



Universidad Autónoma  
del Estado de México



**Así suena  
la FM**  
*Historia de la radio  
en América Latina  
y el Caribe*

Tito Ballesteros López

Lenin Martell Gámez

*Coordinadores*



**Así suena  
la **FM****

**Historia de la radio  
en América Latina  
y el Caribe**



Universidad Autónoma  
del Estado de México

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales

**Carlos Eduardo Barrera Díaz**

*Rector*

Doctora en Ciencias Sociales

**Martha Patricia Zarza Delgado**

*Secretaria de Investigación y Estudios Avanzados*

Doctora en Ciencias Sociales

**Laura Elizabeth Benhumea González**

*Directora de Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*

Maestra en Administración

**Susana García Hernández**

*Directora de Difusión y Promoción  
de la Investigación y los Estudios Avanzados*

# Así suena la **FMI**

Historia de la radio  
en América Latina  
y el Caribe

**Tito Ballesteros López**  
**Lenin Martell Gámez**  
(Coordinadores)

*"2024, Conmemoración del 60 Aniversario de la Inauguración de Ciudad Universitaria"*

Universidad Autónoma del Estado de México  
Toluca, 2024

Así suena la FM. Historia de la radio en América Latina y el Caribe / Tito Ballesteros López, Lenin Martell Gámez, coordinadores.

1ª ed.

Toluca, Estado de México : Universidad Autónoma del Estado de México, 2024.

384 p. : il. ; 23 cm.

ISBN 978-607-633-925-1 (impreso)

ISBN 978-607-633-926-8 (PDF)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Ciencias sociales – Investigadores -- México

I. Ballesteros López, Tito, coord.

II. Martell Gámez, Lenin, coord.

H62.5.M6 P36 2024



## Así suena la FM. Historia de la radio en América Latina y el Caribe

Tito Ballesteros López y Lenin Martell Gámez

*Coordinadores*

Libro sometido a sistema antiplagio y publicado con la previa revisión y aprobación de pares doble ciego externos. Expediente de obra 388/11/2023, Dirección de Difusión y Promoción de la Investigación y los Estudios Avanzados, adscrita a la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Primera edición: 02 de octubre de 2024

ISBN 978-607-633-925-1 (impreso)

ISBN 978-607-633-926-8 (PDF)

D.R. © Universidad Autónoma del Estado de México

Instituto Literario núm. 100 Ote., col. Centro

C.P. 50000, Toluca, México

[www.uaemex.mx](http://www.uaemex.mx)

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad Autónoma del Estado de México.

El contenido de esta publicación es responsabilidad de los coordinadores y los autores.



Esta obra queda sujeta a una licencia *Creative Commons* Atribución-No comercial-Sin derivadas 4.0 Internacional. Puede ser utilizada con fines educativos, informativos o culturales, ya que permite solo descargar sus obras y compartirlas, siempre y cuando den crédito, pero no pueden cambiarlas de forma alguna ni usarlas de manera comercial. Disponible para su descarga en acceso abierto en: [ri.uaemex.mx](http://ri.uaemex.mx)

Hecho en México.

# Índice

15	<b>Prólogo.</b> <i>Sigue sonando</i>
19	<b>Introducción</b>
	<b>Capítulo I</b>
<b>25</b>	<b>Cronología: pasado, presente y futuro de la FM en América Latina y el Caribe</b>
25	<i>80 años de historia y de sonidos regionales</i>
28	<i>La FM en el mundo</i>
29	<i>El contexto político y los flujos de capital</i>
31	<i>Ecuador y Cuba. Primeros países en FM</i>
32	<i>1946, nace la FM en Argentina</i>

33	<i>Más medios en el dial</i>
35	<i>1962, 1967 y 1968: nuevas propuestas regionales</i>
36	<i>1970 y 1973: más medios en FM</i>
39	<i>Políticos, políticas, poder y medios de comunicación</i>
41	<i>Lo tecnológico en la FM</i>
43	<i>La programación radial</i>
45	<i>Primeras emisoras de FM en América Latina y el Caribe: 1936-1970</i>
46	<i>1980: crecimiento y madurez</i>
52	<i>1990: consolidación del dial y grandes cambios</i>
56	<i>Década del 2000: más comunicación en FM</i>
57	<i>El auge de las estaciones comunitarias</i>
60	<i>Los medios públicos en el dial</i>
61	<i>La universidad en el dial</i>
63	<i>Lo religioso en los medios</i>
64	<i>Un nuevo rostro para la frecuencia modulada</i>

<b>66</b>	<i>Leyes de medios y cambios en el dial</i>
<b>70</b>	<i>Organismos reguladores de la radiodifusión en América Latina y el Caribe</i>
<b>71</b>	<i>Un universo de conversaciones</i>
<b>75</b>	<i>La actualidad radiofónica</i>
<b>76</b>	<i>Presente de la FM: países de Sudamérica</i>
<b>77</b>	<i>Presente de la FM: países de Centroamérica y el Caribe</i>
<b>79</b>	<i>Número de radios de FM en América Latina y el Caribe</i>
<b>80</b>	<i>El futuro de la FM</i>
<b>83</b>	<i>Futuro de la FM: países de Sudamérica</i>
<b>84</b>	<i>Futuro de la FM: países de Centroamérica y el Caribe</i>
<b>86</b>	<i>Referencias</i>

# 89

## Capítulo II

### **Elementos comunes de la FM en América Latina y el Caribe**

- 89 *Acuerdos en las diferencias*
- 92 *La modernidad tecnológica*
- 95 *Un medio ampliamente aceptado*
- 97 *Escasez en emisoras y receptores*
- 98 *Búsqueda de recursos*
- 99 *La FM y su incidencia*
- 100 *La capacitación radial*
- 101 *Radios FM: menos musicales, más orales*
- 102 *Medios a legales*
- 103 *Monopolios informativos*
- 104 *Nuevas sedes para nuevos medios*

<b>105</b>	<i>Cambio de audiencias</i>
<b>107</b>	<i>Migración a Internet</i>
<b>108</b>	<i>Comunicación interna y con las audiencias</i>
<b>109</b>	<i>Radio en pandemia</i>
<b>111</b>	<i>Tiempos de emisión</i>
<b>112</b>	<i>La FM femenina</i>
<b>113</b>	<i>La FM como enlace</i>
<b>114</b>	<i>La FM religiosa</i>
<b>115</b>	<i>Palabras finales</i>
<b>116</b>	<i>Elementos comunes del desarrollo de la FM en América Latina y el Caribe</i>

# 119

## Capítulo III

### Informe de 19 países sobre la FM en América Latina y el Caribe

- 119 *Argentina: la radio FM*
- 138 *Bolivia: entre dificultades y posibilidades*
- 149 *Brasil: pasado, presente y futuro de la FM*
- 158 *Chile: con la información en el centro y Santiago como eje*
- 174 *Colombia: un reinado que prevalece en el tiempo*
- 186 *Costa Rica: cuando las voces se reducen y el cambio no llega*
- 201 *Cuba: frente al empuje de la FM palidece la AM*
- 211 *Ecuador: un recorrido histórico de la antena al dial infinito*
- 226 *El Salvador: a casi un siglo de su primera emisión, la radio FM sigue vigente*
- 240 *Guatemala: la radio FM*
- 253 *Honduras: la frecuencia modulada*
- 269 *México: panorama de la radiodifusión sonora de frecuencia modulada*
- 289 *Nicaragua: el horizonte opaco de la FM*

301	<i>Panamá: historia de la radio FM</i>
316	<i>Paraguay: la heterogeneidad de la FM y los desafíos de la era digital</i>
326	<i>Perú: la radio FM</i>
340	<i>República Dominicana: una mirada a la radio de FM</i>
352	<i>Uruguay: una mirada a la FM</i>
362	<i>Venezuela: la radio FM</i>
375	<b>Coordinadores</b>
377	<b>Colaboraciones</b>



## PRÓLOGO

# Sigue sonando

**H**ace un siglo —días más, días menos— la radio se instaló en nuestras vidas latinoamericanas y no ha dejado de sonar, aunque las formas de hacerla y oírla hayan cambiado mucho en cien años. Desde las primeras emisiones experimentales hasta el *podcast* ha corrido mucha agua bajo los puentes; mucha música, palabras, sonidos, historias, noticias, tristezas, alegrías, razones y emociones han cruzado el aire, los ríos y montañas de nuestro continente.

Seguimos siendo muchos y muchas quienes nos levantamos cada mañana con las noticias radiales o nos acompañamos con la radio en la cocina o el trabajo, mientras atravesamos la ciudad o las carreteras. Y aunque para los más jóvenes casi

todo sea sonido por demanda, el lenguaje de ese sonido no deja de ser radial, en su forma y origen.

¿Pero por qué dedicar un libro y un arduo trabajo de investigación a una forma particular de hacer radio? Cuando me pidieron estas palabras iniciales me hice esa pregunta. Mi primera respuesta fue: porque todas las formas del radio la merecen, y los coordinadores del libro ya se han ocupado de esas otras pasadas, presentes y futuras. De las válvulas a internet, pasando por el transistor, el lenguaje sonoro viaja hacia nosotros y con nosotros de muchas maneras, y la FM es un capítulo importante de tal historia.

Tal vez este trabajo responde, en parte, a la idea propuesta en su momento por Marshall McLuhan de que el medio es el mensaje, en tanto que condiciona lo que se comunica con él. Aunque este determinismo tecnológico ha sido largamente discutido no ha dejado de ser una línea fructífera para entender la ecología comunicacional en la que vivimos. Pero, como se verá en el libro, este determinismo tiene límites. La FM fue utilizada inicialmente como un complemento de la AM para enlazar estudio y planta emisora, después pareció erigirse como una forma particular de hacer radio con más música que palabras, condicionada por sus características técnicas de menor cobertura geográfica y mayor calidad de sonido que la AM.

Pasado un tiempo, la palabra ocupó su lugar y muchas FM se parecieron a las AM en cuanto a programación y contenidos: el medio y el lenguaje radiofónico pasaron por encima de las diferencias tecnológicas.

La diferencia tecnológica volvió a mostrar su potencial condicionante: por su menor costo de instalación y emisión, la FM se volvió la favorita de las pequeñas radios locales, populares, comunitarias e indígenas. Del mismo modo en que el video casero fue un factor de democratización audiovisual, la

FM facilitó el acceso de una gran diversidad de actores subalternos al dial.

La historia continuó y continúa incluyendo múltiples combinaciones entre AM, FM y ahora la radio *online*; hay muchas formas de ser, hacer y usar la radio. Este libro las recoge desde sus inicios hasta hoy. No tenemos certidumbres sobre la radio y sus muchos modos de sonar, salvo uno: seguirá sonando, porque sus posibilidades de producir con costos bajos, pero haciendo volar alto la imaginación de sus audiencias están intactas. Suena la radio —o el *podcast*— y vemos, con los oídos, una multitud o la inmensidad del mar, un tiempo lejano o el futuro que queremos construir. No hace falta para eso cientos de extras o un superdron: la magia del sonido radial todo lo puede. Por eso un invento del siglo xx sigue tan vivo en el XXI.

Bienvenido entonces este libro que cuenta una parte importante de esa vida y ayuda a imaginar la que vendrá.

Gabriel Kaplún

*junio de 2023*



## INTRODUCCIÓN

Conocer el comportamiento de la radio de frecuencia modulada (FM) en América Latina y el Caribe, desde sus inicios hasta la actualidad, así como visualizar su futuro es la pretensión de este libro. La investigación al respecto se ha cruzado con la dificultad en el acceso a fuentes para reconstruir tal relato regional. Indagar, jerarquizar y contrastar fueron algunos de los verbos que se pusieron en acción para sacar adelante esta obra, seguramente inacabada.

En cuanto a la FM, no hay versiones definitivas acerca de sus acontecimientos históricos. Para algunas fuentes, la primera emisora pudo ser X, mientras que para otras fue Y. Para algunos especialistas la FM nació siendo eminentemente

musical, mientras que para otros lo hizo apoyada en la música y la oralidad. En cuanto a fechas, datos y cifras hay disparidad de versiones dentro de un mismo país, precisamente, por la escasa información sobre el tema. *Así suena la FM. Historia de la radio en América Latina y el Caribe* propone una mirada sobre los caminos del llamado “sonido puro”<sup>1</sup>.

Escribir la historia contemporánea de la radio en América Latina y el Caribe —en específico de la FM— resultó un trabajo arduo y complicado. A pesar de la importancia en distintos ámbitos sociales, como el académico, el aparato sonoro sigue siendo un medio poco estudiado y, por tanto, el material bibliográfico es escaso.

Para escribir esta obra nos planteamos preguntas de investigación sobre la estructura y desarrollo de la radio FM. Queríamos saber sus orígenes y aportaciones en cada década, cómo había cambiado su presencia en las audiencias y cómo cada sistema de radio (comercial, pública, cultural, comunitaria, universitaria, etc.) había cohabitado en la FM. Al mismo tiempo fue importante conocer cómo esta industria ha hecho aportaciones sociales a lo económico, al entretenimiento, a lo informativo, educativo, político, así como su relación con el Estado. Para ello también fue necesario revisar cómo se encontraba el estatus profesional de los trabajadores creativos, así como los retos y limitaciones de la tecnología FM.

Los cuestionamientos fueron ambiciosos y para ser resueltos condujimos una metodología de trabajo específica. En primer lugar, se requería de información exhaustiva y precisa de cada uno de los países de lengua hispana que conforman al

---

<sup>1</sup> A partir de ahora se usará la expresión “sonido puro” como sinónimo de FM.

continente. Se buscaron categorías analíticas que nos ayudaran a jerarquizar los datos que necesitábamos encontrar para articular una historia coherente de la FM. Como consecuencia, nos acercamos a especialistas de cada nación quienes escribirían un texto que narrara la historia de la FM en su país.

En algunos casos, la tarea fue complicada por la limitación en el acceso a datos o el hecho de que no había archivos históricos en el país en cuestión (libros, cuadernos, manuales, tesis de licenciatura o posgrado, notas o artículos periodísticos). En la mayoría de los lugares del centro y sur del continente, la radio no ha sido prioridad para la Academia ni para el periodismo. Por tal motivo, en el libro se encontrarán informes muy heterogéneos en cuanto a formato, recopilación de datos y análisis. Por ejemplo, Brasil, Colombia, Argentina y México presentan información más nutrida, mientras que los correspondientes a países centroamericanos —con excepción de Costa Rica— se hicieron con un esfuerzo titánico.

El libro está ordenado de la siguiente manera:

El primer capítulo, “Cronología: pasado, presente y futuro de la FM en América Latina y el Caribe”, se alimenta de 19 informes y 8 entrevistas realizadas a comunicadores en distintas zonas de la región. Con los informes, entrevistas y escasas referencias bibliográficas se emprendió un trabajo analítico por parte de los coordinadores Ballesteros López y Martell Gámez donde se examina el desarrollo de la FM en Latinoamérica.

El segundo capítulo, “Elementos comunes de la FM en América Latina y el Caribe”, se centra en aspectos habituales a las frecuencias moduladas. Leer el capítulo es como viajar a zonas frecuentes para entender lo común del dial, las preocupaciones cotidianas, las alegrías compartidas y los desafíos que cambian poco.

El análisis de los dos primeros capítulos nos lleva a reflexionar cómo la FM evoluciona y se adapta a nuevas plataformas de comunicación, a pesar de los problemas económicos, diversificación de audiencias y otras dificultades compartidas en cada uno de los países de la región. Su historia es inconclusa y, por lo mismo, este texto no ofrece un apartado de conclusiones.

En el tercer capítulo, “Informe de 19 países sobre la FM en América Latina y el Caribe” se describe la historia y estatus de la FM en cada uno de los 19 países presentes. Latinoamérica es un continente multilingüe y políticamente complejo, por lo que fue difícil tomar en cuenta todos los países que la integran. Solo se escribe sobre las naciones que predominantemente hablan español, con excepción de Brasil (por su preponderancia sociohistórica); esto economizó la investigación, escritura y edición del texto. En cuanto al Caribe, solo se incluyó a Cuba, Puerto Rico y a países centroamericanos, como Nicaragua y Costa Rica. Tampoco se incluyó la radio FM en español en Estados Unidos porque pensamos que merece un tratamiento aparte por su riqueza y contribución cultural a aquel país. Este texto es un primer esbozo para entender el desarrollo de la radio FM en el continente. Cada una de las experiencias fue escrita por comunicadores, en su mayoría profesores de radio, de 19 naciones y su estructura narrativa respondió a las preguntas planteadas por los coordinadores de la obra.

Agradecemos a cada uno de los colaboradores por su tiempo, dedicación y esfuerzo para hacer parte de esta obra colectiva.

La FM regional, en poco menos de 80 años de historia, ha contribuido a fortalecer el modelo de negocio de la radio, ha mejorado la calidad del sonido, diversificado las formas de

producción, descentralizado la propiedad de las emisoras y ha logrado una amplia aceptación entre las audiencias.

En su momento, pocos imaginaron que la amplitud modulada sería desplazada por un nuevo modelo sonoro, que ganó terreno y hoy es la banda de emisión con mayor número de estaciones en cada territorio de América Latina y el Caribe.

La FM pasó de ser una tecnología del siglo xx a convertirse en una institución social con estatus jurídico, administrativo y una forma discursiva que, hasta la fecha, potencializa la conversación sobre las narrativas culturales en América Latina y el Caribe. La FM ha sido una referencia que nos ha enseñado —a través de su música y conversaciones— cómo se han ido conformando las identidades desde los años setenta. Este libro nos dice mucho sobre quiénes somos y cómo nos constituimos como latinoamericanos y caribeños.

Se espera que en el futuro se siga analizando la evolución de la frecuencia modulada regional y, mientras ello ocurre, proponemos este escrito para discusión del lector.

Bienvenidos a este interesante viaje, a una narrativa poco contada y a un punto de discusión sobre el pasado, presente y futuro del dial en FM.



