productoras).
2. Grupos multimedia, o de integración horizontal, constituidos por distintos tipos de medios.
3. Grupos multisectoriales, aquellos que tienen intereses en medios de comunicación, pero también en sectores que nada tienen que ver con los medios, como el financiero o el industrial.

Los estudios de Mastrini y Becerra muestran distintos tipos de grupos de comunicación, en función de la propiedad y la procedencia: grupos públicos o estatales; grupos tradicionales familiares (típicamente controlados por familias que han estado vinculadas al sector mediático desde hace varias generaciones); conglomerados multinacionales; grupos religiosos y de interés especial; grupos financieros o bancarios y grupos empresariales diversificados.

Aunque esta tipología es sumamente útil para el análisis de la concentración mediática, la información de la que se dispone para esa tesis no permite utilizarla. La dificultad para acceder a todos los datos acerca de los verdaderos propietarios de los medios de comunicación en el país, escondidos, habitualmente, bajo estructuras corporativas complejas y compañías constituidas fuera del país (en el caso de República Dominicana, especialmente en Panamá o las Islas Vírgenes Británicas), impide que se puedan utilizar en esta tesis las anteriores categorías para clasificar a los grupos mediáticos dominicanos. La práctica de constituir estructuras jurídicas en territorios con regulaciones menos estrictas sobre divulgación pública de propietarios y beneficiarios finales ha hecho muy

complejo el proceso de investigación. Sin embargo, mediante un trabajo de campo muy dificultoso, se ha podido reconstruir parcialmente la configuración de alguno de ellos.

4.4.3 Grupo de Comunicaciones Corripio

El presidente del Grupo Corripio es José Luis “Pepín” Corripio Estrada, un próspero y diverso empresario. Según la revista Forbes, en el año 2015 contaba con una plantilla de 12 mil empleados de manera directa, y era el segundo empresario (tras la familia Vicini) más rico del país (Leyba, 2015). Sus empresas son muy diversas.

Corripio participa en productos del campo con Victorina Agroindustrial; en bienes de consumo masivo, cosméticos y del hogar a través de Distribuidora Corripio; en electrodomésticos y tecnología con Tiendas Corripio; en medios con el Grupo de Comunicaciones Corripio; en imprenta y librería con Editora Corripio y Editora Listín Diario; en industria y construcción con Corvi, Pinturas Tropical, Pinturas Popular y Alambres y Cables; en combustibles con Gas Pepín, y en la importación de vehículos con Euromotors, como ejemplos de una lista conservadora. A pesar del amplio conglomerado y su imponente presencia en el mercado en cada rama, solo una de sus divisiones figura entre las 100 empresas que más ISR (impuesto sobre la renta) pagan. Se trata de Distribuidora Corripio (Leyba, 2015, p. 43).

A partir de los años setenta, el grupo comienza a diversificar su actividad y entra en el sector de los medios de comunicación.

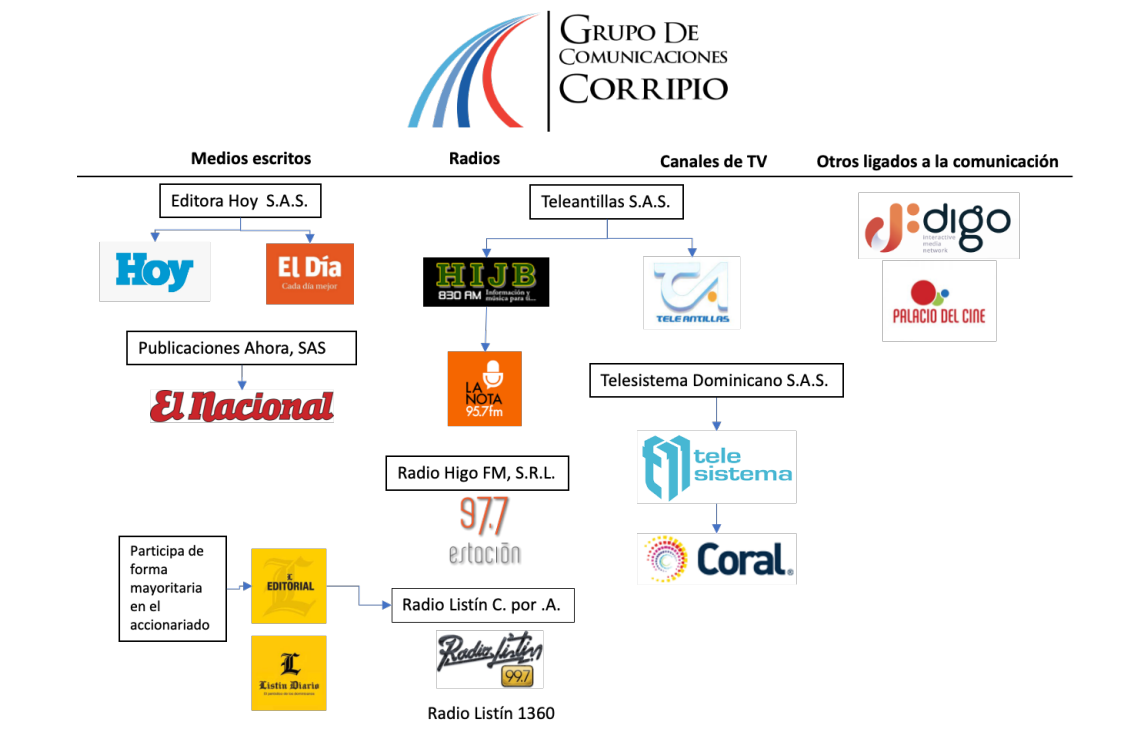
Mi decisión y la de mis hijos, cuando yo no esté, es jamás cerrar un periódico. El Grupo tiene un número de marcas y productos descomunal. Si un diario no es rentable, el resto de las empresas lo tendrá que mantener. Los países necesitan medios de comunicación que colaboren a la convivencia, aporten armonía, sean veraces, con capacidad de análisis y colaboren a despejar las dificultades²⁷²

El grupo es conducido aún hoy por el fundador junto a Manuel Corripio Alonso, su hijo, que preside también el Consejo de Administración de *Listín Diario*.

El Grupo de Comunicaciones Corripio está compuesto por los canales de televisión en VHF, *Teleantillas* Canal 2 y *Telesistema* Canal 11; y el canal Coral 39 UHF; los periódicos *Listín Diario* (en el que tiene una participación), *El Nacional*, *Hoy* y *El Día*. En la radio posee las emisoras *La Nota Diferente* 95.7 FM y HIJB Radio 830 AM y, además, cuenta con inversiones en otros sectores del audiovisual (Ilustración 30). Como puede observarse, su presencia es más central en el sector de la prensa escrita, controlando cuatro de los ocho periódicos impresos de circulación nacional, y en el audiovisual con dos canales que concentran una parte sustantiva de la audiencia nacional. Según el informe de UNESCO (2017: 108) los canales del grupo “lideran la preferencia del 40% de la audiencia televisiva total del país mientras que sus cuatro periódicos son leídos todos los días por más de tres millones de personas”.

²⁷² ABC. (2019, 19 de junio). José Luis Corripio: «Nunca cerraremos un periódico, aunque no sea rentable». https://www.abc.es/cultura/abci-jose-luis-corripio-nunca-cerraremos-periodico-aunque-no-rentable-201906190102_noticia.html

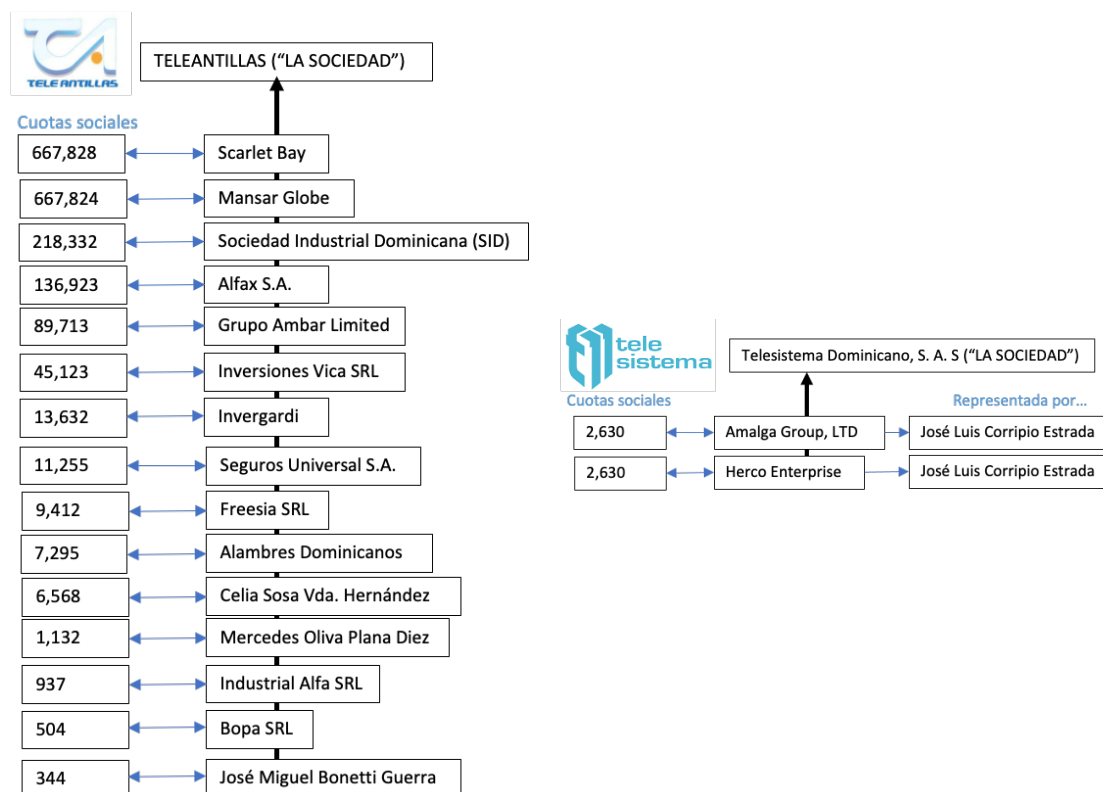
Ilustración 30. Medios del Grupo de Comunicaciones Corripio



Fuente: Elaboración propia.

El grupo está constituido por varias empresas mediante las cuales opera sus productos de comunicación. Aunque cuenta con otras sociedades involucradas, las principales son Telantillas, S.A. y Telesistema Dominicano, para el sector audiovisual y Editora Hoy, S.A. y Publicaciones Ahora, S.A., para los medios escritos. En algunas de ellas también participan accionarialmente otras familias, como es el caso de la familia Bonetti o la familia Vicini (Ilustración 31).

Ilustración 31. Estructura accionarial de Teleantillas y Telesistema



Teleantillas: Asamblea celebrada en 2021; Telesistema: Asamblea celebrada en 2021.
Fuente: Elaboración propia a partir de Registro Mercantil.

4.4.4 Grupo Listín Diario

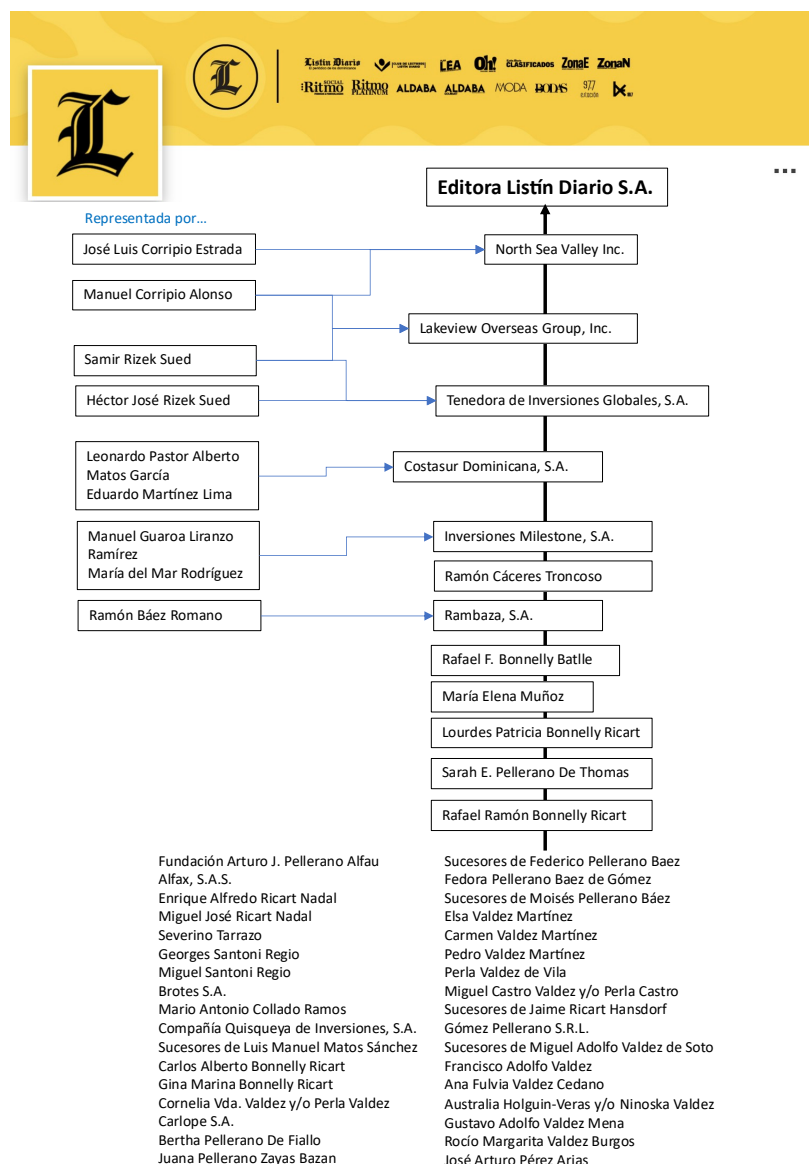
Otro de los grupos más importantes del país es el que se ha constituido en torno a la cabecera central e histórica *Listín Diario*, en cuyo capital participan algunas de las principales familias de la sociedad y la economía dominicana. Además del diario, como ya se ha visto antes, el grupo cuenta también con dos licencias de radio en frecuencia modulada y una en onda media a través de la sociedad Radio Listín C. por A.

A fecha de realización de esta investigación, el Consejo de Administración de la sociedad matriz, Editora Listín Diario S.A., está compuesto por Manuel Corripio Alonso (Presidente), Héctor José Rizek Sued (Vicepresidente), Samir Rizek Sued (Tesorero), Lucía Corripio Alonso (Secretaria) y los vocales Ana Corripio Alonso, Héctor José Rizek Guerrero, un representante de Editora Corripio y otro de la sociedad North Sea Valley Inc.

La propiedad está distribuida entre un alto número de accionistas (más de 60). Sin embargo, solo un puñado de familias y empresas, controlan la mayoría de las acciones; especialmente, la familia Corripio y la familia Rizek (dedicada entre otros sectores al de la producción de cacao), junto a Costasur Dominicana SA, Rambaza SA, Inversiones Milestone SRL, Rafael Francisco Bonnelly Batlle, Lourdes Patricia Bonnelly Ricart, Rafael Ramón Bonnelly Ricart, María Elena Muñoz y Sarah Estela Pellerano Báez, entre

otros, según se muestra en uno de los pocos documentos que recogen esta información a través del portal de transparencia del Poder Judicial (Ilustración 32). La revista Forbes incluye en 2020 también a la familia Vicini como accionista del diario.

Ilustración 32. Estructura accionarial de Editora Listín Diario S.A



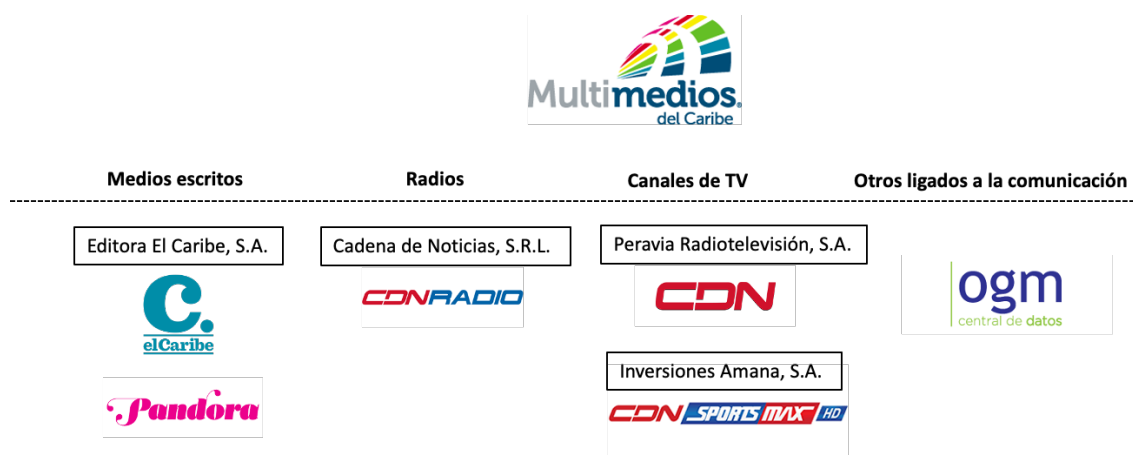
Elaboración propia a partir de documentos de la web del Poder Judicial y de la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) dominicana²⁷³.

²⁷³ Los datos que figuran en esta ilustración provienen de dos documentos, de 2021 y 2024, respectivamente. Dado que no corresponden a certificados solicitados por esta investigación al Registro Mercantil, pueden no reflejar información actualizada. Poder Judicial. Disponible en: https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20Listin%20Diario%20CSM-2021-435-2021.pdf. TSS. Disponible en: <https://www.tss.gob.do/transparencia/assets/tss-ccc-pepb-2024-0001add1.pdf> Consultados el 20 de octubre de 2024.

4.4.5 Grupo Multimedios del Caribe

Teniendo también como producto central a un diario, en este caso *El Caribe* (nacido el 14 de septiembre del año 1948), se ha generado otro de los grandes grupos de comunicación multimedia del país, formado por el Canal 37 *Cadena de Noticias* (CDN), el canal 67 CDN2 UHF y la emisora CDN Radio (92.5 MHz, 89.7 MHz y 89.9 MHz), además de las revistas quincenales propias del periódico.

Ilustración 33. Medios del grupo Multimedios del Caribe



Fuente: Elaboración propia.

Desde 2005, el grupo está controlado por los empresarios santiagueros Félix García y Manuel Estrella después de adquirir el 70% del capital al Banco Popular (Diario Libre, 2005a, párr. 3). El banco decidió deshacerse de estos activos tras la aprobación de la Ley 183-02, de 2002, aunque reteniendo el 30% del capital social. El Banco Popular surgió en 1964 con capital privado. El presidente del Grupo Popular es Manuel Alejandro Grullón desde el año 1990. En el *ranking* hecho por la revista Forbes (2015) de los millonarios de la República Dominicana, Grullón ocupaba el quinto lugar (Leyba, 2015).

El ingeniero civil Manuel de Jesús Estrella Cuz, es un empresario santiaguero que se ha forjado un nombre en el área de la construcción en su grupo Estrella, que hoy aglomera Ingeniería Estrella, Acero Estrella, Concreto Panam, Cemento Panam, Laminados Estrella y proyectos inmobiliarios. Sus inversiones se extienden por sectores muy variados: “Aeropuerto Internacional del Cibao, Ferretería Ochoa, AES dominicana, proveedora de soluciones energéticas. Actualmente Preside el Centro Cultural Dominicano Americano y también la directiva del Cibao Fútbol Club, equipo que representa a Santiago en la Liga Dominicana de Fútbol” (Estrella, s. f., párr. 3). Según la revista Forbes (2015) los empleados de las distintas empresas del grupo Estrella sobrepasaban los 15.000 (Leyba, 2015). Estrella tiene alianzas con compañías internacionales entre las que se pueden citar la circunvalación de San José de Costa Rica (con la empresa H. Solís), la construcción de infraestructuras viales y aeroportuarias con el grupo Transeq en Panamá,

con el grupo EISA en Paraguay o con Compañía Constructora del País (CODELPA) en Haití.

El otro socio accionista del Multimedios del Caribe es Félix María García Castellanos, quien preside varias empresas, además de aparecer, junto a Estrella, como el máximo representante de Multimedios del Caribe.

La base de sus ganancias se encuentra en la agroindustria, si se toman en cuenta los tres millones de quintales de tomate y más de 35,000 toneladas de aceite que produce por año a través de Transagrícola y las marcas Linda y Bella. En Envases Antillanos, este empresario santiaguero elabora 300 millones de latas y 600 millones de tapas. Es propietario además de Tapas Antillanas, que fabrica 1,000 millones de tapas para cervezas al año, y de Troquedom, que produce envases plásticos. Pero otra ancla importante la constituye el Aeropuerto Internacional del Cibao, que en 2014 movilizó a 1,226,000 pasajeros y cuenta con 1,780 empleos directos. Viene de adquirir en 2010 una parte de las acciones de la Ferretería Ochoa, con más de 1,500 empleados y en la que también tienen acciones su amigo Manuel Estrella, aparte del grupo Vicini. Si a ello se suman las marcas de La Fabril y sus acciones en el HOMS, en Multimedios del Caribe, Seguros Universal, Pinturas Tucán, AES Dominicana y muchas otras empresas, se comprenderá que su capital está muy diversificado (Leyba, 2015, p. 46).

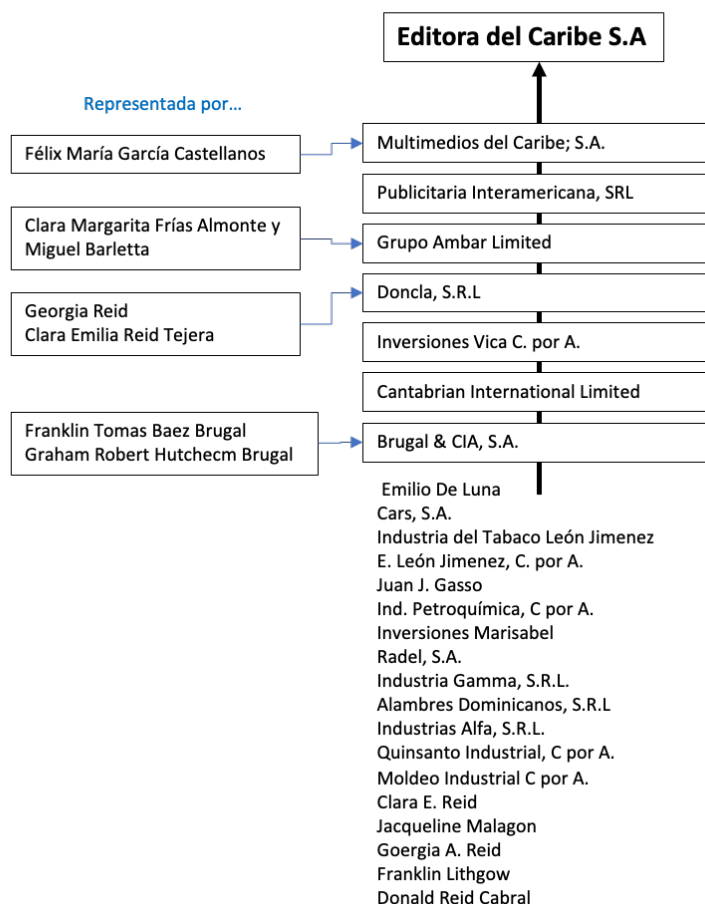
Entre sus últimas inversiones, está la generadora de electricidad Itabo, que ha convertido al Grupo Linda en el accionista mayor.

El Grupo Linda adquirió el 50% de las acciones de AES Dominicana en la Empresa Generadora de Electricidad Itabo, S.A. (EGE ITABO) mediante la suscripción de un acuerdo transaccional de “Compra y Venta”, según informaron las empresas mediante un comunicado conjunto. El convenio establece que AES Dominicana continuará al frente de la operación y el mantenimiento de ITABO, precisa la nota. Mediante este acuerdo Grupo Linda pasa a controlar el 50% de las acciones de Itabo a través de su división energética, en sociedad con el Fondo Patrimonial de las Empresas Reformadas (Fonper) y los trabajadores de la antigua Corporación Dominicana de Electricidad, propietarios del 49.97% y del 0.03% respectivamente (Listín Diario, 2020, párr. 1-3).

La información que aparece en el portal Open Corporates señala que, entre los miembros de la junta directiva y ejecutivos de Multimedios del Caribe, S.A. figuran: Manuel de Jesús Estrella Cruz (presidente) Félix María García Castellanos (vicepresidente), Enrique Illueca, Manuel Alejandro Grullon, Haydee de Ranieri, Manuel Genao Peralta, José Miguel Bonetti, Juan Vicini, entre otros. El Grupo opera sus medios, principalmente, a través de Editora del Caribe S.A. (Ilustración 34), Cadena de Noticias, Peravia Radiotelevisión e Inversiones Amaná.

Ilustración 34. Estructura accionarial de Editora del Caribe S.A

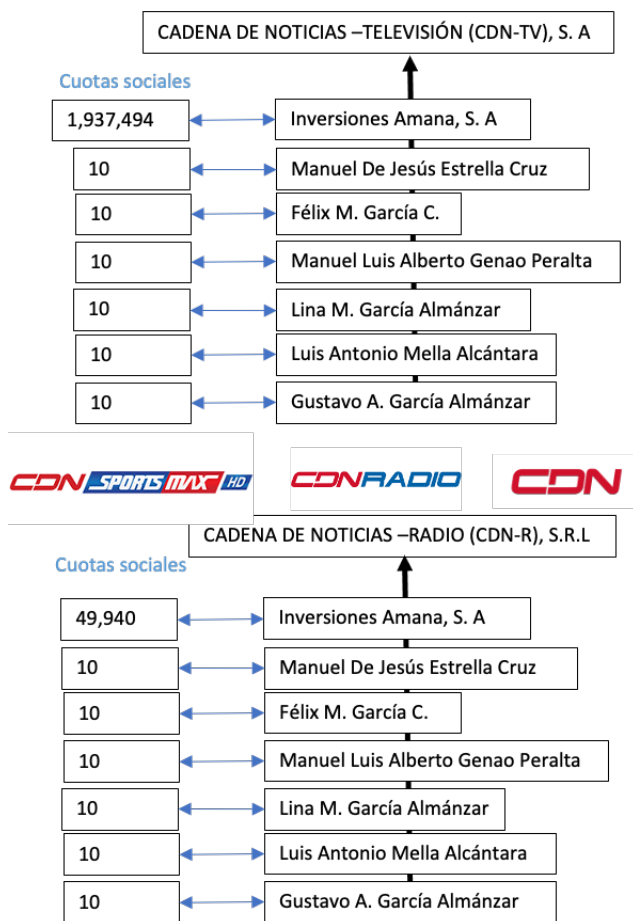
el Caribe



Fuente: Elaboración propia a partir de documentos de la web de la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) dominicana²⁷⁴.

²⁷⁴ Los datos que figuran en esta ilustración provienen de dos documentos, de 2021 y 2024, respectivamente. Dado que no corresponden a certificados solicitados por esta investigación al Registro Mercantil, pueden no reflejar información actualizada. TSS (2021). Disponible en: https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20EI%20Caribe%20CSM-2021-435-2021.pdf . TSS. (2024). Disponible en: <https://www.tss.gob.do/transparencia/assets/tss-ccc-pepb-2024-0001add1.pdf> Consultados el 20 de octubre de 2024.

Ilustración 35. Estructura accionarial de CDN-TV y CDN-R



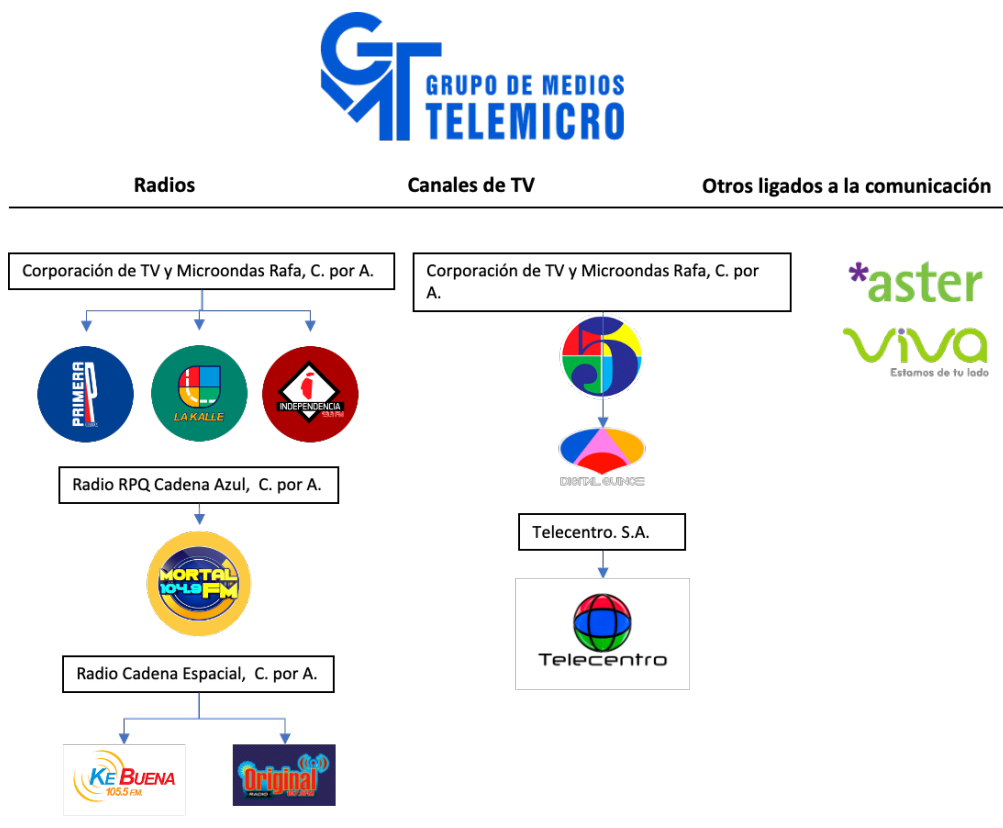
CDN-R: Asamblea celebrada en 2022
 CDN-TV: Asamblea celebrada en 2023. Fuente: Elaboración propia a partir de Registro Mercantil.

4.4.6 Grupo Telemicro

El Grupo de Medios Telemicro está bajo la dirección de Juan Ramón Gómez Díaz, otro de los empresarios que ha apostado a la diversidad de las empresas especialmente en los sectores radiofónico y televisivo. En este último, la sociedad Corporación de Televisión y Microondas Rafa, C. por A., es concesionaria del canal VHF *Telemicro* Canal 5 y en la banda UHF de Digital 15. Por otra parte, la concesionaria Telecentro, S.A. controla *Telecentro* Canal 13.

El otro gran activo del grupo es la radio. Principalmente, a través de la sociedad Corporación de Televisión y Microondas Rafa, C. por A., es licenciataria de las 78 emisoras con las que cuenta el grupo (algunas a nombre de otras sociedades). Esto lo convierte, junto con el Grupo RCC, en los dos gigantes radiofónicos privado-comerciales del país.

Ilustración 36. Medios del grupo Multimédios del Caribe

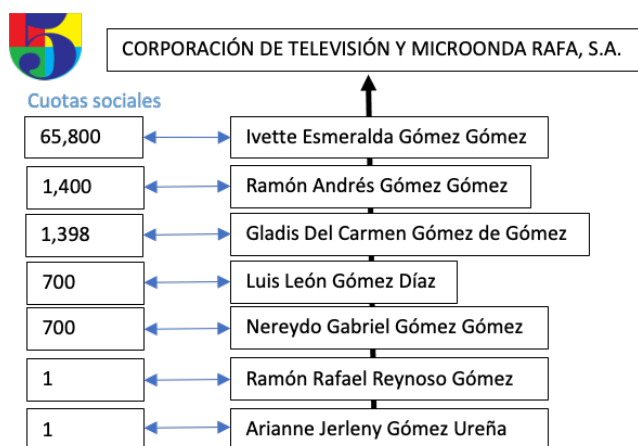


Fuente: Elaboración propia.

El Grupo Telemicro ha experimentado un notable crecimiento durante los últimos años. Gómez Díaz inició su vida profesional desempeñándose como comerciante con su negocio Distribuidora Gómez Díaz, pero sus empresas hoy tienen vínculos, además de con el sector de los medios, “con la importación y comercialización de electrodomésticos y de la construcción” (UNESCO, 2017: 110). Es, además, propietario de la compañía de televisión por cable *Áster* y adquirió la compañía de telecomunicaciones *Viva* en 2015²⁷⁵ (El Dinero, 2015, párr. 1). En el sector de los medios tradicionales, ha aumentado el número de emisoras y repetidoras radiales, pero, a diferencia de otros grupos, no cuenta con inversiones en el sector de la prensa escrita.

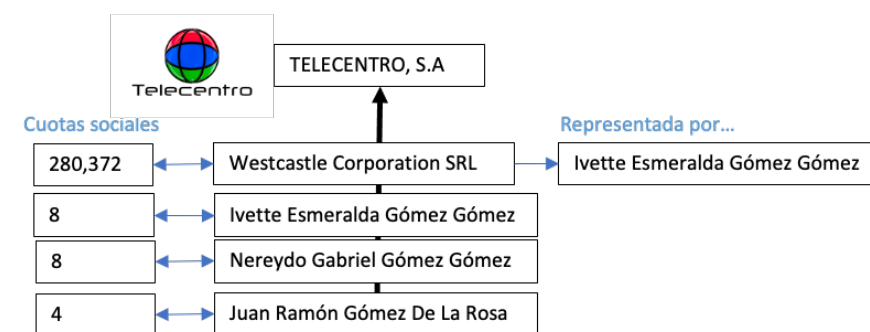
²⁷⁵ El diario *El Dinero* titulaba “Ya es un hecho: Gómez Díaz adquirió a la empresa VIVA” y detallaba: “El empresario Juan Ramón Gómez adquirió la totalidad de las acciones de la empresa de telecomunicaciones VIVA, por lo que ahora el propietario de Grupo Telemicro no sólo es uno de los principales inversionistas en televisión, radio y empresas de cable, sino que entra de lleno a competir en el mercado de la telefonía e internet”. <https://eldinero.com.do/17945/ya-es-un-hecho-gomez-diaz-adquirio-a-la-empresa-viva/> Consultado el 6 de noviembre de 2018.