## CAPÍTULO I

# Cronología: pasado, presente y futuro de la FM en América Latina y el Caribe

*Tito Ballesteros López*

*Lenin Martell Gámez*

### *80 años de historia y de sonidos regionales*

**1** 936 fue el año que marcó la llegada de la FM a la región. La novedad se registró por primera vez en Ecuador y esas emisiones resultaron innovadoras. La sorpresa de escuchar una propuesta regional diferente en el dial, en las décadas siguientes, provocó todo tipo de reacciones en las estaciones de AM y en los medios de comunicación, en general. La prensa, la televisión y la misma radio fueron testigos de una nueva posibilidad de entretenimiento para las audiencias, así como de un aumento en la inversión publicitaria y la expansión de capitales propios y extranjeros.

Al principio, América Latina y el Caribe sabía poco acerca de la FM; eran más las preguntas que las respuestas. Había gran expectativa sobre cómo sintonizarla, cuántas radios habitarían en cada ciudad y quiénes serían los propietarios. Como dato anecdótico, se advierte que la escucha de las primeras emisiones en esa banda fue limitada debido a la escasez de receptores capaces de captar su señal. Es decir, fueron minorías quienes escucharon tales salidas al aire.

Durante las décadas de 1950, 1960 y 1970, se crearon más emisoras en toda la región. América Latina y el Caribe ya estaban familiarizados con el próspero modelo de negocio. La FM fue ampliamente aceptada por las audiencias y la fórmula de programar música en sus emisiones resultó tan exitosa que la población se volcó a escucharla desde dispositivos como los equipos de sonido. La FM abrazó a la industria musical y ésta se apoyó en el dial creando un modelo comercial ideal.

Con la llegada de la década de 1980, la FM dejó de ser exclusivamente musical y comenzaron a emitirse noticias, deportes, programas de entretenimiento, transmisiones de eventos y otros contenidos. Ajustes técnicos, de personal, edificaciones; es decir, cambios en todos los niveles invadieron el dial, el momento de gloria no se detenía y las audiencias seguían fascinadas con el sonido puro.

El camino de la radio continuó y, a medida que avanzaban los días, llegó la década de 1990; en ese momento las estaciones alcanzaron su etapa de madurez. Surgieron legislaciones que contribuyeron a la expansión del mercado y se modificaron estaciones comunitarias, de interés público y universitarias, mismas que ya despuntaban en algunos países, mientras que en otros se popularizaron. La oferta de la FM cambió para siempre y la oralidad se apoderó aún más del dial, desplazando lentamente a la propuesta exclusivamente musical.

Durante los años 2000 continuó la implementación y alteración de leyes de medios en diversos territorios y se repitieron esquemas dentro del ámbito radiofónico. Las emisoras cayeron en “clonaciones” y un “libreto” similar se extendió por toda la región y lo que sucedía en un país se expandía casi de manera simultánea a toda América Latina y el Caribe. Hacia finales de la década, las estaciones se enfrentaron a una nueva forma de emisión: la transmisión en línea. Ante la novedosa expresión comunicativa, surgió un sentimiento de crisis en las emisoras. La FM experimentó una especie de “aprieto” en todos sus niveles.

A partir de la década del 2010, en gran parte de los países de la región, la frecuencia modulada entró en discusión con internet. La masificación de un nuevo actor en la comunicación alteró la dinámica de los medios y todos los actores conocidos tuvieron que adaptarse y buscar nuevas narrativas para mantener su relevancia.

En 2019, la pandemia ocasionada por el coronavirus generó diversas reflexiones en el ámbito del sonido y modificó las rutinas de la humanidad y de la radio. Los cambios registrados durante la pandemia del COVID-19 fueron profundos e hicieron temblar al modelo de negocio: incluyeron nuevas prácticas periodísticas y forzaron, en alguna medida, el acercamiento del dial con las nuevas tecnologías<sup>1</sup>.

Sobre el futuro de la FM regional se intenta proyectar qué podría ocurrir con la frecuencia modulada en los países de América Latina. Las ideas que visualizan la radio a corto y mediano plazo permiten más de una reflexión para analizar

---

<sup>1</sup> El presente de las estaciones en FM se detalla en el tercer capítulo de este libro con 19 escritos disponibles para ser leídos.

el camino a seguir en el más oral de los medios de comunicación.

Frente a usted está un libro nunca escrito sobre la frecuencia modulada en 19 países de América Latina y el Caribe. Disfrute su lectura y comparta la obra.

### *La FM en el mundo*

Edwin Howard Armstrong inventó la frecuencia modulada en 1932. Armstrong —quien nació en Nueva York el 18 de diciembre de 1890— posibilitó el uso de una frecuencia tan importante como trágica pues, tras perder múltiples batallas jurídicas por lograr la patente de su invento, cayó en un estado depresivo que le llevó a quitarse la vida tras lanzarse desde el edificio en el que vivía, sin haber conocido el alcance de su hallazgo. El inventor de la FM murió a la edad de 64 años, el primero de febrero de 1954 (Crowley y Heyer, 1991).

Se sabe que Armstrong era una persona poco social debido a que a los 8 años contrajo un trastorno infeccioso neurológico llamado *Corea de Sydenham*. La enfermedad hizo que dejara de asistir a la escuela y se refugiara en su casa para satisfacer gustos relacionados con temas electrónicos. Después de experimentar con distintos proyectos, el ingeniero encontró una nueva forma de emisión radial.

Tras crear la FM empezó un periodo de complejidades para lograr la aprobación de su patente y la expansión de esa tecnología. Los resultados imaginados sobre la incidencia de un medio masivo no tuvieron los efectos soñados y, más bien, ocurrió todo lo contrario: la iniciativa no logró despegar y el invento “se archivó”.

Las emisoras de AM de la época se cerraron ante la apertura del espectro, pues admitir otro modo de emisión significaba perder un monopolio, compartir publicidades, dividir a las audiencias y ver reducidas las economías de industriales y empresarios que habían apostado por aquella única forma de emisión.

Los propietarios de la AM cerraron filas, se cruzaron de brazos y nada los movilizó para expandir el nuevo relato. Todos los análisis del momento indicaban, como efectivamente ocurrió, que la frecuencia modulada le restaría presencia, dinero, incidencia e importancia a la AM y bajo tales premisas los oídos se cerraron ante aperturas sonoras.

Sin embargo, en Estados Unidos, ocurrió el viraje hacia esta tecnología: los empresarios reacomodaron sus amplitudes moduladas, se asociaron con el mundo político para crear leyes a su favor y luego dieron el salto a la FM. El dinero impulsó legislaciones locales y fue así como se expandió una iniciativa comercial que había que salir a difundir.

Con la puesta en marcha de la frecuencia modulada en los Estados Unidos, América Latina y el Caribe se abrió a un mundo no imaginado y todos los países de la región crearon tales iniciativas. Desde ese momento hasta los días que corren, la historia ha sido rica y llena de luces y sombras.

### *El contexto político y los flujos de capital*

El nacimiento de las estaciones fue viable porque políticas locales así lo establecían. No hubo creación desprovista de intereses políticos y la región se acostumbró a esa forma de ser cuando de crear emisoras se trataba. En algunos casos

gobiernos locales censuraron al medio de comunicación y en otros le otorgaron libertades. Desde su nacimiento, las radios estuvieron relacionadas con principios políticos que posibilitaban su accionar.

Sobre lo político en los medios, en el contexto brasilero, el investigador Fernando Morgado en su informe para este libro cita cómo el régimen militar que reinó en Brasil entre 1964 y 1985 fue responsable de establecer las bases legales y técnicas de la FM que terminó siendo parte de un proyecto político mayor, con repercusiones no solo en el sector de los medios, sino también en la industria electrónica. El profesor brasilero Luiz Artur Ferraretto agrega: “el 27 de abril de 1973 el régimen militar prioriza la expansión de las FM con la Ordenanza N°333, del Ministerio de Comunicaciones, a través de la cual se dan incentivos a la industria electrónica para producir transmisores y receptores”. El caso panameño durante la dictadura militar no fue diferente, pues durante el periodo dictatorial las frecuencias se otorgaban a quien representara intereses similares a los del gobierno (Santaloloma, 2022).

En el libro *Ética para periodistas* (1991), Herrán y Restrepo señalan la relación de la prensa con los partidos políticos y la gobernanza. En América Latina, los medios de comunicación y la política están estrechamente relacionados. Medios escritos y radiales surgieron gracias a políticos, así como a periodistas que incursionaron en la política, convirtiéndolos en herramientas proselitistas o con poca independencia frente a políticos y partidos (Herrán y Restrepo, 1991).

Por su parte, en el artículo de la Fundación Telefónica: “Los medios y la política”, el investigador Manuel Castells sugiere:

Hasta hace poco e incluso en la actualidad, los medios constituyen, en gran parte, un sistema articulado en el cual normalmente la prensa escrita produce una información original, la televisión, la difunde a un gran público y la radio personaliza la interacción [...] En nuestra sociedad, la política es básicamente política mediática (Castells, 2008, p. 4).

La censura de medios ha formado parte del paisaje regional y esa realidad descende al día a día desde la creación o modificación de leyes de medios. Periodos propios de las dictaduras latinoamericanas han sido ejemplo de la mordaza impuesta. Ocurrió en Bolivia, entre 1964 y 1982; en Argentina, entre los años 1976 y 1983; en Uruguay entre 1973 y 1985; en Chile entre 1973 y 1990; Cuba entre 1952 y 1959; en Panamá en el periodo de Manuel Noriega, entre 1983 y 1989 y en Paraguay desde 1954 hasta 1989, por solo citar algunos casos en los que regímenes han querido cerrar los micrófonos.

Múltiples han sido las estrategias gubernamentales para acallar a quien no se sienta en su mesa. La negación de una prórroga desde una perspectiva política le quita seguridad a un medio, la ausencia de pauta oficial puede ahogarlo y la persecución le resta autoestima. Es claro que el factor político fue determinante para la expansión de la FM, tan definitivo como los intereses económicos.

Políticos modificaron leyes de medios y los medios favorecieron a esos políticos.

### ***Ecuador y Cuba. Primeros países en FM***

No hay datos históricos que señalen con exactitud la llegada de la FM a la región; existen discusiones sobre nombres,

fechas, propietarios y programaciones. Esos alegatos arrojan coincidencias sobre el arribo del medio de comunicación a América Latina, presentando a Ecuador como el primer país en tener una estación en esa banda; tal circunstancia se dio en medio de un monopolio mediático. En una entrevista realizada al profesor Armando Grijalba éste recuerda la caracterización de la primera iniciativa surgida en su país.

Según datos históricos, en 1936, la familia Mantilla Ortega fundó Radio Bolívar, emisora que formaría parte de un monopolio mediático en el que ya estaba Radio Quito en AM, medio emblemático en razón a sus informativos. Radio Bolívar estaba vinculada al Teatro Bolívar y su programación que no era ni 24 horas al día, ni diaria, se relacionaba con menciones de esa cartelera teatral (Grijalba, 2022).

Después de Ecuador, Cuba fue el segundo país en iniciar emisiones en FM. La historia de las estaciones de la isla se puede leer de manera amplia en apartado titulado: “Cuba: frente al empuje de la FM, palidece la AM”.

La radio FM llegó a Cuba de forma primitiva en la segunda mitad de los treinta. Se desconoce la fecha exacta, pero sí se sabe que en 1939 Laureano Suárez ya transmitía CMBL Radio Cadena Suaritos, en frecuencia modulada (Lam, 2020).

### ***1946, nace la FM en Argentina***

El Estado jugó un papel determinante en la apertura de la FM albiceleste y esas motivaciones las explica el profesor Óscar Bosetti, recordando lo ocurrido en las proximidades de 1950.

Luego de la victoria de Juan Domingo Perón en 1946, el Estado tuvo gran influencia en la creación de la FM. Utilizó una política comunicacional que utilizaría a la radio como un poderoso canal para las ideas y conciencia partidaria del peronismo. En 1946 la Estación de Radiodifusión del Estado recibió un transmisor FM, sin embargo, no había receptores y su uso fue discontinuado; funcionando esporádicamente durante dos años. En 1943 se fundó el Sindicato Argentino de Locutores (SAL) y con ella una serie de requisitos que consistían en dar a conocer tres informaciones al momento de locutar, en tal sentido, se debía mencionar: nombre del tema musical, el autor y el intérprete y esa forma de locución se trasladó a la FM (Bosetti, 2022).

Las primeras propuestas al aire venidas desde el Cono Sur registraban estaciones con pocas horas de emisión dentro de las cuales se daba a conocer información general sobre los temas musicales programados, no había contenidos orales de otro tipo y menos aún se avizoraba la posibilidad de migrar a ejercicios periodísticos de mayor envergadura.

Los días y las noches se siguieron sumando en la región hasta el arribo de más países que fueron popularizando la frecuencia modulada, esta vez el turno fue para México, Perú y Uruguay.

### *Más medios en el dial*

Cuando la FM mexicana apareció, América Latina y el Caribe ya daban cuenta de medios en esa frecuencia. Ecuador, Cuba y Argentina —en distintos momentos y contextos— ya compartían con las audiencias emisiones de prueba y programaciones en sus ofertas al aire.

En el informe dentro de este libro: *Panorama de la radiodifusión sonora de frecuencia modulada en México*, la investigadora Karina Sánchez afirma cómo en medio de la casi inexistencia de aparatos para escuchar las señales de FM, surgió la primera estación en su país. La FM comenzó en 1952 con Radio Joya, en un periodo de crecimiento económico e industrialización.

En Perú, en el año de 1953 se conoció por vez primera la puesta en marcha de la frecuencia modulada. Radio 100 fue fundada por Richard Joseph Ajello, en el marco de una iniciativa empresarial llamada Telemúsica S. A. que fue una compañía que transmitía música ambiental. El profesor Julio César MacKay Gonza amplía parte de las singularidades de esa iniciativa, en el apartado correspondiente. Radio 100 FM tenía una programación de música selecta dirigida a un público compuesto por oyentes adultos de nivel socioeconómico medio y alto. Transmitía casi exclusivamente música instrumental, temas de películas clásicas, melodías de *swing*, *soul* y *blues*. En 1960 Joseph y su esposa Marcela Pajares ponen al aire la primera estación FM, llamada Estéreo Lima 100 FM. Era una compañía dedicada a la difusión alámbrica para espacios y locales comerciales de todo tipo.

Lo anterior se asemeja a lo escrito por la profesora y directora de Radio Vilardevoz en Montevideo, Cecilia Baroni, cuando reflexiona sobre el perfil de las audiencias dentro de los nuevos medios. Ella afirma que, aunque la FM llegó a Uruguay a mediados de los cincuenta, su uso se extendió hasta años después. En ese entonces, las transmisiones en AM predominaban; sin embargo, las estaciones en FM comenzaron a desarrollarse y a ganar popularidad, especialmente entre los amantes de la música de alta fidelidad, ya que ofrecía una mejor calidad de audio.

Con una especie de recetario que se esparcía por la región, entrada la década de 1960, más países se unieron a la moda del momento. Con la emisión en FM los medios ganaron en calidad de sonido, las explicaciones técnicas le dieron a la iniciativa una poderosa razón para fortalecer su incidencia dentro del cuadrante.

### ***1962, 1967 y 1968: nuevas propuestas regionales***

En la década de 1960, en algunos lugares, la FM ya había des-puntado, pero en otros territorios de América Latina y El Caribe sus emisiones aún no eran posibles. La oferta sonora del momento, en Chile, era generalista, en República Dominicana muy instrumental y en Paraguay habitaba la incertidumbre por una migración hacia un espacio desconocido.

El docente universitario Carlos Montenegro explica el contexto chileno frente a la nueva forma de escuchar la radio en su país, caracterizada por transmitir programación monote-mática, dirigida a un segmento de la población. La FM surge en 1962 cuando la familia Molfino estrenó radio El conquistador. Desde 1992 y hasta la actualidad, las radios chilenas siguen un modelo que únicamente busca el mayor número de oyentes en el mayor tiempo posible.

La puesta en marcha de emisiones de pruebas basadas generalmente en la emisión de música atravesó a toda la re-gión. María Eugenia del Pozo indica en “República Dominicana: una mirada a la radio de FM” que a finales de 1967 surge la pri-mera estación FM independiente: Radio HIGO-FM, que estaba centrada en música instrumental ligera. Nació en un momento en que se contaban con pocos aparatos receptores, lo que empujó a la estación a brindar transmisiones en un circuito

cerrado, basadas en cables telefónicos. Fue cinco meses después de la salida al aire de Radio HIGO-FM que otras emisoras se unieron a la banda FM, pero eran usadas como enlaces de estudio a transmisor (STL). Su posterior desarrollo comienza hasta inicios de los setenta.

Al hablar sobre esta misma década en Paraguay, la comunicadora Salustiana Caballero dice que muchos medios encontraron en distintos ritmos una forma de permanecer al aire. Las radios musicales se adueñaron de la nueva banda de radiodifusión. Se mostró un incremento de las emisoras FM desde los años sesenta a causa del bajo costo de su implementación y la calidad de los transmisores que aparecieron en el mercado. Por parte de algunas emisoras hubo desconfianza con respecto a su uso; fueron propiedad de personas interesadas por el ejercicio de la radiofonía. El profesor paraguayo Eduardo Palacios explica lo anterior de la siguiente manera: “específicamente tres emisoras que surgieron en esa década, 1960, utilizaron la FM como señal de enlace y sobre 1968 y 1969 se habilitó la primera FM de uso comercial” (Palacios, 2022).

La década de 1960 significó el afianzamiento de la FM en los espacios en donde ya se había creado y encarnó nuevas aventuras para quienes soñaban con ocupar el cuadrante con nuevas propuestas.