Ilustración 37. Estructura accionarial de Corporación de Televisión y Microonda Rafa, C. por A.



Asamblea celebrada en 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de Registro Mercantil.

Ilustración 38. Estructura accionarial de Telecentro, S. A.



Asamblea celebrada en 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de Registro Mercantil.

4.4.7 Grupo RCC

El otro gigante de la radiofonía es el Grupo Radio Cadena Comercial. El empresario radial Antonio Espaillat es el presidente de RCC. Su estrategia comercial fue progresiva: a las estaciones de Radio Cadena Comercial, poco a poco fue sumando otras que pertenecían al Banco Progreso y a Radio Cadena Hispanoamericana. Cuenta, actualmente, con 47 emisoras radiofónicas.

En el campo radiofónico, la sociedad filial Procomunicaciones SA (Ilustración 40) y Radio Cadena Hispanoamericana SRL (Ilustración 39) son titulares de la mayor parte de las licencias, pero, cuenta también con varias empresas concesionarias de sus numerosas frecuencias como Radio Cadena Comercial SRL, Difusora Hemisferio SA, Rumba SRL, entre muchas otras. Como ya ha sido señalado anteriormente, son muy reseñables los acuerdos con el grupo Disney para la emisión en el país de Radio Disney y con el grupo español Prisa para la emisión de Los 40 Principales.

Todas esas sociedades conforman el negocio radiofónico del grupo que se fundamenta en las 11 licencias de emisión para Santo Domingo y 6 en Santiago, hasta un total de 47 que

cubren buena parte del territorio dominicano. La amplia diversificación del negocio radiofónico de RCC ha llevado al grupo a emitir 22 productos radiofónicos distintos, el más importante de los cuales es la cadena ZOL, a la que dedica 13 de sus estaciones, seguida por *La91*, con 7 emisoras y *La Bakana* con 5.

En 2018, el grupo dio un importante paso en la diversificación multimedia pasando a administrar el canal de televisión Canal 23 *Telefuturo* (del que es concesionaria la sociedad Megamedios SRL).

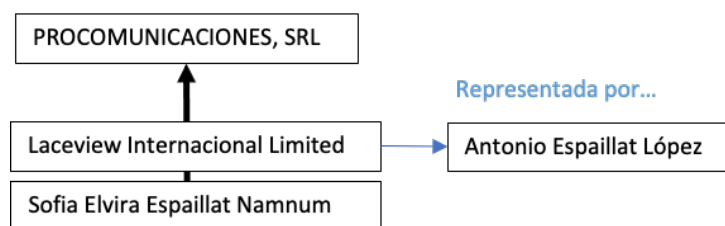
El Grupo de Comunicaciones Radio Cadena Comercial (RCC) asumió la administración, operación y producción de la televisora Telefuturo Dominicana, canal 23, con sede en Santo Domingo, y Radio Cadena Hispanoamericana (Diario Libre, 2018, párr. 1).

Antonio Espaillat es también el dueño de la discoteca Jet Set e incursionó en la inversión en restaurantes de la zona Colonial, entre los que se encuentra el Jalao y Lulú.

Ilustración 39. Estructura accionarial de Radio Cadena Hispanoamericana, SRL



Ilustración 40. Estructura accionarial de Procomunicaciones, SRL



Asamblea celebrada en 2024. Fuente: Elaboración propia a partir de Registro Mercantil.

4.4.8 Grupo Diario Libre

Contrariamente a lo reseñado para los anteriores casos, el Grupo Diario Libre ha construido su estructura a partir de la prensa escrita. Actualmente, su principal producto de comunicación es el diario gratuito Diario Libre. Hasta el momento en el que se cierra esta tesis doctoral, el diario y el grupo estaban vinculados a la familia Pellerano, pero en

2023 fueron vendidos al gigante de la industria turística Grupo Puntacana. El grupo Puntacana fue fundado por Frank Rainieri y está controlado por su familia, encabezada por su hijo Frank Elías Rainieri Kuret. La familia Rainieri tenía hasta ahora presencia en el grupo radial Radio Televisión Nacional, que es concesionaria de 10 frecuencias frecuencia modulada y 2 de onda media en todo el país²⁷⁶.

Con la venta de Diario Libre en 2023, la familia Pellerano parece estar dejando el campo de los medios de comunicación en el que tanta presencia ha tenido durante más de un siglo. Como ya se ha mencionado anteriormente, esta familia fue el eje central de uno de los principales grupos mediáticos, que fue creciendo de forma progresiva a partir de la Editorial AA (editora de varias publicaciones, entre ellas la revista Rumbo), del grupo multimedia Omnimedia y de la conformación del Grupo Diario Libre. Arturo Pellerano fue el fundador, también, de la empresa Tricom de telecomunicaciones (actualmente Altice) hasta 2010, cuando vendió su participación accionarial a la empresa canadiense Amzak Capital Management y la centroamericana Inversiones Bahía²⁷⁷. Hasta el momento de su venta, las cuotas sociales de Grupo Diario Libre, SA estaban divididas entre dos accionistas: de Omnimedia Corp. (representada por Manuel Arturo Pellerano Peña) y Manuel Arturo Pellerano García²⁷⁸.

4.4.9 Otros grupos relevantes

Aunque no cuentan con una dimensión similar a los grupos descritos anteriormente, otros de envergadura participan en el sistema mediático dominicano. Es el caso del Grupo Telemédios Dominicana, controlado por la familia Bermúdez, con canal 9 *Color Visión* VHF y canal 25 *Telemédios* UHF. También forma parte del grupo la emisora 1530 AM. Estos medios fueron impulsados inicialmente por J. Armando Bermúdez (Don Poppy), y hoy son sus hijos quienes dirigen sus negocios, entre los que destacan los vinculados a la industria del ron, cerveza, salud y aviación (Rivera, 2014).

Otros dos grupos importantes por su tamaño son el Grupo Lama (Empresas Radiofónicas) y el Grupo Medrano, cuyos activos están especialmente enfocados en el sector de la radiodifusión sonora. Como ya se ha explicado en el apartado 4.2.3 sobre este sector, además de la veintena de emisoras que opera Empresas Radiofónicas, cuenta con un canal de televisión local en Barahona y un periódico digital Diario Noticias. Por su parte, el Grupo Medrano complementa sus 16 frecuencias de radio con un canal de TV local (Canal 10 *Microvisión*) y una compañía de cable que cubre la zona del Cibao Central.

Se incluye también en esta categoría el grupo controlado por Julio Hazim. Hazim ha participado históricamente en el sector de los medios (canales UHF, el periódico *La Nación*, emisoras radiales, etc.; también en el sector del deporte, con varios equipos de

²⁷⁶ <https://www.diariolibre.com/revista/cultura/inicia-nueva-etapa-de-radio-televisión-nacional-rtn-KG7989927>

²⁷⁷ "Los recursos obtenidos por esa transacción pasaron como garantía del acuerdo transaccional hecho con el Banco Central luego de la quiebra del Banco Nacional de Crédito". Véase: El Día: "La empresa Tricom es adquirida por un consorcio franco-israelí". Disponible en: <https://eldia.com.do/la-empresa-tricom-es-adquirida-por-un-consorcio-franco-israeli/> Consultado el 15 de enero de 2024.

²⁷⁸ Así aparece en el portal de transparencia del Poder Judicial (2021a). Disponible en: https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20Diario%20Libre%20CSM-2021-435-2021.pdf Consultado el 26 de julio de 2024.

béisbol). Actualmente es propietario de las estaciones *La voz del Trópico*, *Radio Nagua* y el 40% de la emisora 107.9 FM, así como del canal por cable *Carivisión*.

También configura un multimedia relevante dentro del sistema mediático dominicano el grupo ACD Media. Fundado en el año 2006 por el periodista Dany Alcántara, ACD Media ha diversificado sus actividades a todos los campos. Cuenta con tres periódicos digitales, *Proceso*, *7dias.com.do* y *Turismo Global* (exclusivo para el sector turismo); las estaciones radiales *Super7* 107.7 FM y *L'arena* 92.5 FM de Puerto Plata; y dos estaciones de televisión que se transmiten por cable, *Entelevisión* y *CatorceTV*.

A estos grupos se suma el Grupo López conformado por el canal AME 47 UHF y cuatro emisoras de FM. Está presidido por Juan Ernesto López, cubano radicado en el país (Báez, 2011,p.51), que también es propietario de Óptica López y del autódromo Móvil-1.

4.4.10 Los grupos religiosos

Como se muestra en esta investigación, los medios de comunicación religiosos tienen una significativa relevancia en el sistema mediático dominicano. A los ya existentes medios de vinculados a la iglesia católica, se han ido sumando los de otras religiones que, actualmente conforman auténticas redes. Según una encuesta del Latinobarómetro de 2019, el 49% de la población se identifica como católica, en comparación con el 68% en 2008. La misma encuesta muestra que el 26% de la población es protestante evangélica, frente al 12% en 2008 (Embajada de Estados Unidos Santo Domingo, 2021).

Esas otras religiones presentes incluyen a los adventistas del séptimo día, los testigos de Jehová, la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días y otros protestantes no evangélicos: “Según una estimación de noviembre del Consejo Dominicano de Unidad Evangélica, los protestantes evangélicos constituyen aproximadamente el 30 por ciento de la población, y el número de pentecostales es el que crece más rápidamente” (Embajada de Estados Unidos Santo Domingo, 2021).

La comunicación cristiana tiene una gran importancia en el país y hay varias organizaciones dedicadas a la propagación de la fe cristiana en la sociedad dominicana. *Televida* Canal 41 UHF fue el primer canal católico de televisión del país (creado en 1980) al que se sumó, en 2008, otro canal de cable: *La Voz de María*. La iglesia católica también cuenta con 24 frecuencias de radio (algunas funcionan como repetidores), dependientes de distintas organizaciones, 13 de las cuales son en FM y 11 en onda media. En 1981 se creó la Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA), en la que colaboran las distintas estaciones católicas del país²⁷⁹.

Tabla 78. Estaciones radiofónicas vinculadas a la iglesia católica

Indicativo	Concesionario	Banda	Fr.	Cobertura
Vida FM	Radio ABC	FM	105.3	Santo Domingo
Radio ABC	Radio ABC	AM	540	Santo Domingo
Radio Cayacoa	Radio Cayacoa	AM	720	Higüey
Radio Cayacoa	Radio Cayacoa	FM	105.1	Higüey

²⁷⁹ Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA): <https://udeca.do/Emisoras>

Indicativo	Concesionario	Banda	Fr.	Cobertura
Radio Marién	Obispado de la Diócesis Mao-Montecristi	FM	93.3	Carrizal - Dajabón
Radio Marién	Obispado de la Diócesis Mao-Montecristi	FM	93.5	Mao, Valverde
Radio Marién	Obispado de la Diócesis Mao-Montecristi	AM	1110	Carrizal - Dajabón
Radio Luz	Arzobispado de la Arquidiócesis de Santiago de los Caballeros	FM	93.7	Navarrete, Santiago
Radio Enriquillo	Diócesis de Barahona	FM	93.7	Tamayo
Radio Enriquillo	Diócesis de Barahona	AM	1020	Loma La Hoz
Radio Jesús	Arzobispado de la Arquidiócesis de Santiago de los Caballeros	AM	750	Santiago
Juventus don Bosco	Sociedad Salesiana de la Iglesia Católica	AM	1640	Repetidor -Altos de Villa Verde, La Romana
Juventus don Bosco	Sociedad Salesiana de la Iglesia Católica	AM	1640	Distrito Nacional
Juventus don Bosco	Sociedad Salesiana de la Iglesia Católica	AM	1640	Repetidor - El Córano, San Juan
Juventus don Bosco	Sociedad Salesiana de la Iglesia Católica	AM	1640	Repetidor-Carretera Moca-Villa Trina
Radio Santa María	Radio Santa María, S. A.	FM	97.9	El Mogote-Espailat
Radio Santa María	Radio Santa María, S. A.	AM	590	La Vega (Rio Seco)
Radio Corazones	Diócesis de San Juan de la Maguana	FM	88.7	Loma Guanito
Radio Corazones	Diócesis de San Juan de la Maguana	FM	88.7	Azua
Radio Corazones	Diócesis de San Juan de la Maguana	FM	91.5	Loma Los Jorguillos (Remisor)
Misionera FM	Ministerio Radial Interdenominacional Misionera F.M.	FM	91.5	Higüey
Magis FM	Comunicaciones Evangélicas Raíces, Inc.	FM	98.3	Nisibón (Higüey)
Radio Seybo	Radio Seybo	AM	1370	El Seibo
Radio Seybo	Radio Seybo	FM	93.7	El Seibo

Elaboración propia.

También las iglesias evangélicas tienen una importancia reseñable en el sistema dominicano de medios. La Asociación Misionera Radial La Batalla de la Fe es una de las organizaciones evangélicas con una presencia más duradera en la sociedad dominicana²⁸⁰, y dispone de 5 concesiones de FM y una de AM bajo el indicativo de Radio VEN (Voz Evangélica Nacional), además de producir una señal de televisión que se difunde a través de los operadores de cable, *CieloTV*²⁸¹. Hay que señalar también la presencia en los medios de la iglesia Adventista del Séptimo Día. Su sociedad Radio Amanecer Inc. es una de las mayores concesionarias de radio del país, con 2 frecuencias de onda media y 25 de frecuencia modulada, según los datos públicos de INDOTEL (2024).

Tabla 79. Estaciones radiales de las iglesias evangélicas

Indicativo	Concesionario	Banda	Fr.	Cobertura
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	AM	1200	Santo Domingo, D. N.
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	FM	92.9	San Juan Reemisor

²⁸⁰ Hoy: "La Batalla de la Fe 2023". Disponible en: <https://hoy.com.do/la-batalla-de-la-fe-2023-detalles-que-necesitas-saber/> Consultado el 20 de febrero de 2023.

²⁸¹ Asociación Radial y Misionera La Batalla de la Fe: <https://labatalladelafe.org/nosotros/>

Indicativo	Concesionario	Banda	Fr.	Cobertura
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	FM	92.9	Barahona Reemisor
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	FM	105.5	Higüey Reemisor
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	FM	105.5	La Romana
Radio VEN	Asociación Misionera Radial la Batalla de la Fe, Inc.	FM	105.5	El Seibo Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	AM	900	Neiba
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	AM	1580	Distrito Nacional
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Montecristi Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Nagua Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Sabaneta Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Españat
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Dajabón Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	90.9	Villa Isabela Reemisor (Puerto Plata)
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	98.1	Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Pedernales
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Barahona
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Peravia
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	La Romana
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Azua
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Neyba
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	San Pedro de Macorís
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Jimaní Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	San José de Ocoa
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Higüey
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	El Seibo
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Hato Mayor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	San Juan de la Maguana
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Comendador Reemisor
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Miches
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Sabana de la Mar
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Samaná
Radio Amanecer	Radio Amanecer, Inc.	FM	100.3	Las Terrenas Reemisor
Radio Eternidad	Iglesia Bíblica del Señor Jesucristo, Inc.	AM	990	Santo Domingo, D. N.
Radio Enmanuel	Radio Enmanuel	AM	1430	Santiago
Renuevo FM	Compañía Difusora de la Cristianización	FM	89.7	Santo Domingo, D. N.
Radio Bendición	Ministerio Bendición, Inc.	FM	95.1	La Romana
Radio Salvación	Ministerio Radio Salvación, Inc.	AM	810	Bani
Radio Senda	Ministerio Religioso Senda de Vida, Inc.	AM	1680	San Pedro de Macorís

Fuente: Elaboración propia sobre datos de INDOTEL.

4.4.11 Los medios públicos

Como hemos señalado anteriormente, los medios públicos dominicanos se encuentran bajo el paraguas de la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV). La norma que regula el operador público es la Ley 134-03, aprobada durante la presidencia de Hipólito Mejía, y la establece como una entidad estatal descentralizada con autonomía funcional, jurisdiccional y financiera, y con personalidad jurídica propia.

La CERTV es gestionada por un Consejo de Administración, que traza las políticas a seguir y toma decisiones clave para la operación de la corporación. La financiación de la Corporación se fija del siguiente modo en la Ley 134-03:

- Asignaciones del Presupuesto General: CERTV recibe financiamiento directo a través de partidas establecidas en la Ley General de Presupuesto de la República Dominicana.

- b. Asignaciones Especiales: La Presidencia de la República Dominicana puede asignar fondos adicionales a CERTV a través de asignaciones especiales, según lo considere necesario.
- c. Porcentaje de Publicidad Estatal: CERTV se financia también con un 10% de los presupuestos generales de publicidad de todas las instituciones del Estado, así como de sus entidades autónomas y descentralizadas. Estos fondos son descontados por la Tesorería Nacional y entregados mensualmente a CERTV.
- d. Comercialización y Venta de Publicidad: CERTV genera ingresos mediante la comercialización y venta de espacios publicitarios dentro de su programación, tanto de radio como de televisión.
- e. Otras Fuentes: El Consejo de Administración de CERTV tiene la facultad de establecer otras formas de financiamiento según lo considere necesario para garantizar el normal funcionamiento y desarrollo de la corporación.

Según los datos de la Dirección General de Presupuesto del Ministerio de Hacienda, en 2023 la CERTV tuvo unos ingresos de RD\$ 348.968.130 (5,8 millones de dólares, aproximadamente), de los que el 49% fueron aportaciones del sector público; los gastos de la corporación ascendieron a RD\$ 438.560.101 (unos 7,3 millones de dólares)²⁸².

Tabla 80. Evolución del presupuesto de CERTV (2020-2023)

	2020	2021	2022	2023
Ingresos	375.479.852	636.096.569	618.988.636	348.968.130
del sector público	165.113.079	161.390.636	201.658.082	169.657.630
Gastos	280.144.973	340.456.377	411.512.507	438.560.101

Fuente: Elaboración propia sobre datos de la Dirección General de Presupuesto.

Los canales estatales de televisión son la Canal 4 Corporación Estatal de Radio y Televisión en VHF y el Quisqueya Televisión Canal 17 de UHF, además de tres emisoras de radio en la capital: Dominicana FM 98.9; Radio Santo Domingo 620 AM; y Quisqueya FM 96.1, más la frecuencia Dominicana 99.9 FM para las regiones del sur y del este.

²⁸² Ministerio de Hacienda, Dirección General de Presupuesto: Ejecución presupuestaria empresas públicas no financieras e instituciones públicas financieras 2023. Disponible en: https://www.digepres.gob.do/wp-content/uploads/2024/07/LIBRO-EJECUCION-2023-V2_compressed.pdf Consultado el 12 de agosto de 2024.

5. Financiamiento de los medios y condiciones laborales de los periodistas

El Estado ha desempeñado un papel central en la financiación de los medios de comunicación. Lo ha hecho, particularmente, mediante la asignación de recursos publicitarios, convirtiéndose en un factor determinante para la viabilidad económica de muchos medios en el país. Esa necesidad de la financiación estatal por parte de los medios, en simultáneo con la precaria situación laboral de sus trabajadores (los periodistas y trabajadores de los medios), ha generado un sistema de incentivos y sanciones por parte del Estado que opera como sofisticado mecanismo de control.

Este capítulo analiza esas dos cuestiones que, en el caso dominicano, se encuentran vinculadas. Por una parte, se examina el financiamiento de los medios de comunicación, destacando el papel crucial de la publicidad tanto estatal como privada en la sostenibilidad económica de los medios de comunicación dominicanos. Utilizando como base el paradigma de la EPC y la teoría crítica, se describe cómo la publicidad opera como factor fundamental de financiación para los medios de comunicación y cómo esto podría estar reforzando las estructuras de poder dominantes, convertido en un instrumento de control ideológico, donde los intereses comerciales y estatales puedan influir o estar influyendo en la producción y difusión de contenidos mediáticos. En esta línea, se detalla la evolución de la inversión publicitaria estatal en la República Dominicana, haciendo énfasis en su uso durante distintos periodos presidenciales y en el impacto de esta relación en el panorama mediático del país.

Por otra parte, se exploran las particulares condiciones profesionales y laborales de los trabajadores de los medios (como se verá, precarias) que los impulsan al pluriempleo, frecuentemente trabajando, al mismo tiempo, para los medios de comunicación privados y para las instituciones del Estado. Siguiendo las declaraciones de entrevistas realizadas para esta investigación, se revisa esta cuestión para conocer, en qué sentido, esto puede incidir en la libertad de prensa y de expresión.

5.1 El financiamiento de los medios de comunicación dominicanos

La publicidad es un pilar fundamental en los medios de comunicación del país, dado que, como ya se ha señalado en el capítulo anterior, la mayoría de estos opera bajo un modelo de negocio privado o híbrido (Evangelista, 2014). Al no depender principalmente de donaciones, su sostenibilidad económica radica en la generación de ingresos a través de la venta de espacios publicitarios a empresas y marcas. Esta dinámica comercial es esencial para garantizar la producción y distribución de contenidos. No obstante, es preciso señalar que UNESCO (2017) afirma que el Estado dominicano está entre las entidades más importantes del país en la colocación de la publicidad en los diversos medios de comunicación tradicionales, aunque en los últimos años la inversión publicitaria ha estado migrando hacia las redes sociales: “El Estado encabeza la lista de los diez principales inversionistas en publicidad, con un 29%, invirtiendo más 3,500 millones de pesos anuales en la promoción de sus acciones” (UNESCO, 2017, p. 119).

Sobre esta cuestión es crucial hacer una distinción importante: en República Dominicana, los medios de comunicación no dependen mayoritariamente de la publicidad estatal, aunque su contribución suele ser significativa. La publicidad privada desempeña un papel predominante en su sostenimiento. Según la empresa *Media Press*, que desde 2003 trabaja en el país con el software *Media Tracker* especializado en monitoreo de medios de comunicación, para el año 2024 existe una cartera de 8.000 anunciantes distribuidos entre los distintos medios, tanto tradicionales como digitales. Por lo tanto, aunque no se puede sostener que los medios de comunicación subsistan exclusiva o principalmente gracias a la publicidad estatal, como se verá a lo largo de este capítulo, se puede constatar la relevancia que este rubro ha tenido en el presupuesto nacional de los distintos gobiernos.

En los últimos 19 años, desde 2004 hasta 2023, que es el período para el que existen datos, se ha documentado un aumento significativo en este apartado. Aunque antes de este periodo también se destinaban fondos estatales a la publicidad, debido a la falta de desglose (ya que en el presupuesto no se detallaba este rubro específico), resulta imposible analizar la evolución previa. Es recién a partir de 2004 cuando se introduce esta distinción dentro del Presupuesto General de la Nación, permitiendo, así, un seguimiento detallado de las asignaciones. Como sostiene el economista Medina Gómez (2024):

En la década del 90, las partidas de gasto no estaban desagregadas o completas, era muy difícil hacer la gestión presupuestaria en esos años. Y pese a que manejo los datos de la Dirección General de Presupuesto y del Ministerio de Hacienda, de ese periodo no existe una partida exacta que explique de cuanto era la inversión en publicidad gubernamental (R. Medina Gómez, comunicación personal, 18 de abril de 2024).

En las siguientes páginas se describe, para el periodo investigado, cómo fue el financiamiento y la importancia de los diversos medios de comunicación. El análisis está dividido por presidencias (la de Danilo Medina y de la Luis Abinader). Para el caso del presidente Medina, el análisis se divide, también, por periodos presidenciales, explicando por qué en determinado tiempo el Estado realizó una inversión publicitaria fuerte en determinados medios y cómo la llevó a cabo. Finalmente, se aborda la relación entre la publicidad privada y la publicidad estatal, en una comparativa que pone de relieve las particularidades de cada uno de estos sistemas de financiación para la supervivencia de los medios.

5.1.1 Publicidad estatal (2004-2023)

La comunicación gubernamental en República Dominicana se estableció institucionalmente con el decreto 13 del 16 de agosto de 1982²⁸³, durante el mandato del presidente Salvador Jorge Blanco (1982-1986), del PRD, mediante el cual “se creó la Dirección General de Información y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República, encargada de dirigir la política nacional de información y relaciones públicas del Estado”. Fue creada bajo el considerando de que era necesario “poner la información, la publicidad y las relaciones públicas estatales al servicio del desarrollo económico, educativo, cultural y psicosocial del pueblo dominicano, sin que esto conlleve cambios en la dinámica operacional de sus oficinas y servicios y empresas comerciales”. Este decreto constituye el antecedente del inicio de la comunicación gubernamental en el país. Es relevante destacar que, tras la caída de la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961), tuvieron que pasar 21 años para que se estableciera la primera estructura organizada de comunicación estatal.

Este decreto solo estuvo vigente durante un año, hasta que fue reemplazado por uno nuevo (el 1507, de 1983²⁸⁴), que derogó al anterior y estableció la Dirección General de Información, Publicidad y Prensa de la Presidencia de la República, encargada de dirigir la política nacional de información, publicidad y prensa del Estado, y la Oficina de Relaciones Públicas del Poder Ejecutivo, orientada a las relaciones públicas del Presidente.

Con el tiempo, la comunicación gubernamental fue diversificándose en distintas instituciones encargadas de la comunicación estratégica del Palacio Nacional. No fue hasta 2004 cuando comenzaron las transformaciones que elevaron la figura del vocero de la presidencia al nivel de un ministro. Esto ocurrió durante el segundo mandato constitucional de Leonel Fernández, cuyo vocero fue el periodista Rafael Núñez (2020). La experiencia acumulada durante el primer mandato de Fernández permitió que el entonces director de prensa de la presidencia, identificara las necesidades que debían superarse en esta segunda etapa. Núñez (2020), destacó la importancia de saber gestionar adecuadamente la comunicación gubernamental.

¡Importante! Porque gobernar, nosotros partimos de una expresión que no es nuestra, “que gobernar es comunicar”. Si tú gobiernas y no comunicas, la gente no sabe lo que tú estás haciendo con sus recursos, tú empoderas a la gente y la gente sabe lo que tú estás haciendo, e incluso, puedes integrar a la gente en una buena gobernanza si la gente entiende que si tú estás haciendo un proyecto del tipo que sea ¿Por qué estás haciendo ese proyecto? ¿Para qué estás haciendo este proyecto? ¿Para quién estás haciendo este proyecto? y ¿Cuál es el impacto que tiene en ellos, en los ciudadanos? Si tu comunicas bien, esas políticas públicas la gente te va a respaldar, te va a dar el apoyo y no se va a sentir sorprendida de que tú estás haciendo algo que a ellos no los impacta porque, al fin de cuentas, lo que importa es cuánto impactan las políticas públicas que estás haciendo al ciudadano (R. Núñez, comunicación personal, 2 de junio de 2020)

²⁸³ Decreto 13, de 1982. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3296954&managementType=1>

²⁸⁴ Decreto 1507, de 1983. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3296579&managementType=1>

En su primer mandato, el presidente Fernández había creado dos instrumentos ligados a la estrategia de comunicación: la DIAPE (Dirección de Información, Planificación y Análisis Estratégico) y el CIG (Centro de Información Gubernamental). Cuando ya está en su segundo periodo presidencial, en 2004, recategoriza como Secretaría de Estado a la Dirección de Información y Publicidad de la Presidencia de la República, “entidad que organiza los planes de las estructuras de difusión pública de todos los departamentos del Gobierno, organizadas en ‘gabinetes de comunicación’ sectoriales” (Colombo, XX: 49). La creación de gabinetes permitió unificar instituciones que debían trabajar bajo un mismo eje, como salud, educación, seguridad y agua potable, sobre los cuales se elaboraban las campañas.

Es también en 2004 cuando se comenzó a destinar, dentro del Presupuesto General de la Nación, un apartado exclusivo para la publicidad; a pesar de que 2003 fue uno de los años más difíciles económicamente para el país, debido a la quiebra del Banco Baninter y su impacto en los ámbitos económico, social, mediático y político. Ese año, a pesar de la crisis económica, se destinaron RD\$927,285,814.69 a la publicidad estatal. A partir de ese año, como ya se ha mencionado anteriormente, el Presupuesto General de la Nación comenzó a incluir una sección específica, el acápite “2.2.2, para Publicidad, Impresión y Encuadernación”. El Manual de Clasificadores Presupuestarios (DIGEPRES, 2008) considera gastos en estos rubros a aquellos destinados a cubrir contratos por servicios de publicidad y propaganda necesarios para dar a conocer al público información oficial. Incluye gastos (I) en impresión y encuadernación y (II) por publicidad y propaganda. Se refiere a estos últimos como:

Gastos por concepto de publicidad, difusión o relaciones públicas en general. Incluye publicaciones de avisos oficiales en periódicos, radio, televisión, cine, teatro, revistas, etc. y otros medios de difusión. También, contratos con agencias publicitarias (DIGEPRES, 2008: 95).

Desde entonces, los fondos destinados a publicidad aparecen registrados allí. Esta partida presupuestaria abarca a las entidades del Gobierno Central Nacional. Como se verá a continuación, estos fondos han ido aumentando de forma continua año tras año (Ilustración 41 y Tabla 81). En algunos años, incluso, llegando a alcanzar el 1,1% del presupuesto general del país.

Tabla 81. Presupuesto General de la Nación y partida para la Publicidad Estatal

Año	2.2.2 Publicidad, impresión y encuadernación	Presupuesto General de Gastos de la Nación	% de gastos totales
2004	RD\$ 927,285,814.69	RD\$ 121,031,491,867.64	0.8%
2005	RD\$ 1,624,020,923.44	RD\$ 162,377,728,672.11	1.0%
2006	RD\$ 1,975,796,056.52	RD\$ 187,362,072,281.48	1.1%
2007	RD\$ 2,310,858,144.69	RD\$ 232,809,475,333.99	1.0%
2008	RD\$ 2,300,830,441.21	RD\$ 304,195,780,145.05	0.8%
2009	RD\$ 2,019,663,517.00	RD\$ 278,650,078,026.69	0.7%
2010	RD\$ 3,473,370,598.05	RD\$ 312,522,798,549.24	1.1%
2011	RD\$ 2,260,712,003.94	RD\$ 338,898,719,673.55	0.7%
2012	RD\$ 2,537,880,864.70	RD\$ 447,232,011,900.09	0.6%
2013	RD\$ 3,003,820,266.42	RD\$ 437,870,986,692.54	0.7%
2014	RD\$ 3,781,802,941.63	RD\$ 491,911,115,043.63	0.8%
2015	RD\$ 3,632,455,914.69	RD\$ 517,765,190,738.98	0.7%
2016	RD\$ 3,930,621,639.52	RD\$ 561,995,747,064.38	0.7%
2017	RD\$ 4,042,520,633.97	RD\$ 623,948,637,379.39	0.6%

2018	RD\$ 5,175,679,078.93	RD\$ 685,335,562,042.16	0.8%
2019	RD\$ 5,722,417,196.33	RD\$ 744,267,108,769.13	0.8%
2020	RD\$ 5,576,500,000.00	RD\$ 973,062,100,000.00	0.6%
2021	RD\$ 3,650,503,247.10	RD\$ 985,407,500,140.30	0.4%
2022	RD\$ 6,374,616,120.38	RD\$ 1,173,736,709,688.87	0.5%
2023	RD\$ 8,774,625,268.55	RD\$ 1,279,237,204,118.75	0.7%

Fuente: (R. Medina Gómez, comunicación personal, 18 de abril de 2024) Datos: Dirección General de Presupuesto²⁸⁵.

En el año preelectoral de 2007, el presupuesto destinado a publicidad se expandió, alcanzando los RD\$2,310,858,144.69 en solo tres años. Fue el periodo en el que Fernández aspiraba a su segundo mandato consecutivo y su tercer periodo en el poder, lo cual consiguió en 2008.

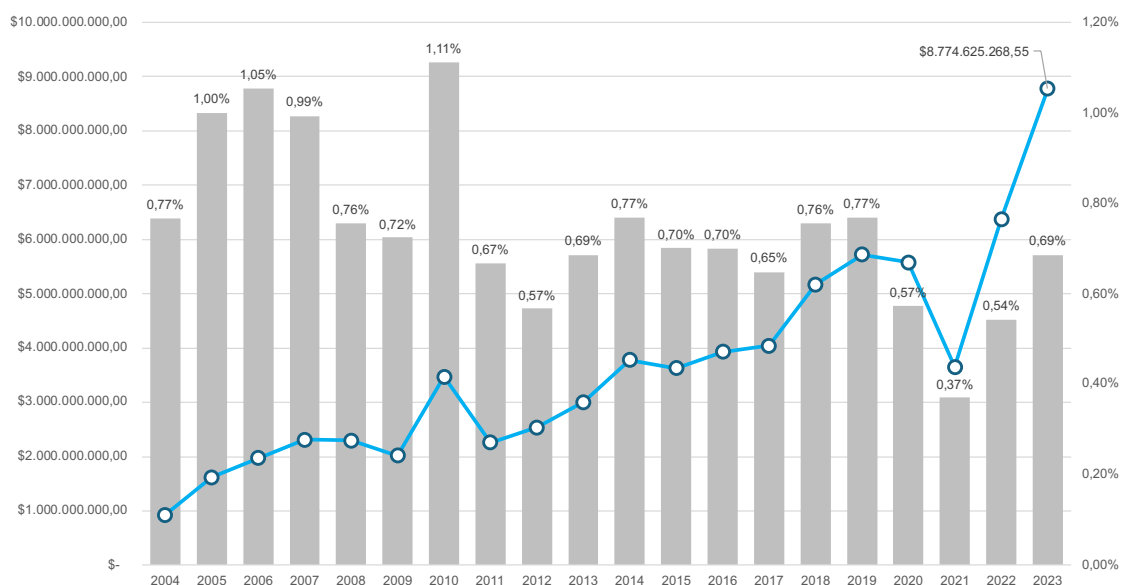
En 2010, el gasto en publicidad volvió a aumentar hasta alcanzar los RD\$3,473,370,598.05. Este año fue significativo porque se modificó la Constitución; una nueva modificación, ocho años después de la última vez que se permitió la reelección presidencial. También se decidió que los legisladores y alcaldes elegidos en este periodo, no serían electos por cuatro años sino por seis, con el objetivo de unificar las elecciones presidenciales, legislativas y municipales en 2016. Por esta razón, 2010 fue importante a nivel electoral. Además, se estableció que el presidente no podría aspirar a dos periodos consecutivos, pero sí de forma alterna.