### **1970 y 1973: más medios en FM**

Países como Brasil, Panamá, Bolivia, Colombia, El Salvador, Honduras, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua vieron nacer sus emisoras en distintos años de la década de 1970. Morgado, en su informe “Pasado, presente y futuro de la FM en Brasil” narra

el contexto en el que nació la FM y algunas características que les fueron propias a los medios en aquella época. La Difusora, lanzada en la ciudad de São Paulo el 2 de diciembre de 1970, fue la primera emisora en transmitir abierta y exclusivamente en FM. La expansión de esta frecuencia también sirvió a objetivos políticos de identidad, integración, desarrollo y protección del país; era una manera de combatir la penetración de las emisoras extranjeras. Todo aquello, más que para la apertura de la FM, sirvió incluso para dinamizar el mercado brasileño de radiodifusión que había descendido desde la década de 1960 a causas de la pérdida de calidad técnica y de público. El primero de mayo de 1977 surge Radio Cidade de Rio de Janeiro, marcando un punto de inflexión; esta emisora fue la primera FM dedicada a un público joven con locutores relajados y lo mejor del pop y rock nacional e internacional; su pronto éxito estimuló el surgimiento de varias estaciones similares, como Fluminense FM, de Niterói, dedicadas al rock.

A mediados de 1970, en Panamá, el uso de la FM como mecanismo de enlace entre el estudio y los transmisores fue una práctica común, tal y como ocurrió, por ejemplo, en Costa Rica. El profesor Héctor Santacoloma recuerda aquellos años radiofónicos panameños.

Para 1970 el Ministerio de Gobierno y Justicia de Panamá ya había decidido que se hiciera una transmisión hacia los enlaces de FM y comenzamos a enlazar la señal de la cabina a la torre a través de frecuencias de FM de tal manera que, habiendo equipos desde los cuales sintonizar la señal, la FM cobró vida. A mediados de 1970 el gobierno decidió que ya no se otorgarían medios en FM para enlazar, sino para operar de manera comercial dado que ya estaban las características necesarias para hacerlo (Santacoloma, 2022).

Según el periodista Olmedo Carrasquilla, en su informe sobre Panamá, la FM ya mostraba un rostro cercano a programaciones noticiosas: La mayoría de las estaciones en Panamá eran AM, sin embargo, la FM comenzó a ganar popularidad por su sonido superior. A mediados de los setenta comenzó una variada transmisión de programas, entre los que destacan los musicales, noticias, deportes, entretenimiento y programas educativos. Una de las estaciones más populares fue Radio Mía.

Nuevos medios, pero un libreto común pareció extenderse en la región. La mecánica sobre la que operaron las estaciones en FM fue muy similar en aspectos económicos, de contenido, tecnológicos, laborales, etc. El profesor José Rivera, al escribir sobre Bolivia, dice que la primera estación boliviana fue Radiodifusoras Cristal, en 1973, que tenía una propuesta cultural y transmitía música clásica e instrumental. Generalmente las emisoras estaban en manos de políticos y empresas privadas, por ejemplo, discográficas que usaron las estaciones FM para promocionar artistas locales y poco a poco se fueron expandiendo. La FM era principalmente musical y por su fidelidad de sonido se creía exclusiva para la difusión de música, sin palabras.

La profesora Yenny Cruz recuerda cómo en Colombia, en 1973, operó oficialmente el uso de la FM con la radiodifusora Punto Azul, en el dial 99.9 MHz.

Según el profesor Serafín Valencia:

En 1973 nació en El Salvador la primera señal en frecuencia modulada, se trató de Asociación Estereofónica, la cual operó en el dial 92.1. La emisora, de capitales privados y con licencia comercial tenía corte juvenil y emitía música y alguna locución en cabina. Asociación Estereofónica fue fundada para comenzar a operar en FM, pero años antes ya se había utilizado como radioenlace (Valencia, 2023).

El periodista Juan Carlos Duarte comparte que en Nicaragua no se tiene un registro exacto sobre la puesta en marcha del primer transmisor en frecuencia modulada. En consultas realizadas, algunos radiodifusores atribuyen a Radio Mundial su implementación en la década de los setenta. En el caso de Venezuela, según el informe de la periodista Johana Castillo, la FM arribó el 1 de enero de 1975 con la Emisora Cultural de Caracas que, además de transmitir programación cultural, incluyó una propuesta informativa con alianzas de agencias informativas nacionales e internacionales. Posteriormente, proliferó una propuesta comercial en la década de los años ochenta, la cual se extendió a otras regiones del país para consolidar un modelo comercial de radio. Su desarrollo se dio durante el gobierno del presidente Luis Herrera Campins, entre 1979 y 1984.

### *Políticos, políticas, poder y medios de comunicación*

Los contextos, siempre cambiantes en la región, atestiguaron sobre la presencia de grupos políticos en los medios y el rol decisivo de las democracias en la vida de los mismos. Ubicado en la década de 1970, Mac-Kay, en su texto sobre Perú, escribe que, en un contexto sin precedentes, el gobierno intervino en las emisoras privadas con regulaciones que limitaron la libre expresión e incluso transmitían mensajes obligatorios. En ese momento, Radio Mar, Onda Popular, Victoria y Radio Lima se convirtieron en el espacio para boleros y música romántica, además de música popular en inglés y español.

Los territorios habitados en la región fueron testigos de tomas de poder violentas, pérdida de la democracia, golpes de Estado e imposiciones gubernamentales. Basta hacer un recorrido regional para reconocer a los medios de comunicación

como esferas sociales que posibilitan la democracia misma. En la década de 1970, la radio FM en Uruguay surgió como alternativa a la radio AM. Ofreció música y programas de entretenimiento, pero también se especializó en géneros musicales específicos. Después, el golpe de Estado en 1973 llevó a la censura y al control dictatorial de los medios de comunicación.

El crecimiento del sonido puro fue imparable y fenómenos sociales impulsaron la vida de las estaciones, como lo indica Bosetti:

A partir de 1976, luego de producido un golpe de estado militar —que derrota a un gobierno constitucional—, el proyecto económico que se instala es de apertura de la economía e implica entre otras acciones una importación de productos extranjeros que pueden ser los primeros aparatos de televisión a color. De manera experimental, entre 1976 y 1979, surgen una serie de experiencias comunicacionales de ajuste para ver cómo funciona esta nueva onda. Aparecen tres radios: Radio Mitre, Radio Municipal y Radio del Plata. Esas emisoras retoman las transmisiones experimentales, pero ya con contenidos musicales. Las primeras FM tienen que ver con la música, tratando de captar a un público juvenil, una franja no mayor a los 25–30 años interesados por la música y un sonido mucho más puro (Bosetti, 2022).

Tras conocer la noticia de un modelo de emisión en frecuencia y no en amplitud, las nacientes narrativas, alrededor de 1970, se atrevieron a ser competencia de la AM y emprendieron un camino de exploración que pasó por modernas estaciones y cambios profundos en áreas muy diversas. Desde la inauguración de nuevas construcciones hasta la adecuación de espacios existentes, la frecuencia modulada exigió la búsqueda de nuevos recursos económicos, el acceso a tecnologías que

respondieran a esos momentos y, en ese sentido, la amplitud modulada asistió al crecimiento de la nueva experiencia mientras ella se anclaba.

Para los años setenta, según el profesor hondureño Miguel Martínez, el dial de la capital empieza a recibir un aluvión de emisoras, primero en sonido estéreo en AM, como radio Televisión o la Mil; luego, en FM se destacaron Estéreo Azul, Estéreo Éxitos, Súper 100 Estéreo y Estéreo Mil, entre otras. En esa década se convierten a la FM las tradicionales radios América, HRN, la Voz Evangélica y Radio Suyapa.

### *Lo tecnológico en la FM*

La década de 1970 atestiguó sobre cambios tecnológicos, de infraestructura, económicos, de programación, mejora en producciones y aumento en el número de estaciones entre muchas tantas variaciones que experimentó la radio en ese periodo, pasando por la creación de emisoras “piratas”.

De cartuchos, cintas y dispositivos análogos, la FM fue migrando a otro tipo de recursos que resultaron novedosos. Entender la relación de cómo operar las nuevas consolas, micrófonos y demás alternativas fue un desafío que con el paso de los años se superó gracias a la llegada de técnicos de sonido a las estaciones. Así como aumentó el número de técnicos que descifraron y resolvieron problemas de su área, también aumentó el número de frecuencias y dispositivos desde los cuales escuchar la nueva forma de emisión.

Según anota Palacios, para 1977, en Paraguay surgieron otras emisoras con música moderna como el rock y el jazz. La mayoría de esas radios tenían locución y comerciales (Palacios, 2022).

Montenegro, en su informe sobre Chile, cita cómo para 1970 ya se estimaba que en el país podía haber un total cercano a los 5 millones de aparatos receptores, en un país que para ese momento contaba con casi 9 millones de habitantes.

Los receptores de radio, para la década de 1970, que aún eran escasos en la región, generaron, entre otros aspectos, la necesidad de una escucha colectiva del medio en naciones como República Dominicana. Para Del Pozo, en los años setenta había más receptores de radio, pero su distribución no era uniforme. La gente se reunía en lugares donde hubiera radios (casas, tiendas o plazas) para escuchar programas específicos. Surgieron radios de tubo y radios portátiles. La radio noticiosa ganó popularidad y otros formatos como novelas, carreras de caballos y sorteos de la Lotería Nacional también se hicieron populares. Varias emisoras nuevas aparecieron, y la frecuencia modulada (FM) fue bien recibida debido a sus novedades.

Veras (2009) afirma que la FM fue un hito en el país y fue sustituyendo su preferencia en los escuchas; por ejemplo, no había quejas cuando la AM se interrumpía. Pero, “si, por el contrario, la interrupción o la pérdida del audio en algún canal se registraba en la frecuencia de FM (98.1 MHz), se producía una gran cantidad de llamadas” (p. 653).

El camino de cambios propuesto por la FM a la región continuó: cabinas de emisión, grabación y hemerotecas fueron dispuestas en muchos lugares y fachadas, salas, muebles y encerados llegaron a los medios para hacer un giro con aire de actualidad a iniciativas sonoras. La década de 1970 marcó transformaciones en la infraestructura interna de la radio, en aquel periodo las emisoras dejaron de tener escenografías tipo teatro para pasar a cabinas insonorizadas que utilizaban formatos discográficos pregrabados (Yaguana y Delgado, 2014).

Con la emisión en FM se inyectaron a los medios sumas económicas muy significativas, pero también esa forma de emisión simplificó inversiones. Los costos de energía siempre fueron económicos, los transmisores significaron una disminución en la inversión y los equipos eran mucho más asequibles que los usados por la AM. Desde Ecuador, el profesor de radio Alexander Mullo recuerda cómo la FM redujo costos operativos. En la década de 1970, la inversión en tecnología de vanguardia fue esencial para la radio FM. Esto atrajo a operarios calificados y marcó la transición de la publicidad y la música hacia la FM, lo que impulsó nuevos talentos y forjó su identidad.

Definitivamente 1970 fue un periodo de puesta en marcha, ajuste, cambios en todo el cuadrante y de exigencias para quienes impulsaban la primicia del momento.

### *La programación radial*

En relación con la oferta de las emisoras, en Ecuador, según narra Mullo, de 1970 a 1980 se contabilizaron 20 radios en FM con una programación mayoritariamente musical, con espacios informativos, deportivos, de opinión, educativos, culturales y religiosos. Durante ese periodo, los emprendimientos propusieron largas franjas musicales que incluso no presentaban locuciones. Las emisiones que podían empezar en horas de la mañana se cerraban en la noche. Las parrillas de programación inmaduras expandían contenidos musicales de todo tipo y todo ello ocurría entre ensayo y error. Adquirir música era un auténtico desafío, coleccionar las piezas más importantes del momento era el gran reto de los medios. Tras los periodos de prueba se iniciaron locuciones y emisiones que ya no solo ocupaban unas horas del día, sino 24 horas de programación.

La masificación de la FM se apoyó en una propuesta casi eminentemente musical y muy atractiva para las audiencias. Las emisoras se escuchaban en restaurantes, hoteles, fiestas, reuniones familiares, eventos, rifas o bazares. Hay múltiples anécdotas sobre el impacto generado por la FM en la sociedad, como con la compra de equipos para sintonizar el naciente medio. Tele Onda, una reconocida emisora decía al aire: “No compre cualquier radio, verifique que tenga FM, porque Tele Onda suena en FM” (Grijalba, 2022).

La aceptación hacia la comunicación oral también se dio por cuenta de la calidad de sus producciones. El profesor argentino Jorge Arabito menciona cómo esa forma de emisión aportó a cargas creativas que hicieron que los mensajes emitidos fueran más interesantes para las audiencias debido a la claridad sonora de la FM y a la capacidad para añadir nuevos recursos sonoros.

La década de 1970 estuvo cruzada con métodos poco legales, si se quiere, en relación con el acceso a las frecuencias. Ferraretto cita cómo:

En 1976 en el municipio de Sorocaba, en la ciudad de São Pablo, un niño de 14 años construyó un transmisor tomando como referencia los esquemas publicados en una revista de electrónica creando de esta manera Radio Espectro y junto a ella se inició uno de los mayores movimientos de FM clandestinos del país (Ferraretto, 2022).

Según el informe de Guatemala, así se comportó la FM en ese país. La radio FM comenzó a finales de los años setenta como una mejor técnica sobre las frecuencias AM que ya estaban saturadas por las principales estaciones. Se buscaba una señal más confiable, pero la topografía montañosa de Guatemala

limitaba su alcance, lo que requería enlaces técnicos para llegar a regiones como el Occidente y el Norte del país.

Como recurso visual se citan las primeras emisoras en emitir FM, desde 1936 hasta finales de 1970.

### ***Primeras emisoras de FM en América Latina y el Caribe: 1936-1970***

País	Nombre de la emisora	Año de inicio
Ecuador	Radio Bolívar	1936
Cuba	FM Suaritos	1938
Argentina	La Estación de Radiodifusión del Estado	1946
México	XHFM: Radio Joya	1952
Perú	Radio cien FM	1960
Chile	El conquistador	1962
Honduras	Radio Panamericana	1966
Rep. Dominicana	Radio HIGO-FM	1967
Paraguay		Finales de 1960
Brasil	La Difusora	1970
Panamá	Radio Libertad	Mediados de 1971
Bolivia	Radiodifusoras Cristal	1973
Colombia	Punto Azul	1973
El Salvador	Asociación Estereofónica	1973
Nicaragua	Radio Mundial	Década de 1970

### *1980: crecimiento y madurez*

En la década de 1980 las emisoras ya habían aumentado en número en toda la región. El dial había pasado de pocas horas al aire a espacios de 24 horas al día, acceso a nuevas tecnologías, cercanía con las audiencias, entre otros tantos factores como las turbulencias políticas de la región.

Para Palacios, la década de 1980 significó en Paraguay “la aparición de las radios comunitarias y de medios vinculados a la iglesia católica”. Y, asimismo, advierte que “más que medios comunitarios fueron iniciativas que se explotaron comercialmente entrando a competir con radios de AM. Sobre 1980 las FM hicieron programas muy variados, entre ellos musicales en los que la juventud pasó a escucharlos” (Palacios, 2022).

El caso de El Salvador fue particular, en tanto que las estaciones se desarrollaron en medio de la guerra que enfrentó al ejército con el Frente Farabundo Martí. Según narra Valencia, esto fue lo que ocurrió en aquel momento:

Entre 1980 y 1981 la radio FM se dividió en estatal y comercial. En este periodo surgieron programaciones especializadas: Radio ABC presentaba una propuesta femenina, mientras que Radio Mundo y Radio Clásica se centraban en música clásica y académica. Además, gran parte del público se dedicaba al campo, entonces por las mañanas se transmitía música ranchera y al mediodía, noticieros.

En 1984, la masificación de aparatos de escucha FM incentivó a muchas cadenas de radio a expandir sus transmisiones hacia esta nueva frecuencia, además de sus transmisiones tradicionales en AM. Hasta 1986, Radio El Salvador era la única emisora estatal en FM, pero a finales de ese mismo año, se creó la segunda, Radio Cadenas Cuscatlán, bajo administración militar.

Durante la década de 1980, la publicidad comercial y gubernamental se fortaleció. Las radios operaban bajo el concepto de censura previa, lo que significaba que antes de emitir un boletín de noticias, debían someterlo a revisión por parte de la oficina del ejército para su aprobación y posterior emisión, con el objetivo de evitar la difusión de la propaganda guerrillera (Valencia, 2023).

La censura ocurría también en otras partes de la región durante los años ochenta. Para Baroni, los sucesos a nivel nacional e internacional hacen que en Uruguay se comience a establecer nuevas regulaciones para la radio, lo cual permitió una mayor asignación de frecuencias y protección de interferencias entre estaciones. Esto favoreció el desarrollo de la FM. Los exiliados regresan al país y traen diversas experiencias internacionales, incluido el ámbito de la comunicación.

En Perú, a principios de la década de 1980, anota MacKay, la programación radial fue variada y el número de medios aumentó. Una situación parecida se vivió en El Salvador pues surgieron nuevas estaciones en los distritos que ofrecían una programación variada, como Radio Comas, Radio Independencia y Estéreo Villa en Villa. En esos años, Radio Programas tuvo un gran éxito por su propuesta periodística, tal fue el caso del espacio “La rotativa del aire”; o “Doctora Corazón”. Probablemente la primera estación en romper con la formalidad fue Radio Mar y, en 1983 el número de radios empezó a aumentar.

1980 fue una década propicia para la expansión de iniciativas sonoras y ese desarrollo se dio en todos los países de la región. En Argentina hubo un crecimiento de estaciones FM. “A partir de 1983 y 1984 medios de AM agregaron una FM a sus empresas y se sumaron al cuadrante estaciones truchas, ilegales y ciudadanas” (Bosetti, 2022). En Ecuador se abrieron 30

estaciones que tocaban sonidos internacionales de la época relacionados con el rock internacional. En esa nación, la FM se asentó como radio privada, con una oferta de entretenimiento, exceptuando las radios evangélicas. En 1981 se creó la Cadena Modular de Radiodifusión y se fundó Noti-Hoy, informativo con una red de emisoras FM. En Bolivia se evidenció la concentración de medios en manos de empresarios y políticos, y fue el tiempo en el que se generaron las primeras redes de FM a través del satélite.

El hilo de acontecimientos propios de la década se hizo familiar en toda la región. El caso panameño se unió a una expansión del medio. Según narra Carrasquilla, las emisoras de todo tipo y con todo tipo de propuestas al aire empezaron a aparecer en el cuadrante. A mediados de la década existían radios públicas, privadas y la iglesia comenzó a acceder a medios FM. Las radios se financiaban a través de actividades comerciales y venta de publicidad, mientras que las religiosas recibían presupuesto de sus iglesias. Algunos medios transmitían 24 horas al día.

El crecimiento mediático fue tal que, en Chile, según Montenegro, en 1988, ya había un mismo número de radiodifusoras de AM y FM. México no fue ajeno al crecimiento de la nueva banda. Sánchez contextualiza que, en términos de lo radial, en 1989 la FM supera por primera vez a la AM. En 1982 operaban 174 estaciones en FM y para 1985 los radioescuchas de esta banda superaron a los de AM en la capital del país. El crecimiento puede explicarse por la aparición de aparatos receptores como el *walkman* y los estéreos de automóviles. Por otro lado, también hubo un redescubrimiento tras el sismo de 1985 cuando se utilizó como un medio para informar, para muchos fue la compañía en horas de zozobra y miedo.

Los cambios a todo nivel impactaron al dial y, en cuanto a la apropiación tecnológica, Colombia y la región asistieron a una serie de transformaciones muy importantes para la ampliación y fortalecimiento del medio de comunicación, sobre todo en contenido y tecnología. Lo narrado por el radiodifusor, Tito López, resume parte de lo ocurrido en parte del continente.

En las emisoras juveniles la transformación se centró en el contenido. Ejemplos de esto incluyen Veracruz en Medellín, Radio Color en Cali, 88.9 en Bogotá y Victoria Universal en Cartagena. Además, se experimentaron cambios tecnológicos que mejoraron la calidad de la transmisión como la adopción de discos compactos, la popularización de los reproductores de música digitales (MP3), el desarrollo de *software* de emisión y la llegada de la tecnología satelital (López, 2022).

La FM tuvo un impacto importante en la forma de apropiarse del medio, prácticamente en todo el continente. Morgado, desde Brasil, recuerda ofertas y emisoras; en esa época surgió una programación más popular, comenzando con 98 FM de Río de Janeiro. La Emisora del Grupo Globo, priorizó bandas sonoras de telenovelas, por supuesto, de TV Globo. Según Arabito, 1980 para Argentina significó un periodo disruptivo y trajo consigo una característica compartida con Brasil: un fascículo español de electrónica que se distribuyó en los quioscos de todo el país traía la plaqueta y las instrucciones para armar un modesto emisor. La idea era construir un equipo que permitiera la comunicación de auto a auto.

Rivera resume lo vivenciado en ciudades bolivianas gracias a la frecuencia modulada. El rasgo característico de las estaciones musicales es que eran inclinadas a imitar los formatos

radiofónicos estadounidenses. Con la introducción del sonido estereofónico, en 1983, se incorporaron voces de locutores que anunciaban la hora y el título de las canciones, después, como resultado de la implementación del modelo económico neoliberal, durante 1986 surgieron espacios informativos. Conectar con la audiencia de forma personalizada hizo que la FM se fortaleciera.

Para la década de 1980, según Bosetti:

Había medios dedicados a la música transmitiendo desde las 17 horas hasta entrada la madrugada, luego, la programación se interrumpía y reaparecía alrededor de las 5:00 o 6:00 de la tarde: las emisiones no eran de 24 horas al día, pero sí los 7 días de la semana (Bosetti, 2022).

El tema político también formó parte del contexto FM en países de la región. En Brasil, según Morgado: “A fines de esa década, el entonces presidente de la República, José Sarney, distribuyó cientos de concesiones radiales, especialmente a aliados políticos (*Jornal Do Brasil*, 1988: 14), con lo que se llenó parte del espacio que aún quedaba vacío en el dial”.

Cuba aprovechó la presencia de la frecuencia modulada para expandir relatos cercanos a su postura política. Durante 1980, la radio FM comenzó a expandirse como parte de un proceso inversionista desarrollado por Radio Cubana para mejorar la calidad. En el camino, contrarrestó una agresión radial del sur de la Florida a través de Radio Martí y resultó en un modo de mantener la programación habitual de las emisoras provinciales. Desde entonces, el crecimiento de la FM fue exponencial.

En la línea de los medios y su relación con el mundo de la política, Nicaragua, ya inmersa en un proceso liderado por el sandinismo mostró un nuevo modelo para la FM. El Estado tenía un control predominante sobre la radio debido a que era el principal productor de programas. Algunas de las pocas emisoras que no fueron confiscadas, como Radio Corporación, transmitían música folclórica y contenidos educativos; fue entonces que la inversión privada prácticamente desapareció pues dependían en gran medida del apoyo comercial (Gadea, 2022).

Las emisoras del sonido puro también se acercaron, desde sus contenidos, al tema de los derechos humanos. En Paraguay, Caballero reflexiona sobre el aporte que se realizó en favor de la defensa a tales derechos. La expansión de las frecuencias de radio FM durante la caída de la dictadura en Paraguay en 1989 y significó para las organizaciones sociales un medio de comunicación aliado para impulsar luchas en materia de derechos humanos.

En Guatemala, durante la década de los años 1980, la radio ya contenía programación noticiosa y se veía expuesta a ocupación por parte de la guerrilla. En ese periodo aparecieron las primeras propuestas de “cadena”. Juan Francisco Romero ahonda en algunos hechos ocurridos en Guatemala. Entre 1986 y 1996 surgen estaciones religiosas, noticiosas y deportivas que rompen con el formato tradicional sin narración. Asimismo, se consolidan consorcios, la mayoría propiedad del Estado a través de familias con concesión de frecuencias, como Emisoras Unidas y Radio Corporación Nacional.

De una década llena de cambios a favor del dial, los medios enfrentaron un nuevo momento histórico, esta vez, menos feliz para ellos: se acercaba el siglo XXI.

### *1990: consolidación del dial y grandes cambios*

La década de 1990 significó un periodo de consolidación mediática en la medida en que las emisoras ya contaban con respuestas a todas las preguntas que se habían planteado en el pasado. La expansión de las estaciones ya no solo fue numérica sino temática y dejó de ser exclusivamente privada y comercial, pues se abrieron espacios a la creación de iniciativas de carácter comunitario, universitario y público.

Los cambios de la década también llegaron al Caribe; Del Pozo recuerda lo ocurrido durante 1990 en República Dominicana. En los noventa, la radio experimentó avances tecnológicos al combinar análogo con digital. Se incorporaron sistemas digitales para procesar audio, se introdujo el primer grabador de discos compactos y se adoptaron tecnologías como la fibra óptica y las señales de satélite. La estación 91 FM fue pionera en adoptar estas tecnologías.

El caso paraguayo es abordado por Caballero como un ejercicio en el que la iglesia se apoyó en los medios comunitarios y viceversa. En los años noventa surgieron las primeras radios comunitarias tras el inicio de la era democrática en el país. Éstas empezaron como iniciativas parroquiales: Radio Marangatu FM, Radio Tape Pyahuen y Radio Kuarahy Mimby. Con el tiempo, diversos grupos como organizaciones campesinas y eclesiales promovieron la creación de emisoras comunitarias en FM, principalmente en áreas rurales de la región oriental.

El nacimiento de nuevas propuestas tocó tierra argentina. Arabito repasa en características de los medios de comunicación que para el momento no resultaban tan novedosos en la medida en que la forma de emisión ya era reconocida en distintos lugares de la geografía de su país. En los años

noventa surgió un conflicto por la mega concentración de empresas periodísticas de varios medios y la proliferación de micromedios locales y comunitarios, como radios de baja potencia. Esto impulsó la estética radial y su crecimiento para especializarse en diferentes géneros musicales, como rock, pop, tango y música clásica. Por otro lado, nacieron diversos tipos de emisoras: libres, alternativas, cooperativas y comunitarias. Algunas operaban sin permisos adecuados, lo que las llevaba a enfrentar persecución y confiscación de equipos por parte del ente estatal, en lugar de recibir apoyo.

Con la aparición de más estaciones, las regulaciones locales no se hicieron esperar y la cantidad de vatios de potencia, la altura en antena o singularidades de un transmisor fueron asuntos muy propios de cada legislación, asuntos que se ajustaron a patrones particulares y a intereses políticos y económicos. La década de 1990 marcó giros sustanciales para Honduras y Nicaragua. En Nicaragua, los cambios fueron múltiples y del oscurantismo se pasó a una etapa de esperanza.

El gobierno decidió liberar las FM y las repartió saturando el dial. La gente ya tenía un menú de programas, por lo que la aceptación de la FM fue amplia. Esta época trajo cambios tecnológicos y económicos en la programación de las emisoras. La gente pedía a medios con énfasis en contenidos cristianos no interrumpir las canciones emitidas porque las grabarían en sus casas (Gadea, 2022).

En la década de 1990 se produjeron importantes avances en la tecnología de transmisión de audio, lo que permitió una mayor calidad de sonido y una mejor recepción de señales en áreas remotas. La introducción de la tecnología digital permitió una mayor eficiencia en la gestión de la programación y en la emisión de publicidad. Todos estos factores influyeron en

que, a principios de esta década, se presentara el “boom” de las radios comunitarias, lo cual generó diversos problemas y denuncias en torno al uso ilegal de frecuencias, dado que se partía de la base de que el espectro electromagnético no es patrimonio de la humanidad sino de quienes pueden adquirir una frecuencia y comenzó una campaña importante de desprestigio a lo que se entendía, por parte de distintos gobiernos y radios comerciales, como una práctica “pirata”.

Los fenómenos políticos, siempre cambiantes y presentes en la región alteraron la vida de la FM. Según anota Montenegro, las emisoras chilenas vivieron realidades muy particulares. Después del fin de la dictadura, en los años noventa, muchas estaciones de AM se dieron cuenta de que debían trasladarse a la FM para mantener su relevancia. Cooperativa lo hizo en 1997, Agricultura en 1998 y Chilena en 1999; luego se unió radio Bío Bío de Concepción. Estos cambios definieron la radio FM en Chile, que combina emisoras informativas sólidas, radios musicales tradicionales y emisoras híbridas.

La censura hacia algunos medios no dio tregua y para el caso de El Salvador la creación de las propuestas comunitarias no fue bien vista. La periodista Norma Ramírez recuerda los calificativos recibidos por esas estaciones citados por La Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) e indica que las emisoras comunitarias, calificadas por las autoridades de la época como “subversivas y guerrilleras” en 1995 fueron cerradas por el gobierno de Armando Calderón Sol con el argumento de que eran ilegales, lo que provocó la creación de reglas excluyentes e injustas para los medios. En 1997, se aprobó la Ley de Telecomunicaciones, la cual no reconoció su existencia.

La oferta sonora de los medios para la década de 1990 tuvo características que fueron similares en la región. En Panamá,

Santacoloma cita una especie de anecdotario sobre el sonido puro: “La venta de componentes de sonido que permitían sintonizar emisoras AM y FM generó un gran auge en la popularidad de la radio”. (Santacoloma, 2022).

Sobre los contenidos ofertados, la sostenibilidad económica y las audiencias, el profesor Bosetti afirma que en la región:

En la década de los noventa la radio FM incorporó, al binomio música y palabras, programación periodística en la mañana, como en la AM. En esos espacios incluían conductores y columnistas, principalmente varones. Además, la publicidad cambió para promocionar productos diversos. A lo largo del día, la programación combinaba música para un sector de mayor edad y el sector juvenil (Bosetti, 2022).

En 1990 las estaciones ecuatorianas reflejaban parte de lo ocurrido, Mullo recuerda cómo en lo concerniente a la parrilla de programación, la FM tuvo preferencia por los formatos de radio revista musical o magacín, apoyados en discos compactos (CD) que permitieron potenciar la oferta de contenidos y ritmos. Además, existieron espacios informativos, de opinión y deportivos.

Según el informe realizado sobre México, hay algunos temas particulares sobre acceso tecnológico de los medios. La radio se adaptó al mundo globalizado con el uso del disco compacto y la cinta de audio digital, lo que mejoró la calidad del sonido; los satélites permitieron una mayor cobertura y la incorporación a la *web* marcó una nueva etapa. La apertura a los aparatos electrónicos provenientes de Japón y Estados Unidos favoreció la adquisición de receptores a precios más bajos. El gobierno cedió terreno a los empresarios en inversiones a cambio de permanencia y poderío en la industria.

Hacia finales del siglo, en la década de los noventa, se experimentó una modernización tecnológica en las estaciones de la región, en particular a nivel tecnológico. Tito López cita algunos de esos hechos sin dejar de lado el contexto de violencia que marcaba a país en esos años.

En los noventa, la llegada del satélite a Colombia resolvió el problema de la infraestructura de transmisión debido a que eliminó la necesidad de torres de retransmisión en áreas remotas y mejoró la recepción de señales desde diferentes ciudades a Bogotá (López, 2022).

Con el paso del tiempo, tal y como ocurrió en casi todos los territorios, las emisoras ecuatorianas se modernizaron y ello se evidenció en los años de 1990 a 2000. Radio Concierto de Guayaquil, como otras estaciones, reemplazó sus dispositivos por equipos modernos gracias a una modificación en la Ley de Radiodifusión de 1993 que permitió importar dispositivos con bajos impuestos para emisoras de “pequeña industria”. La AM comenzó a enfrentar problemas financieros, mientras que la FM creció ofreciendo deportes, música y programas de entretenimiento (Grijalba, 2022).

Asimismo, en otras partes de la región, hubo un crecimiento en estaciones, como en el caso de Venezuela, nación en la que entre 1999 y 2003 existían 209 emisoras de AM y 409 de FM.

### *Década del 2000: más comunicación en FM*

La radio llegó al mundo usando una sola frecuencia: la AM. Con el paso de los años, el número de estaciones aumentó pues

surgieron en la FM estaciones comunitarias, públicas, universitarias, etc. Es un hecho que en la década del 2000 ya habían sido creadas la mayoría de esas señales, sin embargo, los formatos que se emitían empezaron a repetirse: las locuciones en todos los territorios eran similares, los conteos musicales realizados eran cada vez menos, los concursos y las llamadas telefónicas siguieron siendo importantes, pero no fundamentales para el medio. La FM sintió la llegada de internet y se estremeció ante la irrupción de servicios de audio y video más ágiles y portables, los momentos gozosos de la FM mutaron a experiencias de reacomodo.

Los años 2000 marcaron el fin de la FM como medio exclusivamente comercial en la región y el monopolio mediático cambió; otras opciones que ya habían acumulado experiencias significativas entraron al cuadrante.

La FM peruana, según Mac-Kay, ascendió en el gusto de los escuchas. Se convirtió en la frecuencia preferida de las emisoras y público a nivel nacional. En Brasil, la concentración de medios ya no se dio como en el pasado. Según Morgado, durante décadas se dijo que los mayores grupos mediáticos de Brasil concentraban una parte expresiva de la radio, sin embargo, hoy tal afirmación no puede hacerse de forma categórica. Por diferentes motivos (desde dificultades financieras hasta revisiones estratégicas), varios conglomerados nacionales han reducido su presencia en el dial.

### *El auge de las estaciones comunitarias*

Tras la adjudicación de las radios comunitarias se experimentaron distintas formas de entender la comunicación sonora.

Es difícil consignar cómo eran y han sido las estaciones de esa tipología, pero lo cierto es que ellas se volcaron —unas más que otras— hacia la incidencia social: se preocuparon y ocuparon de problemáticas públicas, denunciaron abusos de poder, escucharon a la ciudadanía, hicieron destacados trabajos periodísticos, respondieron a sus objetivos y sacaron a los oyentes de la sola escucha para convertirlos en generadores de contenidos alimentando parrillas de programación. El medio de comunicación fungió como estrategia para elevar la voz y visibilizar las problemáticas locales y ese fue un hecho que se expandió en toda la región. También es cierto que muchas iniciativas jamás se reconocieron dentro del modelo comunitario y prácticamente siempre fueron emprendimientos que seguían modelos comerciales. Valencia contextualiza las experiencias comunitarias de El Salvador describiéndolas como “discotecas aéreas”.

En la década del 2000 los llamados medios comunitarios salvadoreños, que ya existían, fueron una fotografía más de las propuestas comerciales, “discotecas aéreas”, así eran reconocidos pues simplemente se dedicaban y dedican a poner música, pero no tenían la programación estructurada como se esperaba. Estas radios se quedaron, la mayoría de ellas, en voluntariado: no pagaban a los empleados, eran proyectos muy limitados en términos financieros y de desarrollo para sus comunidades (Valencia, 2023).

Sobre la legitimación de estaciones comunitarias uruguayas, la aprobación en el 2007 de la Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 implicó legitimar su existencia, en el sentido en que son de propiedad y gestión colectiva, además, no responden a intereses personales, económicos, políticos, partidarios o religiosos; pero, como sugiere Baroni, estos medios siguen

siendo discriminados en el acceso a la publicidad oficial, lo que constituye un mecanismo de censura indirecta. Desde Colombia, también hay que decir acerca de los nuevos medios de la década de 2000.

Las radios comunitarias fueron oportunidad magnífica para que las comunidades presentaran sus contenidos locales, esas eran emisoras con escasos recursos, con gente que no sabía mucho de radio y podían aprovechar para aprender y arriesgar lo que quisieran, ya que su visión no era comercial sino de servicio a la comunidad y con gente nueva con ideas supremamente novedosas. Algunas emisoras cayeron en manos de políticos que las usaron para sus propios beneficios y algunas otras burlaron la ley para hacerlas comerciales (López, 2022).

En términos económicos, las emisoras en FM de la comunidad se han caracterizado por luchar para sostenerse económicamente y sus riquezas no son necesariamente comerciales sino culturales, participativas, incluyentes. El tema de la sostenibilidad ha sido preocupante y resulta definitivo al momento de repensar el propósito de este tipo de medios.