En 2017, ya en el segundo periodo de gobierno de Danilo Medina (2012-2016, 2016-2020), se registra otro incremento significativo que fija el gasto destinado a publicidad estatal en RD\$4,042,520,633.97 millones de pesos. Un año después, en 2018, ese gasto alcanza los RD\$5,175,679,078.93, una cifra notable considerando que fue un año sin circunstancias especiales, ni preelectorales, en la República Dominicana. Esta cantidad, que superaba los cinco mil millones de pesos, se mantuvo relativamente estable hasta el final del mandato del presidente Danilo Medina en 2020.

En 2020, se produce el cambio de gobierno. El PRM gana las elecciones y Luis Abinader asume la presidencia para el periodo 2020-2024, luego de 16 años consecutivos de gobiernos del Partido de la Liberación Dominicana. Al llegar al poder, Abinader enfatizó la necesidad de austeridad, lo que se reflejó en una reducción del presupuesto destinado a publicidad. En 2021, el gasto en publicidad volvió a los niveles registrados 11 años atrás, en 2010, con un presupuesto de RD\$3,650,503,247.10. Sin embargo, poco tiempo después, en 2022, el presupuesto destinado a publicidad se duplicó, alcanzando RD\$6,374,616,120.38 y para 2023, esta cifra superó los RD\$8,774,625,268.55.

²⁸⁵ Dirección General de Presupuesto <https://www.digepres.gob.do/presupuesto/gobierno-general-nacional/>

Ilustración 41. Partida para la Publicidad Estatal y % sobre el Presupuesto General de la Nación



Fuente: Elaboración propia a partir de Medina (2024) y datos de la Dirección General de Presupuesto.

Las cifras examinadas muestran montos abultados y una evolución marcada por un crecimiento continuo del dinero destinado a la publicidad oficial. Sin embargo, como se verá en las páginas siguientes, éstas siguen siendo sustancialmente menor que la que proviene de la publicidad privada o comercial. Según Alejandro Alba, gerente general de la Agencia Media Press, más del 80% del sustento de los medios dominicanos proviene de la publicidad privada -lo cual no invalida el hecho de que el Estado encabece la lista de los diez principales inversionistas en publicidad (UNESCO, 2017: 119)-.

5.1.1.1 Publicidad de la DICOM (2012-2020)

En el año 2012, al inicio del primer mandato del presente Danilo Medina, una de sus primeras acciones en el ámbito de la comunicación estatal fue reorganizar las diversas instituciones con funciones similares para unificarlas bajo una sola dirección. A través del Decreto 490-12²⁸⁶, se creó la Dirección General de Comunicación (DICOM), dependiente del Ministerio de la Presidencia, con la responsabilidad de gestionar toda la publicidad de la presidencia y establecer la línea de comunicación que seguirían las demás entidades estatales.

El portal de la Presidencia detalla que existen, actualmente, más de 300 instituciones gubernamentales, aunque no todas colocan publicidad. Las direcciones de comunicación de las instituciones tienen una asignación presupuestaria, pero queda a discreción de la entidad pública lo que se realiza con ese presupuesto. Así lo expresa quien fuera el vocero y director de prensa del Palacio durante el período presidencial de Danilo Medina, R.

²⁸⁶ Decreto 490-12, de 2012. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3368347&managementType=1>

Rodríguez Marchena (2020), al preguntarle si todas las instituciones centralizadas disponen de un soporte económico para publicidad:

El Estado dominicano tiene 366 instituciones (contamos los ayuntamientos y distritos municipales, las bibliotecas, los distritos educativos, las escuelas, los hospitales públicos, los museos y las procuradurías fiscales). De estas, hay 282 instituciones centralizadas y 84 descentralizadas. Existen organismos que son Ministerios o tienen la categoría de Ministerio. Estos están compuestos, a su vez, de Viceministerios y Direcciones Generales, Oficinas Nacionales e instituciones dependientes de ministerios (Presidencia.gob.do, s. f., párr. 15-16).

A partir de los datos mencionados anteriormente, se observa la gestión de la colocación publicitaria realizada directamente por la Dirección de Comunicación de la Presidencia (DICOM). Esta asignación se llevó a cabo de manera directa e ininterrumpida durante el periodo comprendido entre 2013 y 2020, coincidiendo con el fin del mandato de Danilo Medina²⁸⁷.

El Estado Dominicano, a través del portal *web* de transparencia de la DICOM²⁸⁸, estableció las características que debían cumplir los anuncios estatales: enfocarse en el bien común y, en todo el material grabado, exaltar a ninguna persona de manera individual, sino presentar siempre una imagen de unidad representada por el Estado dominicano. Esta es la directriz a seguir por todas las instituciones gubernamentales:

NORMATIVA DE PUBLICIDAD

1. La comunicación Pública/Gubernamental tiene que ser útil a los ciudadanos y ciudadanas.
2. El mensaje podrá rendir cuentas de la labor del Ministerio o Dirección General, haciendo énfasis en el impacto social y/o empoderar al pueblo dominicano del beneficio de las políticas públicas, es decir, explicando con sencillez el por qué y contenido de la acción Gubernamental y cómo beneficiarse de ella.
3. Elevar la autoestima del pueblo dominicano y sustentarse en valores y fortalecer la identidad estatal, gubernamental y nacional.
4. En ningún caso podrá significar la auto-promoción del funcionario responsable de la institución.
5. La inversión publicitaria habrá de ser siempre frugal y contar con la apropiación suficiente de fondos, de manera que los términos del contrato puedan ser honrados en el tiempo acordado y poder construir una relación satisfactoria y sostenible con los medios de comunicación. Además, en su diseño y ejecución, deberá incorporar la complejidad y la diversidad del mapa mediático dominicano.
6. La Pauta o plan de medios, es decir, el listado de programas con productor/conductor, canal/emisora, día y hora de transmisión, monto de la colocación y localidad desde donde se transmite, debe ser remitido en cada ocasión a la DICOM (DICOM, 2013, p. 1).

Rodríguez Marchena (2020) explica cómo se asignaba la publicidad entre los años 2012-2020. Según precisa, se decidió colocar la publicidad de manera directa porque, cuando se hacía a través de una agencia publicitaria, como en gobiernos anteriores, los beneficiarios no recibían el monto total de su asignación. Las agencias, al actuar como

²⁸⁷ La información está disponible en: (<https://gobiernodanilomedina.do/mapa-colocacion#media-list>).

²⁸⁸ Normativa de publicidad estatal DICOM 2013. Disponible en: https://gobiernodanilomedina.do/themes/custom/presidency/docs/microsite-dicom/normativa_de_publicidad.pdf

intermediarias entre el Estado y el medio de comunicación o el periodista, descontaban hasta un 50% del total.

En ese sentido, también nosotros democratizamos el presupuesto publicitario, y hacíamos colocación directa ¿Qué hicimos nosotros para eso? Para lograr la colocación directa, desarrollamos una herramienta digital, que fue avalada por la Contraloría General de la República y por Compra y Contrataciones, en el que nosotros podíamos preparar contrato enviártelo a tu celular, tú en tu celular, a través de un código, aceptabas o no ese contrato publicitario, y ese contrato tenía validez para Compras y Contrataciones, como para para la Contraloría General de la República. Eso también ahorraba a esos microempresarios de Dajabón, de Barahona, de Higüey, tener que desplazarse a la capital para firmar un contrato, ellos tenían que enviar todos los requerimientos que exigía Compras y Contrataciones lo mandaban por Internet y nosotros lo alojábamos en nuestro banco de datos, debíamos tener el registro de proveedor, que es gratuito, tenía que estar al día con sus impuestos y entonces a partir de ahí podíamos colocar (R. Rodríguez Marchena, comunicación personal, 29 de septiembre de 2020).

Marchena resalta que, la colocación directa de publicidad sirvió para apoyar a muchos periodistas que emprendieron nuevos proyectos luego de su salida de los medios de comunicación tradicionales, colocando la publicidad estatal, por ejemplo, en los periódicos locales de las diferentes provincias. Los comunicadores solo solicitaban que el monto de la colocación fuera una cuota fija²⁸⁹ porque el Estado era la referencia para la publicidad de otras instituciones o empresarios provinciales que respaldaban esos programas de radio y televisión, así como sus periódicos digitales. Si el Estado los favorecía, resultaba más fácil que otros invirtiesen en estos medios locales porque eran visibles para el gobierno.

5.1.1.1.1 Financiamiento a ejecutivos y directivos de medios y a redes sociales con publicidad de la DICOM (2012-2020)

Existe otro tipo de relación entre el Estado y los medios de comunicación, que involucra a figuras clave dentro de estos, como directivos, líderes de opinión y productores de noticieros. Estas personas tienen poder de decisión sobre las informaciones que se difunden en la radio, televisión y periódicos.

Durante el primer gobierno del presidente Danilo Medina, se evidenció el apoyo a algunas de las figuras mencionadas anteriormente en sus espacios personales, quienes aparecen en los listados de beneficiarios de la publicidad estatal de la presidencia. Algunos recibieron este apoyo durante tres, cuatro o siete años, e incluso a lo largo de los dos periodos presidenciales, sumando un total de ocho años.

Como ya se ha mencionado, una de las primeras medidas a la llegada del presidente Danilo Medina y su vocero, R. Rodríguez Marchena (2020) fue retirar las agencias de publicidad que eran intermediarias entre los periodistas y el Estado debido a que las publicitarias se quedaban con hasta el 50% de las colocaciones; por este motivo pasaron a ser controladas por el mismo incumbente.

²⁸⁹ Cuando se refiere a una cuota fija, no es que no hubiese variación en el monto, sino para poder establecer las ganancias que tenían cada tres meses. Por ejemplo, se iniciaba la colocación de enero-marzo, la siguiente colocación era de mayo- julio, y agosto-noviembre, así teniendo un mes de descanso entre colocaciones.

A través de la Ley de Libre Acceso a la Información Pública 200-04, (2004) además se buscaba garantizar la transparencia en la colocación de la publicidad estatal y en ese entonces, a través del portal *web* de la Presidencia (<https://gobiernodanilomedina.do/mapa-colocacion#media-list>), se podía consultar quiénes eran los beneficiarios, el medio de comunicación y la provincia, clasificados por año. De esta manera, se cumplía, al menos en parte, con la ley que exigía la transparencia en la asignación de fondos para publicidad.

Durante el gobierno del presidente Danilo Medina, se estableció que los contratos de publicidad estatal se realizarían por periodos de tres meses. Sin embargo, al revisar la situación con algunos beneficiarios, quienes hablaron bajo condición de anonimato, explicaron que esta práctica se debía a que, con contratos más largos, no se mantenía una relación cercana con el gobierno. La renovación de los contratos requería ir al Palacio y reunirse con el vocero, lo que aseguraba el éxito en la renovación.

Esta práctica impide conocer y establecer el monto anual total por persona, ya que no se especifica cuántas veces fueron renovados los contratos; a veces solo se registra una o dos cantidades de dinero, sin detallar los motivos. Aun así, algunos directivos y ejecutivos pueden ser identificados claramente, ya que sus nombres aparecen repetidamente en los documentos a lo largo de los ocho años investigados (2012-2020).

En otros casos, sin embargo, la información permanece oculta. Un ejemplo que pudo constatar esta investigación es el de un líder de opinión radial que, en el primer año de su asignación publicitaria, recibió más de un millón y medio de pesos. Inicialmente, aparecía su nombre y el de su programa, pero al año siguiente, su nombre ya no figuraba. En su lugar, aparecía el de una compañía o productora, aunque el programa seguía manteniendo el mismo nombre. De esta forma, se desviaba la atención del líder de opinión, cuyo nombre ya no aparecía en los registros. En este caso particular, esta persona fue beneficiada durante seis de los ocho años del gobierno del presidente Medina, con asignaciones entre 2013 y 2018.

Al revisar estos casos, no es posible identificar de manera definitiva a quienes fueron beneficiados, incluso si sus nombres aparecen en el listado. Algunos han utilizado a terceros para gestionar sus espacios personales, y aunque puedan figurar como talentos, no se les puede adjudicar directamente la publicidad estatal, incluso si son los propietarios. Debido a la falta de transparencia de parte de algunos líderes de opinión, ejecutivos o productores de noticiarios beneficiados, no se puede descartar a nadie solo porque su nombre no aparezca en los registros, ya que se ha comprobado que esto no necesariamente significa que no hayan recibido beneficios.

Para entender la importancia que tuvieron las relaciones entre el Ejecutivo y los directivos de medios durante el primer gobierno de Danilo Medina es necesario revisar lo sucedido algunos años antes. Tras la derrota en las elecciones del año 2000, uno de los factores atribuidos a ella fue la supuesta falta de respaldo del expresidente Leonel Fernández en 1996.

Cuando Leonel Fernández regresó al poder en 2004, tras la crisis económica, social, mediática y política provocada por la ruptura en el PRD durante el mandato de Hipólito Mejía Domínguez, este enfrentaba las secuelas del quiebre de Baninter. Mejía Domínguez (2018), en una entrevista, reconoció el daño político que le causó su decisión de

compensar a todos los ahorrantes que perdieron su dinero. La relación entre el Estado y la prensa en este periodo no pasaba en su mejor momento, debido a la ocupación de medios como *Listín Diario*, *Telecentro* y RNN, entre otros; medios que pertenecían a Baninter y que pasaron a ser controlados por el Estado, para ser utilizados a favor de la reelección de Mejía para las elecciones de 2004. Así lo explica su entonces vocero del gobierno Luis González Fabra (2020):

En cuanto a lo periodístico, lo que yo hice fue que había que defender el gobierno de todas maneras; muchos periodistas que se acercaron que querían poner programas, lo que hice fue establecer una política al periodista que lo solicitara y llenara los requisitos, personas reconocidas, se le pagaba el programa con la emisora, no a él, a la emisora, él no iba a pagar nada y los anuncios eran de él. Si tu ibas y me decías ¡concho, hay que defender al gobierno! Yo no te voy a dar dinero, yo no hacía eso, ¿y qué es lo que tú quieres? Yo quiero poner un programa de radio, en las emisoras de radio que están confiscado, está bien, te voy a conseguir horario, entonces mi oficina le pagaba a la emisora, pagaba el espacio y los anuncios eran tuyo, ese era tu beneficio, sin tener que darme a mí ni a nadie, nada de eso, por supuesto. Así yo conseguí que mucha gente se integrara a mantener la información del gobierno en todas esas emisoras que eran muchas. (L. González Fabra, comunicación personal, 8 de junio de 2020)

Cuando el expresidente Leonel Fernández asumió el poder en 2004, otorgó a su vocero, Rafael Núñez, la categoría de ministro. Este último, al contratar a periodistas para trabajar en el Estado (más adelante se describirá su “Red de Comunicadores”), estableció sueldos que multiplicaban por siete los salarios promedio que se pagaban en los medios de comunicación²⁹⁰. Además, incentivó a los reporteros a realizar estudios de postgrado tanto dentro como fuera del país, así como la creación de sus propios proyectos digitales donde se les pudiera colocar publicidad. Como resultado de estas políticas, Cordero, (2018), ex directora del periódico *7dias.com* y Premio Nacional de Periodismo 2015, denunció en su momento la situación de los digitales:

Tú te va a encontrar con que la cantidad de medios digitales que hay hoy en día, sobrepasan cualquier cálculo, todo el mundo tiene un medio digital. ¿Cuál es el objetivo? El objetivo es conseguirse cuatro o cinco anuncios que permitan que la persona dueña de ese medio, para llamarlo de alguna manera, aunque me parece que es un calificativo impropio, poder obtener recursos para su subsistencia, pero no es porque se vea una cosa que se pueda desarrollar como medio. Si tú lo analizas todos: o son plagios de los medios escritos que sí tienen versión digital, o notas de prensa. No son nada más. Absolutamente nada más. El pirateo es una institución en estos medios, desde contenido hasta fotos, todo. No son medios que cuentan con una redacción, no son medios que cuenta con una línea de informativa definida, con políticas editoriales, no tienen absolutamente nada (Cordero, comunicación personal 2 de marzo del 2018).

De este modo se puede entender por qué cuando el presidente Danilo Medina asumió el poder en 2012 fue tan importante establecer una relación cercana con ejecutivos, directivos y periodistas a través de la publicidad. Después de los ocho años consecutivos de gobierno de Leonel Fernández (2004-2012) y el recuerdo de la derrota electoral de

²⁹⁰ Esta situación se explica con detalle en el capítulo dedicado a la perspectiva salarial de los periodistas dominicanos, donde se coloca una tabla de cuanto ganaban los periodistas al momento de hacer el levantamiento con las entrevistas en el 2018 y la actualización en los mismos medios ahora en el 2024. Un Punto importante es que al momento de que Rafael Núñez llega a la vocería de la presidencia, en el año 2004, el promedio salarial de los periodistas era de RD\$ 6,000 pesos mientras que el sueldo recibido en el Estado rondaba los RD\$40,000 pesos y RD\$42,000 pesos, por eso es que él dice que el salario del gobierno era igual a siete veces lo que ganaba un periodista en un medio tradicional.

2000, Medina centró una de sus estrategias publicitarias en asegurar el apoyo de estas figuras clave en los medios, quienes influyen en la opinión pública.

Así, al analizar de manera general los años de gobierno del presidente Danilo Medina, el financiamiento de este periodo puede dividirse de la siguiente manera: durante el periodo 2012-2016, la mayor inversión se destinó a ejecutivos, directivos y figuras influyentes en la opinión pública, apoyando principalmente sus proyectos personales; en segundo lugar, se enfocó en los periódicos; y, en tercer lugar, en canales de UHF y de televisión por cable. Al observar este patrón a nivel macro, se pueden identificar claramente estas prioridades.

En el segundo periodo presidencial (2016-2020), ya se había logrado una uniformidad en todas las instituciones del Estado bajo un único discurso, dirigido por la DICOM, que gestionaba la línea publicitaria. En esta etapa, los periódicos ocuparon el primer lugar en importancia, seguidos por la televisión abierta y los canales de VHF, con una notable inversión en la programación regular de estos medios. En tercer lugar, quedó la radio. Durante este periodo, la asignación de publicidad para figuras clave, ejecutivos, directivos, productores y locutores de noticiarios disminuyó significativamente tanto en cantidad como en inversión económica.

Los periódicos desempeñaron un papel importante, siendo uno de los dos pilares principales del primer gobierno del presidente Medina (2012-2016). Durante esos cuatro años, se colocó publicidad en todos los medios escritos tradicionales, como *Listín Diario*, *Hoy*, *El Nacional*, *El Día*, *El Nuevo Diario*, *El Caribe*, y *Diario Libre*. Además, se incluyeron varios periódicos digitales, como *Acento*, *7dias.com*, *El Dinero*, *Almomento.net* y *CiudadOriental.com*, este último enfocado exclusivamente en el municipio de Santo Domingo Este. También se asignó publicidad a portales de información de algunos canales, como *CDN* y *Noticias SIN*.

Este panorama cambió radicalmente en el siguiente cuatrienio (2016-2020). Durante este periodo, la publicidad se centró en lo digital, dejando en segundo plano a los medios tradicionales. La colocación publicitaria del Estado se volvió más exclusiva y específica para dispositivos electrónicos. Al acceder a un diario a través de un celular, los primeros elementos que el lector veía eran *banners* en la parte superior o derecha de la pantalla.

De los periódicos tradicionales, solo tres recibieron publicidad durante estos cuatro años: *Diario Libre*, *El Caribe* y *El Nuevo Diario*. Los demás, solo contaron con ella por dos años, a excepción de *El Nacional*, que la mantuvo por tres. Una particularidad en 2020 fue la contratación para la publicación de un encarte de 32 páginas en todos los periódicos tradicionales, encargada por el gobierno de Medina, como promoción de su última rendición de cuentas en su segundo mandato. Este encarte contenía un mensaje específico con los logros del gobierno del entonces presidente Medina y su distribución en la prensa escrita fue lo que justificó la publicidad en ese año.

En el primer periodo presidencial 2012-2016, solo dos canales recibieron publicidad estatal durante tres años consecutivos: *Telesistema*, canal 11 de VHF, y Cadena de Noticias, canal 37 de UHF, un medio con un enfoque estrictamente informativo. Contrariamente, en el segundo mandato, la televisión y la radio ganaron mayor importancia, con una inversión destacada en los siete canales de antena abierta VHF: *Teleantillas*, canal 2; Corporación Estatal de Radio y Televisión Dominicana, canal 4;

Telemicro, canal 5; Antena Latina, canal 7; *Color Visión*, canal 9; *Telesistema*, canal 11; y *Telecentro*, canal 13. También se invirtió en canales de UHF y televisión por cable o paga.

Existe un caso en particular durante este periodo (2016-2020), de un programa en una emisora, que tuvo una colocación de más de un millón de pesos en publicidad. Una inversión importante que fue además constante durante los cuatro años. El beneficiario no era periodista, ni alguien conocido. Al consultar para esta investigación con el propietario de la emisora, siempre confiando en su discrecionalidad bajo el secretismo de fuente, se supo que había trabajado en campañas electorales y esta era la forma de pago, a través de la publicidad estatal, porque había pertenecido a varios equipos políticos. Como es el único caso que se puede identificar por la cercanía al propietario de la emisora, no se pueden señalar cuántos casos más similares pueden existir.

Otra modalidad implementada en el segundo periodo fue la selección de personas para que publicaran publicidad estatal a través de sus cuentas de Instagram, iniciando en 2018. Solo se asignó publicidad a las cuentas de *Cadena de Noticias (CDN)*, *El Caribe* (ambos del mismo grupo de medios) y *El Nuevo Diario* entre los medios tradicionales. En el listado aparecen dos periodistas: una de ellas publicó dos posts en su cuenta digital solo en 2019, y la otra recibió la descripción “difusión de materiales de publicidad por redes sociales, blogs, radio y TV en el Ministerio de la Presidencia” A esta última le asignaron publicidad estatal durante tres años consecutivos, de 2018 a 2020. Los criterios para los demás beneficiarios no están claros, ya que solo ocho cuentas recibieron esta asignación, una vinculada al deporte y otra a historia.

5.1.1.2 Publicidad de la DICOM (2020-2023)

El presidente Abinader asumió la presidencia el 16 de agosto de 2020 y con él llegó un nuevo equipo de comunicación que tomó el control de la DICOM. En ese momento, aún era posible consultar el historial de publicidad estatal a través del mapa de la transparencia en la *web* de la presidencia (<https://gobiernodanilomedina.do/mapa-colocacion#media-list>). Así, aunque en un mismo año hubo publicidad pagada por dos gobiernos diferentes, se pudo discriminar la de cada uno. Para de Abinader, se completaron los contratos con varias emisoras para la campaña publicitaria del nuevo gobierno, bajo el lema “Estamos cambiando”.

Entre agosto y diciembre de 2020, se identificaron once emisoras que transmitieron las cuñas publicitarias de este nuevo mandato. Además, en diciembre de 2020, se realizó una inversión publicitaria en *Revista Mercado* y se contrataron a cinco canales de televisión de antena abierta para la transmisión de las fiestas navideñas. Fueron los canales *Corporación Estatal de Radio y Televisión Dominicana (CERTV)*, canal 4; *Antena 7*, canal 7; *Color Visión*, canal 9; y *Telesistema*, canal 11²⁹¹.

Telemicro, canal 5, fue contratado para un Programa Especial de Navidad, transmitido el viernes 25 de diciembre, de 9:00 p.m. a 11:00 p.m., dado que este canal tiene mayor penetración en la región sur del país. Este fue el último registro detallado de publicidad

²⁹¹ Fueron contratados para transmitir las Fiestas Navideñas el 24 de diciembre, de 10:00 p.m. a 12:00 a.m., y el 31 de diciembre, de 10:00 p.m. a 1:00 a.m.

estatal, ya que, desde enero de 2021 hasta 2023, los datos proporcionados por la DICOM cambiaron de forma significativa.

En septiembre del 2021, por disposición del presidente Luis Abinader se fusionan varias instituciones que trabajan con comunicación estatal, por lo que se emitió el Decreto-542-21 que suprime la Dirección General de Comunicación, la Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica y la Dirección de Información y Prensa de la Presidencia. Crea el Sistema de Comunicación Gubernamental a cargo de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental. Crea la Dirección de Prensa del presidente de la República, (2021) con la que la DICOM, cambia de nombre a la DIECOM²⁹².

La gran diferencia de este nuevo periodo reside en la falta de información. Hasta ese momento, con algunas limitaciones, fue posible observar y analizar quiénes fueron los beneficiarios (las personas, los medios, los blogs, las redes, las provincias, los montos asignados y los años correspondientes porque cada beneficiario en el periodo 2013-2020) mediante el registro en la *web*. Sin embargo, actualmente, al buscar la información sobre la colocación de publicidad estatal de los primeros tres años de este gobierno, solo es posible obtener los montos totales.

No se tienen detalles del año 2021 en la documentación, que debería tener la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental, cuyo propósito es precisamente transparentar estos procesos como se hacía en el pasado, dando continuidad a las buenas prácticas del Estado y al cumplimiento de la Ley de Libre Acceso a la Información Pública 200-04 (2004).

Otro cambio significativo fue el establecimiento de una nueva regulación sobre la publicidad del Estado. Por una parte, a partir de ese año, para poder ser beneficiado, quienes tengan un programa o espacio de comunicación, ya sea tradicional o digital, deben completar los trámites que los acrediten como proveedores del Estado, a fin de ofrecer su espacio para la colocación de publicidad²⁹³. Por otra, el presidente Luis Abinader emitió el decreto 1-24²⁹⁴, a inicios de 2024, mediante el cual se regula la publicidad oficial para la colocación y difusión de publicidad en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. Hasta el año 2023, en República Dominicana no existía una ley que regulara la forma en la que se debía asignar la publicidad gubernamental. Esta normativa específica que debe ser cumplida por el gobierno central, así como por todas

²⁹² Decreto 542-21, de 2021. Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3398672&managementType=1>

²⁹³ Sin embargo, antes de poder acercarse a cualquier dirección de comunicaciones para ser favorecido con una colocación se necesita tener dos cosas: primero estar dado de alta en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) como persona física, para ello se necesita llenar el formulario con el que se incluye al periodista en el Registro Nacional de Contribuyentes RNC, que va a ser igual al número de cédula o documento de identidad. Esto es para los profesionales independientes que no trabajan para el Estado. Luego, darse de alta como proveedor del Estado. Pero si es un profesional independiente que tiene registrada una empresa, se necesitan: un registro mercantil, acta del RNC como persona jurídica, presentación de la Asamblea y Estatutos sociales, declaración jurada de no tener familiares en el Estado, certificación de la DGII explicando que la empresa está al día con el pago de impuestos, certificación de cuenta de banco a nombre de la empresa, declaración simple sobre los beneficiarios finales. Luego de que estos datos son aportados, recién se puede solicitar el Registro de Proveedor del Estado (RPE) en la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP) el cual contendrá los rubros o códigos de la actividad de la empresa, en este caso periodismo.

²⁹⁴ Decreto 1-24, de 2024 Disponible en: <https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401789&managementType=1>

las entidades públicas, descentralizadas y financieras. El documento detalla las circunstancias bajo las cuales se puede difundir la publicidad estatal.

ARTÍCULO 4. Solo se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación cuando tengan alguno de los siguientes objetivos:

- A) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales.
- B) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas, de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- C) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos administrativos, electorales y consultas populares.
- D) Difundir el contenido de aquellas disposiciones administrativas, legales o normativas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- E) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo recomienden.
- F) Advertir de la adopción de medidas de orden, salud o seguridad públicas cuando afecten a la colectividad.
- G) Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud, seguridad y vida de las personas o el patrimonio natural.
- H) Apoyar a sectores económicos en el exterior, promover la comercialización de productos dominicanos y atraer inversiones extranjeras.
- I) Difundir las creaciones, obras e imagen del patrimonio histórico, cultural y natural de la República Dominicana.
- J) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

Por primera vez, tras la emisión de este decreto, se establecen criterios para la selección de los medios en los que se difundirá publicidad. Entre estos criterios se incluyen: el alcance geográfico del medio el público objetivo del programa, que debe coincidir con el público al que la institución pública desea llegar, las plataformas utilizadas por los medios y sus métricas estadísticas, además del costo publicitario. Mediante el decreto, se busca garantizar mayor equidad entre todos los ofertantes, de manera que todos los espacios tengan las mismas oportunidades ante las diferentes entidades públicas. Asimismo, en su artículo 12, el decreto determina que se reducirá la cantidad de anuncios estatales durante los periodos electorales, lo que constituye una de las novedades más importantes a destacar.

5.1.2 Financiamiento con publicidad privada de los medios de comunicación

Hablar de la publicidad privada o comercial en República Dominicana es un tema delicado, ya que, al tratarse de un sector privado, no siempre se tiene acceso a los datos que manejan y utilizan las agencias publicitarias. Preguntas como cuál es el impacto y el peso de la colocación de la publicidad privada en los medios de comunicación para su financiamiento representaron una tarea ardua. Sin embargo, se logró avanzar en este aspecto contactando personalmente con el gerente general de la empresa *Media Express* (Alba, 2024), una compañía que surge en el año 2003, y que, precisamente, se dedica al monitoreo de la inversión que se realiza en los medios de comunicación.

Hace más de dos décadas, solo daba seguimiento a los medios tradicionales: radio, televisión, prensa escrita y televisión pagada, según detalló este ejecutivo. Nunca han llevado un registro sistemático de la publicidad en vías públicas o exteriores, ya que no

han implementado un servicio de medición continuo que les permita conservar una referencia histórica de las inversiones en ese ámbito. En cambio, han realizado trabajos puntuales a solicitud de algunos clientes. Con el tiempo, han adaptado su monitoreo a la realidad tecnológica que demandan sus usuarios: “Actualmente monitoreamos radio, televisión, televisión pagada, medios impresos y medios digitales. En los medios digitales se incluyen los formatos de escritorio, los formatos de móviles y las redes sociales”. (Alba, comunicación personal, 22 de marzo de 2024).

Lo innovador de esta empresa es que detecta de manera automática la publicidad colocada en los diversos medios de comunicación. *Media Tracker* trabaja en conjunto con agencias de publicidad, monitoreando dónde se invierte el dinero y auditando que los medios cumplan con las pautas establecidas en los contratos, y todo esto se realiza automáticamente mediante un *software*, sin intervención humana.

Yo tengo un software que puede estimar un cálculo libre de esos spots a las tarifas en modo proporcional, si los spots son de menos o de más, guardando una referencia automatizada de una tarifa nominal. Son software y todos los procesos son automáticos. De hecho, si tú ves, nosotros manejamos más de 300 medios de comunicación con esa mesa que está ahí y el software que trabaja en ellos. Entonces te estoy hablando de la metodología de cómo se levanta la información. Entonces, por eso, si tú comparas los datos míos con la de otro proveedor que puede tener una metodología diferente, no van a ser siempre idénticos. (A. Alba, comunicación personal, 22 de marzo de 2024)

Según Alba (2024), una de las debilidades de este software es que los resultados se basan en la tarifa nominal y por lo tanto el margen de error proviene de los acuerdos que pueden realizarse fuera de los contratos de venta de publicidad. Por ejemplo, hay vehículos que se pagan anunciando la agencia que los vende, o préstamos que se amortizan promoviendo la entidad bancaria. Estos acuerdos, conocidos como “intercambios”, implican que se ofrezca publicidad a cambio de algún beneficio. Sin embargo, cuando *Media Tracker* realiza el monitoreo de ese medio de comunicación, el software calcula la inversión publicitaria basándose en la tarifa estándar de los comerciales o anuncios y en la cantidad de veces que se coloca la publicidad en el espacio. Para la empresa es crucial actualizar constantemente los datos tarifarios que utiliza el software de monitoreo de medios, el cual realiza los cálculos.

Yo tengo el tarifario de todos los medios, que se actualiza constantemente, por ejemplo, en la televisión las tarifas bimensuales y cada dos semanas para actualizar las grillas de programación. En las emisoras de radio se actualizan semestrales, y en los medios impresos anuales. Entonces, cuando yo obtengo esa recolección de datos primarios desde los medios, se insertan en un software y ya todo lo que va saliendo se va calculando automáticamente (A. Alba, comunicación personal, 22 de marzo de 2024).

A principios de la década de 1990, y más específicamente a partir de 1994, no existía en el país un grupo de empresarios que gestionara de manera masiva los medios de comunicación. Se puede mencionar al señor Brea Peña como el primero en formar un grupo de emisoras, inicialmente llamado “La Cadena Brea Peña”, que más tarde pasó a llamarse “Radio Cadena Comercial”. También estaba el empresario vegano, “don Cuqui” Medrano, propietario de lo que hoy conocemos como Grupo Medrano, y el grupo de Rafael Corporán, conocido como “Circuito Corporán”. Estos tres fueron los grupos radiales más importantes en los años 90.