Las características técnicas de las estaciones varían; equipos modernos y salas “heridas” forman parte de un universo complejo y difícil de diagnosticar (técnicamente hablando) para quien asume la responsabilidad de orientar la voz comunitaria.

Las leyes que regulan las iniciativas radiales proponen requisitos que muchas estaciones apenas pueden cumplir. Contratar personal con pagos ajustados a la normatividad, tener equipos técnicos adecuados, adquirir pólizas, seguros de cumplimiento, cancelar obligaciones con derechos de autor, etc., hace que la ley no favorezca la buena marcha de la comunicación popular.

### *Los medios públicos en el dial*

El aporte de este tipo de frecuencias a la FM ha sido decisivo para ampliar y tomar distancia del discurso comercial y comunitario. El debate de lo público esparció una mirada optimista del país, rescató valores nacionales y fue útil para la sociedad. En muchos casos, la producción de los medios públicos fue limpia, artísticamente bien elaborada, cuidadosamente emitida y con buenos estándares de calidad. Parte importante de su producción solía ser pregrabada y en algunos casos, esmeradamente revisada para ser lo más asertivos posible en la comunicación. Sus formatos ocasionalmente fueron abiertos, novedosos y con algunos riesgos creativos.

En cuanto a sus plantas físicas, solían tener estructuras adecuadas para sus funciones, estaban técnicamente bien dotadas y no sufrieron ante pagos de alquileres, etc. En última instancia, los lugares en los que habitaron las emisoras fueron muy superiores a las de otras propuestas. Dicho de otra manera, las condiciones de alojamiento de estos medios fueron superiores al de muchas iniciativas comunitarias e incluso, a estaciones independientes en FM.

Una de las deudas acumuladas por este tipo de emisoras fue justamente el no deberse a lo público. Salvo excepciones, en muchos casos, respondieron a intereses de los gobiernos en cada país y fue así como se constituyeron en voz oficial que poco se escuchaba en la medida en que las audiencias sospechaban sobre lo creíble que podía resultar una narrativa venida de una institución sostenida económicamente por el Estado.

## *La universidad en el dial*

Para el año 2000, las radios universitarias ya eran parte del cuadrante en los territorios aquí estudiados. El aporte de la FM consistió en ser modelo de experimentación para que jóvenes universitarios se acercaran al medio y éste abriera sus puertas a nuevas opciones creativas. La radio universitaria contribuyó a la producción de contenidos científicos y a la formación de estudiantes en el área de la comunicación.

La primera emisora universitaria que emitió su sonido en América Latina fue la de la Universidad Nacional de La Plata, en 1924, seguida de la Universidad Nacional del Litoral, ambas en Argentina. En 1933 nació la emisora de la Universidad de Antioquia, en Colombia y así, poco a poco los medios se tomaron el cuadrante en cada país, de cada ciudad de América Latina y el Caribe.

Uno de los problemas que se observan en las radios universitarias, ha sido la conformación de su identidad y los procesos de producción. Por ejemplo, cuando una emisora depende de la Rectoría, la Secretaría General o de alguna Facultad, al cambiar de funcionarios, vira la orientación de la frecuencia. Al no haber procesos de producción sólidos, los esfuerzos de una iniciativa previa rápidamente pueden desaparecer para iniciar un nuevo cultivo.

Otro de los problemas de las radios universitarias es que definir al público puede resultar complejo, ya que se mueve entre un sector institucional, interno, de su propio seno y en una escucha masiva. Muchos ejercicios universitarios son atendidos en sus micrófonos por estudiantes o miembros de la comunidad al interior del alma mater. En muchos casos, los horarios de emisión son inestables pues para que los jóvenes cumplan sus actividades académicas abandonan programaciones y la radio

queda a su suerte, ocurre también en los periodos de vacaciones estudiantiles, por lo que existe una tendencia a programar la radio.

Las radios universitarias, en general, no son incidentes y periodísticamente generan productos interesantes y de buena factura, pero sin fuerza dentro de la población. Es decir, son medios enfocados en su propio mundo y a veces, autorreferenciales. Otra circunstancia tiene que ver con sus posibilidades comerciales, características técnicas, restricciones o normas que a veces les prohíben vender publicidad o tener mayor cobertura.

Otro grupo de emisoras incluidas en la categoría de interés público son las indígenas y culturales que también existen en distintos países de la región.

La narrativa de los medios culturales goza de amplia aceptación en las audiencias, pero se escucha poco, es decir, son vistos como medios positivos, pero poco escuchados y en relación con sus contextos, al ser iniciativas oficiales suelen tener similitudes con las estaciones públicas. Sus diferencias con los medios citados es que están cercanas a una producción sonora próxima a temáticas culturales.

El aporte de las emisoras culturales ha sido importante para la FM, pero incide poco en medio de una ciudadanía que opta por contenidos de otro tipo ofrecidos en los medios de comunicación.

Las radios indígenas dan fe de programaciones distantes al modelo comercial. Éstas suelen proponer contenidos centrados en su manera particular de asumir la vida, la convivencia, el desarrollo de sus pueblos, su cotidianidad. Si bien es cierto que muchos de sus formatos están inspirados en los medios comerciales, sus contenidos sí se inclinan hacia visiones propias de mundo, permitiendo, por ejemplo, escuchar

una lengua indígena en un medio de comunicación masiva. En cuanto a su sostenimiento económico y dispositivos tecnológicos poco hay que anotar sobre estas experiencias en la medida en que su panorama es mixto, algunas estaciones tienen mejores condiciones que otras.

### *Lo religioso en los medios*

Otra realidad de la FM regional es la que aportan las estaciones evangelizadoras que, aunque no pertenecen a ninguna tipología en particular, es verdad que se han apropiado de varias estaciones en frecuencia modulada. Con cortos programas, alquilando o adquiriendo diales, la evangelización ha abierto espacios para transmitir su palabra y múltiples oídos han estado dispuestos a escucharla.

El aporte de los medios religiosos a la FM ha sido fundamental para calmar la sed de quien experimenta a Jesús como su salvador y, en ese sentido, desea escuchar su palabra, alimentar su fe y beber de una fuente que cuida su espíritu.

A los medios de fe se les llama a ser menos repetitivos, emitir menos pregrabados, abandonar cantos que giran sin detenerse en las mismas programaciones, alejarse del rito y visitar a la comunidad, ampliar sus horas de programación y, en general, a proponer una programación con un tránsito menos lento y pausado.

Lo económico es distinto para cada medio. Las formas de canalizar recursos son múltiples y dependen, en gran medida, del tipo de frecuencia que se cite. Existen estaciones que no pueden vender publicidad, otras que son auspiciadas por gobiernos, instituciones educativas, religiosas y por empresarios o industriales. El mapa es tan variado como la creatividad que

hay que poner a prueba para sacar adelante estos emprendimientos.

Como idea final, se advierte que los ejercicios de fe son poco relevantes. A veces, su discurso hace que se olvide lo público para ocuparse de intereses particulares.

### *Un nuevo rostro para la frecuencia modulada*

Para el 2000, la banda FM había prácticamente transitado de una radio musical a una mixta con contenido hablado. Morgado explica cómo se dio este proceso en Brasil. En 2005, se lanzó Band News, la primera radio de noticias exclusivamente en FM, con bloques de 20 minutos de duración. Estas iniciativas ayudaron a acabar con el estigma de que la radio FM solo se usaba para música y no para contenido hablado. En las décadas de 1990 y 2000, las principales emisoras de amplitud modulada en Brasil comenzaron a transmitir en FM, lo que condujo a una concentración de audiencia en esta banda.

Por su parte, Mullo indica que, en la década del 2000, los contenidos emitidos en Ecuador fueron tertulias radiales con temáticas de análisis de coyuntura política, económica y deportiva, así como espacios humorísticos que se complementaban con la compañía musical en diversos géneros y formatos.

En Nicaragua, a principios del año 2000, los contenidos orales que estaban en AM pasaron a FM, lo que generó una transformación en los mensajes de esa frecuencia. Gadea recuerda los cambios de la época.

En un momento, las emisoras ofrecían noticias independientes y críticas, creando un espacio de libertad de expresión. Sin embargo, a partir de 2006, se enfrentaron a problemas como la pérdida de talento humano, restricciones en la importación de equipos y una disminución en el enfoque informativo. La industria radiofónica experimentó una involución, con una falta de inversión y un énfasis en eventos, accidentes y temas de fútbol, en detrimento de otros temas considerados peligrosos (Gadea, 2022).

Con la llegada de internet, aún no masificado, los medios tradicionales entraron en francas reflexiones sobre sus modelos comunicativos. Escuchar radio ya no solo se hacía desde los aparatos tradicionales sino desde la *web*, restando fuerza al dispositivo de escucha tradicional, pero facilitando la portabilidad.

Internet favoreció a las estaciones en la medida en que permitió la escucha de éstas desde distintas latitudes. Sobre este particular, Caballero indica que en Paraguay, en los últimos 15 años, las emisoras de FM comerciales se volvieron digitales, lo que permitió a los oyentes escuchar sus emisoras favoritas desde cualquier lugar del país y del mundo, siempre que se cuente con una buena conexión. Esto ha facilitado que las personas que emigraron a países de Europa por motivos laborales sigan conectadas con sus comunidades de origen.

Sobre los múltiples cambios vividos por la radio al cambio del siglo, Bosetti repasa algunas de esas características.

La ola digital y el aprovechamiento de internet transformaron la radio, lo que fomentó una nueva manera de conectar más y con audiencias diversificadas: aparecieron las páginas *web*, se buscó la posibilidad de incorporar la imagen a la radio y se fortaleció el

*streaming*<sup>2</sup>. La FM se destacó como una alternativa no comercial, ofreciendo música y temas distintos, con un lenguaje directo y menos formal. Hacia finales de 2010, la FM representaba novedad y juventud, mientras que la AM seguía siendo más tradicional y dirigida a una audiencia mayor (Bosetti, 2022).

Ya en la primera década del 2000, la concentración mediática siguió su curso en gran parte de los países de la región. Del Pozo describe cómo se dio este fenómeno en República Dominicana; se leen algunas ideas sobre la concentración de medios. Se ha observado una concentración mediática en la radio, con tres grandes grupos controlando alrededor de 107 emisoras. Estos grupos tienen estrechos vínculos con otras empresas, lo que plantea preocupaciones sobre la objetividad de la información. El 38% de las emisoras de FM tienen conexiones con canales de televisión, mientras que en AM el porcentaje es del 11.70%.

### *Leyes de medios y cambios en el dial*

Gran parte de los cambios vividos por la FM durante las décadas de 2000 y 2010 estuvieron relacionados con modificaciones en las leyes que regulaban a los medios. En Bolivia, según Rivera, se abrió un amplio debate sobre la vigencia y otorgamiento de frecuencias pues en 2006 el Movimiento al Socialismo (MAS) se instaló en el poder. Este hecho conllevó transformaciones

---

<sup>2</sup> El *streaming* hace referencia a la distribución digital de contenido multimedia a través de un conjunto de computadoras conectadas en red, de manera que mientras se utiliza un producto, se le puede descargar.

profundas en todos los aspectos de la vida política, cultural, económica, social y también comunicacional.

El primer cambio estuvo relacionado con el proceso de elaboración, aprobación y aplicación de la nueva Ley de Telecomunicaciones puesta en vigencia en 2011. Este proceso ha ocasionado un amplio debate sobre la vigencia y otorgamiento de nuevas licencias de funcionamiento para emisoras.

Rivera enfatiza la importancia de la ley general de comunicación de su país pues produjo cambios dinamizadores para la FM. La Ley de Comunicaciones 1632 del 5 de julio de 1995 fue anulada con otra que se aprobó el 8 de agosto de 2011, la Ley General 154 de Comunicaciones resulta interesante pues hasta entonces los medios estaban en manos de algunos empresarios y políticos, pero en el gobierno de Evo Morales se tiende a democratizar el espectro y lo divide en 4 categorías. 33% Estado, 33% sector privado o comercial, 17% social —comunitario y el 15% pueblos indígenas originarios, campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas. La ley también redujo el ancho de banda pues el neoliberalismo había hecho que crecieran tanto las radios en FM que no había espacio para otras. Surgieron nuevas y más contenidos, similares a los emitidos en la AM.

En la misma década, otros países de la región modificaron sus leyes. Costa Rica, en 2009, modificó la Ley General de Telecomunicaciones. En El Salvador, la década de 2010 trajo cambios en legislaciones y el año 2016 fue significativo pues en ese momento se reconocen los tres sectores de la radio: comercial, estatal y comunitaria.

El tema del acceso a medios ha generado diferencias entre distintos actores de la comunicación en la medida en que se denuncia cómo varios de ellos se concentran en pocas manos, lo cual acentúa un discurso que favorece a grupos políticos y sociales de élite. Ante ello, algunos países, como Ecuador han

propuesto una redistribución de frecuencias para evitar la concentración.

Con más medios operando en FM la configuración de éstos fue modificándose hasta potenciar y abrirse a su pluralidad. Rivera puntualiza sobre el caso boliviano que desde 2010, se gesta una nueva configuración de medios, donde resalta un poderoso conglomerado de iniciativas estatales que incluye la radiodifusión. Como resultado de este proceso, se da un incremento de radios oficiales tanto nacional, regional y localmente, con alrededor de 50 emisoras. En Ecuador se dio la conformación del Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios (RPOs) que actualmente cuenta con 32 afiliadas en diferentes puntos geográficos; la mayoría de estas estaciones son estatales.

La publicidad de las emisoras fue decayendo, pues ya no se podía encontrar fácilmente y encontraron su relevo en las redes sociales. La división del espectro en 4 sectores, hasta el día de hoy, no termina de concretarse porque las empresas privadas han presionado a los gobiernos para que renueven sus licencias; aún hay gran presencia de emisoras bajo la categoría de comercial. Hay radios con programación informativa y musical, las emisoras o informativas musicales concentran la mayor parte de la publicidad estatal, municipal y bajo porcentaje de anuncios privados que están en las radios musicales.

En Argentina, el acceso a medios también se alteró, Arabitto cita cómo la Ley de Medios, sancionada en 2009, no tuvo impacto alguno sobre las radios FM de la ciudad a causa de la inexistencia en varios lugares de la figura de la radio comunitaria o pública. Así como tampoco se vio reflejado el cumplimiento de los porcentajes establecidos para las organizaciones del territorio (33% Estado, 33% privados, y 33% otras organizaciones).

De renovaciones profundas, la FM asistió a restricciones en sus libertades informativas y a discursos dominantes en manos de propuestas politizadas. Gadea anota que en Nicaragua se evidenciaron restricciones (2022). Duarte indica que en Nicaragua, el cierre de medios en todo el territorio nacional marcó una impronta sobre las vivencias transitadas por la FM. Durante el último decenio, particularmente desde el 2018, la sociedad nicaragüense ha lamentado el cierre de más de 31 estaciones (1 en AM y 30 en FM), en su mayoría emisoras de carácter local y una alta proximidad con la ciudadanía, sin embargo, no ha sido suficiente para que las autoridades, que cancelaron las licencias y permisos de operación, reconsideren las decisiones administrativas, alegando las cancelaciones, sin rigor del procedimiento establecido, por razones técnicas.

En la década de 2010, el crecimiento de la FM se dio en casi toda la región. Las frecuencias de FM estaban saturadas; mientras la AM empezó aparentemente a desaparecer, la FM se hizo de gran popularidad. La música se programaba desde *software*, mientras que en los espacios en vivo se contaba con la presencia de locutores, noticias y deportes; las rutinas periodísticas fueron otras, y se dejó atrás lo análogo (Grijalba, 2022).

En distintas naciones la transición a la radio digital<sup>3</sup> fue parte del nuevo milenio, en México ésta comenzó en 2003 cuando

---

<sup>3</sup> Hoy en día coexisten distintos sistemas de radiodifusión digital como IBOC, (canal dentro de banda) y DAB, (*Digital Audio Broadcasting* o emisión digital de audio). Las señales DAB+ no necesitan conexión a la red de redes para operar, pues pertenecen a una red independiente. DRM (*Digital Radio Mondiale* o radio digital mundial) es una serie de tecnologías de transmisión de audio digital que permite tener más estaciones y con mayor calidad, en una cantidad dada de ancho de banda.

la Cámara de la Industria para la Radio y la Televisión (CIRT) empezó a realizar pruebas de los sistemas para radiodifusión sonora digital. Fue hasta el 2011 cuando se publicó la política de Radio Digital que establece el uso del sistema IBOC. En 2010 se autorizó el cambio de frecuencia de AM a FM con lo que las emisoras comenzaron a migrar de banda de frecuencias extenuando el rezago en condiciones técnicas y económicas más competitivas.

### ***Organismos reguladores de la radiodifusión en América Latina y el Caribe***

<b>País</b>	<b>Organismo</b>	<b>Sitio Web</b>
Argentina	Secretaría de Comunicaciones	<a href="http://www.secom.gov.ar/">http://www.secom.gov.ar/</a>
Bolivia	Telecomunicaciones de Bolivia	<a href="http://att.gob.bo/">http://att.gob.bo/</a>
Brasil	Ministerio de Comunicaciones	<a href="http://www.mc.gov.br/">http://www.mc.gov.br/</a>
Chile	Subsecretaría de Transporte y Telecomunicaciones	<a href="http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/edic/base/port/inicio.html">http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/edic/base/port/inicio.html</a>
Colombia	Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación	<a href="http://www.mintic.gov.co/">http://www.mintic.gov.co/</a>
Costa Rica	Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones	<a href="http://www.minae.go.cr/">http://www.minae.go.cr/</a>
Cuba	Ministerio de la Informática y las Comunicaciones de Cuba	<a href="http://www.mic.gov.cu/">http://www.mic.gov.cu/</a> <a href="http://www.radiocubana.cu/directorio-de-radio-emisoras-cubanas">http://www.radiocubana.cu/directorio-de-radio-emisoras-cubanas</a>
Ecuador	Ministerio de Telecomunicaciones	<a href="http://www.mintel.gob.ec/">http://www.mintel.gob.ec/</a>
El Salvador	Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones	<a href="http://www.siget.gob.sv/">http://www.siget.gob.sv/</a>

Guatemala	Superintendencia de Telecomunicaciones	<a href="http://www.sit.gob.gt">http://www.sit.gob.gt</a>
Honduras	Comisión Nacional de Telecomunicaciones	<a href="http://www.conatel.gob.hn/">http://www.conatel.gob.hn/</a>
México	Instituto Federal de Telecomunicaciones	<a href="https://www.ift.org.mx/">https://www.ift.org.mx/</a>
Nicaragua	Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos	<a href="http://www.telcor.gob.ni/Default.asp">http://www.telcor.gob.ni/Default.asp</a>
Panamá	Autoridad de los Servicios Públicos	<a href="http://www.asep.gob.pa/default.asp">http://www.asep.gob.pa/default.asp</a>
Paraguay	Comisión Nacional de Telecomunicaciones	<a href="http://www.conatel.gov.py/">http://www.conatel.gov.py/</a>
Perú	Consejo Consultivo de Radio y Televisión	<a href="http://www.concortv.gob.pe/">http://www.concortv.gob.pe/</a>
República Dominicana	Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones	<a href="http://www.indotel.gob.do/">http://www.indotel.gob.do/</a>
Uruguay	Servicio oficial de difusión, radiotelevisión y espectáculos	<a href="http://www.mec.gub.uy/">http://www.mec.gub.uy/</a>
Venezuela	Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión	<a href="http://www.camradio.org/">http://www.camradio.org/</a>

*Fuente: Mapa de Radios de América Latina y el Caribe (2020).*

## ***Un universo de conversaciones***

La vida mediática regional está llena de análisis sobre su accionar, el acceso a la publicidad, las programaciones al aire, el paso a nueva tecnología, la capacitación y el modelo de negocio como plaza laboral forman parte de un universo de conversaciones que marcan los días para el más oral de los medios de comunicación.

Montenegro, a partir de informes de la Asociación Chilena de Agencias de Medios indica que al finalizar 2019 la inversión publicitaria alcanzó un aumento de apenas 3%; en el

2020, la publicidad cayó en un 15% y, si bien en el 2021 experimentó una recuperación de un 26%, el monto en cifras brutas representa todavía una cifra menor a la alcanzada el 2018.

El contexto argentino no se aleja de la realidad regional. Actualmente el mercado influye en gran medida a las emisoras a causa de la existencia de medios comerciales, definidos como simplistas estructuralmente y, por el contrario, la escasez de medios públicos o comunitarios. Con el auge de las nuevas tecnologías, los dueños se apoyan en la contratación de un operador que cuente con la capacidad de programación a través de *software*, con lo que se reduce el tiempo de producción. Los dueños de las emisoras igualmente prefieren optar por la compra de contenidos en línea, lo que lleva a mantener una base simple en cuanto a recursos humanos, lo cual tiene como consecuencia falta de creatividad y bajo desarrollo de producciones novedosas. Aunado a ello, los espacios, en muchos casos, son llenados por quienes los autogestionan.

Es claro que los medios de producción requieren de constantes renovaciones que les permitan adaptarse a las nuevas sociedades, por lo que el uso de las redes sociales digitales y diversas plataformas han dejado de ser una opción para convertirse en una herramienta más.

Sobre los contenidos actuales de las emisoras objeto de estudio, Valencia dice que:

La evolución en la capacidad de producción de contenidos que tuvo la FM, en los setenta y ochenta, con el paso de los años y la llegada del internet, tuvo negativas; en la transición de AM a FM se decidió únicamente dedicarse a sonar productos enlatados. La privatización de empresas es existente, sin embargo, ha habido un aumento en la cantidad de radios de propiedad estatal y administración

gubernamental que, de tener en 1986 dos radios, el estado ha pasado a tener 4 (3 en FM y una en AM). A partir de los 2000 el modelo de radio religiosa ha ido en ascenso con el manejo de varias frecuencias, haciendo uso de FM y de internet (Valencia, 2023).

En torno al panorama de la comunicación comunitaria en Uruguay, Baroni advierte que con un total de 354 FM (273 son radios comerciales, 6 son radios públicas-estatales, 1 radio universitaria y 74 comunitarias), en 2020 el país se ha vuelto a la FM. En 2009 se realizó un censo para conferir frecuencias a las radios comunitarias que cumplieran con los lineamientos que establece la Ley, lo que dio origen al Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria, encargado de realizar el estudio de las propuestas y la regularización de lo existente.

Paraguay vive una circunstancia especial, pues la AM es la banda que goza de una amplia aceptación por parte de las audiencias lo que lo vuelve un fenómeno particular dentro de la vida sonora regional. La AM vive muy al día de la línea social, económica y política, por lo que cubre la necesidad comunitaria de informarse. La AM es la más escuchada y genera a las figuras más importantes de la radio; por el contrario, la FM transmite contenido poco atractivo.

La AM es incidente y comparativamente está retrasada la FM con la AM pues, la gente escucha más la AM y ha generado más figuras importantes en la radio. Esa frecuencia vive muy al día de la línea social, económica y política. Hay una necesidad de informarse que la FM no está dando a la comunidad y sí la AM. ¿Qué hay en la FM?: en el interior del país los contenidos son variados y hay alianza con programas de cable, pero en Asunción en su mayoría son musicales, los contenidos no son muy atractivos (Palacios, 2022).

La *web 2.0* y el *streaming* han obligado a que la infraestructura interna de las estaciones cambie. En el caso de Ecuador, Mullo refiere a la vida nacional y cómo lo visual cobra importancia en la radio a causa de diversos hechos coyunturales, por ejemplo el COVID-19, que trajo consigo una repercusión en la sostenibilidad de ingresos publicitarios. En abril de 2022 la radio apenas concentró un 8,7% en inversión publicitaria realizada por las empresas de acuerdo con el estudio Estado Digital Ecuador.

Distintas son las realidades que rodean a la FM peruana en la actualidad. Mac-Kay repasa las necesidades radiofónicas del país. A nivel técnico, las emisoras FM necesitan de renovaciones y actualización de equipos, la incorporación de conexión de fibra óptica y el procesamiento digital en todo el circuito de radio, desde la mezcladora hasta el transmisor. La inversión en tecnología es fundamental, así como el establecimiento de alianzas para establecer estrategias. La estandarización de las propuestas dificulta la creación de compromisos y programación, por ello se deben reformular los criterios artísticos, estéticos y creativos en la producción y distribución de contenidos, así como revisar los productos comunicativos actuales para plantear nuevas propuestas que amplíen las posibilidades creativas de la radio, de esta manera se ampliará la creatividad de la radio.

2022 fue un año particular en relación con las audiencias. Tras la masificación de internet, los medios en general —no solo desde el modelo de negocio, sino desde el mismo ejercicio comunicativo— han migrado a un nuevo momento, en la medida en que el monopolio de la palabra se perdió, la masa se rompió, de la escucha pura se pasó a la generación de contenidos y de un oyente pasivo, a un sujeto propositivo. Por decir lo menos, los medios hoy se vieron obligados a escuchar más a

quienes los escuchan. Hoy en día, afirma Grijalba: “es muy poca la programación musical juvenil, los jóvenes ya no están en FM, esa frecuencia quedó para taxistas y transportadores. La FM trabaja para personas adultas y los jóvenes no la prefieren. Lo juvenil está en lo digital” (Grijalba, 2022).

No es mucho lo que se pueda consignar sobre los desafíos económicos de la FM, Bosetti, cita:

Un gran número de emisoras pertenecen a grupos económicos que también poseen una AM, con lo cual utilizan la pauta para uno y otro medio y organizan paquetes publicitarios que se emiten por los dos medios. Hoy en día la radio se sostiene en dos patas de un mismo andar y la AM y FM se necesitan. En la actualidad no hay renovación en las programaciones, hoy 2022, escuchamos espacios que se vienen repitiendo desde antes de la pandemia y se siguen escuchando y desde el punto de vista estético y de contenidos. En el estado actual no hay inversión ni tecnológica ni profesional, ni de contenidos (Bosetti, 2022).

La comunicación oral ha vivido distintas experiencias, el pasado de la FM fue amoroso con sus audiencias y las características que las acompañaron se han citado en esta cronología que ahora propone un acercamiento al presente de los medios que diluyen su cercanía con las audiencias.

### *La actualidad radiofónica*

Los últimos renglones de este capítulo están dedicados al presente y futuro de la FM en la región. A partir de los informes contenidos en el tercer capítulo de este libro, se diagrama cómo está el presente de los medios.

## Presente de la FM: países de Sudamérica

País	Características
Argentina (Jorge Arabito)	Es posible que algunas iniciativas locales se sientan poco originales y busquen imitar las radios de Buenos Aires, que sus agendas estén muy limitadas a los actores visibles de la sociedad y que algunas radios no estén innovando en sus formatos, lo que puede resultar poco atractivo para el público.
Bolivia (José Howard Rivera)	Las audiencias se han reducido drásticamente; en los últimos años se han cambiado las llamadas telefónicas por la interacción a través de las redes sociales. Muchas emisoras han ampliado sus transmisiones a través del <i>streaming</i> y las iniciativas independientes viven amenazadas y al borde del colapso económico.
Brasil (Fernando Morgado)	En los últimos años, la radio brasileña se ha movido en torno a la migración de estaciones de AM a FM. La intención principal de este cambio es superar las dificultades de recepción de radios en amplitud modulada, especialmente en los centros urbanos más grandes.
Chile (Carlos Montenegro)	Para la industria es una preocupación el envejecimiento de las audiencias y una eventual baja sostenida de los números en el público joven. Las emisoras dirigidas a jóvenes y también las que apuntan al público en general, han entendido la importancia de habitar en distintas redes sociales.
Colombia (Yenny Viviana Cruz)	En la actualidad, según MinTIC, se estima que hay 770 estaciones comunitarias, además de las 311 de interés público, las 309 comerciales y las incontables piratas, que también están en la FM. Al cierre del año 2022 había 38 medios universitarios emitiendo en FM.
Ecuador (Alex Mullo)	La FM mantiene en su mayoría el esquema tradicional de los años 2000, la inclusión en la <i>web</i> 2.0 ha obligado a que la infraestructura interna cambie. La mayor inversión publicitaria que realizan las empresas se concentra en la televisión con un 48.8%, plataformas digitales con 23.3%, la prensa 9.2% y la radio 8.7%.
Paraguay (Salustiana Caballero)	Las emisoras van quedando relegadas por sus condiciones de precariedad financiera. Las nuevas audiencias activas demandan la necesidad de construir programas que contengan creatividad e interacción. Es por ello que las emisoras FM comerciales de la capital han tenido que incorporar breves espacios para noticias e informativos entre canciones.

Perú (Julio César Mac-Kay)	Las iniciativas generalistas mantienen parrillas de programación mixtas. La FM ha crecido significativamente en Perú. En la actualidad, se encuentran emisoras con señal FM en pequeños pueblos, distritos y provincias con permisos legales, en trámite, e incluso informales, con programaciones diversas.
Uruguay (Cecilia Baroni)	En el país hay un total de 354 FM, de las cuales 273 son comerciales, 6 son públicas-estatales, 1 radio universitaria y 74 comunitarias. En algunas localidades de Uruguay contar con una radio comunitaria es la única manera de comunicarse, comunicar y generar un acervo cultural local importante.
Venezuela (Johana Castillo)	La Gerencia de Acompañamiento Técnico de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) caracteriza a 280 medios comunitarios habilitados en 24 estados de la nación, regidos por la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

### *Presente de la FM: países de Centroamérica y el Caribe*

País	Características
Costa Rica (Sebastián Fournier)	En 2023 la situación de la radio FM es poco alentadora. Con un modelo anquilosado de radiodifusores comerciales y frecuencias concentradas en pocas manos, la innovación del sector es limitada, tanto en términos de formatos radiofónicos como tecnológicos. La Encuesta Nacional de Hogares da cuenta de un decrecimiento en la tenencia de aparatos de radio de 77% a 45% y la reducción de las audiencias ha sido significativa.
Cuba (Zenaida Costales y Erick Méndez)	La totalidad de las emisoras son públicas y dependen económicamente de la asignación presupuestaria que designe el Estado o los gobiernos territoriales y locales. Esta realidad, a decir del periodista Juan Carlos Castellón, afecta la salud financiera de las plantas radiales, pues el presupuesto se maneja desde un espacio externo a la emisora.
El Salvador (Norma Ramírez)	La mayoría de las estaciones están en manos privadas. Las emisoras comunitarias continúan operando en una sola frecuencia a nivel nacional, fragmentada en 22 municipios. Además, han surgido nuevas estaciones con denominaciones religiosas, tanto evangélicas como católicas.

<p>Guatemala (Juan F. Romero)</p>	<p>Las radios FM tienen señal las 24 horas. Por cuestiones principalmente administrativas existen dos tipos de emisoras con base en sus contenidos: las musicales ocupan cerca del 60% del dial, el resto se enfocan en contenidos específicos, tales como las religión, noticias o deportes.</p>
<p>Honduras (Miguel A. Martínez)</p>	<p>En algunos casos las emisoras regionales cuentan con su respectiva página <i>web</i>. Desde luego la interacción en todas ellas es limitada y la ganancia está en el acceso vía <i>Smartphone</i> (Android o Apple). Son más de 200 las estaciones que pueden ser sintonizadas de esta manera.</p>
<p>México (Karina Sánchez)</p>	<p>La radio FM se concentra en unos pocos grupos (principalmente familias). Esto permitió el despliegue de la radio comercial y, a los propietarios, adquirir un enorme poder económico y político. La radio pública y cultural tiene enfoques distintos: incorpora programas de carácter cultural, informativo y de asuntos públicos, infantiles y educativos.</p>
<p>Nicaragua (Juan Carlos Duarte)</p>	<p>En el ambiente radial flota incertidumbre e inseguridad jurídica. Esta situación está vinculada a las tensiones políticas que surgen al país y como una medida de supervivencia, las estaciones, especialmente las que operan en FM, han dado más énfasis al contenido musical y de entretenimiento.</p>
<p>Panamá (Olmedo Carrasquilla)</p>	<p>Las emisoras actuales son de carácter comercial y cultural, y su sostenibilidad depende de su programación, definida por la demanda de los oyentes. En Panamá aún existe un debate y se promueve una cultura de medios libres, como es el caso de una ley de radios comunitarias y el uso de redes sociales virtuales libres.</p>
<p>República Dominicana (María E. del Pozo)</p>	<p>La penetración y el alcance que sigue teniendo la radio FM en el país no se puede sustituir aún por los medios digitales. Esto de sobre manera por las inversiones que se han venido realizando a través de los años para mejorar la calidad de las transmisiones en las diferentes provincias del país.</p>

## Número de radios de FM en América Latina y el Caribe

País	Año 2012	Año 2014	Año 2017	Año 2019
México	S/D	824	1.363	1.654
El Salvador	148	247	244	237
Nicaragua	S/D	S/D	228	235
Guatemala	228	481	430	S/D
Costa Rica	S/D	69	81	55
Honduras	S/D	626	803	815
Panamá	177	190	194	197
Colombia	1.124	1.392	1.225	1.225
Venezuela	S/D	741	689	S/D
Ecuador	926	921	897	910
Perú	2.192	3.048	4.141	4.998
Bolivia	779	863	1.035	1.036
Uruguay	283	346	349	357
Paraguay	752	442	464	466
Chile	1.813	1.901	2.092	2.272
Argentina	1.747	3.011	5.846	5.868
Brasil	6.042	7.850	7.402	8.621
Cuba	34	34	62	86
República Dominicana	S/D	231	233	235

Fuente: Mapa de Radios de América Latina y el Caribe (2020).

## *El futuro de la FM*

El futuro de la radio FM se perfila como una combinación de desafíos y oportunidades, moldeado por las tendencias tecnológicas, cambios en el comportamiento del consumidor y la evolución de los medios de comunicación.

Creemos que la FM seguirá su transición hacia formatos digitales y plataformas en línea. Las emisoras se adaptarán para ofrecer transmisiones en *streaming*, *podcasts*, contenido bajo demanda y otras opciones que aparecerán con el paso de los años.

En el futuro cercano, la radio podría volverse más personalizada, utilizando algoritmos para adaptar el contenido según las preferencias individuales de los oyentes y podría ofrecer experiencias más interactivas, lo que permitiría a los oyentes participar en tiempo real, ya sea a través de encuestas, comentarios en vivo o desde la inmersión misma en las noticias.

Con la velocidad de los cambios, las emisoras buscarán formas de integrar sus contenidos con redes sociales, permitiendo a los oyentes compartir, comentar y participar fácilmente. La inteligencia artificial, la realidad virtual, humanoides, robots, androides y *bots* estarán presentes en las salas de redacción y esto podría cambiar la forma en que se produce y consume la radio, ofreciendo experiencias más personalizadas.

La programación radiofónica se alimentará de saberes distintos a la comunicación social. La teletransportación de las informaciones o de invitados a cabina será cotidiana. Se mezclarán humanos con humanoides para la presentación de noticias. Los robots podrán localizar informaciones de interés personalizadas para cada uno de los oyentes y así, distribuirlas punto a punto para cada dispositivo de escucha. Creemos que

en pocos años el oyente controlará toda la experiencia. La planta de trabajadores se modificará y la figura de los operadores de sonido podría desaparecer. Vemos el futuro como un escenario muy emocionante para ser creativos.

Futuristas afirman que para 2030 desaparecerán millones de trabajos. Las personas cada vez tendrán más tiempo libre. Los trabajos escasearán y el ludismo recogerá todas estas experiencias que buscan pasar el tiempo empleándolo en alguna actividad, entonces, la radio tendrá un público ávido de entretenimiento, información y participación.