No es hasta principios de 1998 cuando se desata la competencia entre el Banco Popular y el Banco Intercontinental (Baninter). La disputa, que comenzó en el ámbito financiero, pronto se trasladó al sector de la comunicación. El Grupo Popular adquirió *Multimedios del Caribe*, mientras que Baninter empezó a comprar emisoras como *Radio Mil*, el *Grupo Corporán*, *Radio Cadena Comercial*, *Radio Universal*, *Telecentro*, y posteriormente creó *RNN canal 27*. Además, adquirieron algunas emisoras de la familia Lama en Santo Domingo.

Esa transformación de medios tiene que ver con el tema de la política que hablamos hace un ratito. O sea, esos grupos y esas cantidades masivas de medios estaban disponibles porque casi todas esas personas que se beneficiaron de todas esas transacciones en su momento, todos se hicieron de medios de comunicación, de alguna forma, directa o indirectamente por vínculos políticos y por tener la capacidad de amasar opinión pública y representar una amenaza política, que en parte desata el escándalo y el lío de Baninter (A. Alba, comunicación personal, 22 de marzo de 2024).

Según Alba (2024), una vez que los empresarios entendieron el poder que se tenía a través de la concentración mediática, miles de medios aparecen simplemente porque son necesarios para poder sustentar los contenidos gubernamentales, debido a que podrían servir de “bocinas”²⁹⁵.

A partir de la quiebra de Baninter, se generó una nueva dinámica y evolución en la conformación de paneles de opinión en los programas radiales. Hoy en día es común encontrar paneles de cuatro o cinco personas. Los periodistas y productores de esos programas de opinión política se dieron cuenta de que no era saludable, desde un punto de vista comercial, inclinar la balanza hacia un solo lado. Por ello, decidieron conformar equipos que representen todas las tendencias políticas, lo que garantiza un choque de ideas y la fidelidad de una audiencia que apoya o se opone a distintos sectores. Además, este enfoque asegura respaldo estatal por parte de los representantes influyentes que participan en los espacios radiales.

Los que manejan la concentración de medios masivos, básicamente lo hacen como un arma que tienen apuntada hacia la cabeza de un gobierno, simplemente para que ellos sepan que yo puedo controlar opinión, pero no con el objetivo de ponerse a la disposición del gobierno como tal, porque el Estado como tal no va a lograr financiar de manera unánime una empresa próspera. Es decir, ¿yo puedo serle útil al gobierno desde ahí, o a la oposición o a cualquiera, pero yo soy capitalista, entiendes? Entonces yo puedo anunciar el DICOM, pero este es un país que tiene 8000 anunciantes. Nosotros monitoreamos aquí, o sea, si yo te digo a ti hoy, bueno, activos aquí ahora mismo hay en este mes (marzo 2024) hay 1,420 anunciantes en aquí, si me voy aquí a la parte digital, 1000 anunciantes más. O sea, aquí hay un total de 2500 anunciantes en un día. Y el gobierno, por ejemplo, solo tiene un 12% (A. Alba, comunicación personal, 22 de marzo de 2024).

Para Alba (2024), la diferencia del financiamiento que reciben los medios de comunicación de la publicidad privada *versus* la publicidad estatal es abismal, porque la publicidad gubernamental apenas pasa el 10 por ciento en la inversión. El fuerte sustento de los medios dominicanos descansa sobre la publicidad privada, porque la comunicación

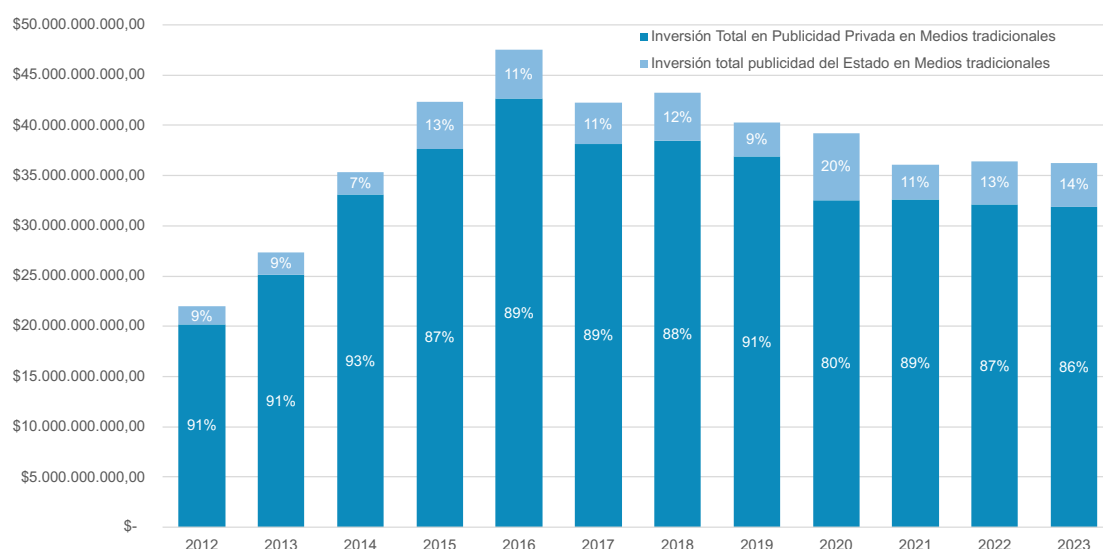
²⁹⁵ Bocinas, es una palabra que se le atribuye a los comunicadores que están abiertamente a favor del Estado y que, no importa la circunstancia, siempre van a defender por encima de todo al gobierno. Se les llama bocina por la amplificación de todo lo bueno y la justificación de lo que podría considerarse malo de parte de los adversarios del Estado. Además, muchas veces reciben dinero por hacer esto.

comercial es un negocio. La publicidad privada sobrepasa el 85% de toda la inversión por año de lo que se registra en todos los medios de comunicación (Tabla 82).

Tabla 82. Comparativo de la inversión publicitaria privada vs. publicidad estatal

Año	Inversión Total en Publicidad Privada en Medios tradicionales	Inversión total publicidad del Estado en Medios tradicionales	Estado	Sector Privado
2012	RD\$20,163,336,542.32	RD\$1,870,568,458.82	9%	91%
2013	RD\$25,149,668,277.85	RD\$2,208,600,492.11	9%	91%
2014	RD\$33,116,393,881.72	RD\$2,208,600,492.11	7%	93%
2015	RD\$37,659,828,861.54	RD\$4,721,200,644.11	13%	87%
2016	RD\$42,691,133,458.19	RD\$4,856,330,455.65	11%	89%
2017	RD\$38,178,850,179.34	RD\$4,040,531,758.94	11%	89%
2018	RD\$38,456,725,771.41	RD\$4,800,577,293.81	12%	88%
2019	RD\$36,879,554,586.89	RD\$3,406,529,362.95	9%	91%
2020	RD\$32,559,624,204.84	RD\$6,670,137,630.98	20%	80%
2021	RD\$32,637,495,872.79	RD\$3,455,844,696.25	11%	89%
2022	RD\$32,152,728,429.35	RD\$4,297,426,842.87	13%	87%
2023	RD\$31,920,257,881.72	RD\$4,344,432,014.72	14%	86%

Fuente: (Media Tracker, 2024).



Después de analizar los datos contenidos en la Tabla 82, no hay duda de que lo más importante para la supervivencia de los medios de comunicación dominicanos es la colocación de publicidad privada, la cual juega un papel fundamental en el desarrollo y mantenimiento de los medios. Además de lo que propone Alba (2024), existe una dinámica alrededor de la publicidad estatal una vez que los gobiernos asumen el poder. Comienzan con un propósito de austeridad; si se observa con detalle, en el año 2012 hubo elecciones presidenciales por lo que la inversión en publicidad estatal no superó el 9%. Sin embargo, tres años después, específicamente en 2015, suceden dos cosas: se modifica la Constitución para permitir al presidente un segundo mandato consecutivo y, al estar en un año preelectoral, se realiza una mayor inversión en los medios tradicionales, como ya se ha detallado en capítulos anteriores. Por esta razón, la inversión aumenta de un 9% a un 13% en solo tres años y de cara a las elecciones de 2016.

El año 2019 fue convulso dentro del Partido de la Liberación Dominicana (PLD). Por un lado, estaba el expresidente Leonel Fernández, quien buscaba postularse por cuarta vez a la presidencia, y por otro, el entonces presidente Danilo Medina, que apoyaba a Gonzalo Castillo como candidato para las primarias de octubre de 2019. Fernández perdió la contienda interna, renunció a su puesto como presidente del PLD y fundó una nueva organización política, La Fuerza del Pueblo. Esta ruptura provocó un mayor esfuerzo en la publicidad estatal para mantener el poder tras 16 años de gobierno del PLD, pero no fue suficiente.

Con el cambio de gobierno en 2021, bajo el liderazgo de Luis Abinader, la inversión en publicidad estatal retrocedió a niveles de 2016, estableciéndose en un 11%. Sin embargo, en solo dos años, la inversión aumentó tres puntos, alcanzando un 14%. Como señala Alba (2024), este incremento es cíclico, especialmente en años de reelección, como el caso de 2024, cuando es evidente un aumento en la publicidad estatal a medida que se aproxima la reelección del presidente Luis Abinader.

Algunos de los principales inversionistas publicitarios del sector privado durante el período 2012-2016, que coincide con el primer gobierno del presidente Danilo Medina, fueron: El Partido de la Liberación Dominicana, para el año 2012, ya contaba con ocho años en el poder, lo que lo posicionó también como un cliente privado con capacidad para pautar publicidad en diversos medios de comunicación. El Grupo Corripio, que agrupa alrededor de 30 empresas y emplea cerca de 14 mil personas, también desempeñó un papel relevante en el ámbito publicitario. Por su parte, el Banco Popular Dominicano, fundado en 1964 como el primer banco privado del país, fue uno de los principales anunciantes dentro del sector financiero.

Para cerrar este capítulo, se buscó conocer la opinión del director de la Sociedad Dominicana de Diarios y fundador y director general del periódico El Nuevo Diario, Maldonado Sánchez (2024), sobre el financiamiento de los medios en la República Dominicana. Se le preguntó cuál de las dos fuentes de publicidad, estatal o privada, tiene mayor peso dentro de los diarios, considerando el sector que él preside.

En su breve intervención, Maldonado (2024) comentó que no contaba con datos concretos, pero señaló que no todos los medios reciben la misma cantidad de publicidad, ya sea del sector privado o del sector público. Sin embargo, afirmó: “Yo te diría que aquí, la mayor actividad publicitaria se genera en el sector privado en términos generales, porque el Estado es muy puntual en promover ciertas cosas” (Maldonado, 2024), por tanto, hay medios en que el mayor ingreso publicitario en ocasiones puede venir de instituciones públicas o en ocasiones del sector privado, no hay un estándar, todo depende de las relaciones primarias de los propietarios.

Maldonado (2024) explicó que en la Sociedad Dominicana de Diarios no se dispone de datos sobre los aspectos económicos de los medios, debido a la independencia con la que cada periódico maneja sus asuntos financieros. Como máxima autoridad de esta institución, él no se inmiscuye en la economía de los demás periódicos, y sus colegas tampoco lo hacen en la suya, como propietario de un medio. Detalló que los temas que suelen tratar en esta entidad son aquellos que afectan a todos, como la libertad de prensa, las amenazas contra algún medio, recursos judiciales que puedan ser inconstitucionales, discusiones sobre la ley del DNI¹², entre otros.

En cuanto a su propio periódico, explicó que han buscado alternativas económicas que les permitan generar ingresos de manera constante, independientemente de la época en que se encuentren, gracias a una estrategia de diversificación.

Nosotros producimos ingresos a través de impresos, también estamos incursionando la parte de documentales y en la parte cinematográfica, trabajamos con la ley de cine también. Por tanto, tenemos un nicho publicitario en la parte jurídica, legales, que ese es un ingreso. Es decir, esa diversidad es lo que hace, hace sostenible al medio y, por tanto, lo que se procura hoy. Es que tu fuente de ingreso no te provenga de una sola fuente, sobre todo porque si se te afecta esa fuente, tú quedas en una situación delicada. Entonces por eso se promueve que tú generes muchas fuentes de ingresos, se afecta uno, te salva la otra. Yo diría que en sentido general la Publicidad privada es la más importante. Obviamente, la publicidad estatal es muy importante, para los medios porque ayuda a la sostenibilidad y te diría que es cada vez más importante, si el Estado no solo fuera bueno pautando, sino bueno pagando (Maldonado, comunicación personal, 03 de mayo de 2024).

Maldonado (2024), comentó sobre la situación actual en muchos medios de comunicación, especialmente en este año de campaña electoral, en el que se destaca un incremento en la publicidad política. Muchos medios facilitan la exposición de ciertos candidatos. La mayoría de esa publicidad es “colaborativa”, es decir, tú eres candidata, por alguna razón te acercas a mí, yo te apoyo, pero no me pagas nada. Sin embargo, cualquiera que lo vea podría pensar que me estás pagando por ello. Aunque se reconoce la importancia de la publicidad privada, tras esta última intervención y al conocer la existencia de la publicidad “colaborativa”, parece claro que estos vínculos se fortalecen en momentos específicos.

5.2 Las condiciones laborales de los periodistas

En la relación entre el Estado y la prensa, como se ha visto hasta ahora, se pueden identificar diferentes niveles de interacción: la relación propietarios-Estado, la de ejecutivos de medios-Estado y la de reporteros-Estado. En este apartado, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los periodistas, editores, jefes de redacción, coordinadores, subdirectores y locutores de noticias. Estas entrevistas exploran las percepciones y opiniones acerca de la importancia de trabajar en de un medio de comunicación mientras se desempeñan, simultáneamente o de forma alternada, como empleados del Estado.

Durante el periodo estudiado, aunque con variadas intensidades, esta práctica fue frecuente en el país. Refiriéndose al gobierno de Leonel Fernández, Colombo (2010) señalaba que un aspecto clave de su estrategia de control fue la inclusión en nóminas del Estado a un alto número de reporteros y editores y que esto tuvo consecuencias no solo en términos de ética periodística, sino que también operó como subsidio indirecto a las empresas periodísticas, librándolas de presiones salariales: “la generalidad de los directores de medios declara que aproximadamente el 80 por ciento de su personal, incluyendo ejecutivos de medios, recibe en cualquier calidad laboral, real o ficticia, por lo menos un ingreso proveniente de fondos estatales” (2010: 52).

En este apartado se expone la experiencia de los actores protagonistas de este ámbito, en el entendido de que “la independencia de los y las periodistas se [ve amenazada] significativamente por las precarias condiciones laborales y salariales” (UNESCO, 2017:

155). En las páginas que siguen se examinan, entonces, la situación salarial de los trabajadores de los medios, los altos costos económicos que enfrentan aquellos que buscan especializarse y capacitarse y la necesidad de acudir al “multiempleo” para hacer frente a estas situaciones. Según datos de UNESCO para 2017, un 52,3% de los periodistas trabajaba en más de un lugar y, de ese porcentaje, un 19,2% lo hacía en una oficina gubernamental de Relaciones Públicas.

5.2.1 Las condiciones salariales de los periodistas dominicanos

La situación salarial de los trabajadores de los medios en República Dominicana es muy precaria. Esto ya había sido señalado en el Informe de UNESCO (2017), que visibiliza la situación de los periodistas con jornadas de hasta 15 horas de trabajo y salarios que no compensan esta labor. En su comparación con otros países latinoamericanos viene a explicar el por qué se hace necesario el pluriempleo en República Dominicana y el tener que buscar opciones para poder cubrir los gastos básicos.

El salario promedio de los y las periodistas dominicanos es de 25.730 pesos mensuales, equivalente aproximadamente a 572 dólares estadounidenses mensuales. Ese salario representa únicamente el 53% del promedio salarial de los periodistas de América Latina y del Caribe, que es de 1.080 dólares estadounidenses mensuales, según una encuesta realizada en el 2013 por cdperiodismo, en 14 países de la región (UNESCO, 2017, p. 26)

Así, el periodismo en la República Dominicana enfrenta un desafío crucial: la precariedad salarial que afecta a sus profesionales. En este apartado analiza este problema a partir de las voces de periodistas dominicanos, quienes exponen las condiciones laborales que enfrentan y las estrategias que deben implementar para subsistir. Algunos de los consultados no quisieron develar el sueldo que cobran en el medio de comunicación en el que trabajaban, pero explicaron cuánto devenga un periodista cuando entra a trabajar a los distintos medios. Aún con esta limitación, los datos de la Tabla 83 reflejan la información suministrada para esta investigación mediante las entrevistas.

Tabla 83. Salarios en los periódicos y en la TV abierta

Medio de comunicación	Sueldo 2018	Sueldo 2024	Comentarios
Periódicos			
Acento	RD\$20,000	RD\$30,000	Para los periodistas de nuevo ingreso sin experiencia
Diario Libre	RD\$25,000	RD\$47,000 RD\$53,000	Para el periodista que se inicia en este medio el sueldo es de 25 mil, aunque depende de la experiencia, se negocia individualmente y el aumento que se realiza es del 5% de su salario anual
El Caribe	RD\$15,000 y RD\$20,000	RD\$25,000	Para lo que inician, los entrevistados mencionaron ambas cantidades. Los demás contratados se acondicionan dependiendo de la experiencia y la necesidad del medio.
El Día	RD\$26,000	RD\$30,000	
El Nacional	RD\$20,000	RD\$30,000	
El Nuevo Diario	RD\$11,750	RD\$30,000/	
Hoy	RD\$25,000	RD\$30,000	
Listín Diario	RD\$20,000	RD\$30,000	Si tiene experiencia puede comenzar con RD\$25,000 o negociar personalmente con el medio
Canales de Televisión VHF			

Medio de comunicación	Sueldo 2018	Sueldo 2024	Comentarios
Canal 2 Informativos Teleantillas	RD\$18,000	RD\$34,000	
Canal 4 Centro Noticias	RD\$20,000; RD\$30,000 y RD\$40,000	RD\$35,000 RD\$65,000 solo los que no tienen el título de licenciados ganan RD\$35,000	Para los que empiezan sin experiencia en este canal, se les pagan 20 mil, hay quienes devengan 30 mil y 40 mil, dependiendo del tiempo.
Canal 5 Noticias Telemicro	RD\$35,000 RD\$40,000 y RD\$45,000	RD\$35,000 RD\$40,000 los coordinadores	Los periodistas ganan los 35 mil. Mientras que los coordinadores varían a nivel salarial, pueden ganar 40 mil o 45 mil.
Canal 7, Noticias en Antena	RD\$26,000	RD\$25,000/ RD\$26,000 a los que estaban anteriormente no se han hecho reajustes salariales	
Canal 9 Noticias SIN	RD\$18,000	RD\$25,000	Este es el salario para los nuevos periodistas
Canal 11 Telenoticias	RDS18,000 y RD\$18,500	RD\$34,000 Y dijeron que van a reducir personal	Dos periodistas del mismo medio ofrecieron dos sueldos distintos por lo que los dos fueron colocados.
Canal 13 Telecentro 138	RD\$35,000	RD\$35,000	
Canales de TV UHF			
Canal 16	RD\$15,000	RD\$26,150	
Telefuturo canal 23	RDS18,000	-----	(Cerró su noticiario en el 2020)
Noticias RNN	RD\$28,000 y RD\$32,000	RD\$30,000	Hay dos tipos de sueldos entre los periodistas, sobre todo vinculado con los años en la empresa.
Noticias 33	RD\$18,000 RD\$24,000 RD\$25,000 RD\$30,000	RD\$30,000	Los sueldos varían todo depende de la experiencia del periodista, y la negociación a la que se llegue con los directivos del canal.
CDN canal 37	RD\$25,000	RD\$25,000/ RD\$30,000	

Los salarios descritos en esta tabla son brutos, no están sujetos a los descuentos propios del medio de comunicación. Fuente: Elaboración propia con datos de las entrevistas realizadas en marzo del 2018.

Tomando en cuenta estos datos, el salario promedio de un periodista en el año 2018, que es cuando se hace este levantamiento, es de RD\$25,000. Este es el sueldo medio de los periodistas que fueron entrevistados y que tienen más de cinco años en los medios de comunicación, debido a que los que inician la carrera se les suele pagar entre RD\$18,000 y RD\$20,000. Este salario no alcanza para poder cubrir la canasta básica. Tomando como base las publicaciones de la época que indicaban que “en 2018; subió un 3.6 % (RD\$34,992.80)” (Acosta, 2022, párr. 7), el sueldo por el trabajo de un reportero registra un déficit para cubrir la canasta básica de RD\$9,992.

Al mismo tiempo, debido a la concentración mediática, los salarios de los distintos diarios y canales de televisión varían muy poco, y eso se debe a que, como se ha podido comprobar en el capítulo anterior de esta tesis, son muchos los medios, pero muy pocos los dueños.

Además de recibir salarios que ya de por sí son bajos, los entrevistados perciben que estas remuneraciones no están a la altura de su nivel de formación académica. Para muchos, el

esfuerzo y el tiempo dedicados a su educación no se ven reflejados en la compensación económica que obtienen en sus empleos actuales. Del total de los entrevistados, 10 cuentan con maestrías, 39 son licenciados y 1 es técnico. Cuando se les consultó por la relación entre su preparación académica y su salario, 40 coincidieron en señalar que debería haber una mayor correspondencia: “a mayor grado académico, mayores ingresos

Debía ser así. Lo que pasa es que en República Dominicana existe, entre los directores de medios, la doble moral; mientras ellos en su discurso hablan de una libertad de expresión y de la calidad del periodista, simplemente cobran su dinero y no les aumentan el salario a los periodistas. Yo tengo cuatro años en un periódico, entré con un sueldo, teniendo 30 años de experiencia, de RD\$11,750 ¿Dime cuánto me han aumentado? Entonces tienes que ser demasiado honesto, demasiado ético, como lo soy yo, para que no me pongan un listado en el Estado en una nómina como “botella”²⁹⁶ (periodista 41, comunicación personal, 27 de marzo de 2018).

Los entrevistados entienden que es necesario que los propietarios y los ejecutivos puedan tener en cuenta el esfuerzo que hacen y han hecho los periodistas en su preparación, además de la experiencia que se adquiere con la práctica en día a día. Es por esto que consideran necesario evaluar constantemente el desempeño, para poder aplicar, no solo mejoras salariales, sino, además, incentivos y bonificaciones que sirvan de estímulos a los profesionales que se han sacrificado formándose, para beneficio del medio. Debido a que la actualización en cualquier área profesional siempre suma a la calidad del trabajo, porque se han adherido nuevas herramientas que solo vienen de la mano de la educación.

Por supuesto que debería ser así, no es lo mismo un periodista que solamente ha hecho un grado, redacta notas puede ser muy bueno, pero quizás, no se preocupa por aprender otras cosas, por manejar herramientas ahora más en el ámbito digital, y es un poco injusto. Es injusto, que ese periodista que se ha quedado en lo básico gane lo mismo que el periodista que se ha preocupado por tener una formación más allá de lo básico, del grado, que ha hecho un esfuerzo en hacer una maestría en el área, que sabe hablar inglés o que sabe hablar más de un idioma, yo creo que sí, igual no solo la preparación también el tiempo de labor, y hay muchos medios donde eso no se toma en cuenta me parece totalmente injusto (periodista 01, comunicación personal, 1 de marzo de 2018).

Entre los entrevistados 9 consideran que sería positivo que los medios de comunicación valorasen no solo la formación académica sino, además, los años de experiencia, y el desempeño dentro del medio de comunicación a la hora de hacer un reajuste salarial.

Yo pienso que se debe tomar en consideración tres aspectos: uno, tiempo de ejercicio, dos: la experiencia que el tiempo también te da, la calidad particular de ese periodista y luego su preparación académica. De alguna manera el que se prepara académicamente, que tiene formación de posgrado, diplomado, maestría y hasta doctorado, generalmente tiene mejores condiciones académicas que uno que o es un técnico o simple y sencillamente es un licenciado (periodista 42, comunicación personal, 27 de marzo de 2018).

Las opiniones difieren en el tema que se debe tomar en cuenta el grado académico para poder establecer los beneficios salariales, porque algunos periodistas resaltan que esta es una carrera de instinto, de olfato periodístico, de destrezas que van más allá de lo que se pueda aprender en un salón de clases. Subrayan que la experiencia y el desempeño al

²⁹⁶ Botella, es un dominicanismo que se refiere a una persona que cobra un salario pero que no trabaja en el lugar donde suele aparecer en nómina.

momento de elaborar las noticias son esenciales para ser un buen profesional y que no se necesitan altas calificaciones académicas, ni graduarte con honores, para ser buen periodista o reportero en la calle.

No, yo creo que se tiene que tomar en cuenta, no para decidir el salario de todos los periodistas, porque dependerá del tipo de periodista en función de la experticia que tiene, en ocasiones la experiencia no tiene que ver necesariamente un doctorado no te da un nombre, pero sí, hay periodistas que saben manejar la formación, son inteligentes, que son capaces, que además saben manejar la fuente, saben hacer análisis político, y eso no te lo da una maestría ni un doctorado, desde el punto de vista de reportero (periodista 48, comunicación personal, 29 de marzo de 2018).

Partiendo de los datos anteriores, donde se muestra que promedio de los salarios de un periodista es de RD\$25,000, se les realizó la pregunta acerca de si consideran justo el salario que pagan los medios de comunicación a sus periodistas. Solo 3 entrevistados respondieron que sí: “Yo considero que debe de ser mejor, pero sí, es justo”. (periodista 31, comunicación personal, 20 de marzo de 2018).

Bueno es justo lo que ellos ofrecen, y esto es una empresa tú lo tomas o lo dejas, quizás no sea el que merecen muchos periodistas, pero es los que los medios están pagando, yo siempre he dicho que un periodista es un empleado si tú no estás de acuerdo con tu sueldo, tú vas donde tus empleadores y exiges un mayor salario, si ellos así lo consideran te lo dan, si no lo consideran, pues tú estás en la disposición o en la libertad de decir que no, qué no vas a seguir trabajando por ese salario o irte. Es decir, los salarios que pagan los medios, son los salarios que los periodistas estamos aceptando que nos paguen, claro, el que no quiere hacer otra cosa o que no está en disposición de hacer otras cosas y con otras cosas, me refiero a otro empleo, a otro trabajo, a otra actividad, pues entonces se queda ahí, porque quizás entiende que el periodismo le sirve de plataforma, para otros logros, que quizás está buscando o tratando de obtener y por eso acepta ese tipo de remuneración, ese tipo de pago (periodista 02, comunicación personal, 1 de marzo de 2018).

Al margen de estos casos excepcionales, 47 entrevistados coincidieron en que no es justo. El periodista 23 destacó que desde siempre le ha gusta hacer el cambio de su salario al dólar, para poder establecer cuánto es el total y haciendo la comparación estableció que en el año 1999 su salario era equivalente a US\$3000 dólares mientras en el año 2018, cuando se realizó esta entrevista, su sueldo era igual a US\$2000. Con resignación concluyó que, con la inflación, era más pobre 20 años después.

En la mayoría de los medios no es bueno el salario, y hay una práctica muy cuestionable también. Por ejemplo, hay medios que sé que pagan salarios bajos, pero permiten que sus periodistas tengan trabajos que crean conflictos con su ejercicio. Me explico: relaciones públicas en el Estado, que choca directamente con su trabajo en el medio, pero no les importa porque como ellos no pagan mucho, los dejan. Entonces eso da cabida a muchas prácticas no muy santas, como que el periodista negocia sus espacios. Si trabaja, por ejemplo, en el ámbito de sociales o de espectáculo, ante la necesidad hay muchos que dicen, bueno, si me dan la libertad de esto, pues me muevo por aquí, si tú quieres que salga tal nota. Eso para mí es un problema grave. Entonces también está el lado de la hipocresía de los jefes, de querer exigir, o quieren exigir un criterio ético, que se trabaje solo para el medio pero no te dan las condiciones laborales ni te dan un salario decente, para el trabajo que tú tienes (periodista 01, comunicación personal, 1 de marzo de 2018).

Hay coincidencias también en varios de los entrevistados al destacar los niveles de presión, la cantidad de trabajo, la responsabilidad, la vulnerabilidad, la inflación, el costo

de la canasta básica que no pueden cubrir en su totalidad con el sueldo que reciben por su desempeño.

Claro que no, los periodistas somos los profesionales peores pagados de todas las áreas. Un abogado con un ejercicio de 25 años puede tener una vida prospera, y yo te puedo poner mi caso, yo tengo más de 25 años en los medios y realmente yo no tengo nada y no me avergüenza decirlo, es una carrera que siendo empleada cumpliendo horarios, fines de semana, viajando voy aquí, voy allí, haciendo reportajes, cayéndole atrás las noticias porque ese es mi empleo, pero no es bien remunerado lamentablemente (periodista 24, comunicación personal, 15 de marzo de 2018).

“Es que si no es por el pluriempleo no podemos sobrevivir” expresaba el periodista (05) y esa fue una de las frases más repetidas a lo largo las respuestas a las entrevistas realizadas para esta investigación. En algunos casos, como en el del periodista (33), el salario no cubre los gastos de la gasolina que consume mensualmente.

No, definitivamente en República Dominicana eso se ha ‘cualquierizado’ y yo entiendo que los empresarios deben de tener mayor conciencia de lo que debe ganar mínimamente un profesional, cuándo inicia el ejercicio de la carrera y a medida que va ascendiendo y adquiriendo experiencia, con esa medida e ir obteniendo también un mejor salario (periodista 28, comunicación personal, 19 de marzo de 2018).

Al indagar cuáles son las razones por las cuales no se pagan mejores sueldos en los medios de comunicación, además de las referencias a la crisis económica que los afecta (que es una respuesta coincidente), aparecen en los entrevistados otras respuestas como la concentración de medios en manos de unos pocos conglomerados empresariales, la falta de un sector gremial que luche por un aumento salarial equilibrado, el conocimiento de que existe “pluriempleo” o la existencia de prácticas como la denominada “submarino”.

La concentración de medios de comunicación en manos de unos pocos grupos empresariales limita las oportunidades de trabajo y de negociación salarial para los periodistas, como señala el periodista 42:

Generalmente los medios de comunicación son empresas... y no ven al medio como una empresa *per se* de producción de dinero, sino como un medio para incidir en las decisiones de Estado y para protegerse así mismo

La falta de una estructura gremial sólida que represente a los periodistas dominicanos los convierte en un grupo vulnerable ante la precarización laboral. Como lo expresa el periodista 23: “los periodistas no tienen una estructura gremial que los represente... en segundo lugar, los periodistas dominicanos somos difíciles de congregarse”. Esta situación permite a los empleadores imponer condiciones laborales inadecuadas, como bajos salarios y falta de beneficios.

A ello se le suma el “submarino”, una práctica común en algunos medios dominicanos, donde se paga a los empleados una parte del salario en efectivo para evadir impuestos. Esta práctica ilegal perjudica a los trabajadores, ya que reduce sus prestaciones laborales y los deja desprotegidos en caso de despido. Como explica el periodista 10:

El ‘submarino’ es porque no se reporta a la DGII (Dirección General de Impuestos Internos) es algo que se da por debajo de tu sueldo y tu bonificación, es algo adicional y que nada tiene que ver con impuestos y no se reporta.

Ante la precariedad salarial, los periodistas dominicanos se ven obligados a buscar estrategias para subsistir. El pluriempleo es la más común; así lo confirma el 80% de los entrevistados. Como resume el periodista 23:

Es común aquí en el medio, porque son muy mal pagados, los medios están ya a un nivel de monopolio muy alto... entonces eso obliga a unos estándares de pago muy bajos.

5.2.2 La dificultad para el acceso a formación académica y capacitación de los periodistas dominicanos

En la siguiente tabla se muestran las ocho escuelas de comunicación que imparten la carrera de Comunicación Social (Periodismo) a nivel de licenciatura. En el país también se puede estudiar periodismo con grado de técnico en el Instituto Dominicano de Periodistas (IDP), fundando el 1 de marzo del año 1969 por el periodista y abogado Salvador Pittaluga Nivar²⁹⁷ y que cerró sus puertas a finales de 2018.

Tabla 84. Escuelas de Comunicación en República Dominicana

Universidad	Estudiantes	Egresados
Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD)	1,469	2,163 ²⁹⁸
Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	315	935
Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA)	1,036	1,416
Universidad Católica de Santo Domingo (UCSD)	412	1,800
Universidad Organización y Método (O&M)	884	3,112
Universidad de la Tercera Edad (UTE)	28	120
Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC)	39	32 ²⁹⁹
Universidad Interamericana (UNICA)	20	63

Fuente: Elaboración propia con datos de Julio de 2018.

El acceso a un posgrado en comunicación actualmente se limita a cuatro universidades: Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (APEC), Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), y la estatal Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), que tuvo una maestría en Relaciones Públicas vigente desde el 2004 hasta el 2008 y de las que salieron dos cohortes de egresados. Desde enero del 2020 se inició una nueva propuesta de maestría y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) a partir del año 2021. Esta maestría ya venía con la idea de ser desarrollada en una modalidad semi-presencial y tendrá una duración de dos años. El costo de esta varía dependiendo quién la pague, si es un usuario de la maestría tiene un costo de RD\$158,000 pesos (mayo 2022)³⁰⁰, pero en el caso que sea pagada por una institución, tanto pública como privada, el monto se eleva a RD\$230,000 pesos.

²⁹⁷ Pese a todas las comunicaciones enviadas a dicho instituto, su dirección no accedió a ofrecer sus datos estadísticos para saber cuál es la matrícula oficial de la escuela y cuántos egresados han salido del IDP. Se hace referencia para que quede constancia que, en la República Dominicana, no solo existe la carrera a nivel de licenciatura, sino que además hay un instituto que forma con un título técnico.