Las emisoras enfrentarán el desafío de siempre: mantener la sostenibilidad financiera en un entorno mediático altamente competitivo. La publicidad se adaptará a los nuevos formatos y plataformas, y las emisoras buscarán modelos de negocio innovadores. La radio podría adoptar formatos renovadores, como experiencias de sonido 3D, para ofrecer una experiencia auditiva más inmersiva y atractiva.

Aunque el interés en el audio sigue siendo alto, especialmente entre los jóvenes con el éxito de los *podcasts*, la radio debe reconocer que ya no puede esperar pasivamente a que la audiencia llegue a ella. Es fundamental adoptar un enfoque proactivo, ir en busca de la audiencia y desafiar a sí misma.

Una alarma que se enciende sobre la FM es el vencimiento de concesiones y la aprobación de éstas que, en parte, se verá acompañada de posiciones políticas para aprobarlas o cancelarlas.

Muy a pesar de los desafíos propios del futuro, la radio, como medio de comunicación, mantiene ventajas sobre otros soportes comunicacionales lo que es fundamental para su permanencia. El texto sonoro sigue siendo inmediato y aún puede transmitir información en tiempo real, puede proporcionar noticias, actualizaciones y alertas de manera instantánea.

Otra ventaja del medio sobre otros actores mediáticos es que sigue siendo accesible para una amplia audiencia, incluso en áreas remotas o sin acceso a electricidad. Los receptores de radio son comunes y asequibles, y muchas personas pueden sintonizar emisoras de radio utilizando dispositivos sencillos, ya que son portátiles, lo cual permite escuchar contenido mientras se desplazan, sin depender de una conexión a internet. Los oyentes de radio suelen ser una audiencia activa, ya que pueden participar mentalmente mientras realizan otras actividades, esto facilita la multitarea y permite a la audiencia integrar la radio en su vida cotidiana.

En comparación con la televisión o el cine, la producción de contenido radiofónico tiende a ser menos costosa. La radio puede ofrecer una programación variada y de calidad sin incurrir en los altos costos asociados con la producción visual.

Sumado a todo lo anterior, en cuanto a las ventajas de la radio, ella tiene un fuerte enfoque local y regional. Puede adaptarse a las necesidades específicas de una comunidad, proporcionando información relevante y promoviendo la identidad cultural local.

Incertidumbre es la palabra más cercana que podemos encontrar cuando se reflexiona sobre el futuro del dial. En poco más de 80 años de emisiones, las transformaciones mediáticas en FM no han sido pocas y el medio ha sido reflejo de la sociedad en sus distintas etapas, entonces, de seguir ese modelo, la radiodifusión siempre estará vigente.

En los siguientes recursos visuales, se presentan las miradas sobre el futuro de la FM. Las opiniones citadas permiten tener una visión general de lo que podría ocurrir con la frecuencia modulada en la región.

## Futuro de la FM: países de Sudamérica

País	Características
Argentina (Jorge Arabito)	La FM está arrinconada por otros modos de consumo de lo sonoro y necesita recuperar lo que fue su esencia. La escucha se fragmenta cada vez más, perdiéndose la noción de programación. El negocio va a optar fuerte para que algunos empresarios salgan a renovar el aire porque esta situación no puede continuar.
Bolivia (José Howard Rivera)	Se deben aprovechar las otras plataformas, en beneficio de la radio, pero considerando sus propios lenguajes y entrar con la radio digital terrestre para diversificar los contenidos según los distintos públicos.
Brasil (Fernando Morgado)	Aunque el interés por el audio sigue siendo alto entre los más jóvenes (ver el éxito de los <i>podcasts</i> ), está claro que este público ya no está encantado con la radio de la misma manera que las generaciones anteriores.
Chile (Carlos Montenegro)	La radio ya no puede esperar que el público llegue, necesita ir a buscarlos. Para el director de ADN, Carlos Costas, un factor clave es el rejuvenecimiento de los propios equipos que hacen la radio: "La radio tiene que desafiar a sí misma".
Colombia (Yenny Viviana Cruz)	La FM debe replantear su producción de contenidos para enriquecer las parrillas de programación, generar mayor interacción con las audiencias y aprovechar los medios digitales, dejando de verlos como una competencia, buscar formatos más participativos e interactivos, con nichos de mercado claramente definidos. Al final, su reinado prevalecerá en el tiempo.
Ecuador (Alex Mullo)	La FM enfrenta el gran reto de renovar su modelo de negocio combinando las estrategias de sostenibilidad tradicional con nuevas oportunidades derivadas de su participación en el ecosistema digital. La FM sobrevivirá porque está en manos de políticos y de banqueros que tienen esas cadenas a su servicio y ahí está el voto del adulto.
Paraguay (Salustiana Caballero)	La FM deberá pensar creativamente sus propuestas comunicacionales si desea seguir siendo elegida como medio de comunicación y tener incidencia sobre la ciudadanía. Involucrarse más en la realidad misma del país, un poco menos de lo internacional y sí mucho de lo nacional.

Perú (Julio César Mac-Kay)	Es importante hacer un cambio generacional en la participación en la radio, integrando nuevos perfiles con habilidades de liderazgo, sensibilidad auditiva y capacidad para recrear contenidos y estimular la imaginación de los oyentes.
Uruguay (Cecilia Baroni)	Ser parte de la sociedad, producir contenidos locales y de las cosas que pasan en nuestro lugar, lograr que en los medios se tome la voz y no sentir, como canta Sabina, que “en la radio no se habla de mí” ni de lo que nos preocupa. Si algo hemos aprendido de los medios comunitarios, es el aporte que realiza al generar comunicación crítica y sujetos comprometidos con su entorno.
Venezuela (Johana Castillo)	La radio en Venezuela se considera como un medio privilegiado por su facilidad de migrar e incorporarse al mundo digital, lo que le permitirá ser más fácil de producir y más cercana a la gente. El uso de internet y redes sociales es cada vez mayor; la radio en Venezuela tendrá que beneficiarse de ello, a través de nuevos formatos como el <i>podcast</i> .

### *Futuro de la FM: países de Centroamérica y el Caribe*

País	Características
Costa Rica (Sebastián Fournier)	En el año 2024 vencen de todas las concesiones de Radio y TV del país por lo que diversos grupos sociales han presionado para que el presidente Rodrigo Chaves Robles emprenda acciones para democratizar las frecuencias.
Cuba (Zenaida Costales y Erick Méndez)	La FM se consolida como la principal forma de transmisión de contenidos radiales. Sus características técnicas, la favorable relación calidad-costos, la adaptación a las particularidades del Sistema de la Radio Cubana y la accesibilidad de su señal desde dispositivos portátiles (como los teléfonos móviles) hacen que, ante el empuje de la FM, palidezca la AM.
El Salvador (Norma Ramírez)	El desafío es especializarse en nichos de audiencias. Lo segundo es reformular su oferta de programación.

Guatemala (Juan F. Romero)	Mejorar el equipo técnico que permita un mejor alcance, la posibilidad de vincular su señal con las nuevas tecnologías, una continua profesionalización del personal, los criterios de derechos de autor y similar, limitan ahora a varias estaciones con sus contenidos musicales, por lo que han tenido que apostar por más contenido que permita satisfacer la demanda de su público. Es un gran reto atraer a las generaciones más jóvenes.
Honduras (Miguel A. Martínez)	Las emisoras tendrán que adaptarse al espacio digital. Como en caso de “La Rojita”, que surgió en 2014 con radio móvil. Otras alternativas son los <i>podcasts</i> , aunque actualmente solo un par de ellos están activos. Se necesitan propuestas radiofónicas que se mantengan en el gusto de las audiencias. La electrificación tendrá un papel importante, actualmente solo el 65% de la población cuenta con energía eléctrica.
México (Karina Sánchez)	La severa reducción de sus públicos continuará. Los rendimientos financieros en la radio comercial serán cada vez menores. La radio despuntará en coyunturas específicas. La propagación de contenidos de manera asincrónica, como los <i>podcasts</i> y la música en línea, reemplazará casi todas las funciones de la radio que hemos conocido hasta ahora. La radio será, cada vez más, un medio de nicho. El mejor futuro que puede tener la radio estará en manos de instituciones de carácter público.
Nicaragua (Juan Carlos Duarte)	Mientras el país no supere las múltiples crisis que le aquejan, las radios seguirán tomando medidas de austeridad que afectan el horario de transmisión, disposición de personal y la producción de contenidos.
Panamá (Olmedo Carrasquilla)	El uso de internet crece exponencialmente y las grandes emisoras ya están experimentando con transmisiones en línea y transmisiones en vivo. La radio FM se mantendrá, pero depende de la forma en que ésta responda a las demandas del mercado que su público crezca o disminuya. Por ello una renovación tecnológica, de contenidos y programación será clave en el futuro de la radio.
República Dominicana (María E. del Pozo)	El gran desafío de la FM sería adecuar su contenido e interconexión con los medios sociales digitales.

## Referencias

- Aguaded, I. y Contreras, P. (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. Galicia, España: Netbiblo.
- Aguaded, I. y Martín-Pena, A. (2013). Educación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras. *Revista Chasqui*, 63-70.
- Asociación Nacional de Radios Comunitarios-AMARC. (2010). ¿Qué es una radio comunitaria? Recuperado el 15 de marzo de 2010 de [http://www.amarc.org/index.php?p=Que\\_es\\_una\\_Radio\\_Comunitaria&l=ES](http://www.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria&l=ES)
- Ballesteros López, T. y García Gago, S. (2020). *Mapa de radios de América Latina y el Caribe*. Buenos Aires: Ediciones del Jinete In-somne.
- Calleja, A. y Solís, B. (2005). *Con permiso: la radio comunitaria en México*. México: Fundación Friedrich Ebert-México.
- Castells, M. (2008). Los medios y la política. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, 74. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero074/los-medios-y-la-politica/?output=pdf>
- Cornejo Portugal, I. (2002). *La radio indigenista en México: las voces del Mayab*. México: Fundación Manuel Buendía.
- Crowley, D. y Heyer, P. (1991). *Communication in history: Technology, culture, society*. New York: Longman.
- Cubides Cárdenas, J., Reyes García, D., Sierra Zamora, P., Pérez Vallejo, M., Suárez Pinilla, J., Torres Galindo, N., Núñez Ávila, M., Fajardo Rico, A., Ortiz-Torres, D., y Abril Zuleta, P. (2021). Guerra civil en El Salvador: “De la locura a la esperanza”. *PALMA Express*, 33-64. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/372>

- Herrán, M. T. y Restrepo, J. D. (1991). *Ética para periodistas*. Académica (Bogotá, Colombia): Comunicación social.
- Lam, R. (2020, 31 de agosto). Radio Suaritos: La discoteca radial más grande de la radio cubana. *Cubanow*. <http://www.cubanow.cult.cu/2020/08/31/radio-suaritos-la-discoteca-radial-mas-grande-de-la-radio-cubana/>
- Martín-Pena, D. (2016). *La radio universitaria: Gestión de la información, análisis y modelos de organización*. España: Gedisa.
- Mullo-López, A., Yaguana-Romero, H. y Álvarez, L. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital. *Razón y Palabra Primera Revista Electrónica en Iberoamérica especializada en Comunicación*, 21(3,98), 118-149. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1048>
- Ramos Rodríguez, J. M. (2005). *Ecos de "La voz de la montaña": La radio como factor de cohesión y fortalecimiento cultural de los pueblos indígenas* (Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México). México: UNAM.
- Veras, T. (2009). *Las telecomunicaciones en América y República Dominicana: Origen y desarrollo*. Editora Corripio. <https://worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/History/Las-Telecomunicaciones-y-Radio-en-America%20y-RD-Veras-2009.pdf>
- Yaguana-Romero, H., Delgado, W. y López, W. (2014). *Ochenta y cinco años de la radiodifusión en Ecuador* (1.a ed.). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-CIESPAL.

## Entrevistas

- Bosetti, O. (2022). Comunicación personal. Noviembre, 2022.
- Ferraretto, L. (2022). Comunicación personal. 20 de octubre de 2022.

- Gadea, F. (2022). Comunicación personal. Octubre, 2022.
- Grijalba, A. (2022). Comunicación personal. Noviembre, 2022.
- López, T. (2022). Comunicación personal. Octubre, 2022.
- Palacios, E. (2022). Comunicación personal. 27 de octubre de 2022.
- Santacoloma, H. (2022). Comunicación personal. Octubre, 2022.
- Valencia, S. (2023). Comunicación personal. Enero, 2023.

## CAPÍTULO II

# Elementos comunes de la FM en América Latina y el Caribe

*Tito Ballesteros López*

*Lenin Martell Gámez*

### *Acuerdos en las diferencias*

**N**o hay una fecha única que marque el nacimiento de la FM en la región<sup>1</sup>. Cuba, México y Brasil, entre otros, empezaron

---

<sup>1</sup> Existen distintas teorías sobre la invención del término América Latina y sobre su delimitación pero, en cualquier caso, los países cuya lengua oficial es el español o el portugués forman parte de este territorio (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela). Los idiomas más hablados en la región son el español y el portugués, solo un 3% de sus habitantes habla el francés como lengua nativa.

emisiones en momentos diferentes y de acuerdo con sus propios contextos. A pesar de los distintos periodos en que fue creada la frecuencia modulada, todos estos países vivieron una transformación tecnológica: dispusieron nuevos espacios físicos desde los cuales operar; se acercaron a la experiencia de contar con pocos aparatos receptores para sintonizar la nueva señal; buscaron recursos económicos para sostenerse; caminaron hacia la construcción de una identidad; apelaron a jornadas de capacitación; experimentaron sonidos más musicales que orales y otras se asumieron como *alegales*<sup>2</sup>. Las estaciones más grandes se desarrollaron desde la pertenencia a monopolios mediáticos; poco a poco cambiaron el perfil de sus audiencias; posteriormente migraron a internet; muchas, como las comunitarias y otras con formato hablado, se abrieron a la participación; enriquecieron sus rutinas periodísticas y formas de comunicación interna entre los trabajadores; más recientemente sufrieron y sobrevivieron a la crisis causada por el COVID-19 y resignificaron sus tiempos de emisión con propuestas creativas; dieron voz a más mujeres y algunas —como las públicas— a grupos diversos como las comunidades LGBTQ+ o niños. Las radios FM cambiaron para siempre la hasta entonces conocida radio.

La FM contribuyó en América Latina a construir la identidad nacional de los ciudadanos, a través de la discusión de asuntos públicos de alta relevancia que habían sido olvidados por el Estado, como salud, educación, corrupción, economía, política, entre otros; asimismo, se habló sobre problemas cotidianos que afectaban a las familias, o de temas tabúes como

---

<sup>2</sup> Se entenderá de aquí en adelante *alegal* como una estación que funciona sin haber sido reglamentada ni tampoco prohibida y que no fue prohibida porque nunca fue detectada.

la sexualidad. Sobre todo, cuando se convirtió en radio hablada, la FM trató en sus contenidos temas que sociedades cada vez más complejas necesitaban comprender para resolver tareas propias de la vida privada (Winocur, 2002; Martell, 2021).

Escuchar señales o casetes<sup>3</sup> provenientes de otras latitudes fue una tarea que se emprendió para aprender sobre cómo liderar nuevos procesos en las nacientes estaciones, cómo presentar programas y ofrecer espacios al aire.

Las experiencias provenientes de Estados Unidos y de América Latina y el Caribe se expandieron rápidamente por lo que de oído en oído se fue pasando una especie de recetario para hacer que las emisoras penetraran en la sociedad. Locutoras y locutores, deseosos de saltar a la FM, asumieron riesgos creativos y, acompañados de la pasión por el medio, escribieron sus nombres en la historia del sonido puro.

Este segundo capítulo recoge coincidencias regionales vinculadas a la FM e intenta explicar cada una de ellas para señalar uno de los cambios más profundos que ha tenido la radio durante su existencia, ya que la frecuencia modulada fue una expresión que modificó el paradigma de lo que hasta entonces se había presentado en la radio.

En poco menos de 80 años, la FM ha experimentado distintos cambios y no es para menos; tantas décadas se dicen fácil, pero suponen también un tránsito acompañado de luces

---

<sup>3</sup> El casete fue un formato de grabación de sonido utilizado por la radio a principios de 1970, su ciclo de vida terminó a principios de la década de 2000 cuando fueron reemplazados por otras opciones de grabación. El dispositivo fue introducido en el mercado europeo en 1962 y dos años después en el estadounidense. Existen muchas historias sobre cómo la radio regional grababa sonidos para hacerlos llegar a otras latitudes y cómo, después de escucharlos, aprendían formas de producción sonora. Los casetes viajaban por tierra, mar y aire como dispositivos ideales para procesos de formación radial.

y sombras. La narración de este apartado bien puede iniciar en la década de 1970, cuando un nuevo jugador, de manera masiva, se acercó a los medios, a los comunicadores y a las audiencias.

En esta sección se registran algunas alteraciones del dial fusionadas con el presente para construir una narrativa que compara el siglo pasado con lo presentado en la radio en los primeros 23 años de este milenio.

Sin duda, enfrentar en pocos renglones una línea de tiempo de transformaciones puede incurrir en saltos históricos o vacíos de contenido. Sin embargo, como ejercicio resultante de esta investigación, se ensaya una suerte de escrito para citar qué tanto ha cambiado el medio y cuál es su estado actual.

Es posible que las alteraciones a mencionar puedan ser más o menos exitosas, esa discusión queda en cada lector pero, de acuerdo con las exploraciones de este libro, lo descrito bien representa elementos transversales a las emisoras en 19 países de la región.

Dieciocho son los cambios que fueron comunes a las FM en América Latina y el Caribe. Estos son los rumbos de la FM regional.