²⁹⁸ Estos datos fueron proporcionados por la División de Estadísticas y Estudios Aplicados del departamento de Planificación Económica, de la Dirección General de Planificación y Desarrollo Institucional, DIGEPLANDI y son desde el 1999-2017 y solo en la mención de periodismo.

²⁹⁹ La primera promoción se graduó en el año 2019 y hasta este 2023 es el número que registran.

³⁰⁰ En 2024 los precios aumentaron para los estudiantes a RD\$190,000.

Tabla 85. Universidades con postgrado en Comunicación en República Dominicana

Universidad	Título de la maestría	Precio 2018	Precio 2024
Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD)	Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas	RD\$158,000/ RD\$230,000 ³⁰¹	RD\$190,000/ RD\$210,000
Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Dirección de Comunicación Corporativa, con doble titulación con la Escuela de Administración de Empresas (EAE) de España	US\$11,040 ³⁰²	USD\$13,120
Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (APEC)	Gerencia de la Comunicación Corporativa	RD\$184,255 ³⁰³	RD\$209,725 ³⁰⁴
Instituto Tecnológico de Santo Domingo	Maestría en Ciencias de la Comunicación Digital	-----	RD\$505,070.00
Instituto Tecnológico de Santo Domingo	Doctorado Comunicación y Educación en Entornos Virtuales (DCV)	-----	RD\$711,464.00

Fuente: Elaboración propia.

La Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (APEC) ofrece la maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa. Según la tarifa ofrecida por la universidad para el periodo mayo-agosto del 2018, el costo era de RD\$184,255 pesos. Sin embargo, para 2024, se ha incrementado en RD\$25,470 pesos y su precio actual es de RD\$209,725.

Finalmente, la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, (PUCMM) ofrece la maestría en Dirección de Comunicación Corporativa, con doble titulación con la Escuela de Administración de Empresas (EAE) de España. En la carta ofrecida por la PUCMM, que certifica el costo en dólares, para evitar su devaluación, costaba en 2018 US\$11,040. Seis años más tarde (2024) presenta un incremento de más de dos mil dólares, y cuesta US\$13,120 dólares³⁰⁵

En agosto de 2021 el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) inició la maestría en Ciencias de la Comunicación Digital. Y en noviembre de ese mismo año se anunciaron los doctorados en Comunicación y Educación en Entornos Virtuales y en Ciencias Sociales; este último con tres enfoques de investigación: Estudios de género, Estudios antropológicos del patrimonio cultural de la República Dominicana y el Caribe, y Comunicación. De esta oferta académica hasta mayo del 2024 no se tienen los primeros egresados.

De este modo, la oferta académica para periodistas que buscan especializarse a nivel de maestría se encuentra restringida principalmente a un área: la Comunicación Corporativa, también conocida como Relaciones Públicas. Si bien este campo ofrece la posibilidad de incrementar los ingresos de los profesionales, la falta de opciones más diversas limita el desarrollo y la especialización en otras áreas de interés periodístico.

³⁰¹ Los precios de esta maestría varían dependiendo de si la paga un particular (el precio será de RD\$158,000) o una institución pública (RD\$230,000). Datos mayo del 2022.

³⁰² Datos suministrados para el periodo 13 de mayo del 2018, es la única escuela de posgrado en comunicación que fija su precio en dólares.

³⁰³ Estos datos fueron facilitados para el periodo mayo-agosto del 2018.

³⁰⁴ Datos recopilados 10 de mayo del 2024 en la Universidad APEC.

³⁰⁵ Con la cotización de la venta del dólar a la fecha de redacción de esta investigación establecida en RD\$57.70, el precio de esta maestría en pesos dominicanos es de RD\$757,024.

La trayectoria profesional de un periodista dominicano suele seguir un ciclo marcado por la precariedad laboral y la constante búsqueda de mejores oportunidades. Tras culminar sus estudios, el periodista inicia su carrera como pasante, generalmente con una remuneración mínima o nula. Luego, progresa a reportero de calle, donde enfrenta retos como la competencia por fuentes y la presión por obtener primicias.

Alcanzar puestos de dirección dentro de los medios resulta poco común según lo expresado por los entrevistados. Ante este panorama, muchos periodistas buscan estabilidad en departamentos de prensa o relaciones públicas, ya sea en instituciones públicas o privadas. Así, las posibilidades de acceder a puestos de mayor jerarquía en instituciones públicas suelen depender de las relaciones políticas que el periodista posea. En el sector privado, la competencia por puestos similares es más intensa y las oportunidades son escasas. La docencia, a pesar de ser una opción para algunos, no ofrece un salario atractivo, lo que la convierte en una alternativa poco viable para mejorar la calidad de vida e ingresos.

Trabajar en el departamento de prensa de una institución, principalmente si se trata de una perteneciente al Estado, se presenta como una alternativa más favorable en términos de estabilidad y remuneración. Las empresas que contratan periodistas experimentados en este ámbito buscan aprovechar sus contactos y relaciones en los medios para asegurar una amplia cobertura y difusión de sus noticias.

En este contexto, el panorama actual para los periodistas en la República Dominicana presenta limitaciones en cuanto a la oferta de formación de posgrado y desafíos en el desarrollo profesional. La precariedad laboral, la búsqueda de estabilidad y la dependencia de las relaciones políticas son algunos de los obstáculos que enfrentan estos profesionales.

Otra debilidad palpable del sistema, que se mencionó en páginas anteriores, es que con su sueldo a un periodista se le hace difícil poder pagar los costos de una especialización, a menos que opte por una beca. Como se mencionaba en el anterior apartado, el salario promedio de RD\$25,000 que recibe un periodista le hace casi imposible poder acceder a un posgrado. Siguiendo con el mismo ejemplo del coste que tiene el programa de Maestría de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, significa que un periodista necesitaría destinar su salario íntegro por 22 meses para poder pagarla.

Frente al reto y las dificultades para poder acceder a un posgrado, se quiso determinar a través de las entrevistas realizadas si existe una preocupación por parte de las empresas para que la plantilla de periodistas se capacite, motivando e incentivando a su personal para tener mejor resultados en el desempeño del trabajo. Para ello, se les preguntó a los 50 entrevistados, de los cuales, 37 periodistas respondieron que no.

Absolutamente nada. Incluso, para hacer algún curso que tiene que ser dentro de horario laboral, yo he tenido que pedir vacaciones. por ejemplo, las clases son viernes y yo he tenido que pedir vacaciones de esos viernes porque la empresa no tiene que darme el tiempo (periodista 11, comunicación personal, 7 de marzo de 2018).

De los 13 periodistas que afirmaron que sí se les motiva a tomar cursos a distancia, destacan la realización de cursos *online* y la autogestión. Entre algunas de las respuestas comunes se encuentran que suele haber estímulo por parte de los medios para que se

continúen capacitando, aunque las facilidades para el acceso, como permisos o ausencias en el tiempo laboral, hace que se dificulte el deseo de estudiar.

Enlaces de cursos online, de charlas y conferencias que tienen que ver con lo digital (periodista 50, comunicación personal, 30 de marzo de 2018).

Me han dado la facilidad, pero porque yo lo he gestionado, no es el medio que me ha dicho ven a estudiar a ningún sitio, yo lo he gestionado y el medio me ha dado la facilidad para que yo lo realice (periodista 19, comunicación personal, 13 de marzo de 2018).

En párrafos anteriores se quiso plantear si desde el medio se apoya a los periodistas con capacitación y actualización, según lo que demanda el mercado, pero también si los cursos de actualización y la preparación que van adquiriendo les ayudan a la hora de poder escalar salarial y económicamente o en puestos de poder dentro de los medios de comunicación. De los 50 entrevistados, 46 aseguraron que no.

Según el periodista (16), no han sido proporcionales las habilidades que ha adquirido en los diferentes, cursos, talleres, diplomado, maestrías con poder ascender dentro del medio de comunicación para el que trabaja:

Dentro de la empresa que yo trabajo, independientemente que hagas esos cursos de formación, que tenga una mayor formación, no hay una estructura de escalafón. Se ha dado en algunas ocasiones, pero no es la costumbre o lo normal, porque en los medios de comunicación los roles están bien definidos, eres periodista o eres coordinadora y hay un único jefe máximo... generalmente, tampoco la mayoría de los periodistas nunca les interesa pasar a la coordinación de los medios de comunicación. En la mayoría de los casos es muy poco, hay un techo que no permite que haya mucho crecimiento dentro de un medio de comunicación (periodista 07, comunicación personal, 6 de marzo de 2018).

Tener una capacitación extra solo contribuye a la satisfacción personal que puedas tener por el esfuerzo realizado, pero no repercute ni en salarios, ni, muchos menos en ascenso, detalla el periodista (13). Algunos de los reporteros encuestados explicaron que la escala dentro de la empresa es muy limitada para el área de periodismo, pero que la capacitación y preparación son tomadas en cuenta en otras áreas de la empresa donde sí se refleja el crecimiento profesional.

Aquí en esta empresa el techo de cristal es muy bajito, y no creo que aquí se pueda crecer mucho a menos que quiten a los que están. Se da lo contrario en el departamento de diseño gráfico, donde sí escalan con los cursos que hacen. Sin embargo, con prensa es más difícil, porque, por ejemplo, yo te puedo hacer una maestría en economía, sin embargo, la editora de economía está ahí, no voy a escalar por encima de ella, ni me van a poner por debajo. En redacción central es más difícil que en diseño y en fotografía, que tú haces un curso y sí puedes ser el encargado de la noche a la mañana de fotografía sin problemas (periodista 10, comunicación personal, 7 de marzo de 2018).

Se consiguió el testimonio de un periodista que explica que pudo escalar dentro de la redacción, aunque aclara no suele ser lo común, pero que su preparación facilitada por el periódico donde laboraba le ayudó a escalar a nivel salarial y de puesto de trabajo.

Generalmente no, yo renuncié de un periódico del grupo, y luego hago un acuerdo y retorno a otro diario, yo estaba como reportero y con el diplomado en periodismo digital, me ayudó para el puesto que desempeño ahora como encargado de la parte digital de este periódico (periodista 34, comunicación personal, 23 de marzo de 2018).

El balance de la preparación facilitada a los periodistas por sus medios de comunicación presenta un panorama muy precario; solo 18 de los entrevistados indican que se han preocupado porque el personal realice algún curso facilitado por la empresa, mientras que 32 periodistas dicen que nunca han sido apoyados para continuar con su preparación. Según los testimonios recogidos “en algunos medios solo se quedan con la intención”. Los periodistas coinciden en que son muy pocos los medios que actualmente se preocupan por invertir en su personal para que puedan entregar un producto de mejor calidad, porque también existe el temor de que si el personal se prepara pueda utilizar esas herramientas para ir a trabajar a otro lugar con lo aprendido en la empresa.

Algunos medios han aportado al conocimiento de sus periodistas con cursos de psicología y género, para poder tener un tratamiento más humano de las noticias; así como cursos de edición para que los periodistas puedan realizar su trabajo y obtengan conocimientos para entregar un producto casi acabado. También se les ofrecen cursos de cine y videos cortos por celular para que esto se refleje en el trabajo del día a día de los periodistas.

Sobre la escala salarial y su ascenso dentro de la empresa, queda claro que la casi totalidad de los entrevistados coincide en que no tienen oportunidades de crecimiento porque los puestos ejecutivos suelen rondar los ocho a diez, sin embargo, en una redacción de periódico pueden trabajar hasta treinta periodistas. No obstante, empleados de otras áreas, como los diseñadores gráficos, sí pueden escalar gracias a la capacitación, debido a la cantidad.

5.2.3 Periodistas y trabajo en el Estado

En las páginas que anteceden a este apartado hemos explicado cuáles son las opciones con las que cuentan los periodistas dominicanos para su formación, los retos a los que se enfrentan diariamente para poder educarse a nivel de posgrado, cómo suplen los bajos salarios que no llegan a cubrir la canasta básica. A estas condiciones, hay que sumar la explicación que ha aportado la UNESCO (2017) en la que destaca la necesidad del pluriempleo por parte de los periodistas en su búsqueda por enfrentar las carencias que exigen las condiciones laborales y profesionales en el país.

Como ha sido mencionado al inicio de este capítulo, una de las formas habituales por medio de las cuales enfrentan esta carencia es trabajando, simultáneamente, para un medio de comunicación y para alguna de las dependencias del Estado. Para tener una explicación detallada de esta situación y de los vínculos que se establecen entre los reporteros y el Estado producto de ella, fue entrevistado el exdirector de Comunicaciones de la Presidencia, Rafael Núñez. Se le preguntó si durante el periodo de gestión 2004-2008 se produjo un aumento significativo de periodistas que comenzaron a trabajar para el gobierno en diversas instituciones públicas. En su respuesta, R. Núñez (2020) explicó que el éxodo de reporteros hacia el sector estatal había comenzado antes, en el primer mandato del presidente Fernández, entre 1996 y 2000.

No sólo en el periodo 2004-2008 /2008-2012. La integración de periodistas profesionales al gobierno lo iniciamos nosotros en el primer periodo de Leonel Fernández, porque fui el encargado, aunque era el subdirector. Cuando nosotros llegamos, un periodista en la redacción ganaba RD\$6,000. Eso era lo que yo ganaba, RD\$6,000 en el periódico El Siglo, del que salí en el 1994, y ese era el nivel de sueldos que había. Fui de los que padecí el problema de los bajos salario a los periodistas. Cuando llegué al 1996-2000 recuerdo que

hubo crítica de gente que, aun siendo periodistas, se quejaban porque le estaban poniendo “suelazos” a los periodistas, yo lo recuerdo. Juan TH para no abundar, porque él era de otro partido y tenía que hacer la crítica, pero nosotros humanizamos el rol de los periodistas en el gobierno, los categorizamos. Los periodistas querían trabajar en las instituciones públicas pues le estábamos pagando RD\$40,000 pesos y en una redacción estaban pagando RD\$6,000 y RD\$8,000 pesos eso es solo buscar en los periódicos cuando salieron las críticas favorables y desfavorables y a partir del 1996-2000 los periodistas comenzaron a ganar un sueldo decente (R. Núñez, comunicación personal, 2 de junio de 2020).

R. Núñez (2020) afirma que su rol no era establecer un parámetro de sueldo fijo, sino que incentivaba a los colaboradores a aspirar a una remuneración adecuada. De hecho, subraya que los periodistas del “tren gubernamental”³⁰⁶ gozaban de buenos salarios, lo que explica el flujo constante de profesionales hacia este ámbito durante el periodo 1996-2012.

Con estos periodistas se conformaron los “Gabinetes de Comunicación” que funcionarían como la estructura comunicacional a la que se someterían todas las instituciones del Estado, posteriormente (a partir de 2008) bajo la coordinación de Dirección de Información, Prensa y Publicidad de la Presidencia. En ellos se desempeñaron periodistas provenientes de escuelas de comunicación y con experiencia en postgrados tanto nacionales como internacionales, especialmente entre los años 2004-2008. Esta afirmación se ve respaldada en el libro “Gabinetes de Comunicación Gubernamental: Experiencia dominicana”, donde se presenta una encuesta que revela el alto porcentaje de periodistas egresados de universidades. La obra destaca que el gobierno buscó personal cualificado para que pudieran ser parte de la gestión de comunicación gubernamental.

Una significativa proporción de los gerentes de comunicación del gobierno tenía el grado de licenciatura en Periodismo, el 88.8%; seguida por la de técnicos en relaciones públicas, un 9%, publicidad, 3.4%; abogacía 1.7% y vale resaltar que un 5.2% declaró contar con otras carreras. Un 72% de los gerentes de comunicación del gobierno había realizado diplomados en diferentes áreas del conocimiento, y más de la mitad había cursado estudios de especialidad o posgrado, como un 22% tenía título de maestría, eso es muy alto aquí, y un 4% contaba con el grado de doctorado. El estudio también arrojó que el 74% tenía experiencia anterior de trabajo del sector público, mientras también era alta la participación de los gerentes en el sector privado, 65% más de la mitad de los mismos, el 54.3% había laborado en periódicos, o sea ya había hecho una carrera en los medios de comunicación. Un 47% había pasado por la televisión y también una tercera parte, el 30%, había laborado radio, de ese total un 15% había ejercido la comunicación en organismos internacionales (R. Núñez, comunicación personal, 2 de junio de 2020).

Desde una perspectiva estratégica de comunicación, la estructura implementada facilitó la creación de un plan de formación para aquellos periodistas que poseían las habilidades gerenciales necesarias para liderar departamentos o gerencias. Este enfoque permitió la creación de 108 “Gabinetes de comunicación”, donde la prioridad fue la preparación académica de los gerentes de las diversas dependencias estatales.

³⁰⁶ La expresión “periodistas del tren gubernamental” se refiere a aquellos periodistas que trabajan o colaboran directamente con el gobierno, desempeñando roles de comunicación, relaciones públicas o asesoría en diferentes instituciones públicas. Suelen estar en la nómina del Estado y, aunque puedan desempeñar su tarea también en los medios privados, su labor en el “tren gubernamental” implica un rol comunicacional al servicio de la administración pública.

La consolidación de esta estructura no solo abarcó el ámbito comunicacional, sino que también se extendió a aspectos organizacionales y financieros. Adicionalmente, se implementó un componente educativo en materia de comunicación para fortalecer las capacidades del personal.

Nosotros enviamos periodistas gerentes a España, Puerto Rico, Cuba, México, a diferentes países para que se formaran en seminarios, talleres y diplomados. Enviamos casi 150 periodistas espaciados a Cuba a recibir un taller intensivo de tres semanas allá, en lo que es la comunicación y el marketing estratégico en Internet, como tú podías defender y atacar con los instrumentos de las redes sociales en Internet, porque ellos tienen gran experiencia defendiéndose de los ataques. Fueron más de 112 profesores que trajimos aquí de la Universidad de Salamanca, de la Universidad Javeriana de Colombia, etc. Nosotros nos creamos un programa de formación de periodistas, en el libro que nosotros hicimos “Gabinetes de comunicación gubernamental” están todos los detalles de todo eso, además creamos un manual de manejo de crisis que sirvió para toda la estructura y todos los gabinetes de comunicación” (R. Núñez, comunicación personal, 2 de junio de 2020).

Pero los “Gabinetes de Comunicación” no fueron la única estructura comunicacional que configuró la gestión del presidente Fernández. Hubo otra plataforma política vinculada a periodistas, comunicadores y locutores que estaban organizados y que trabajaron por difundir todas las noticias políticas desde el año 2002. Fue la “Red Nacional de Comunicadores”.

Creamos una plataforma de comunicación externa que sirvió desde el año 2002 para difundir y diseminar el mensaje del gobierno, eso se llama: Red Nacional de Comunicadores. ¿Qué era la Red Nacional de Comunicadores? ¿o qué es?, porque funciona todavía. Esos sí eran más politizados, porque nosotros fuimos aglutinando a los periodistas, comunicadores, locutores, que tenían programas de radio, o de televisión, o algún periódico local, que simpatizaban con Leonel, llegamos a tener en algún momento más de 1,000 comunicadores a nivel nacional. La Red nos sirvió de plataforma de difusión, diseminación y fidelización de mensajes, antes de llegar al gobierno en el 2002-2003 y posteriormente entre 2004-2012, esa plataforma también funcionó paralelamente, pero ya era más política... Como se puede ver habían dos estructuras: los Gabinetes de Comunicación, que era la estructura que servía para la aplicación de la estrategia integral de comunicación, y la Red Nacional de Comunicadores que era más política que lo que hacía era difundir los mensajes del gobierno, entonces esas estructuras se crearon paralelas y no se mezclaban (R. Núñez, comunicación personal, 2 de junio de 2020).

Durante el primer gobierno del presidente Danilo Medina (2012-2016) se hicieron ciertas modificaciones en la Dirección de Comunicación de la Presidencia. Fueron varias las instituciones que cumplían prácticamente con la misma labor que fueron fusionadas. Otro de los puntos destacables dentro de esta gestión fue el salario del personal de la DICOM, R. Rodríguez Marchena (2020) explica que tenían sueldos muy competitivos, porque no querían que su personal tuviera un plan B o plan C mientras trabajaban en el Palacio, porque el trabajo era muy demandante y necesitaban que todo el personal estuviera 24 horas, los siete días de la semana. Al eliminar el Centro de Información Gubernamental, hicieron un análisis del personal y lo fueron reduciendo gradualmente hasta quedarse finalmente con el equipo que trabajaba en DICOM.

La gente quiere trabajar, la gente está dispuesta a hacer lo que sea con tal de reunir el dinero y que sus familias puedan tener una vida digna, entonces de lo que se trataba era de ir reduciendo el personal. Encontramos una nómina prácticamente de 392 empleados y lo

redujimos a 169 (R. Rodríguez Marchena, comunicación personal, 29 de septiembre de 2020).

La mejora salarial no solo fue para los periodistas, camarógrafos, fotógrafos, productores, narradores, sino que a todo el personal se le fue haciendo ese reajuste. Se evaluó el personal y se comenzó a disminuir en todos los departamentos a los empleados que no lograron los objetivos que se trazaron como departamento de comunicaciones. Asimismo, los salarios estaban consensuados con el Ministerio de Administración Pública, por lo que había categorías dentro de los profesionales, para poder acordar el pago.

Los conserjes RD\$31,500; los choferes... todos eso fue un proceso, yo los encontré trabajando por RD\$7,000 y RD\$8,000 y RD\$10,000, los fuimos subiendo y al final de los ocho años, estamos hablando de ocho años, no fue en el 2012 comenzaron a ganar RD\$31,000. Los choferes igual, encontré choferes ganando RD\$10,000, RD\$12,000, RD\$15,000 y entonces terminaron ganando RD\$40,000 pesos. Te cuento que mi mayor satisfacción es que los compañeros y compañeras que trabajaban en DICOM tuvieron la oportunidad de sacar el inicial de su apartamento, de compararse un vehículo, de mejorar su casa, de salir de muchas de las deudas, me siento sumamente feliz por eso. De eso es que se trata, la gente trata de mejorar sus condiciones de vida, a los fotógrafos, periodistas, y camarógrafos ganaban mínimo RD\$50,000. Aquellos que eran mejores y que hacían mejor trabajo y que tenían que trabajar mucho más pues ganaban mucho más también, no todos ganaban RD\$50,000 otros ganaban RD\$70,000; RD\$80,000; RD\$90,000 y hasta RD\$100,000 pesos, dependiendo de las responsabilidades que tenían y de la calidad del trabajo, esa escala salarial toda esa escala nosotros se la sometimos al Ministerio de Administración Pública y fue aprobada. Había categorías, tenías fotógrafo 1; fotógrafo 2; fotógrafo 3, o sea que había diferentes niveles, igualmente con los narradores, los periodistas, los productores, si, tú los tenías que ganaban RD\$80,000; RD\$90,000; RD\$100,000 y hasta RD\$140,000. Mi salario era de RD\$225,000 pesos siempre, nunca me aumenté el salario (R. Rodríguez Marchena, comunicación personal, 29 de septiembre de 2020).

Los datos presentados muestran una significativa brecha salarial entre los periodistas que trabajan en medios de comunicación privados y aquellos que laboran para el Estado. Mientras que el salario promedio nacional rondaba los RD\$19.200 (UNESCO, 2017), la oferta salarial del Estado era superior, lo que motivó a muchos periodistas a buscar oportunidades en el sector público. Esta situación se vio agravada por la precariedad laboral que enfrentan los periodistas en los medios privados. Para complementar sus ingresos, muchos se vieron obligados a aceptar trabajos como *freelance*, vender publicidad, laborar en varios lugares a la vez.

Para comprender mejor esta dinámica, de este grupo, 32 periodistas afirmaron haber trabajado simultáneamente en un medio de comunicación y para el Estado alguna vez en su vida profesional, mientras que 18 respondieron que nunca habían trabajado en ambos sectores vez. De los 50 periodistas que fueron consultados, se encontró que 30 de ellos en ese momento (2018) que trabajaban para el Estado no están laborando en un medio de comunicación al mismo tiempo. Sin embargo, 20 periodistas si lo hacían en ambos lugares simultáneamente.

Para profundizar en este tema, se les preguntó a los periodistas que trabajan para el Estado si consideraban que su experiencia en un medio de comunicación había sido un factor determinante en su contratación.

Generalmente las instituciones públicas suelen contratarte justamente por eso, porque estás en un medio de comunicación y tú le sirves hasta para evitar que se le formen crisis a ellos, porque muchos colegas que saben que estás ahí, hasta evitan hacerte un daño, no esa es fulana que está ahí y hasta te llaman para preguntarte, mira hay un lío ahí mira a ver resuelve rápido, sino va a explotar y aun así aunque explote, como fulana es amiga mía y ella está ahí, te tratan mucho más suave, ni siquiera por el director sino porque ahí está su colega periodista y generalmente te contratan por eso, porque tú estás en el medio y tú puedes evitarles ciertas crisis (periodista 03, comunicación personal, 1 de marzo de 2018).

Los entrevistados sostienen que el gobierno de Danilo Medina, en su forma de comunicar su discurso gubernamental, de realizar su publicidad hacia la población, sobre todo en el primer cuatrienio, quería separarse enfáticamente, del periodo consecutivo de ocho años del Leonel Fernández, por lo cual era atractivo el poder tener periodistas en sus distintas plataformas comunicacionales.

No todos los entrevistados entendían que correrían la misma suerte, si luego de destacarse en un medio de comunicación y de ingresar a trabajar en el sector público, lograran estabilizarse y abandonar, su medio para quedarse solo en su desempeño en una institución gubernamental.

No, dudoso, porque siento que los empleos en el Estado están muy arraigados con el periodista que está en el medio...lo he visto con compañeros míos, que los han cancelado del medio y no duran tres días en el otro, y lo cancelan también en el gobierno, porque ya no tienen una raíz en un medio de comunicación que le garantice difundir las informaciones.(periodista 22, comunicación personal, 15 de marzo de 2018)

Hay periodistas que una vez han llegado a escalar dentro de un medio de comunicación hasta un puesto gerencial, por sus propias convicciones han decidido abandonar su trabajo dentro del “tren gubernamental” porque entienden que puede haber presiones, y prefieren tener su independencia. Además de que hay algunos de los entrevistados son conscientes, por la experiencia, de que a las autoridades dentro de algunas instituciones estatales solo les interesa la relación con el medio, no con el periodista, y siempre que esas relaciones se mantengan, no importa a quién tengan delante, solo les importa esa relación con alguien del medio.

Posiblemente no, porque en este país, en República Dominicana, los medios de comunicación son el trampolín para uno conseguir otro empleo, fundamentalmente cuando el periodista sale del lugar de trabajo de radio, televisión o periódicos, los amigos que tiene como funcionarios o conocidos, ya no lo conoce cuando no tienen el instrumento que trabajo en la mano (periodista 27, comunicación personal, 19 de marzo de 2018).

Se quiso conocer la opinión de los 30 entrevistados que no trabajaban en el Estado y simultáneamente en un medio de comunicación, respecto a que si los empleos en el gobierno dependen de que el periodista esté trabajando en un medio tradicional. La pregunta fue ¿si el periodista luego de tener ambos empleos, tanto en el sector público (Estado) como en el sector privado (medio) dejara el medio, el empleo dentro del gobierno se mantendría? Fueron 17 los entrevistados que afirmaron que sí. Entre las razones que más se repetían estuvo la idea de que el desempeño como profesional juega un papel importante, que va más allá del medio de comunicación.

Sin embargo, 13 no estuvieron convencidos de que el empleo del Estado se pudiera mantener, y explicaron, entre sus razones, que la influencia que se puede generar para

publicaciones de información estatal por parte de los periodistas, que son empleados en ambas partes, es un activo que velará celosamente por los intereses gubernamentales, porque uno es la amplificación del otro.

La objetividad al momento de tratar los temas que puedan afectar al gobierno, pues el periodista se convierte en juez y parte, y ese conflicto interno para el propio profesional son algunos de los puntos destacables de trabajar en ambos lugares. El cansancio mental, físico, porque no se rinde igual, donde se tienen jornada de 11, 12 y hasta 16 horas diarias, entre ambos empleos para poder hacer frente a los gastos personales.

Los testimonios anteriores dan cuenta de las marcadas diferencias que existen entre desempeñar el trabajo en un medio de comunicación y trabajar para una institución del Estado. A ello se suma que estar empleado en el gobierno supuso en el año 1996, pasar a ganar casi siete veces lo que se ganaba en un periódico dominicano.

Las declaraciones de R. Núñez (2020) sobre la “Red de Comunicadores” que se conformó con los que simpatizaban a favor del expresidente Leonel Fernández evidencia el vínculo que se estableció con estos periodistas, que trabajaron no solo como reporteros, sino además como directores de departamentos de comunicación y que fueron beneficiados con la preparación de cursos y talleres, maestrías en el extranjero, lo que hace la fidelidad mucho más fuerte. Pero también evidencia la pérdida de independencia y objetividad porque la identificación con el partido político va en detrimento de la imparcialidad al momento de trabajar en un medio de comunicación.

A diferencia de lo ocurrido durante el mandato de Fernández, en el periodo del presidente Danilo Medina, se buscaron profesionales que pudieran narrar historias acorde con lo que quería mostrar el Estado, siempre se apeló al mensaje de la importancia de la gente para el gobierno y esto también se correspondía con la exclusividad del trabajo que se hacía y los salarios eran bastante atractivos, como explicó R. Rodríguez Marchena (2020) con sueldos dentro del DICOM de hasta RD\$140,000 (que es igual a siete veces el sueldo promedio que tenían los medios de comunicación que es RD\$ 19,200 pesos mensuales). Por este motivo, el pluriempleo es una de las opciones que siempre va a ser considerada por los periodistas, como señala la UNESCO (2017), para poder cubrir la canasta básica de los profesionales de la comunicación.

En la República Dominicana, la relación entre los periodistas y el Estado ha sido objeto de debate durante muchos años. Algunos argumentan que esta relación es necesaria para que los periodistas tengan acceso a la información y puedan informar al público de manera efectiva (Solis, 2018) Otros, sin embargo, sostienen que esta relación puede conducir a la autocensura y a la falta de objetividad en la cobertura periodística (Navarrete, 2019).

En este apartado se ha analizado la situación de los periodistas dominicanos que trabajan para el Estado, se han examinado los factores que han contribuido a esta situación y por lo tanto se pueden determinar también algunas de las consecuencias que puede tener este hecho para la libertad de prensa y la democracia en el país.

Existen diversos factores que han contribuido a la estrecha relación entre periodistas y el Estado en la República Dominicana. Uno de los factores más importantes es la precariedad de las condiciones laborales en los medios de comunicación privados. Como

señala R. Rodríguez Marchena (2020) “la gente está dispuesta a hacer lo que sea con tal de reunir el dinero y que sus familias puedan tener una vida digna”. Esto hace que los periodistas sean más susceptibles a las ofertas de empleo del Estado, que generalmente ofrecen mejores salarios y beneficios.

Otro factor importante es la falta de independencia de los medios de comunicación. Muchos medios de comunicación en la República Dominicana son propiedad de políticos o empresarios adinerados, quienes, según un periodista entrevistado, “utilizan sus medios de comunicación para promover sus propios intereses” (periodista 03, 2018) Esto dificulta que los periodistas publiquen información crítica sobre el gobierno.

La vinculación entre periodistas y el Estado tiene varias consecuencias negativas. Una de las más importantes es la autocensura. Los periodistas que trabajan para el Estado o que dependen del Estado para obtener ingresos a menudo se sienten presionados para autocensurarse y evitan publicar información crítica sobre el gobierno. Un periodista entrevistado lo resume de la siguiente manera: “se mantendría por poco tiempo, porque generalmente las instituciones públicas suelen contratarte justamente por eso, porque estás en un medio de comunicación y tú le sirves hasta para evitar que se le formen crisis a ellos” (periodista 03, 2018).

Esta autocensura puede tener un impacto significativo en la calidad de la información que se publica en el país. Como señala otro periodista entrevistado, “el peligro de llevar ambas cosas paralelas” (periodista 16, 2018) genera sesgos en la cobertura periodística, dificultando que los ciudadanos obtengan información imparcial sobre los asuntos públicos.

6. Conclusiones

Esta tesis doctoral examinó la relación entre el sistema de medios de comunicación y el poder político en República Dominicana durante el período 1990-2023, abordando tres dimensiones: (I) las políticas de regulación y desregulación implementadas por los distintos gobiernos a lo largo del tiempo y su influencia en la configuración actual del sistema mediático; (II) el financiamiento estatal, conocido como pauta oficial, y su impacto en la supervivencia de los actores mediáticos; y (III) las condiciones profesionales y laborales específicas de los trabajadores de los medios, evaluadas a través de sus percepciones. Lo hizo mediante una aproximación diacrónica, buscando compaginar, al mismo tiempo, una mirada de largo plazo en la evolución de las políticas de comunicación y la estructura del sistema de medios con el análisis más detallado de la situación de los últimos veintitrés años. Como se ha visto en el apartado de la contextualización política de la historia del país, durante este periodo estudiado tres partidos políticos han estado en el poder: el PLD, el que más veces ha gobernado con dos presidentes, Leonel Fernández y Danilo Medina (1996-2000 y 2004-2020); el PRD, con Hipólito Mejía (2000-2004) y el PRM, con Luis Abinader (2020-2024). Esta alternancia partidista aportó variabilidad al estudio, ya que permitió analizar cómo cada administración interactuó con el sistema mediático y en la configuración de las políticas de comunicación, revelando permanencias y diferencias en el enfoque de cada gobierno hacia los medios y en sus relaciones con el sector periodístico.

A continuación, se presentan las principales conclusiones para las tres dimensiones examinadas por esta investigación. Cada una de ellas ha revelado elementos críticos que permiten comprender la interacción entre el sistema mediático y el poder político en República Dominicana.

6.1 Las políticas de comunicación y su influencia en la configuración actual del sistema mediático

Con respecto a la primera dimensión, las políticas de comunicación y su influencia en la configuración actual del sistema mediático, el análisis dio cuenta de la ausencia de un marco regulatorio actualizado y en sintonía con los desafíos actuales, en conjunción con una ley de Telecomunicaciones de orientación liberalizadora, que tuvo efectos sobre la estructura del sistema.

Las principales leyes que rigen el ámbito de los medios de comunicación, tanto en relación con los contenidos y la libertad de expresión, como vinculadas con los aspectos técnicos, económicos y estructurales provienen del siglo pasado. La Ley 6132, sobre Expresión y Difusión del pensamiento es de 1962; la Ley 1951 que establece la reglamentación para espectáculos públicos y emisiones radiofónicas es de 1949, el Reglamento 824, para el funcionamiento de la Comisión de Espectáculos Públicos y Radiofonía es de 1971; y la Ley 153-98, de Telecomunicaciones es de 1998. Todos los intentos que se han hecho para renovarlas han fracasado sistemáticamente. Incluso cuando las iniciativas provenían del propio gobierno. Ello da cuenta de los profundos intereses que se mueven detrás de la regulación de la comunicación y de la influencia de los propietarios de los medios que, casi unánimemente, en todas las ocasiones, se opusieron a la renovación. También revelan la encrucijada de los políticos y de los gobiernos frente a ellos y contribuyen a explicar sus titubeos en esta materia.

Este *corpus* principal de normas obsoletas en materia de comunicación ha tenido repercusiones en diferentes esferas del campo de la comunicación. Por una parte, ha forzado a diversas instituciones con menor autoridad para establecer leyes generales (por ejemplo, al INDOTEL) a emitir disposiciones parciales con el objetivo de llenar el vacío normativo. Para adaptarse a los cambios sociales, económicos y tecnológicos, el órgano regulador ha ido elaborando e implementando sobre la marcha disposiciones y resoluciones específicas. Como consecuencia, se ha producido una fragmentación en la producción reglamentaria, que contribuye a la dispersión de normas y resta cohesión a la regulación.

En segundo lugar, ha reforzado la tendencia a regular de forma reactiva, sin una planificación integral que anticipe los desarrollos y las transformaciones del sector de la comunicación. No nos estamos refiriendo a más ambiciosos proyectos legislativos (y sus consiguientes y más amplias políticas de comunicación) que aborden todas las aristas de los procesos de digitalización y de convergencia infocomunicacional que están impactando sobre los sistemas mediáticos, que sería ya la panacea, sino, como mínimo, a una ley de servicios audiovisuales.

Finalmente, vinculada a las repercusiones anteriores, pero quizá la más importante, es que estas anacrónicas leyes sobre medios han propiciado un entorno favorable para el extraordinario crecimiento y expansión del sistema mediático en paralelo con una situación de concentración mediática en la que los grandes grupos participan de un mercado a todas luces oligopólico, dando lugar a una situación de “muchos medios, pocos dueños”. La Ley 153-98, de Telecomunicaciones, fijó con claridad la orientación liberalizadora del sector de las comunicaciones en República Dominicana, promoviendo la competencia del mercado y definiendo como preferido el modelo privado-comercial.

En esa decisión, desatendió cuestiones esenciales como poner límites claros a la concentración de la propiedad. Como se examinó en esta tesis, ni la ley ni los reglamentos establecen limitaciones específicas para evitar la concentración de la propiedad en el sector de los medios. Aunque el artículo 50 de la Constitución dominicana prohíbe los monopolios, salvo cuando benefician al Estado, y el artículo 73 de la Ley 153-98 señala la necesidad de evitar el monopolio y el abuso de posición dominante, ninguno de estos conceptos ha tenido un desarrollo concreto. En este sentido, la permisividad estatal (el “dejar hacer”) frente a la concentración de medios ha sido evidente.

En este sentido, quizá la ley más clara en torno a la composición de la propiedad de los medios no vino del campo de la comunicación, sino del monetario y financiero. La Ley 183-02, aunque se trató de una norma cuyo objetivo fue la regulación del sistema financiero y no el sector de la comunicación, tuvo grandes repercusiones en la estructura del sistema de medios, estableciendo límites a las actividades de los bancos y otros grupos financieros en otros sectores, incluidos los medios de comunicación.

Así, la liberalización del sector de la comunicación con la Ley 153-98, la escasa intervención estatal en el campo regulatorio y la anacrónica y frecuentemente desordenada regulación, cuando existe, ha permitido la configuración de un sistema de medios de fuerte naturaleza privada y comercial, junto con la predominancia de conglomerados oligopólicos.

En el sector de la prensa escrita, durante el periodo que estudia esta tesis, han surgido y desaparecido varios periódicos. Actualmente existen 8 diarios impresos de circulación nacional diaria (de los cuales cuatro son propiedad de o están participados accionarialmente por el grupo de comunicación de José Luis Corripio Estrada). De estos solo dos no pertenecen a los grandes conglomerados de medios del país. Además de los impresos, el sistema mediático dominicano está conformado por un par periódicos digitales informativos importantes. En los años analizados cerraron todas las revistas de investigación; según han señalado sus propietarios, principalmente por la falta de financiación tanto privada como pública para patrocinar investigaciones sobre temas políticos o económicos.

En el sector de la radiodifusión sonora, las frecuencias autorizadas ascienden a 384 (146 AM y 238 FM). De este total, 157 están en manos de tres emporios de comunicación (Telemicro, RCC y Empresas Radiofónicas), a los que se suman otros grupos de menor tamaño, que también concentran un buen número de emisoras. El crecimiento de las radios, sobre todo de las FM, ha sido imparable: si en 1990 había 192, un número ya alto para un país tan pequeño territorial y poblacionalmente, en la actualidad casi se han duplicado.

En el sector de la radiodifusión televisiva, las licencias autorizadas en abierto en las bandas VHF y UHF se elevan a 47. A estos canales se añaden los locales, que van incluidos en los paquetes de televisión por suscripción o TV paga de las 90 compañías que operan en el país y que, según Funplode, son 135. De esta multiplicidad de canales, los que concentran la mayor parte de la audiencia son pocos y están integrados en grupos multimediales.

En términos de cantidad, el sistema televisivo dominicano experimentó pocos cambios durante el periodo analizado en esta investigación. Cuando la ley 153-98 fue aprobada,

las concesiones ya habían sido otorgadas, por lo que las transformaciones se llevaron a cabo, principalmente, en torno a su propiedad. El INDOTEL enfrentó, durante estos años, la difícil tarea de reordenar el caos heredado de la anterior etapa de expansión de la televisión y de discrecionalidad y clientelismo en el otorgamiento de las concesiones bajo el (des)control de la antigua Dirección General de Telecomunicaciones. Este proceso sigue, hoy, sin estar acabado.

Finalmente, existen en el país, según el Observatorio de Medios Digitales Dominicanos, más de 800 proyectos de medios digitales. Habitualmente, estos medios no son más que plataformas para obtener ingresos de anunciantes (muchas veces provenientes de políticos, congresistas o instituciones estatales).

A pesar de este sobredimensionado tamaño de la estructura del sistema mediático del país que se ha descrito a lo largo de las páginas de este estudio, la presencia de medios de carácter público o comunitario en el país es realmente marginal. Los proyectos mediáticos de tipo privado y con orientación comercial saturan el sector y las escasas iniciativas guiadas por un modelo distinto tienen, mayoritariamente, un carácter religioso. Además de la Corporación Estatal de Radio y Televisión -propiedad de Estado dominicano y que cuenta con 2 canales de TV y 4 frecuencias de radio-, dos son los ámbitos en los que se ha desarrollado proyectos diferentes a los empresariales: el de las emisoras religiosas y el de las autodenominadas “emisoras comunitarias” de los CTC dominicanos. El primero, no ha dejado de expandirse y cada vez son más los medios católicos y, principalmente, los evangélicos. El segundo, está alejado de la verdadera naturaleza de los medios comunitarios, bajo la coordinación directa de la Presidencia de la Nación. En este contexto, la presencia de proyectos mediáticos del tercer sector es casi inexistente.

Además de la lógica privado-comercial predominante en el sistema, mediante esta investigación se ha constatado la tendencia en aumento hacia la formación de conglomerados mediáticos conectados a sectores estratégicos de la economía. La naturaleza oligopólica del sistema de medios dominicano ya venía observándose claramente en la década de 1990, pero se fue consolidando en las siguientes. A partir de 2004 se produjo una importante desestructuración y posterior reestructuración del sistema de medios como consecuencia de dos hechos relevantes: la sanción de la Ley 183-02 y la quiebra del Banco Intercontinental (Baninter). Como se ha visto en esta tesis, los responsables de Baninter habían adquirido un considerable número de medios de comunicación durante los años anteriores, por lo que su quiebra provocó un auténtico colapso en el sistema mediático, afectando la estructura y estabilidad del sector de manera profunda. Sus efectos no solo le costaron la reelección al entonces presidente Hipólito Mejía, sino que constituyeron un punto de inflexión para la estructura mediática. A esta situación vino a sumarse la sanción de la ley monetaria y financiera, que obligaba a los bancos a desinvertir en empresas no financieras, en un momento en el que los estos operaban profusamente en el sector de la comunicación y Baninter era una figura clave del mismo.

Después de estos hechos, muchos medios fueron cerrados y otros fueron adquiridos o recomprados por grupos de comunicación que ya eran relevantes en el panorama mediático dominicano. Hoy, cinco conglomerados de medios (Grupo de Comunicaciones Corripio -vinculado al Grupo Listín Diario-, Multimédios del Caribe, Grupo Telemicro, Grupo RCC y Grupo Diario Libre -ahora Puntacana-) controlan los medios más importantes del

país. Estos conglomerados, además, forman parte de estructuras empresariales más amplias, cuyos propietarios o grupos relacionados tienen una presencia significativa en otros sectores clave de la economía nacional, lo cual refuerza aún más su poder de influencia en el ámbito social, político y económico.

6.2 El financiamiento estatal y su impacto en la supervivencia de los actores mediáticos

Con respecto a la segunda dimensión, el financiamiento estatal y su impacto en la supervivencia de los actores mediáticos, si bien en esta investigación se ha demostrado que los medios no dependen mayoritariamente de los ingresos generados por la pauta oficial, este vínculo continúa siendo un componente significativo y uno de los principales ingresos para muchos de ellos. El análisis de las partidas específicas para “publicidad, impresión y encuadernación” en el Presupuesto General de la Nación señala un incremento constante de la misma. Con la excepción del año 2021, cuando el presidente Luis Abinader llega al gobierno con un discurso de austeridad, en que el gasto se retrae (solo para ese año, porque luego la tendencia al alza se reactiva), la partida estatal para cubrir contratos por servicios de publicidad y propaganda no ha dejado de crecer.

Los recursos que provienen del Estado son centrales para los propietarios de los medios (a nivel individual, como inversionista de publicidad, el Estado constituye el “primer anunciante”), pero también lo son para periodistas que lideran proyectos individuales autónomos o al interior de los medios. Los diversos gobiernos han implementado tácticas para ofrecerles beneficios, facilitándoles la obtención de ingresos adicionales mediante el apoyo a sus proyectos personales.

Este ingreso de recursos directo por parte de periodistas con proyectos propios, en numerosas ocasiones, los ha impulsado a desarrollar estrategias de ocultamiento de su responsabilidad directa sobre programas de radio o televisión o sobre otros proyectos mediáticos personales, registrándolos a nombre de terceros, para eludir vínculos visibles con la pauta estatal y evitar la asociación directa con los fondos que reciben.

Cada gobierno de los analizados en esta tesis desarrolló su particular estrategia gubernamental y conformación de alianzas para la distribución del dinero de la captación de medios y periodistas. En el caso de Hipólito Mejía, mediante la dispersión de funciones en diferentes órganos institucionales (cada una de ellas llegó a publicar su propia revista) y, hacia el final del mandato, la utilización política de los medios intervenidos o incautados a raíz del “caso Baninter” para impulsar su reelección. En el caso de Leonel Fernández, la estrategia involucró dos mecanismos esenciales: los “gabinetes de comunicación sectoriales” y la “red de comunicadores con Leonel”. Institucionalmente, la articulación de la comunicación gubernamental se sostuvo a través de la DIAPE y del CIG, primero, a las que se sumaron, en su segundo mandato, la Dirección de Información y Publicidad. En el caso de Danilo Medina, con la creación de la DIACOM y el despliegue de nuevos procesos desintermediados para la distribución de la publicidad oficial, especialmente con la eliminación de la intermediación de las agencias publicitarias y el establecimiento de frecuencias cortas para la renovación de los contratos, que facilitaron la relación directa entre el gobierno y los periodistas y medios.

6.3 La situación laboral de periodistas como condicionante

Con respecto a la tercera dimensión, las condiciones laborales y profesionales de los periodistas, este estudio dio cuenta de que las precarias condiciones crearon un contexto favorable para la cooptación de periodistas por los diferentes gobiernos.

Mediante el análisis de la situación laboral y salarial de los periodistas se observó que las condiciones en las que desarrollan su actividad suelen ser de una alta precariedad. El salario que reciben frecuentemente no alcanza para cubrir la canasta básica y la posibilidad de crecimiento mediante la promoción profesional dentro de los medios es más que limitada. Esta situación de salarios bajos y condiciones de ascenso y movilidad laboral restringidas se exagera por la concentración de medios que establece una homogeneidad en las compensaciones y reduce las oportunidades de cambio y progreso profesional dentro del sector. Ello ha obligado a muchos periodistas a recurrir al pluriempleo como estrategia de subsistencia.

En este contexto, se da la situación de que el Estado ofrece salarios considerablemente superiores a los de los medios de comunicación, por lo que resulta común que los periodistas opten por trabajar simultáneamente en ambas esferas, lo cual plantea desafíos en términos de independencia profesional y potenciales conflictos de intereses. Esta tesis ha corroborado que a partir de 2004 los salarios en puestos vinculados a la comunicación en las instituciones estatales suelen triplicar e incluso cuatriplicar al que los periodistas obtienen en los medios.

Esta práctica, aunque provee algo más de estabilidad económica a los profesionales, crea un entorno de conflicto de intereses, con la consiguiente falta de claridad entre las responsabilidades y la imparcialidad esperada en el ejercicio del periodismo. El trabajo simultáneo de los periodistas para los medios y para el Estado genera un círculo poco virtuoso de “beneficios” para todos los actores involucrados: para los políticos, porque la relación les da visibilidad sin costo (publicidad gratuita) al aparecer en las noticias, lo que mantiene su relevancia pública y beneficia sus carreras; para las empresas mediáticas, porque acceden a más pauta oficial mediante los fondos que estos periodistas reparten en su calidad de relacionistas públicos y que canalizan hacia los medios donde ya trabajan; para los periodistas: porque trabajando para el Estado no solo obtienen salarios complementarios a los que reciben en sus medios, sino que también fortalecen su notoriedad por su acceso y cercanía a cargos de importancia en el gobierno.

Cada uno de los gobiernos analizados del periodo bajo estudio puso en marcha métodos diferentes de relación con los periodistas. Durante el gobierno de Hipólito Mejía, fueron asignados espacios en los medios de comunicación incautados a Baninter a periodistas alineados políticamente con él para convertirlos en plataformas para la promoción de su campaña de reelección presidencial. En un contexto de profunda inestabilidad económica, política y mediática tras la quiebra del banco, estas voces simpatizantes jugaron un papel crucial al respaldar públicamente al gobierno y minimizar las dificultades que enfrentaba el país. Al mismo tiempo, relegaron las denuncias sobre las condiciones laborales precarias y los abusos que habían enfrentado los empleados de estos medios antes de la intervención estatal.

Durante los años de gobierno de Leonel Fernández, además de efectuar un aumento salarial considerable a periodistas y trabajadores de las dependencias gubernamentales

encargadas de la comunicación presidencial, se conformaron equipos de opinión que construyeron un complejo entramado de “tren gubernamental”. La constitución de la “red de periodistas”, además, aglutinó a más de 1.200 periodistas, dando lugar a lo que comúnmente se denomina “bocinas”, comunicadores que defendieron las decisiones gubernamentales, aun cuando estas no representaran el mejor interés público. A muchos de estos periodistas se los premió mediante el programa de becas del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología, que les permitió a directores de comunicación de las instituciones públicas y a periodistas que trabajaban en estas dependencias realizar postgrados en el exterior.

La estructura del “Estado Comunicador” de Leonel Fernández fue modificada con la llegada de Danilo Medina al poder. Aunque pertenecientes ambos a la misma organización partidista, el PLD, Medina optó por fusionar instituciones y centralizar la estrategia de comunicación en torno a una entidad, la DICOM. Sin embargo, continuó unificando la comunicación en torno a los gabinetes, siguió elevando los salarios de los periodistas que trabajaban como productores para el Estado, aunque hizo más transparente la distribución de fondos mostrando a través de un portal *web* la asignación de los mismos durante su mandato.

Finalmente, aunque aún es pronto para evaluar la estrategia del presidente Luis Abinader y su modelo de vinculación con los periodistas, durante su gobierno se ha vuelto a reformar la estructura de comunicación gubernamental, con la creación de la DIECOM, se han establecido conferencias presenciales con la prensa con periodicidad semanal y se ha promulgado el decreto presidencial que establece criterios para la contratación de la difusión de la publicidad oficial.

6.4 Las limitaciones de esta tesis doctoral

A lo largo del proceso de elaboración de esta tesis, la investigación ha enfrentado muchas y variadas limitaciones, especialmente en torno a la obtención de información y datos. Estas limitaciones se han manifestado en diversas formas, tales como la dificultad para acceder a fuentes confiables en torno a la propiedad de los medios, la disponibilidad limitada de datos sobre financiamiento de la comunicación y restricciones debido al particular período temporal que analiza este trabajo.

La recopilación de información para determinar la propiedad de los medios de comunicación que operan en República Dominicana presentó notables dificultades, en especial porque, muchas veces, su estructura está compuesta por sociedades matrices y filiales, entidades y accionistas, que forman auténticas redes en las que se diluye la identidad de los dueños finales. Más difícil todavía resultó esta tarea para el caso de los grandes grupos de comunicación porque sus estructuras corporativas incluyen frecuentemente a entidades que se encuentran registradas bajo compañías *offshore*, que operan fuera del ámbito legal dominicano. Esta práctica ha limitado el acceso a detalles precisos sobre los verdaderos propietarios y ha dificultado el rastreo de sus vínculos accionarios.

A estas limitaciones, por otra parte comunes con otros estudios que desde la Economía Política de la Comunicación analizan la concentración de la propiedad y la constitución

de *holdings*, se añadió otro obstáculo. Aunque la reglamentación del INDOTEL en torno al otorgamiento de concesiones y licencias para operar los servicios de difusión indica que las transferencias, cesiones y arrendamientos deben ser autorizadas por este órgano regulador, en ocasiones eso no sucede. Ello hace que los datos públicos sobre la propiedad de las autorizaciones y licencias que figuran en las resoluciones de este órgano no reflejen con exactitud quienes son los actuales propietarios que las operan. A ello se le suma el mandato del artículo 90 de la Ley 153-98, que establece que “ningún funcionario o empleado del órgano regulador podrá revelar información confidencial obtenida en el ejercicio de sus funciones”, lo que restringe aún más el acceso a las fuentes y la obtención de datos.

También constituyó un desafío analizar el sistema de medios dominicano en su momento actual. Debido a la liberalización del espectro radioeléctrico y la digitalización de las señales por la transición de la televisión analógica a la digital, el sistema se encuentra en pleno reordenamiento. Por este motivo, durante el transcurso de esta investigación, fueron numerosos los cambios de registros de frecuencias (especialmente televisivas) que obligaron a la revisión continua de los registros de INDOTEL para verificar la actualización de los datos. Al mismo tiempo, como fruto del proceso de hibridación de los medios y del tránsito hacia entornos digitales (especialmente evidente en el caso de la radio), durante esta investigación muchos periódicos o emisoras radiofónicas se fueron “apagando” o migraron, reconvertidas, al ecosistema digital. Ello afectó de manera significativa la redacción esta tesis ya que fue necesario ajustar constantemente el análisis a los cambios en el panorama mediático.

Finalmente, esta tesis también enfrentó limitaciones en torno a la obtención de datos sobre financiamiento público y privado de los medios. La falta de transparencia sobre la asignación de fondos estatales a los medios por la contratación de publicidad, la ausencia de normativas que establezcan los criterios y montos para su distribución y la canalización del dinero a través de diferentes instituciones forzaron a acotar más el objeto de estudio de esta investigación y centrar el análisis únicamente en las direcciones de comunicación de las presidencias. Aun así, este organismo es uno de los que más participación tiene en el reparto total del monto que, bajo el epígrafe de “Publicidad, impresión y encuadernación” el Presupuesto General de la Nación destina a cubrir los contratos por servicios de publicidad y propaganda.

Por otro lado, en el caso de la inversión privada, las restricciones provinieron de la renuencia de las empresas de medición a divulgar esta información. La información disponible públicamente es casi inexistente debido a que las mediciones de la publicidad comercial en medios la realizan compañías privadas que comercializan con estos datos. Paralelamente, es también una práctica común el denominado “canje” publicitario entre empresas, el acuerdo entre una empresa y un medio de comunicación por el que intercambian servicios de publicidad por bienes u otros servicios en lugar de dinero.

6.5 ¿Una nueva oportunidad?

Los hallazgos de esta tesis, y también sus limitaciones, sobre la relación de los medios de comunicación con el poder político en República Dominicana, evidencian la complejidad de un sistema en el que las dinámicas de poder y los intereses económicos pueden influir

en otros campos de la esfera pública que no han sido analizados en este trabajo. Como han concluido otras investigaciones desde el paradigma de la Economía Política de la Comunicación, la naturaleza privada y comercial de los medios en solitario, junto con la concentración oligopólica en su propiedad, representan barreras que restringen la libertad de expresión, la diversidad y el compromiso social en la práctica del periodismo.

Este fenómeno limita la pluralidad de voces en el espacio público y condiciona los contenidos mediáticos a los intereses económicos y políticos de un reducido grupo de actores. Frente a esta situación se hace necesario la construcción de un marco regulatorio que fomente la diversidad en la propiedad de los medios y la transparencia en su funcionamiento y su financiación.

Al mismo tiempo, el entramado de relaciones entre el Estado y los medios constituye un terreno resbaladizo que muchas veces pone en peligro la independencia editorial y la estructura misma del sistema informativo. Las estrechas relaciones entre el Estado y los dueños de los medios y entre el Estado y los periodistas, en los que se generan patrones de dependencia mutua, comprometen la credibilidad tanto de los comunicadores como de los funcionarios. Las investigaciones sobre este tema resaltan la necesidad de fortalecer la transparencia en la distribución de la pauta estatal y en el manejo de las relaciones entre gobierno y medios, de modo que se garantice un entorno comunicativo más equilibrado y menos susceptible a influencias políticas y económicas. Destacan, también, que la captura de los periodistas por los políticos los lleva a suavizar sus posturas cuando el Estado les ofrece oportunidades económicas favorables. El precio que se paga es la moderación en las críticas y, consecuentemente, la reducción de la disidencia en el ámbito de la opinión pública. Finalmente, proponen, también, programas de formación y capacitación de los periodistas sobre la importancia de ética periodística y la libertad de prensa junto con la promoción de mejores condiciones laborales y profesionales para el ejercicio del periodismo.

Actualmente, en República Dominicana, se ha abierto un ciclo de revisión de normativas y situaciones sobre algunos de los aspectos que esta tesis ha analizado. El presidente Abinader acaba de promulgar este año el Decreto 1-24, que establece los criterios e instrucciones para la contratación de la difusión de la publicidad oficial directamente con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas o influenciadores de los medios digitales; el Congreso de los Diputados se encuentra estudiando el anteproyecto de Ley de Libertad de Expresión, Medios Audiovisuales y Plataformas Digitales; y el INDOTEL está trabajando sobre un proyecto de reforma de la Ley General de Telecomunicaciones.

Estas iniciativas abren la posibilidad de un nuevo escenario. Ojalá sirvan para dar origen a un sistema armonioso de regulación que, además de promover una gestión adecuada y ordenada del sector y una aplicación consistente de las normativas contribuyan a una mayor diversidad mediática, libertad de expresión y pluralismo en el sistema de medios dominicano.

7. Referencias

- 7dias.com. (2013, septiembre 20). Los opacos detalles no conocidos del intento de venta de Antena Latina. *7dias.com*. http://www.7dias.com.do/el-pais/2013/09/20/i148482_los-opacos-detalles-conocidos-del-intento-venta-antena-latina.html
- Acosta, M. (2022, diciembre 29). Costo de canasta familiar subió 5.5 % a noviembre. *Hoy Digital*. <https://hoy.com.do/costo-de-canasta-familiar-subio-5-5-a-noviembre/>
- ADORA (1990). *Medios y normas de comunicación en la República Dominicana*. Asociación de Radiodifusoras.
- ADORA (2019). *Grupos de emisoras de capital privado*. http://adora.com.do/miembros_adora/grupo-aire
- AGN. Archivo General de la Nación (2023). *Sitio web del Archivo General de la Nación*. <https://agn.gob.do/index.php/sobre-nosotros/historia>.
- Agosto, G. y Cueto Villamán, F. (2001). República Dominicana. En M. Alcántara Sáez, y F. Freidenberg (eds.) *Partidos políticos de América Latina. Centroamérica, México y República Dominicana*. Salamanca: Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Alcántara Sáez, M. (1999). *Sistemas políticos de América Latina*. Tecnos.
- Alcántara Sáez, M. (2001). *El origen de los partidos políticos en América Latina*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.
- Alcántara, R. (2012, abril 22). 1996: Leonel y Balaguer desbancaron a Peña Gomez. *Hoy Digital*. <http://hoy.com.do/1996-leonel-y-balaguer-desbancaron-a-pena-gomez/>
- Althusser, L. (1974). Ideología y aparatos ideológicos de Estado. En G. Rabinovich (Ed.), *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Ediciones Nueva Visión.
- Altschull, J. H. (1984). *Agents of power: the role of the news media in human affairs*. Longman.
- Álvarez Vega, B. (1983). *Prensa escrita y estructura de poder en la República Dominicana*. Alfa & Omega.
- Álvarez Vega, B. (1994). Los medios de comunicación en la República Dominicana. *Revista Mercado*, 12, 158-179.
- Amiama, M. (1936). *La imprenta en Santo Domingo (del ensayo El periodismo en la República Dominicana)*. Imprenta de la Opinión.
- Anonymous (2014) The blind caudillo. En E. Roorda; L. Derby y R. González (Eds.) *The Dominican Republic Reader* (pp. 369-372). Duke University Press.

- Apolinar, B. (2012, mayo 4). Domésticas hacen protesta y piden respeto a dignidad. *listindiario.com*. <http://www.listindiario.com/la-republica/2012/05/04/231169/domesticas-hacen-protesta-y-piden-respeto-a-dignidad>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de la investigación* (6ta ed.). Episteme, C por A.
- Arias, N. (2016, mayo 27). Resultados de elecciones 2002-2012. *www.diariolibre.com*. <https://www.diariolibre.com/noticias/politica/resultados-de-elecciones-2002-2012-JM3824319>
- Aybar, J. A. (2017, abril 26). El Fantasma pone en venta acciones de Antena Latina. *El Nacional*. <http://elnacional.com.do/el-fantasma-pone-en-venta-acciones-de-antena-latina/>
- Aybar, J. A. (2017, agosto 24). Grupo RTN inicia nueva etapa. *Acento*. <https://elnacional.com.do/grupo-rtn-inicia-nueva-etapa/>
- Badillo Matos, A., y Marenghi, P. (2011). Estándares tecnológicos, batallas económicas y la transición digital del audiovisual terrestre en Latinoamérica. En A. Badillo Matos y F. Sierra Caballero (Eds.), *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: Diagnóstico y prospectiva* (pp. 15-55). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).
- Badillo Matos, A.; Mastrini, G. y Marenghi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y Sociedad*, 24 (julio-diciembre), 95-126.
- Báez Guerrero, J. (2018). ¿Licencia para difamar? *Gaceta Judicial* 21 (371), 12-26.
- Báez, F. (2011). Grupos de comunicación. En E. M. Cruz, et al. (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 46-73). Funglode.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly*. Beacon Press.
- Balcácer, J. D. (2010, mayo 30). El país tras la muerte del tirano (1 de 3). *listindiario.com*. <https://listindiario.com/puntos-de-vista/2010/05/30/144047/el-pais-tras-la-muerte-del-tirano-1-de-3>
- Beltrán, L. R. (1970). Communication in Latin America: Persuasion for status quo or for national development? [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Estatal de Michigan.
- Beltrán, L. R. (1975). *Rural development and social communication: Relationships and strategies*. Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development, Cali Colombia.
- Beltrán, L. R. (1976). Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos. *Nueva Sociedad*, 25, 4-34.
- Beltrán, L. R. (2008). Comunicación para la democracia en Iberoamérica: memoria y retos de futuro. *Perspectivas de la Comunicación*, 1 (1), 145-158.
- Beltré, G. (2013). La responsabilidad penal del director de la publicación. *Gaceta Judicial* 17 (325).
- Bermúdez, J. A. (s. f.). Poppy Bermúdez contó la historia de Color Visión, canal 9. *Cristal y Colores*. Recuperado 21 de mayo de 2018, de <https://cristalycolores.net/entretenimiento/poppy-bermudez-conto-la-historia-de-color-vision-canal-9-asi/>

- Bieda, T. (2010). Frenar u Oxigenar: Las Reformas Constitucionales de República Dominicana y Uruguay. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, 11, https://www.revcienciapolitica.com.ar/num11art7.php#_ftnref15
- Bolaño, C., Mastrini, G., y Sierra Caballero, F. (2005). *Economía política, comunicación y conocimiento: Una perspectiva crítica latinoamericana*. La Crujía.
- Bolívar Díaz, J. (s. f.). Hoja de vida de Juan Bolívar Díaz Santana | juanbolivardiaz.com. Recuperado 22 de julio de 2020, de <https://juanbolivardiaz.com/dossier/>
- Bolívar Díaz, J. (1996). ¿Caos o redefinición de las difusiones televisivas? Recuperado 22 de julio de 2020, de <https://juanbolivardiaz.com/revista-rumbo-1997-marzo-2001/caos-o-redefinicion-de-la-disfucion-televisiva/>
- Bonnin, L. (2015, enero 22). Ventura Camejo mantiene planes de someter al comité político reelección de Danilo Medina. *CDN Digital*. <http://www.cdn.com.do/2015/01/22/ventura-camejo-mantiene-planes-de-someter-al-comite-politico-reeleccion-de-danilo-medina/>
- Brea, R. (2020). En M. Vidal (dir.), *Tiempo de radio. Un acercamiento a la historia de la radio dominicana* (documental). Centro INDOTEL.
- Bueno, Y. (2016, mayo 19). Gómez Díaz pagó RD\$408 MM por Telecentro canal 13 y emisora Radio Cadena Espacial. *TRA Noticias - Teleradio América*. <https://www.teleradioamerica.com/2016/05/gomez-diaz-pago-rd408-mm-por-telecentro-canal-13-y-emisora-radio-cadena-espacial/>
- Bustamante, E. (2002). *Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España*. Gedisa.
- Bustamante, E. (2011). ¿La creatividad contra la cultura? En L. A. Albornoz (Ed.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, 129-153.
- Bustamante, E., y Zallo, R. (Eds.). (1988). *Las Industrias culturales en España: (Grupos multimedia y transnacionales): Prensa, radio, TV, libro, cine, disco, publicidad*. Akal.
- Califano, B. (2021). Economía Política de la Comunicación: Sus orígenes a la consolidación del campo en América Latina. *Perspectiva de la Comunicación*, 14(2), 57-94. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718>.
- Cámara de los Diputados de la República Dominicana (2017a). *Manual de Técnica Legislativa*. Cámara de los Diputados de la República Dominicana. ISBN: 978-9945-08-963-9.
- Cámara de los Diputados de la República Dominicana (2017b). *Manual de Procedimiento Legislativo*. Cámara de los Diputados de la República Dominicana. ISBN: 78-9945-08-964-6.
- Campos-Freire, F. (2009). Modelos de televisión pública Europa y Latinoamericana. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 108 (pp. 4-11). <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057453001.pdf>
- Carreras Aguilera, P. (2019). Algunos temas para conocer y querer la Patria. En P. Carreras Aguilera; B. Galán y J. Gelabert (Eds.) *Algunos temas para conocer y querer la Patria y otros ensayos*. Funglode.
- Casado, F. (2020). En M. Vidal (dir.), *Tiempo de radio. Un acercamiento a la historia de la radio dominicana* (documental). Centro INDOTEL.
- Casero-Ripollés (Ed.) (2012). *Periodismo político en España: Concepciones, tensiones y elecciones*. Sociedad Latina de Comunicación Social.

- https://www.academia.edu/2240073/Periodismo_pol%C3%ADtico_en_Espa%C3%B1a_con_cepciones_tensiones_y_elecciones?auto=download
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- CDN. (2018, mayo 22). Periódico 7días.com anuncia su cierre este 30 de mayo. *CDN Digital*. <http://www.cdn.com.do/2018/05/22/periodico-7dias-com-anuncia-cierre-este-30-mayo/>
- Ceara Haton, M. (2016, agosto 15). La crisis del 2003-2004 y el modelo de acumulación. *Acento*. <https://acento.com.do/2016/opinion/8372550-la-crisis-del-2003-2004-modelo-acumulacion/>
- CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2000). *Desarrollo económico y social en la República Dominicana: los últimos 20 años y perspectivas para el siglo XXI*. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42379/LCMEXR760_es.pdf
- CERTV. (s. f.-a). Historia CERTV. Recuperado 26 de febrero de 2018, de <http://certv.gob.do/portada/nosotros/historia.html>
- CERTV. (s. f.-b). Medios de comunicación del Estado CERTV: Corporación Estatal de Radio y Televisión. Recuperado 31 de enero de 2019, de <https://certv.gob.do/portada/>
- Chez Checo, J. (2000). *La telefonía: presencia y desarrollo en la República Dominicana*. Santo Domingo. CODETEL.
- Chinchilla, F. y Sánchez, F. (1996). Transición hacia la democracia en República Dominicana. Las elecciones de 1996. *Reflexiones*, 49 (1).
- CIA. Special Report (2014). The Twelve Years. En E. Roorda; L. Derby y R. González, (Eds.) *The Dominican Republic Reader* (pp. 362-364). Duke University Press.
- Collado, L. (2014). Radio Caribe, en la era de la tiranía de Trujillo. *Acento*. <https://acento.com.do/opinion/radio-caribe-en-la-era-de-la-tirania-de-trujillo-8155719.html>
- Collado, L. (2002). *La comunicación y su impacto durante la Revolución Constitucionalista de 1965*. Editora Collado
- Coller, X. (2005). *Estudio de casos*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Colombo, R. (2010). Una Locura Mediática. En O. Rincón (Ed.), *Por qué nos odian tanto [Estado y medios de comunicación en América Latina]* (pp. 37-54). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07475.pdf>
- Colorvision.com. (s. f.). *Sitio web de Color Visión—El Canal de todos los dominicanos*. *Color Visión*. Recuperado 27 de febrero de 2018, de <http://www.colorvision.com.do/>
- Compañía Dominicana de Investigación de Mercados (CDI) (2024, julio 26) *Penetración de los medios*. Estadísticas sobre periódicos dominicanos penetración y lectoría (2013-2020).
- Corcino, P. (2014, noviembre 12). Carlos Ozoria o la fortuna de ser “amigo e íntimo colaborador” del senador del PLD Félix Bautista. *7días.com.do*. <http://joeldeisito.blogspot.com/2014/11/carlos-ozoria-o-la-fortuna-de-ser-amigo.html>
- Cordero, M. (2018, mayo 22). Adiós a 7días.com.do. *7días.com.do*. http://www.7dias.com.do/destacada/2018/05/22/i243758_adios-7dias-com.html
- Cruz Sánchez, F. (2007). *Los medios de comunicación en República Dominicana (Desde el diario de Colón hasta los medios digitales)*. El Nuevo Diario.
- Cruz Sánchez, F. (2010). *Historia del periodismo dominicano*. Editora El Nuevo Diario.

- Cruz, E., Micó, J. L. y Masip, P. (Eds.) (2011). *El Libro blanco del periodismo dominicano*. Funglode.
- Cruz, E.; Fermín, D. y Aguasanta, E. (2016). *La televisión de provincias en la República Dominicana*. Funglode.
- Danilo Medina. Listado de la colocación publicitaria estatal durante gobiernos de Danilo Medina. <https://gobiernodanilomedina.do/mapa-colocacion#media-list>
- De la Cruz Taveras, A. G. (2016). Derecho a la información y mediatización de la política en República Dominicana [Tesis Máster en Ciencias Políticas para el desarrollo Democrático]. Universidad de Salamanca.
- De la Peña Durán, E. (1978). Actual realidad política en República Dominicana. *Nueva Sociedad*, 34 (enero-febrero), 88-96.
- Del Pozo, M. (2020) República Dominicana. En T. Ballesteros y S. García Gago (Eds.). *Mapa de radios de América Latina y el Caribe* (pp. 73-76). Jinete Insomne.
- De la Rosa, G. (2011). Televisión. En E. M. Cruz, et al. (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 74-101). Funglode.
- Diario Libre. (2003, diciembre 31). El Expreso circula hoy por última vez. *Diario Libre* <https://www.diariolibre.com/noticias/el-expreso-circula-hoy-por-ultima-vez-FADL34465>
- Diario Libre. (2005a, mayo 19). PE admite que reglamento establece censura previa. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/revista/pe-admite-que-reglamento-establece-censura-previa-KDDL64491>
- Diario Libre. (2005b, mayo 20). Empresarios Santiago compran 70% de El Caribe, CDN y emisoras. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/actualidad/empresarios-santiago-compran-70-de-el-caribe-cdn-y-emisoras-ADDL64640>
- Diario Libre. (2006a, febrero 10). Perredeístas y reformistas formalizan Alianza Rosada. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/noticias/perredeistas-y-reformistas-formalizan-alianza-rosada-ARdl87727>
- Diario Libre. (2018, marzo 1). Radio Cadena Comercial asume administración y operación del canal 23. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/revista/radio-cadena-comercial-asume-administracion-y-operacion-del-canal-23-JB9311597>
- Diario Libre (2021, mayo 20). Periodistas italianos o de origen italiano, por Antonio Llubes, director del Instituto Filosófico Bonó. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/especiales/embajada-italia/periodistas-italianos-o-de-origen-italiano-por-antonio-llubes-director-del-instituto-filosofico-bono-PA26379530>
- DiarioDigitalRD. (2007, agosto 30). Báez Figueroa controlaba el 40% del universo de los medios comunicación. *DiarioDigitalRD* <https://diariodigital.com.do/2007/08/30/baez-figueroa-controlaba-el-40-del-universo-de-los-medios-comunicacion.html>
- Díaz, J. B. (2005, mayo 24). El Reglamento de Espectáculos y Radiofonía. *Hoy Digital*. <https://hoy.com.do/el-reglamento-de-espectaculos-y-radiofonia/>
- DICOM. Dirección General de Comunicación (2013). Normativa de publicidad Estatal. https://gobiernodanilomedina.do/themes/custom/presidency/docs/microsite-dicom/normativa_de_publicidad.pdf
- DIGEPRES. Dirección General de Presupuesto (2008). *Manual de Clasificadores Presupuestarios del Sector Público*. Secretaría de Estado de Hacienda.

- <https://www.digepres.gob.do/wp-content/uploads/2019/08/MANUAL-DE-CLASIF.-PRESUPUESTARIOS-2008-B.pdf>
- Eckstein, H. (1975) Case Study and Theory in Political Science. En F. Greenstein y N. Polsby (eds.). *Handbook of Political Science* (pp. 79–138). Addison-Wesley.
- El Día. (2016, septiembre 12). ‘El Nacional’ celebró 50 años de fundado. *El Día*. <https://eldia.com.do/el-nacional-celebro-50-anos-de-fundado/>
- El Dinero. (2015, noviembre 11). Ya es un hecho: Gómez Díaz adquirió a la empresa VIVA. *El Dinero*. <https://www.eldinero.com.do/17945/ya-es-un-hecho-gomez-diaz-adquirio-a-la-empresa-viva/>
- El Nuevo Diario. (2022, junio 2). Dany Alcántara lanza plataforma de medios; Hoy Mismo se retransmitirá por emisora Súper Siete. *El Nuevo Diario* (República Dominicana). <https://elnuevodiario.com.do/dany-alcantara-lanza-plataforma-de-medios-hoy-mismo-se-retransmitira-por-emisora-super-siete/>
- Embajada de Estados Unidos Santo Domingo (2021). *Reporte Internacional de la Libertad Religiosa 2020: República Dominicana*. <https://do.usembassy.gov/es/reportes-internacional-de-la-libertad-religiosa-2020-republica-dominicana/>
- Espinal, R. (2002). El proceso democrático dominicano: avances, retrocesos y riesgos. En R. Salazar (ed.) *Comportamiento de la sociedad civil latinoamericana*. Libros en red.
- Espino Sánchez, G. (2016). Periodistas precarios en el interior de la república mexicana: Atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LXI (228), 91-120. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42149082005>
- Estrella, M. (s. f.). Presidente del Grupo Estrella, semblanza de Manuel Estrella. Grupo ESTRELLA. Recuperado 30 de enero de 2019, de <https://estrella.com.do/consejo-de-administracion/manuel-estrella/>
- Evangelista, J. (2014). El modelo de negocio híbrido en la prensa digital: Hacia un estudio de caso de los diarios digitales: Noticias SIN, Acento.com y Z-101 Digital de la República Dominicana. *Razón y Palabra*, 87 (19). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199531505027>
- Fermín, J. L. (2016). La reciente sentencia del TC sobre la difamación e injuria: in comento. *Gaceta Judicial* 20 (353), 16-29.
- Fernández, L. (2019, mayo 27). La Constitución del 2010: Una reforma integral. *Listín Diario*, 27/05/2019. <https://listindiario.com/la-republica/2019/05/27/567184/la-constitucion-del-2010-una-reforma-integral.html>
- Flichy, P. (2003). *L'innovation technique: Récents développements en Sciences Sociales*. Éditions La Découverte.
- Flichy, P., y Rocha Pujol, C. (1982). *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Gustavo Gili.
- Forbes (2020). Forbes: Ellos son los millonarios de Centroamérica y República Dominicana. *Revista Forbes Centroamérica*. <https://forbescentroamerica.com/2020/06/24/forbes-ellos-son-los-millonarios-de-centroamerica-y-republica-dominicana>
- Fuenzaldía, V. (2004). La televisión en América latina. *Telos*, 61. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero061/la-televisacion-en-america-latina/>

- Gans, H. (1979). *Deciding what's news*. Pantheon.
- Galindez, Jesús de (1958). *La Era de Trujillo. Un estudio casuístico de dictadura hispanoamericana*. Editorial Americana.
- Garnham, N. (1979). Contribution to a Political Economy of Mass Communication. *Media, Culture and Society*, 1, 123-146. <https://doi.org/doi.org/10.1177/01634437790010020>
- Garnham, N. (1983). La cultura como mercancía. En G. Richeri (Ed.), *La televisión entre servicio público y negocio*. Gustavo Gili.
- Garnham, N. (1997). Economía Política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio? (V. Boschioli & G. Resnik, Trans.). *Revista Causas y Azares*, 4 (6), 57-79. <https://ahira.com.ar/ejemplares/causas-y-azares-no-6/>
- George, A. y Bennett, A. (2005). *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. MIT Press.
- Gerring, J. (2017). *Case Study Research: Principles and Practices (Strategies for Social Inquiry)*. Cambridge University Press.
- Gil Abinader, L. (2012). Industria del celuloide: legislación y debates parlamentarios. *Gaceta Judicial*, 16 (313).
- Golding, D., y Murdock, G. (1997). *The political economy of the media*. Edward Elgar Publishing.
- González Macías, R. A., y Echeverría Victoria, M. (2018). A medio camino. El sistema mediático mexicano y su irregular proceso de modernización. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, 35-51. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.6037>
- Gregory, S. (2007). *The Devil Behind the Mirror: Globalization and Politics in the Dominican Republic*. University of California Press.
- Grimaldi, V. M. (2018, febrero 11). Peña Gómez síndico de la capital. *DiarioDigitalRD*. <https://diariodigital.com.do/2018/02/11/pena-gomez-sindico-la-capital.html>
- Grullón, S. (2006). *Historia Electoral Dominicana Siglo XX*. Editorial Servicios Gráficos Tito.
- Grupo Martí. (s. f.). *Sitio web grupo Martí*. Recuperado 26 de julio de 2020, de <https://www.marti.do/>
- Guerrero, M. A. (2017). ¿Por qué definir como «liberal capturado» el modelo de sistemas mediáticos en América Latina? *Infoamérica, Revista Iberoamericana de comunicación*, 11, 97-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6435759>
- Hagan, H. (2019). ¿Quiénes confían en los medios de comunicación en las Américas? *Perspectivas*, 142, 1-21. <https://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/IO942es.pdf>
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2007). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Editorial Hacer.
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2012). *Comparing Media Systems beyond the Western World*. Cambridge University Press.
- Hazim, Julio (2016). Declaraciones de Julio Hazim en el programa Revista 110. 29 de julio de 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=OIMiMbGSg5Q>.
- Hernández Prieto, M. (2015). Políticas públicas de comunicación. Estudio comparativo de las legislaciones audiovisuales de Argentina y España [Doctoral]. Universidad de Salamanca.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/ Interamericana Editores.
- Hoy. (2005, febrero 23). Coctelera. Resume Por qué Trujillo permitió la creación de un canal privado en República Dominicana, Rahintel. *Hoy Digital*. <http://hoy.com.do/coctelera-880/>
- IIPA. International Intellectual Property Alliance (2001). 2001 Special 301 Report. https://www.iipa.org/files/uploads/2018/01/2001_Special_301.pdf
- IIPA. International Intellectual Property Alliance (2009). 2009 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement. https://www.iipa.org/files/uploads/2018/01/2009_Special_301.pdf
- IIPA. International Intellectual Property Alliance (2015). 2015 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement. https://www.iipa.org/files/uploads/2018/01/2015_Special_301.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2016a, diciembre 15). Listado de emisoras de radio AM y FM. <https://www.indotel.gob.do/telecomunicaciones/radio/>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2016b, diciembre 15). Listado de canales de televisión de VHF y UHF. Listado suministrado por el INDOTEL.
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2020) Memorias 2020. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/memorias-2020-final-firmada.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2022) Memorias 2022. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/12/Informe-Memoria-Anual-INDOTEL-2022-aprobada.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Concesionarias del Servicio de Difusión por Suscripción. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/09/concesionarias-del-servicio-de-difusion-por-suscripcion.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2023) Memorias 2023. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2023/12/Memoria-Institucional-2023-INDOTEL.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2023). Listado de emisoras de radio AM y FM. Listado suministrado por el INDOTEL.
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2023). Listado de canales de televisión TTA y TTD. Listado suministrado por el INDOTEL.
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2024). Listado de concesiones por procedimientos diferentes al concurso. Listado suministrado por el INDOTEL.
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2024). Listado de emisoras de radio AM y FM. Listado suministrado por el INDOTEL. <https://indotel.gob.do/espectro-radioelectrico/asignaciones-de-radio-frecuencias/>
- Jiménez Polanco, J. (1996). Las elecciones dominicanas de 1994: el último clivaje de una cuasipoliarquía gerontocrática y delegativa. *América Latina Hoy*, 13. <https://doi.org/10.14201/alh.2351>.
- King, G.; Kehoane, R. y Verba, S. (1994). *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton University Press.
- Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 14 (2), 157-181.

- Krakowiak, F. (2018). Economía política de la comunicación, Estado y políticas públicas. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura-Eptic*, 20 (1), 8-24.
- Lambeth, E., Meyer, P., y Thorson, E. (Eds.). (1995). *Assessing Public Journalism*. University of Missouri.
- Latinobarómetro (2023). <https://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Leyba, N. (2015, abril 21). Los empresarios más ricos de República Dominicana. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/los-empresarios-mas-ricos-de-republica-dominicana/>
- Lilón, D. (1999). Propaganda y política migratoria dominicana durante la Era de Trujillo (1930-1961). *Historia y Comunicación Social*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=192304>
- Listín Diario. (2010, agosto 4). Semanario Clave y Clave Digital dejarán de circular desde mañana. *Listín Diario*. <http://www.listindiario.com/la-republica/2010/08/04/153387/semanario-clave-y-clave-digital-dejaran-de-circular-desde-manana>
- Listín Diario. (2020b, junio 29). Grupo Linda adquiere el 50% de las acciones de la generadora de electricidad Itabo. *Listín Diario*. <https://listindiario.com/economia/2020/06/29/623983/grupo-linda-adquiere-el-50-de-las-acciones-de-la-generadora-de-electricidad-itabo>
- López Reyes, Ó. (2003). *Los oligopolios en la comunicación (impacto sobre la democracia y el derecho a la información)*. Subdirección de Impresos y Publicaciones del Departamento Administrativo del Banco Central.
- López Reyes, Ó. (2011). Medios de difusión por cable. En E. M. Cruz, et al. (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 102-131). Funglode.
- Lora, F. M. (2007). *Encuadre de una identidad audiovisual. Evolución y perspectivas en República Dominicana*. Valdivia Editorial.
- Lora, H. (1995). Feriado, Constitución y TV. *Revista Rumbo*, II (93).
- Lozano, W. (1990). (1990). Las elecciones dominicanas de 1990: del reacomodo político a la crisis de legitimidad de los populismos reales. *Revista Mexicana de Sociología*, 52 (4), 391–420. <https://doi.org/10.2307/3540615>
- Lozano, W. (1998). Transiciones pos-autoritarias, cambio social y sistema político en República Dominicana: 1961-1996. En W. Lozano (Ed.) *Cambio político en el Caribe. Escenarios de la Posguerra Fría: Cuba Haití y República Dominicana*. Caracas (pp. 77-114). Nueva Sociedad.
- Mattelart, A. (1970). Críticas a la “communication research”. *Cuadernos de la Realidad Nacional*, 3, 11-22.
- Mattelart, A. (1973). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo XXI.
- Martínez, O. (2014). Why Not, Dr. Balaguer? [Por qué no, Dr. Balaguer]. En E. Roorda; L. Derby y R. González (Eds.) *The Dominican Republic Reader* (pp. 365-367). Duke University Press.
- Meehan, E. y Torre, P. (2011). Markets in Theory and Markets in Television. En J. Wasko, G. Murdock y H. Sousa (Eds.) *The Handbook of Political Economy of Communications* (pp. 62-82). Wiley.

- Mastrini, G. (2006). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. La Crujía.
- Mastrini, G. (2014). Las industrias culturales en Argentina. [Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/c094a650-dae0-430f-ad17-3ea15d514dc8/content>
- Mastrini, G., y Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates: Primer informe sobre estructuras y concentración de las empresas culturales en América Latina*. Prometeo Libros.
- Mastrini, G., y Becerra, M. (2009a). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*. Prometeo Libros.
- Mastrini, G., y Becerra, M. (2009b). *Los monopolios de la verdad. Descifrando la estructura y concentración de los medios de Centroamérica y República Dominicana*. Prometeo Libros.
- Mastrini, G., y Becerra, M. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Mastrini, G., y Bolaño, C. (1999). *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina: Hacia una economía política de la comunicación*. Editorial Biblos.
- Mattelart, A. y Dorfman, A. (1975). *Para leer al Pato Donald*. Editorial de Ciencias Sociales.
- Medina, C. (2014, diciembre 9). J. Armando Bermúdez (Poppy). *Listín Diario*. <http://www.listindiario.com/entretenimiento/2014/12/09/348402/j-armando-bermudez-poppy>
- Medrano, N. y Gómez Casanova, V. (2012, julio 14). Balaguer pidió le sacaran el corazón. *Listín Diario*. <http://www.listindiario.com/la-republica/2012/07/14/239703/balaguer-pidio-le-sacaran-el-corazon>
- Mejía, F. (2020, abril 20). Miguel Barletta, el dominicano del imperio sobre ruedas. *Forbes Centroamérica*. <https://forbescentroamerica.com/2020/04/20/miguel-barletta-el-dominicano-del-imperio-sobre-ruedas/>
- Mejía, M. (2003). *La prensa escrita dominicana durante la “Era de Trujillo”*. University of Miami. <https://www.monografias.com/trabajos-pdf2/prensa-escrita-dominicana-era-trujillo/prensa-escrita-dominicana-era-trujillo.pdf>
- Mendel, T., García Castillejo, Á., y Gómez, G. (2017). Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información*, 7, 1-37. <https://www.agesor.com.uy/archivos/pdf/29803concentracion%20demedios.pdf>
- Menéndez Alarcón, A. (1992). *Power and Television in Latin America. The Dominican Case*. Praeger.
- Merrill, J. C. (1974). *The imperative of freedom: A philosophy of journalistic autonomy*. Freedom House. Hasting House.
- Miège, B. (1996). *La sociedad conquistada por la comunicación*. Vol. I. PUG.
- Miguel de Bustos, J. C. (2003). Los grupos de comunicación: La hora de la convergencia. En E. Bustamante (Ed.), *Hacia un sistema mundial de comunicación: Las industrias culturales en la era digital* (pp. 227-256). GEDISA.
- Morrison, H. (2016). *Historia de las telecomunicaciones en la Republica Dominicana y Latinoamérica. Impacto social y reflexiones*. Editora Taller C.xA.

- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: Una actualización diez años después. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93501106>
- Muller-Martin, K. (2017). Prólogo. En UNESCO (Ed.), *Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana*. UNESCO.
- Murdock, G. (1981). *Marxism, Communication and Culture*. Macmillan Education.
- Murdock, G., y Golding, P. (1973). For a Political Economy of Mass Communications. *Socialist Register*, 10, 205-234. <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355>
- Murdock, G., y Golding, P. (1981). Capitalismo Comunicaciones y Relaciones de Clase. En J. Curran, et. al, *Sociedad y Comunicación de Masas*, (pp. 22-58). Fondo de Cultura Económica.
- Murdock, G., y Golding, P. (2000). Culture, Communications, and Political Economy. En J. Curran y M. Gurevich, *Mass Media and Society* (70-92). E. Arnold.
- Navarrete, C. (2019). La relación entre periodistas y el Estado en la República Dominicana: Un análisis desde la perspectiva laboral [Grado]. Autónoma de Santo Domingo.
- Núñez Fernández, J. A. (2009). *La guerra de locutores, abril de 1965*. Biblioteca Pedro Henríquez Ureña.
- ONDA. Acuerdo de Cooperación entre Indotel y Onda. <https://onda.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/Acuerdo-Interinstitucional-INDOTEL-y-ONDA-04-05-2021.pdf>
- Pérez, Carlos Osi (2013). Espaillat y Gómez Díaz: los magnates de la radiodifusión con más de la mitad del espectro FM. *EyR News*. <https://www.eyr.com.do/espaillat-y-gomez-diaz-los-magnates-de-la-radiodifusion-con-mas-de-la-mitad-del-espectro-fm/>
- Pérez, Carlos Osi (2013). Medios estatales y principales grupos privados con reducida participación radial. *N Digital*. <https://m.n.com.do/2023/01/14/medios-estatales-y-principales-grupos-privados-con-reducida-participacion-radial/>
- Pérez, T. (2011). Radio. En E. M. Cruz, et al. (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 132-139). Funglode.
- Pérez-Rubiera, O. (2024). Elecciones presidenciales dominicanas de 2020. Encuadres del clientelismo y *accountability* social. En M. Alcántara; M. García Montero, Mercedes y A. Bohigues (Coords.), *Elecciones en América Latina: de pandemia y de derrotas (2020-2023)*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Poder Judicial (2021). *Web de Transparencia del Poder Judicial*. https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20Listin%20Diario%20CSM-2021-435-2021.pdf
- Poder Judicial (2021a). *Web de Transparencia del Poder Judicial*. https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20Diario%20Libre%20CSM-2021-435-2021.pdf
- Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) Datos sobre estudiantes de Comunicación Social Mención Periodismo [13-5-2018].
- Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) Actualización de los datos sobre egresados Comunicación Social Mención Periodismo [29-7-2020].
- Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) Costo de la maestría con doble titulación con la Escuela de Administración de Empresas (EAE) España cohorte 2023-

- 2023 Actualización de los datos sobre egresados Comunicación Social Mención Periodismo [14-5-2024].
- Presidencia.gob.do (s.f.). Cuántas son las Instituciones gubernamentales
<https://www.presidencia.gob.do/acerca-de-rd/informacion-general>
- Presinal, A. (2021, agosto 1). ¡Celebramos 132 años y así va nuestra historia! *Listín Diario*.
<https://listindiario.com/la-republica/2021/08/01/682004/celebramos-132-anos-y-asi-va-nuestra-historia.html>
- Prestol, M. G. (2011). Ordenación Jurídica. En E. M. Cruz, *et al.* (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 20-27). Funglode.
- Ragin, Ch. y Becker, H. (eds.) 1992. *What Is a Case? Exploring the Foundations of Social Inquiry*. Cambridge University Press.
- Ramos, J. y Sierra Caballero, F. (2014). Economía política y políticas democráticas de comunicación en América Latina. *Íconos, Revista de Ciencias Sociales*, 18 (49), 9-12.
<https://doi.org/10.17141/iconos.49.2014.1268>
- Rivera, S. (2014, diciembre 3). Poppy Bermúdez dejó su impronta en la industria, el arte y la filantropía. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/actualidad/poppy-bermdez-dej-su-impronta-en-la-industria-el-arte-y-la-filantropa-OADL910691>
- Rizek, J. A. (2019). Una ley ya cansada: la necesaria reforma de la Ley General de Telecomunicaciones, N° 153-98. *Gaceta Judicial*, 385.
- Rodríguez, N. (2021, junio 2). Retrospectiva histórica de la libertad de expresión en la Constitución dominicana. *Acento*. <https://acento.com.do/opinion/retrospectiva-historica-de-la-libertad-de-expresion-en-la-constitucion-dominicana-8909865.html>
- Rodríguez Demorizi, E. (1985). *La Imprenta y los Primeros Periódicos de Santo Domingo*. Editora Taller.
- Romero, N. (2021, abril 5). Cronología de la historia del periodismo dominicano. Plan LEA. *Listín Diario*. <https://planlea.listindiario.com/2021/04/cronologia-de-la-historia-del-periodismo-dominicano/>
- Rosario Adames, F. (2022). Ley de Medios de comunicación de RD. Presentación de la experta mexicana Aleida Calleja Por una ley actualizada y democrática de medios de comunicación en RD. *Revista Estudios Sociales*, 45 (166), 193-196.
<https://estudiossociales.bono.edu.do/index.php/es/article/view/1075>
- Rounds, A. (2022). Enfoque en la confianza en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe. *Spotlight*, (septiembre).
<https://www.vanderbilt.edu/lapop/spotlights/Spotlight-Rounds-B37-spa-final-1.pdf>
- Rozón García, V. (2022). *EVALUACIÓN COVID-19 en la viabilidad de los medios de comunicación en la República Dominicana*. Funglode y UNESCO.
- Sáez, J. L. (1983). *Historia de un sueño importado. Ensayos sobre el Cine en Santo Domingo*. Ediciones Siboney.
- Schiller, H. (1969). *Mass Communication and American Empire*. Westview Press.
- Schiller, H. (1973). *The Mind Managers*. Beacon Press.
- Schiller, H. (1976). Communication and Cultural Domination. *International Journal of Politics*, 5 (4), 1-127.

- Schiller, H. (1983). La comunicación sigue al capital. En G. Richieri (Ed.), *La televisión: Entre servicio público y negocio* (pp. 51-70). Gustavo Gili.
- Segovia, A. (2000). Treinta años de economía política de la comunicación: Las aportaciones de Herbert I. Schiller. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 5, 241-260.
<https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0000110241A>
- Shaddai, E. (2022, diciembre 4). Cima sabor navideño: La tradición radial a la que Yoryi Castillo le da voz. *Listín Diario*.
<https://listindiario.com/entretenimiento/2022/12/04/751463/cima-sabor-navideno-la-tradicion-radial-a-la-que-yoryi-castillo-le-da-voz.html>
- Siebert, F., Peterson, T., y Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press.
- Smythe, D. W. (1960). On the Political Economy of Communications. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 37 (4), 563-572.
- Smythe, D. W. (1977a). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3), 1-27.
- Smythe, D. W. (1977b). Contribution to a political economy of mass-communication. *Media, Culture & Society*, 1 (2), 115-126.
- Smythe, D. W. (1978). Rejoinder to Graham Murdoch. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 2 (2), 120-127.
- Smythe, D. W. (1981). *Dependency Road: Communications, capitalism, consciousness, and Canada*. Ablex Publishing.
- Solís, L. (2018). El estado de la libertad de prensa en la República Dominicana. En J. M. Vásquez (Ed.), *La comunicación en la República Dominicana: Perspectivas críticas*. Editora Universitaria UASD.
- Sosa, J. R. (2021). Historia de los medios escritos en República Dominicana. *Acento*.
<https://acento.com.do/cultura/historia-de-los-medios-escritos-en-republica-dominicana-8930792.html>
- Straubhaar, J. (1988). Efectos de la televisión por cable en la República Dominicana. *Estudios Sociales*, 21 (72), 3-15.
- Teleantillas. (2011). *Historia de Teleantillas, libro de marca*. Editora Corripio.
- Tejada, G.; Ceballos, Y. y Mancebo, M. (2003). Estudio de los canales premium entre los usuarios de Telecable Nacional, en Santo Domingo, 2000-2003. [Trabajo de Grado]. UNAPEC
- The New York Times Editorial Board. (1994, Mayo 20). Mr. Balaguer's dubious victory. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/1994/05/20/opinion/mr-balaguer-s-dubious-victory.html>
- Torres, E. (2011). Despacho de la Primera Dama. En E. M. Cruz, et al. (Ed.), *El Libro Blanco de periodismo dominicano* (pp. 43-45). Funglode.
- Trejo Delarbre, R. (1990). ¿Cultura política?: De los medios a las mediaciones. En *Medios, democracia y fines* (pp. 95-109). Universidad Nacional Autónoma de México.

- Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. En L. Albornoz (Ed) *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Paidós.
- TSS. Tesorería de la Seguridad Social (2021). *Web de Transparencia de la TSS*. https://transparencia.poderjudicial.gob.do/documentos/PDF/actas-compras-menores/Com_Propuesta%20El%20Caribe%20CSM-2021-435-2021.pdf
- TSS. Tesorería de la Seguridad Social (2024). *Web de Transparencia de la TSS*. <https://www.tss.gob.do/transparencia/assets/tss-ccc-pepb-2024-0001add1.pdf>
- UIT. Unión Internacional de Telecomunicaciones. Recuperado 25 de junio de 2023, de <https://datahub.itu.int/data/?e=DOM>
- ULEPICC.es. (s. f.). Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Sección España) ULEPICC.es. Recuperado 21 de agosto de 2022, de <https://ulepicc.es/>
- UNESCO (2017). Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana. <https://www.unesco.org/es/articles/analisis-del-desarrollo-mediatico-en-republica-dominicana>
- Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (APEC) Información acerca del costo de la maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa [10-5-2024].
- Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) Datos sobre la Escuela de Comunicación Social Mención Periodismo [16-5-2018]
- Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) Información acerca del costo de la maestría en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas [11-5-2024]
- Universidad Católica de Santo Domingo (UCSD) Datos sobre estudiantes de Comunicación Social Mención Periodismo [26-9-2018].
- Universidad Interamericana (UNICA) Datos sobre estudiantes de Comunicación Social y cierre de la misma [13-1-2017].
- Universidad Organización y Método (O&M) Datos sobre la Escuela de Comunicación Social Mención Periodismo [10-5-2019].
- Universidad de la Tercera Edad (UTE) Datos sobre estudiantes de Comunicación Social Mención Periodismo [16-5-2018].
- Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA) Datos sobre estudiantes de Comunicación Social Mención Periodismo [7-9-2018].
- Vanguardia del pueblo (s. f.). Sale la Revista Ahora. *Vanguardia del Pueblo*. Recuperado 5 de junio de 2023, de <https://vanguardiadelpueblo.do/1962/01/sale-la-revista-ahora/>
- Ventura, J. (2021, agosto 11). Pionero en la modernidad de los diarios dominicanos. *Hoy Digital*. <https://hoy.com.do/pionero-en-la-modernidad-de-los-diarios-dominicanos/>
- Veras, T. (2009). *Las Telecomunicaciones en América y República Dominicana, Origen y Desarrollo*. Editora Corripio C.X.A.
- Veras, T. (2020). En M. Vidal (dir.), *Tiempo de radio. Un acercamiento a la historia de la radio dominicana* (documental). Centro INDOTEL.
- Vidal, M. (dir.) (2020). *Tiempo de radio. Un acercamiento a la historia de la radio dominicana* (documental). Centro INDOTEL.

- Wasko, J.; Murdock, G. y Sousa, H. (Eds.) *The Handbook of Political Economy of Communications*. Wiley.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications*. SAGE Publications
- Zabala Lorenzo, R. (2010). *Los gobiernos azules y la prensa*. El Nuevo Diario.
- Zee, Ch. (2013). *Theory of Geostationary Satellites*. Springer Netherlands.

7.1 Entrevistas

- Acevedo, C. (2018, marzo 6). Entrevista a Cristal Acevedo, presidenta del Observatorio de Medios Digitales en RD 2018 [Comunicación personal].
- Acevedo, C. (2023, junio 2). Entrevista a Cristal Acevedo, presidenta del Observatorio de Medios Digitales en RD actualización junio 2023 [Comunicación personal].
- Alba, A. (2024, marzo 22). Entrevista a Alejandro Alba, sobre financiamiento de publicidad privada al gerente general de la empresa Media Tracker [Comunicación personal].
- Albelo, J. C. (2023, julio 24). Entrevista a Juan Carlos Albelo, productor de televisión sobre matutino Hoy Mismo [Comunicación personal].
- Almánzar, R. (2023, junio 28). Entrevista a Ramón Almánzar, director y socio propietario del periódico digital MásVip [Comunicación personal].
- Arango, A. (2018, junio 8). Entrevista a Amparo Arango, ex coordinadora técnica de la Comisión Nacional de Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC) [Comunicación personal].
- Bautista, V. (2018, marzo 1). Entrevista a Víctor Bautista, ex jefe de redacción del periódico El Siglo. [Comunicación personal].
- Cabral, F. (2019, enero 8). Entrevista a Fabio Cabral, subdirector del periódico La Nación [Comunicación personal].
- Camil Santos, R. (2020, mayo 23). Entrevista a Ruth Camil Santos, periodista [Comunicación personal].
- Cepeda, L. (2023, julio 26). Entrevista al ingeniero Lenin Cepeda, encargado de las emisoras de los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC) [Comunicación personal].
- Colombo, R. (2014, abril 28). Entrevista a Ramón Colombo, ex director de Radio Televisión Dominicana (RTVD) [Comunicación personal].
- Cordero, M. (2018, marzo 2). Entrevista a Margarita Cordero exdirectora, del periódico 7 días.com, [Comunicación personal].
- Corripio, J. Luis. (2014, mayo 20). Entrevista a José Luis Corripio Estrada [Comunicación personal].
- De la Cruz, A. (2018, julio 5). Entrevista Adriano de la Cruz, expresidente del Colegio Dominicano de Periodistas (CPD) [Comunicación personal].
- De León, Z. (2023, junio 27). Entrevista a Zoila de León, periodista y propietaria del periódico digital Luminarias TV [Comunicación personal].

- Fernández, L. (2018, julio 6). Entrevista al expresidente Leonel Fernández [Comunicación personal].
- Figueroa, H. (2018, marzo 1). Entrevista a Homero Figueroa, director y propietario del periódico MetroRD [Es].
- Figueroa, H. (2020, junio 26). Entrevista a Homero Figueroa director y propietario del periódico MetroRD [Comunicación personal].
- Gómez Mazara, F. (2018, mayo 25). Entrevista a Fabricio Gómez Mazara, economista y redactor de la Ley 183-02 Monetaria y Financiera. [Comunicación personal].
- González Fabra, L. (2020, junio 8). Entrevista a Luis González Fabra, vocero del Palacio durante el gobierno del presidente Hipólito Mejía [Comunicación personal].
- González, M. (2023, agosto 2). Entrevista a Maybelle González, directora digital de Duv Agency [Comunicación personal].
- González, R. (2018, marzo 1). Entrevista a Ruddy González, exdirector del diario Última Hora [Comunicación personal].
- Hazim, J. (2020, noviembre 16). Entrevista al doctor Julio Hazim [Comunicación personal].
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2019, enero 23). Entrevista a técnico del Indotel sobre regulación e ilegalidad de las emisoras de Radio de Republica Dominicana [Comunicación personal].
- Jiménez, A. (2023, mayo 30). Entrevista Alex Jiménez, propietario del periódico Primicias [Comunicación personal].
- Lizardo, R. (2018, agosto 4). Entrevista Reyson Lizardo, ex director de Apoyo a la Ejecución de proyectos sobre la República Digital, [Comunicación personal].
- Lluberes, J. A. (2018, noviembre 15). Entrevista a José Lluberes, empresario radial, expresidente de ADORA y administrador de las emisoras de Baninter en el año 2003 [Comunicación personal].
- Lluberes, R. (Món). (2023, julio 4). Ranking de las emisoras de corte musical más escuchadas, entrevista al empresario radial Ramón (Món) Lluberes [Comunicación personal].
- Lora, H. (2017, diciembre 4). Entrevista a Huchi Lora [Comunicación personal].
- Lora, H. (2018, marzo 6). Entrevista a Huchi Lora, exdirector del periódico Diario Electrónico Dominicano (DEDOM) [Comunicación personal].
- Lorenzo Marte, D. (2018, mayo 26). Entrevista a David Lorenzo, periodista y abogado [Comunicación personal].
- Maldonado, P. (2018, mayo 22). Entrevista Persio Maldonado Sánchez, director de la Sociedad Dominicana de Diarios [Comunicación personal].
- Maldonado, P. (2024, mayo 3). Entrevista a Persio Maldonado Sánchez, propietario del Periódico Nuevo Diario y director de la Sociedad Dominicana de Diarios [Comunicación personal].
- Medina Gómez, R. (2024, abril 18). Entrevista a Richard Medina Gómez, economista y experto en presupuesto [Comunicación personal].
- Mejía Domínguez, H. (2018, septiembre 5). Entrevista a Hipólito Mejía, expresidente de la República Dominicana (2000-2004). [Comunicación personal].

- Mejía, F. (2018, marzo 11). Entrevista Felivia Mejía, periodista [Comunicación personal].
- Monegro, J. (2018, marzo 6). Entrevista a José Monegro, director del periódico El Día [Comunicación personal].
- Namnwm, M. (2023, junio 14). Entrevista a Monserrat Namnwm, gerente administrativa del Grupo RCC Media [Comunicación personal].
- Navarro, I. (2018, marzo 1). Entrevista Indhira Navarro, periodista s [Comunicación personal].
- Nieves, R., y Páez, D. (2023, julio 23). Entrevistas a Ricardo Nieves y Domingo Páez, periodistas [Comunicación personal].
- Nova, J. (2023, agosto 3). Entrevista Jesús Nova, director de las emisoras en Corporación Estatal de Radio y Televisión Dominicana (CERTV) [Comunicación personal].
- Núñez, R. (2020, junio 2). Entrevista a Rafael Núñez, vocero del Palacio durante el gobierno del presidente Leonel Fernández [Comunicación personal].
- Olivo, H. (2018, mayo 1). Entrevista a Héctor Olivo, ex director de Corporación Dominicana de Radio y Televisión (CERTV) [Comunicación personal].
- Olivo Peña, G. (2018, marzo 1). Entrevista a Gustavo Olivo Peña, subdirector del periódico Acento [Comunicación personal].
- Olmos, V. (2023, julio 31). Entrevista Vladimir Olmos, coordinador de programación del grupo RCC [Comunicación personal].
- Pérez, J. T. (2018, septiembre 14). Entrevista José Tomás Pérez, ex senador y propulsor de la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública [Comunicación personal].
- Pérez, L. (2023, mayo 3). Entrevista a Leidy Pérez, ex editora de revista del periódico El Nuevo Diario [Comunicación personal].
- Pintor, J. (2023, enero 9). Entrevista José (Pinky) Pintor, productor de cine y televisión [Comunicación personal].
- Polanco, C. (2020, julio 29). Entrevista a Carlos Polanco, director técnico del canal Amé 47 [Comunicación personal].
- Puig, M. (2018, febrero 6). Entrevista a Max Puig, político [Comunicación personal].
- Reyes Gómez, J. (2018, noviembre 8). Entrevista a José Reyes Gómez, presidente de la Asociación Dominicana de Radiodifusoras (ADORA) [Comunicación personal].
- Rodríguez Marchena, R. (2020, septiembre 29). Entrevista a Roberto Rodríguez Marchena, vocero del Palacio durante el gobierno del presidente Danilo Medina (2012-2020) [Comunicación personal].
- Rodríguez, N. (2023, marzo 28). Entrevista Namphi Rodríguez, director ejecutivo de la Comisión consultiva para la revisión y la actualización de la legislación sobre la Libertad de Expresión [Comunicación personal].
- Rojas León, R. (2020, julio 24). Entrevista al periodista y abogado Ricardo Rojas León [Comunicación personal].
- Rosario Adames, F. (2020, junio 23). Entrevista a Fausto Rosario Adames, propietario y director del periódico digital Acento [Comunicación personal].
- Ruiz, M. (2020, agosto 2). Entrevista al sacerdote Manuel Ruíz, ex director del canal católico canal 41 Televida [Comunicación personal].

- Scheker, L. (2018, abril 18). Entrevista a Luis Scheker, director regulación y defensa de la competencia del Indotel [Comunicación personal].
- Selmo, J. A. (2018, febrero 1). Entrevista a José Alberto Selmo, propietario de Unik Radio [Comunicación personal].
- Selmo, J. A. (2018, noviembre 7). Entrevista a José Alberto Selmo [Comunicación personal].
- Selmo, J. A. (2023, julio 4). Entrevista José Alberto Selmo [Comunicación personal].
- Severino, J. (2018, marzo 5). Entrevista Jairón Severino, director del semanario El Dinero [Comunicación personal].
- Tejada, A. M. (2018, marzo 7). Entrevista Adriano Miguel Tejada, ex director del periódico Diario Libre [Comunicación personal].
- Vargas Pantaleón, J. R. (2018, junio 12). Entrevista José Rafael Vargas Pantaleón, ex presidente del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) [Comunicación personal].
- Vargas, R. (2018, marzo 6). Entrevista Robert Vargas, exdirector y propietario del periódico digital Ciudad Oriental [Comunicación personal].
- Villanueva, J. (2023, agosto 3). Entrevista a Jean Villanueva (El panda que anda), productor de radio, teatro y podcast [Comunicación personal].

Entrevistas a periodistas

- periodista 01. (2018, marzo 1). Entrevista a periodista 01 [Comunicación personal].
- periodista 02. (2018, marzo 1). Entrevista a periodista 02 [Comunicación personal].
- periodista 03. (2018, marzo 1). Entrevista a periodista 03 [Comunicación personal].
- periodista 05. (2018, marzo 2). Entrevista a periodista 05 [Comunicación personal].
- periodista 07. (2018, marzo 6). Entrevista a periodista 07 [Comunicación personal].
- periodista 10. (2018, marzo 7). Entrevista a periodista 10 [Comunicación personal].
- periodista 11 (2018, marzo 7). Entrevista a periodista 11 [Comunicación personal].
- periodista 13. (2018, marzo 8). Entrevista a periodista 13 [Comunicación personal].
- periodista 16. (2018, marzo 12). Entrevista a periodista 16 [Comunicación personal].
- periodista 19. (2018, marzo 13). Entrevista a periodista 19 [Comunicación personal].
- periodista 22. (2018, marzo 15). Entrevista a periodista 22 [Comunicación personal].
- periodista 23. (2018, marzo 15). Entrevista a periodista 23 [Comunicación personal].
- periodista 24. (2018, marzo 15). Entrevista a periodista 24 [Comunicación personal].
- periodista 27. (2018, marzo 19). Entrevista a periodista 27 [Comunicación personal].
- periodista 31. (2018, marzo 20). Entrevista a periodista 31 [Comunicación personal].
- periodista 33. (2018, marzo 22). Entrevista a periodista 33 [Comunicación personal].
- periodista 34. (2018, marzo 23). Entrevista a periodista 34 [Comunicación personal].
- periodista 41. (2018, marzo 27). Entrevista a periodista 41 [Comunicación personal].
- periodista 42. (2018, marzo 27). Entrevista a periodista 42 [Comunicación personal].

periodista 48. (2018, marzo 29). Entrevista a periodista 48 [Comunicación personal].
 periodista 50. (2018, marzo 30). Entrevista a periodista 50 [Comunicación personal].

7.2 Normativas

Leyes y decretos del Poder Legislativo y del Poder Ejecutivo

- Cámara de Diputados (2021) Anteproyecto de modificación a la Ley 153-98. Iniciativa del diputado Tobías Crespo. <https://www.diputadosrd.gob.do/sil/iniciativa/141306>
- Congreso de la República Dominicana. (1911). Ley 4990 sobre empresas de telégrafos y teléfonos. Gaceta Oficial no.2192.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3273471&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1933). Ley 511 Estaciones Radioeléctricas. Gaceta Oficial no.4577.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3270190&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1934). Ley 725 Modificación de los artículos 6 y 10 de la Ley N° 511 sobre Estaciones Radioeléctricas.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269313&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1935). Ley 879 Derogación del artículo 7 de la ley sobre Estaciones Radioeléctricas.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269084&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1935). Ley 916 Reglamentación de las funciones cinematográficas para niños. Gaceta Oficial no.4800.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269120&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1937a). Ley 1342 de Aprobación de la Convención Internacional referente al uso de la radiodifusión en favor de la Paz. Gaceta Oficial no.5049.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3271357&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1937b). Ley 1435 Modificación del artículo primero de la ley 511 del 18 de mayo del 1933, de estaciones radioeléctricas. Gaceta Oficial no.5104.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3271873&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1938). Ley 1474 de vías de comunicación. Gaceta Oficial no.5142.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3273139&managementType=1>

- Congreso de la República Dominicana. (1941). Ley 579 que suprime las Secretarías de Estado de Comunicaciones y Obras Públicas, que crea la Dirección General de Comunicaciones y modifica la Ley de Secretarías de Estado.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3272094&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1946). Ley 1083 que crea la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos. Gaceta Oficial no.6382.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3277025&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1947a). Ley 1405 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía. Gaceta Oficial no.6621.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3277078&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1947b). Ley 1470 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos y Radiofonía. Gaceta Oficial no.6655.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3277092&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1948). Ley 1664 Que modifica el último acápite del artículo 2 de la ley 1470 sobre la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos. Gaceta Oficial no.6766.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281705&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1949). Ley 1951, sobre reglamentación de espectáculos públicos y emisiones radiofónicas. Gaceta Oficial no.7786.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3278725&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1951). Ley 2376, que modifica el artículo 3 de la ley sobre reglamentación de los espectáculos públicos y emisiones radiofónicas. Gaceta Oficial no.7122.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281381&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1954). Ley 4003 que pone bajo la dependencia de la Secretaría de Estado de Educación y Bellas Artes, la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía Gaceta Oficial no. 7786.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3284903&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1962). Ley 5785 que confisca y declara bienes nacionales todos los teneres, créditos, acciones y obligaciones que pertenecieron a Rafael L. Trujillo Molina, a sus hijos, esposa, madre y otros familiares. Gaceta Oficial no.8632.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3288613&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1962). Ley 6132 de Expresión y difusión del pensamiento. Gaceta Oficial no.8721.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3309796&managementType=1>

- Congreso de la República Dominicana. (1966). Ley 118 de Telecomunicaciones. Gaceta Oficial no.8970.<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3317949&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1966). Ley 168 que concede la categoría de funcionarios y empleados públicos a los miembros del personal de “Radio Televisión Dominicana”. Gaceta Oficial no. 8979.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3317964&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1978). Ley 908 que prohíbe terminantemente la concesión de nuevos permisos para la instalación en el país de estaciones de radio o televisión. Gaceta Oficial no.9487.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3304724&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1991). Ley 10-91 Creación del Colegio Dominicano de Periodistas. Gaceta Oficial no.9807.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3330787&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1997). Ley 275-97 Electoral de la República Dominicana. Gaceta Oficial no.9970.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3314390&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (1998). Ley 153-98 General de Telecomunicaciones. Gaceta Oficial no.9983.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3314700&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2002). Ley 183-02 Monetaria y Financiera de la República Dominicana. Gaceta Oficial no.10187.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337228&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2003). Ley 134-03 que crea la Corporación Estatal de Radio y Televisión (CERTV). Gaceta Oficial no.10226.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3342757&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2004). Ley de Libre Acceso a la Información Pública 200-04. Gaceta Oficial no.10290.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3344694&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2006). Ley No. 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones. Gaceta Oficial no.10380.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3340219&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2007). Ley No. 53-07 sobre Crímenes y Delitos de Alta Tecnología.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3346385&managementType=1>

- Congreso de la República Dominicana, Senado (2009) Resolución 06033 que crea la comisión para estudiar y actualizar la ley 153-98.
<https://memoriahistorica.senadord.gob.do/handle/123456789/26439>
- Congreso de la República Dominicana. (2010). Ley 108-10 para el fomento de la actividad cinematográfica en le República Dominicana Gaceta Oficial no.10580.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3364874&managementType=1>
- Congreso de la República Dominicana. (2012). Ley 1-12 que establece la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030. Oficial no.10656.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3371993&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1880). Decreto 1849 Señalando una subvención de \$40 pesos mensuales a todo periódico que se publique en el país.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3346009&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1884). Resolución 2228 del P. E. concediendo al señor Preston C. Nason, el derecho de establecer en la República, el sistema perfeccionado de centrales telefónicas de Nason.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3266954&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1928). Resolución 1370 sobre la colección de Leyes, Decretos y Resoluciones emanados de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3265163&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1933). Decreto 851 Reforma del Reglamento sobre Estaciones Radioeléctricas.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269906&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1935). Decreto 1283 Reforma del Reglamento sobre Estaciones Radioeléctricas.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3269937&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1949). Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas,
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3279884&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1953). Decreto 8868 que modifica el artículo 27 del reglamento n° 5906, sobre espectáculo público y radiofonía.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3346009&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1954). Decreto 277 que modifica el artículo 27 del Reglamento 5906, sobre Espectáculos Públicos y Radiofonía.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3299930&managementType=1>

- Presidencia de la República Dominicana. (1954). Decreto 472, sobre la integración de la Junta de revisión establecida por artículo 27 del Reglamento 5906 sobre Espectáculos Públicos y Emisiones Radiofónicas
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3300291&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1955). Reglamento de 995 Sobre espectáculos públicos y emisiones radiofónicas, Gaceta Oficial no.7863
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3281045&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1966). Decreto 621 que limita temporalmente el número de estaciones radiodifusoras que puedan operar en el país.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3305975&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1971). Reglamento 824 Para el funcionamiento para el funcionamiento de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3299157&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1974). Decreto 4306 que modifican los artículos 1, 3, 5, primera parte del artículo 6, 101, 109, 110, III, 132, del Reglamento 824 del año 1971
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3355085&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1974). Decreto 4601 que establece en lo sucesivo no se concederán nuevos permisos para la instalación de radio o televisión.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3355836&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1979). Decreto 743 Señalando una subvención de \$40 pesos mensuales a todo periódico que se publique en el país.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3346009&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1983). Decreto 1507 que crea la Dirección de Información, Publicidad y Prensa de la Presidencia de la República y dicta otras disposiciones. Gaceta Oficial no.9624.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3296579&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1994). Decreto 305-94 que crea e integra una comisión encargada de realizar un estudio de la situación reinante en las diferentes bandas de televisión de VHF y UHF, de 1994.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3333017&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (1997). Decreto 166-97 que crea e integra una comisión encargada de la revisión y elaboración de propuestas para la modificación y actualización del Reglamento No.824 del año 1971, de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía. sobre la integración de la Junta de Revisión establecida por artículo 27 del Reglamento 5906 sobre Espectáculos
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3314281&managementType=1>

- Presidencia de la República Dominicana. (2000). Decreto 741-00 que crea el despacho de la Primera Dama como instancia Técnico Administrativa en el ámbito de la Presidencia de la Republica.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337085&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2001). Decreto 676-01 que crea la Dirección General de la Radioemisora Cultural “La Voz de las Fuerzas Armadas”.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3337787&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2004) Decreto 1538-04 que transfiere al Despacho de la Primera Dama, la dirección y administración de los Centros Tecnológicos Comunitarios, incluyendo la Oficina Ejecutora y Grupo Interinstitucional de dichos centros y proyectos. Señalando una subvención.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3339040&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2005). Decreto 212-05 que crea la Comisión Nacional de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC) en la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3345312&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2005). Decreto 312-05, que deroga el Reglamento No. 301-05, para el Funcionamiento y Organización de la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y Radiofonía, y establece la vigencia del Reglamento No. 824 del 1971, y sus modificaciones.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3339427&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2010). Decreto 407-10 que establece como modelo estándar de Televisión Terrestre Digital para ser implementado en la República Dominicana, el modelo norteamericano ATSC (Avanced Television System Commitee), y otorga un plazo de 5 años para implementarlo en el país. Gaceta Oficial no.
http://www.observacom.org/sitio/wp-content/uploads/2017/03/Decreto-407_2010_Adopta-estándar-ATSC.pdf
- Presidencia de la República Dominicana. (2012). Decreto 490 que crea la Dirección General de Comunicación (DICOM) de la Presidencia de la República Dominicana. Gaceta Oficial no.10396.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3368347&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2012.). Decreto 489-12 Se transfiere el Programa de “Centros Tecnológicos Comunitarios” (CTC), actualmente bajo la dirección y ejecución del Despacho de la Primera Dama, a la Red de Protección Social del Gabinete Social, como una herramienta que articulará y coordinará sus acciones como parte de la estrategia de reducción de la pobreza y de estímulo de capital humano y social.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3368346&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2015). Decreto 294-15 se extiende el plazo para la transición a tv digital. Gaceta Oficial no. 10814.

<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3379590&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2016). Decreto 258-16 que crea el Programa República Digital, para promover la inclusión de las tecnologías de información y comunicación en los procesos productivos, educativos, gubernamentales y de servicios a los ciudadanos. Crea e integra la Comisión Presidencial de República Digital. Deroga los decretos Nos. 212-05 y 551-09. Gaceta Oficial no. 10859.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3379590&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2020). Decreto 539-20 que declara de alto interés nacional el derecho esencial de acceso universal al internet de banda ancha de última generación y el uso productivo de las comunicaciones de las tecnologías de la información y comunicación. Instruye al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones a formular el Plan Nacional de Banda Ancha. Deroga el artículo 1 del Dec. No. 294-15.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3397367&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2021). Decreto. 71-21 que crea e integra el Gabinete de Transformación Digital, con dependencia administrativa del Ministerio de la Presidencia. Designa los miembros titulares de dicho gabinete. Deroga el Dec. No. 258-16 y modifica el párrafo del artículo 2 del Dec. No. 539-20 y los artículos 7 y 8 del Dec. No. 229-18, así como el párrafo del artículo 1 del Dec. No. 383-18. G. O. No. 11009 del 11 de febrero de 2021.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3397858&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2021). Decreto-542-21 que suprime la Dirección General de Comunicación, la Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica y la Dirección de Información y Prensa de la Presidencia. Crea el Sistema de Comunicación Gubernamental a cargo de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental. Crea la Dirección de Prensa del Presidente de la República. Gaceta Oficial no.11037.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3398672&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2022). Decreto 333-22 que crea e integra una comisión consultiva con carácter honorífico que tendrá a su cargo presentar al Poder Ejecutivo un borrador de ley a los fines de actualizar la legislación vigente sobre la libertad de expresión. <https://presidencia.gob.do/decretos/333-22>

Presidencia de la República Dominicana. (2022). Decreto 68-22 dispone que el Programa de los Centros Tecnológicos Comunitarios queda adscrito al Gabinete de Coordinación de Políticas Sociales. Deroga el Dec. núm.489-12.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3399222&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2022). Decreto 776-22 que crea e integra el Consejo Interministerial de Propiedad Intelectual, coordinado por el Ministerio de Industria y Comercio. Deroga el Dec. núm.303-01. G. O. No. 11094 del 31 de diciembre de 2022.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3400688&managementType=1>

Presidencia de la República Dominicana. (2022). Decreto 437-32 que modifica el artículo 4 del Dec. Núm. 539-20 y deroga el artículo 1 del Dec. Núm. 294-15. Instruye al Instituto

- Dominicano de las Telecomunicaciones a establecer una hoja de ruta que permita la implementación de la televisión digital terrestre antes de las 11:59 pm del 31 de diciembre de 2023. Gaceta Oficial no. 11078.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3399976&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2023). Decreto 338-23 que crea e integra el Gabinete de Innovación y Desarrollo Digital, presidido por el Ministerio de la Presidencia, y del cual forma parte la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo, entre otras instituciones. Deroga los decretos núms. 71-21, 464-21 y 465-21. G. O. No. 11115 del 31 de julio de 2023.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401135&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2023). Decreto 666-23 que establece como fecha límite las 11: 59 p. m, del 31 de julio de 2024 para que las concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva procedan al apagón analógico; y a las 11: 59 p. m, del 30 de noviembre de 2024 como fecha límite para realizar el encendido digital. Deroga el Dec. núm. 437-22.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401701&managementType=1>
- Presidencia de la República Dominicana. (2024). Decreto-1-24 que establece los criterios e instrucciones para la contratación de la difusión de la publicidad oficial directamente con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas o influenciadores de los medios digitales. Gaceta Oficial no. 11134.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3401789&managementType=1>
- República Dominicana (1844). Constitución Política de la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=5069eab1-6b65-4ce3-a312-7aad8022c032>
- República Dominicana (1865). Constitución Política de la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=73bc9c37-80e7-407c-a763-6c1d776102ca>
- República Dominicana (1963). Constitución de la Nación Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=9bbd0452-eb2a-41fb-9f7a-c1014f734ddb>
- República Dominicana (2002). Constitución de la República Dominicana. <https://ojd.org.do/wp-content/uploads/2020/05/Constitución-de-la-República-Dominicana-2002.pdf>
- República Dominicana (2010). Constitución de la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3362730&managementType=1>
- República Dominicana (2015). Constitución de la República Dominicana.
<https://www.consultoria.gov.do/Consulta/Home/FileManagement?documentId=3374277&managementType=1>
- Senado (2009). Resolución que crea la comisión para estudiar y actualizar la ley 153-98.
<https://memoriahistorica.senadord.gob.do/handle/123456789/26439>
- Tribunal Constitucional de la República Dominicana. (2016). Sentencia del Tribunal Constitucional, República Dominicana 0075/16 contra los artículos 30, 31, 32, 33, 34, 35, 39, 40, 46, 47, 48 de la Ley 6132, sobre Expresión y Difusión del Pensamiento, así como

contra los artículos 368, 369, 370, 371 y 372 del Código Penal dominicano.
<https://www.tribunalconstitucional.gob.do/consultas/secretar%C3%ADa/sentencias/tc007516>

Resoluciones y reglamentos del INDOTEL

INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2002). Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora de Amplitud Modulada (AM). <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/51-republicadominicanareglamentoam-2002.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2002) Resolución No.006-02 Que da inicio al proceso preparatorio de verificación, depuración y renovación provisional de las licencias vigentes para la operación de canales de televisión en las bandas VHF Y UHF, y aprueba el formato del certificado de licencia a ser expedido en esta etapa del proceso. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res006-02.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2002) Resolución No.046-02 que aprueba el "reglamento del servicio de radiodifusión sonora de Amplitud Modulada (AM)" <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res046-02.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2002) Resolución No.007-02 que aprueba las enmiendas efectuadas al “reglamento de concesiones, inscripciones, en registros especiales y licencias para prestar servicios de telecomunicaciones en la República Dominicana <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resoluciones-cd-no-007-02-tipo-res-regulacion-fecha-aprobacion-24-01-2002.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2002). Resolución 060-02, que autoriza la operación de traspaso de las licencias para la explotación del canal 27 de la banda UHF, emitidas a nombre de la Sociedad San Cristóbal de Televisión y Radio, s.a., a favor de la compañía canal 27 UHF, C. POR A. Disponible en; <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res060-02.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2003) Resolución No. 043-03 que da inicio al proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico de la banda de frecuencias de Frecuencia Modulada en todo el territorio nacional, de acuerdo con la ley general de telecomunicaciones no. 153-98 y el Plan Nacional de Atribución de frecuencias (PNAF). <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res043-03.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2003) Resolución No.44-03 que da inicio al proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico de la banda de Frecuencias de Amplitud Modulada en todo el territorio nacional, de acuerdo con la ley general de telecomunicaciones no. 153-98 y el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF). <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res044-03.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2004) Resolución No.043-04 que ratifica los derechos de la sociedad Corporación de Televisión y microondas rafa, c. por a. (Telemicro) para operar la frecuencia 88.1 Mhz a nivel nacional. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion-no-043-04.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (2004). Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora de Frecuencia Modulada (FM). <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/44-reglamentofm-2002.pdf>

INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2006) Resolución No.122-06 Que dispone la continuación del proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico en la

- banda de frecuencia modulada (FM), en las regiones Norte, Noroeste, Sur y Este del Territorio Nacional. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res122-06.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2006) Resolución No.059-06 Que dispone la continuación del proceso de reordenamiento del espectro radioeléctrico en la banda de frecuencia modulada (FM), en la región norte y noroeste del territorio nacional. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res059-06.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2008) Resolución No.159-08Que dispone el inicio de la consulta pública para el proceso de la transición de la Radiodifusión Televisiva Analógica a Digital en la República Dominicana <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res159-08.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2009) Resolución No. 041-09 Que conoce la solicitud de cambio de frecuencia presentada por la concesionaria del servicio público de radiodifusión sonora radioemisoras UNIDAS, S. A. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res041-09.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2017) Resolución 075-17 que otorga al Ministerio de Educación las licencias correspondientes que amparan el derecho de uso de las frecuencias 10.00 GHz, 10.20 GHz, 10.30 GHz, 10.40 GHz, 10.50 GHz, 10.60 GHz y 10.70 GHz para la operación de servicios privados de radiocomunicaciones. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-075-17-ministerio-educacion.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2018) Resolución 026-18 que decide sobre la solicitud de autorización para transferencia a favor del Banco Intercontinental, S. A. De los títulos habilitantes otorgados a la Intercontinental de Medios, S. A. Para la prestación de servicios de radiodifusión sonora. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-026-18-clab-baninter-intercontinental-de-medios-1.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2018) Resolución 056-18 que dispone la suspensión provisional de la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de radiodifusión sonora <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resoluciones-cd-no-056-18-tipo-fecha-aprobacion-08-08-2018.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2019) Resolución 041-19 que declara adecuada a las disposiciones legales y regulatorias vigentes las autorizaciones emitidas por la antigua dirección general de telecomunicaciones (DGT), a favor de la sociedad Telesistema Dominicano, S. A. S, para la prestación del servicio público de radiodifusión televisiva, en las frecuencias 198-204 MHZ. (Canal 11 VHF), con cobertura nacional. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-041-19-firmada.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2019) Resolución 016-19 que autoriza al Banco Intercontinental, S. A. a la detentación de los derechos sobre los títulos habilitantes otorgados a la Sociedad Inversiones Madeira, s. a., para la prestación de servicios de radiodifusión sonora. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-016-19_baninter-clab_signed_inversiones_madeira_signed__1__signed.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2019) Resolución 044-19 que extiende la suspensión provisional de la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de Radiodifusión Sonora. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-044-19-firmada.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2019) Resolución 023-19 que establece el protocolo para llevar a cabo el proceso pendiente de adecuación de las

- autorizaciones para prestar servicios públicos de telecomunicaciones que fueron otorgadas con anterioridad a la entrada en vigencia de la ley no. 153-98, de fecha 27 de mayo de 1998. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion_023-19_-_adecuacion_autorizaciones.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (2019). Resolución 036-19 Autorización para Servicios de Telecomunicaciones. https://transparencia.indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/resolucion_036-19_que_dicta_reglamento_de_autorizaciones-1-1.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2020) Resolución 054-2020 que dispone nuevamente la suspensión provisional de la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de Servicios Público de Radiodifusión Sonora. <https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res-054-2020.pdf>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2020) Resolución 065-2020 que declara adecuada a las disposiciones de la ley general de telecomunicaciones núm. 153-98, las autorizaciones expedidas por la antigua dirección general de telecomunicaciones (DGT), para la operación del servicio de radiodifusión sonora en las frecuencias 920 KHz de Quita sueño, Haina, provincia San Cristóbal, 103.7 MHz en la ciudad de santo domingo, 1190 kHz en Licey al medio, provincia Santiago, 101.7 MHz de la colonia, Cambita, San Cristóbal, provincia san Cristóbal, 101.7 mhz de la región este, 101.7 MHz de la región de san juan de la Maguana, 97.5 MHz en Casabito, provincia Monseñor Nouel, 92.5 MHz en Cotuí, provincia Sánchez Ramírez, 91.9 MHz en la provincia Elías Piña, 91.9 MHz en Samaná, provincia Samaná, 97.5 MHz en terrenas, provincia Samaná y 94.7 MHz en moca, provincia Espaillat y a la vez autoriza la operación de transferencia de las mismas a favor de la sociedad Radio Televisión Nacional, S. A., (RTN). https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_signed_065-2020_adecuacion_y_transferencia_clabrtn_1_signed.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2021) Resolución 136-2021 que dispone la extensión del plazo de la suspensión provisional para la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de Frecuencias Radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de Radiodifusión Sonora. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_136-2021_extension_de_plazo.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2021) Resolución 087-21 que dispone la adopción de medidas precautorias para la clausura e incautación provisional de los equipos utilizados por la entidad denominada “Dorville Comunicaciones”, por ofrecer de manera ilegal servicios de reventa de internet, en el municipio Villa Isabela, Provincia Puerto Plata. <https://do.vlex.com/vid/resolucion-no-087-2021-953319612>
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Resolución 065-2022 que dispone la extensión del plazo de la suspensión provisional para la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de radiodifusión sonora. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_065_2022_extensi_n_del_plazo_de_la_veda_.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Resolución 041-2022 que dispone la extensión del plazo de la suspensión provisional para la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de radiodifusión sonora. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_signed_041-2022_extension_del_plazo_de_la_veda_version_final_signed.pdf

- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Resolución 090-2022 que dispone la extensión del plazo de la suspensión provisional para la expedición de las autorizaciones requeridas para el uso de frecuencias radioeléctricas en la prestación de servicios públicos de radiodifusión sonora. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_090_2022_veda.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Resolución 050-2022 que decide sobre la solicitud de la Corporación de Televisión y Microondas Rafa, s.a., sobre el reconocimiento del derecho de uso y explotación del canal 3 VHF https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_signed_050-2022_decide_sobre_solicitud_grupo_telemicro_signed.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2022) Resolución 068-2022 que ordena el inicio del proceso de consulta pública para dictar el “reglamento para la prestación del servicio de difusión televisiva por suscripción”. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/10/res_068_2022_reglamento_para_la_prestacion_del_servicio_de_difusion_por_suscripcion.pdf
- INDOTEL. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2024) resolución 087-2024 que decide las solicitudes de cambios de canal virtual presentadas en ocasión del plan de transición a la televisión terrestre digital y que determina el alcance nacional del canal 6 lo obliga a la transmisión de antena abierta. https://indotel.gob.do/wp-content/uploads/2024/08/res_087_2024_responde_consulta_publica_solicitudes_canales_virtuales_1_signed.pdf

Resultados electorales de la Junta Central Electoral

- Junta Central Electoral (1990). Gaceta 9795 Bis 15/11/90.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9750&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190.
- Junta Central Electoral (1994). Gaceta 9901 14/02/95.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9751&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190.
- Junta Central Electoral (1996). Gaceta 9938 10/11/96.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9752&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2000). Gaceta 10047 10/07/00.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9754&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2004). Gaceta 10296 26/10/04.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9755&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2005). Gaceta 10312 8/3/05.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9756&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2009). Gaceta 10509 25/2/09.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9757&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190

- Junta Central Electoral (2009). Gaceta 10510 26/2/09.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9758&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2010). Gaceta 10583 25/9/10.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9759&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2012). Gaceta 10686 28/7/12.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9760&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2016). Gaceta 10858 22/9/16.
https://jce.gob.do/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?EntryId=9761&Command=Core_Download&language=es-ES&PortalId=1&TabId=190
- Junta Central Electoral (2020). 066-2020 Resolución sobre declaración de ganadores de las candidaturas presidencial y vicepresidencial. <https://elecciones2020.jce.gob.do/>