### *La modernidad tecnológica*

La radio es una tecnología que, con el paso de los años, amplió su forma de emisión: de la onda corta<sup>4</sup>, se pasó a la AM, de allí a la FM y hoy se exploran emisiones por internet. Lo tecnológico

---

<sup>4</sup> La onda corta es una frecuencia radial que tiene la característica de expandir su señal a una mayor distancia que la ofrecida por la AM y la FM.

le propuso desafíos al medio, lo nutrió y equipos de alta y baja frecuencia<sup>5</sup> fueron instalados en emisoras en toda la región con el fin de responder a programaciones diarias. Componentes de grabación y edición invadieron cabinas de radio, dispositivos digitales se sumaron a los análogos, teléfonos<sup>6</sup>, fax y computadoras; el uso del satélite propiciado en parte por las emisoras de cadena<sup>7</sup> abrió el camino a un mundo no imaginado para el dial. Con el paso de los años, las emisoras dejaron de ser identificadas con números y letras como lo hacía la AM<sup>8</sup>. La forma antigua de sintonizar las frecuencias al mover de manera manual la perilla<sup>9</sup> del aparato receptor se complementó con actuales formas digitales. No es una novedad decir que

---

<sup>5</sup> Los equipos de baja frecuencia son aquellos que generan, captan y modifican una señal: consolas, micrófonos, computadoras, etc. Los dispositivos de alta frecuencia son los encargados de modular y transmitir una señal, como equipos de transmisión y antenas.

<sup>6</sup> La historia del teléfono es similar a la de la FM. El dispositivo, inicialmente llamado *teletrófono* fue inventado en 1854 por el italiano Antonio Meucci, quien 148 años después recibió el reconocimiento por su invento, que había sido adjudicado al escocés Alexander Graham Bell. Meucci construyó el dispositivo para conectar su cuarto de trabajo con el de su esposa, quien debido a un reumatismo se encontraba inmovilizada.

<sup>7</sup> Se denomina emisora de cadena al conjunto de estaciones que pertenecen a un mismo grupo económico o que son administradas por una misma organización y se enlazan en distintas horas del día para proponer la emisión de un mismo contenido para todas ellas.

<sup>8</sup> En el pasado, las emisoras se identificaban con letras, por ejemplo: “Esta es Radio Bucaramanga, primera emisora del oriente colombiano, HJGE 880 kilohertz banda preferencial. HJGF 4.845 kilohertz banda internacional de 60 metros. Radio Bucaramanga única en Santander en transmisión para Colombia y el mundo”. Actualmente, esta forma de identificación ha sido reemplazada por menciones más cortas que no citan números y letras.

<sup>9</sup> La perilla o mando hace referencia a un tipo de botón redondo que tenían los radios receptores y que, al moverlo, servía para sintonizar o buscar emisoras.

hubo una coincidencia tecnológica que cambió a la radio y a la FM en toda la región, pero a pesar de no resultar novedosa la afirmación, lo cierto es que se ratifica que el medio de comunicación cronológicamente se ha alimentado de otros cambios tecnológicos y esa, quizá, es la variable que permite a la radio mantenerse actual.

Los avances tecnológicos aportaron algunas depresiones al dial. Con la evolución de la radio, los operadores de sonido<sup>10</sup> vieron las nuevas tecnologías como un amigo que les acercó a una plaza laboral, pero posteriormente ese amigo dejó de serlo y quien habilitó la entrada al medio también habilitó la salida. Para finales de 1990, los operadores de sonido o controles ya eran casi silenciados tal y como se conocían y poco antes de la pandemia, en 2019, sus trabajos se resumían en un camino casi anecdótico. Esa, la función del operador de sonido, tal y como se conocía, por poco desaparece de la radio.

Sobre el uso de las tecnologías habrá que advertir que cada país se adaptó de manera diferente al uso de instrumentos para dar vida a las emisoras, pero cualquiera que haya sido la adaptación tecnológica, lo cierto es que la FM requirió esfuerzos adicionales a los que se hacían para emitir en amplitud modulada.

---

<sup>10</sup> El operador o control de sonido es la persona encargada de revisar que todos los aspectos técnicos estén a punto para que lo que se produce o se transmite desde la cabina se emita de la mejor manera posible. Por lo general, este oficio era realizado por hombres, hasta finales del año 2000.

## *Un medio ampliamente aceptado*

Cuando nació la radio en el mundo y en la región, nadie suponía que la onda corta y la amplitud modulada tendrían compañía dentro del dial. Pero una tercera forma de narrar habitó el cuadrante y las audiencias la abrazaron con devoción.

Un emprendimiento puede ser presentado ante una determinada población y ésta decidirá si lo acoge o no. El caso de la FM no tuvo resistencias, su valor comunicacional y la claridad de su oferta sonora fue tan concreta y sostenida que rápidamente el gusto por su escucha subió al corazón de los oyentes. La aceptación del público por una nueva forma de emisión fue el denominador común en los 19 países mencionados. Cada contexto nacional es diferente, pero la frecuencia modulada, tras sus primeros pasos, gozó del aprecio de la ciudadanía en todos los territorios.

Cada mañana y anochecer fue distinto con la llegada de un medio vinculante, amigo y, sobre todo, portador de compañía. Sacar el polvo, tender la cama o arreglar la casa se hizo con una estación como compañera. La portabilidad le dio al medio la posibilidad de ir en un pequeño bolsillo para cantar una balada, bailar un merengue o gritar un vallenato<sup>11</sup>. Cumpleaños, navidades y declaraciones de amor se acompañaron de una FM. Locutoras y locutores impulsaron el amor, aceleraron la alegría, acompañaron la celebración y el medio se coló en todos los hogares, masificó la música e

---

<sup>11</sup> El vallenato es un género musical propio de la Región Caribe colombiana y fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2015.

impulsó la compra de equipos de sonido<sup>12</sup> desde los cuales sintonizar la señal.

La masificación de la frecuencia modulada hizo que su sonido habitara cada rincón regional y, con el paso de los años, su potencia contribuyó a discusiones comunitarias pues basta recordar cómo su sonido era amplificado en celebraciones de todo tipo. El alto volumen que se le imprimía al nuevo medio rompió la tranquilidad social y separó a vecinos de relaciones sanas y fraternas. Las discusiones nunca faltaron frente al uso de un volumen elevado y este aspecto, que parece menor, en realidad nunca lo fue, ya que incluso se introdujeron códigos de convivencia ciudadana<sup>13</sup> en legislaciones locales para moderar el uso del volumen empleado para amplificar las emisoras. La aceptación de la FM también se dio porque, en su evolución, logró entrar en los automóviles, lo que impulsó no solo el gusto sino el carácter de compañera de camino.

Luces y sombras rodearon a la FM, que de cualquier manera fue ampliamente escuchada y esa es una segunda coincidencia regional.

---

<sup>12</sup> La expresión *hi-fi* hace referencia al sistema de alta fidelidad (*high fidelity*) que amplifica sonidos provenientes de una emisora o grabaciones de audio. Los dispositivos actuales tienen un reproductor de cd, amplificadores, altavoces, lectores de memorias USB y la posibilidad de sintonizar emisoras.

<sup>13</sup> “Comportamientos que afectan la tranquilidad y relaciones respetuosas de las personas. Los siguientes comportamientos afectan la tranquilidad y relaciones respetuosas de las personas y por lo tanto no deben efectuarse: En el vecindario o lugar de habitación urbana o rural: perturbar o permitir que se afecte el sosiego con: sonidos o ruidos en actividades, fiestas, reuniones o eventos similares que afecten la convivencia del vecindario, cuando generen molestia por su impacto auditivo, en cuyo caso podrán las autoridades de policía desactivar temporalmente la fuente del ruido”. Código Nacional de Policía y Convivencia de Colombia, aliado de la tranquilidad. Artículo 33°.

## *Escasez en emisoras y receptores*

La llegada de la frecuencia modulada trajo consigo dificultades para su expansión y ese fenómeno ocurrió en toda la región. Dos aspectos ocuparon el tema de la difícil masificación del medio: las escasas emisoras del momento y los mínimos dispositivos desde los cuales escucharlas.

El primer obstáculo para el crecimiento del medio de comunicación fue el medio mismo, es decir, las pocas frecuencias que operaban en cada ciudad de cada país no permitieron que poblaciones se contagiaran de la novedad del momento. Las experiencias para escuchar eran pocas, por lo que la migración hacia la FM fue lenta. Ninguno de los países mencionados puede dar fe de una llegada masiva de la frecuencia modulada a su territorio. La expansión de las estaciones fue paulatina. Con el tiempo, el número de iniciativas se amplió. La tabla número 1 hace referencia a las primeras emisoras regionales y muestra que una o dos de ellas, cuando mucho, iniciaron de forma simultánea emisiones en cada territorio.

El segundo obstáculo para la masificación de la FM fue la escasez de dispositivos para escuchar su señal. Con el nacimiento de este nuevo modelo de transmisión, fue necesario ajustar la tecnología de los receptores para poder recibir las señales de FM. Muchas de las primeras emisiones de FM no llegaron a ser escuchadas por una audiencia amplia debido a la falta de radios receptores disponibles; aunque se empezaron a comercializar no todas las personas podían acceder a ellos por razones económicas. Esta circunstancia afectó al nascente medio en todos los territorios. Durante las décadas de 1960 y 1970 tanto las emisoras como los receptores de FM eran escasos, sin embargo, con el paso del tiempo, esta situación cambió y la expansión del nuevo sonido se aceleró.

### ***Búsqueda de recursos***

La necesidad de generar recursos para sostener un medio de comunicación es algo que afecta a todas las estaciones. Sin embargo, es importante mencionar que la búsqueda de capitales fue una preocupación común para las estaciones de FM en la región.

Al iniciarse la FM, ninguna estación tenía respuestas sobre cómo obtener recursos y mucho menos la certeza de que su propuesta sería económicamente exitosa. Los medios creados en la década de 1960 enfrentaron la incertidumbre financiera, por lo que quienes invirtieron sus capitales lo hicieron con una chequera en una mano y un manojito de expectativas en la otra.

La FM le quitó espacios a la amplitud modulada, en muchos sentidos, incluyendo el económico, ya que, con el tiempo, muchas pautas publicitarias públicas y privadas pasaron a la nueva banda.

Las formas de adquirir dinero para las nacientes estaciones no fueron ni únicas ni universales, sino que cada medio buscó caminos para sostener su iniciativa de manera próspera y duradera.

Los primeros años para la economía de las estaciones no fueron del todo fáciles. En cuanto a lo económico, se puede decir que ha sido, es y seguirá siendo un factor determinante para la vida de los medios. Adquirir recursos económicos para sostener los diales fue una dificultad común en la región y hay pruebas de ello en cada rincón de América Latina. Empresarios, industriales y amantes de la radio arriesgaron sus recursos en una situación de incertidumbre y, tras sus inversiones, encontraron no solo éxitos económicos, sino también poder.

La FM, en términos económicos, de años dorados, pasó a momentos de escasa estabilidad y cajas registradoras escuálidas como una constante regional.

### ***La FM y su incidencia***

La llegada de la frecuencia modulada trajo consigo la creación de estaciones con una clara identidad, principalmente enfocada en la música como elemento de su propuesta. En todos los países de la región se afirma que la FM se originó como un medio musical que se destacó por la claridad en sus objetivos, público específico y oferta programática.

Tener una clara identidad como medio de comunicación puede parecer algo sencillo, pero en realidad no lo es. Muchas estaciones aún no han encontrado una forma de ser al aire y justamente el tema de la identidad fue algo muy claro para la FM.

Los primeros medios en FM fueron muy similares y esto les trajo críticas por su falta de creatividad, sin embargo, aunque se copiaban o imitaban entre sí, los medios siempre supieron cuál era su propósito y esa identificación de metas favoreció su éxito y expansión.

La música, con o sin locuciones, sirvió como inspiración para que las nuevas estaciones se hicieran conocidas —o para que las audiencias conocieran sobre nuevos ritmos, como la cumbia, así como cantantes regionales y latinoamericanos, principalmente—, lo cual contribuyó a ampliar la conversación pública en América Latina y el Caribe.

En los años 2000, la frecuencia modulada ya no solo era de carácter comercial, sino comunitaria, universitaria, pública, etc. Sin embargo, estas emisoras tenían menos definida su identidad.

### *La capacitación radial*

La capacitación fue esencial para el buen funcionamiento de las emisoras de FM; los locutores aprendieron gracias a prácticas cotidianas y a la experiencia de colegas de otras regiones, siguieron un formato establecido y adaptaron el lenguaje a acentos y expresiones comunes en toda América Latina y el Caribe. La capacitación no solo se relacionó con el manejo de contenidos al aire, sino también con la solución de problemas técnicos. Muchas emisoras contaban con profesionales capacitados para responder a las necesidades del medio, desde la instalación de una antena hasta la reparación de una consola. Sin un técnico capacitado, un medio no podía funcionar adecuadamente.

En sus primeros años, las emisoras de FM se basaron en el empirismo, el amor por la radio y la música, para iniciar sus actividades.

La capacitación tuvo diversas caras, pero en cualquier caso siempre fue necesaria y esa circunstancia rodeó a las emisoras en toda la región. La historia da cuenta de tantas y tan variadas crisis vividas en los medios a causa de un desajuste, de una tormenta que dañó un transmisor o incluso de los dolores de cabeza causados por un cable roto. La capacitación, desde que se encendió la primera FM, siempre fue urgente y la actualización en todos los aspectos del medio sigue siendo una necesidad imperiosa y un escenario común en los países mencionados. Se puede decir muy poco sobre el nuevo escenario de alfabetización radial que se está desarrollando en la región. Internet ha desafiado a los radiodifusores y, sin excepción, la migración hacia la capacitación volvió a iniciarse porque lo de ayer poco aplica a lo actual en términos de tecnología y contenidos.

### *Radios FM: menos musicales, más orales*

Cuando apareció la FM, hasta el año 2000, no se pensó que las estaciones dejarían de ser únicamente musicales para empezar a emitir contenidos como noticieros, espacios deportivos, actos de culto, momentos educativos, culturales, políticos, fiestas, bazares, graduaciones, asambleas, discursos, premiaciones, espacios musicales y hasta catástrofes. Sin embargo, esto sucedió y la FM pasó de ser predominantemente musical a tener una mezcla de contenidos orales y musicales.

No hay una fecha exacta para determinar cuándo la FM dejó de ser principalmente musical, ya que cada país asumió ese cambio de acuerdo con sus contextos. Lo que sí es cierto es que la migración masiva de la oralidad a la FM se motivó principalmente por una cuestión económica ya que, a principios del 2000, las estaciones de AM experimentaban una disminución en su audiencia y la posibilidad de “salvar” el modelo de negocio hizo que la frecuencia modulada incorporara más contenidos orales o hablados. Asimismo, como ya se explicó, había una necesidad en la ciudadanía de conversar y entender problemáticas sociales más complejas, como inseguridad, sexualidad, crisis económicas, entre otras.

Otra característica común en la región fue la aparición de tipologías radiales como comunitarias, universitarias, públicas, indígenas, religiosas, educativas, culturales, etc. Estas estaciones se instalaron en el dial para aportar más contenidos orales y, por lo tanto, la FM dejó de ser principalmente musical. Este cambio se generalizó en la región.

Con más emisoras transmitiendo en FM, se empezaron a generar contenidos con una mayor influencia en la sociedad, entendiendo por influencia el empujar desde los medios alternativos para favorecer el desarrollo de comunidades, dar

voz a quienes están invisibilizados y luchar junto a los más desfavorecidos para impulsar su desarrollo.

Una idea común al inicio de la FM fue apoyarse en la música como única propuesta al aire; otra fue la migración de contenidos eminentemente musicales a los orales. Éstas pueden ser las dos grandes tendencias a nivel de programación de las frecuencias aquí estudiadas.

### *Medios ilegales*

En diferentes momentos de la radiodifusión regional, muchas emisoras han transmitido sus mensajes sin contar con licencias de operación o permisos de los entes reguladores. Hoy existen emisoras que, a pesar de haber sido suspendidas, siguen emitiendo sin licencias de operación debidamente actualizadas; siguen al aire aunque no cumplan con los requisitos legales.

El tema de las radios que emiten sin licencias de operación es complejo y controversial, ya que tales prácticas van en contra de las legislaciones locales. De hecho, el surgimiento de la FM impulsó, en algunos países, la creación de medios, su operación y el incumplimiento de normas de legalidad en algunos de ellos.

Hay muchos relatos de colectivos que, ante la imposibilidad de acceder a frecuencias legitimadas por los gobiernos, se han apropiado de transmisores y antenas y las han levantado en diferentes lugares saltando la barrera de la legalidad.

Las radios sin licencias realizan aportes narrativos y con ello impulsan el trabajo comunitario en aras de un desarrollo poblacional que incluye la mejora de sistemas informativos con agendas propias y respuesta a preguntas locales.

Las voces de comunidades y aficionados a las comunicaciones son tan variadas como arriesgadas; retan a entes gubernamentales y a medios de comunicación convencionales instalando antenas de FM muy cerca de sus predios. Los ensayos realizados por emisoras no convencionales presentaron usos alternativos para una FM desplegada en grandes ciudades, pero negada en pequeños territorios.

La FM fue motivación para contrariar lo oficial en el acceso a medios, romperles las manos a legislaciones y esculcar en la creatividad para hablar ante nuevos auditorios. En general, la FM impulsó mecanismos poco convencionales para movilizar a la ciudadanía hacia un uso de los medios.

### *Monopolios informativos*

América Latina ha sido cuna de la llamada concentración de medios durante muchos años, es decir, de una realidad en la que pocas organizaciones son propietarias de múltiples emisoras. La lista de monopolios o duopolios es bien conocida por quienes están vinculados a las estaciones de los 19 países aquí analizados. Basta leer los informes contenidos en el capítulo tres de este libro para acercarse a la concentración de medios como una práctica extendida en toda la región.

Los mundos políticos y de poder han estado estrechamente relacionados con las emisoras desde que existen. Hablar de tenencia radial es mencionar un discurso ya abordado y una singularidad que, al menos hasta la década de 2000, estuvo relacionada con organizaciones que concentraron grandes cantidades de estaciones proponiendo sistemas informativos cercanos a sus intereses.

Las emisoras del sonido puro nacieron siendo pocas, pero con el paso de los años se han agrupado en conglomerados que han hecho posibles iniciativas prósperas. Los medios podrían haber sido administrados por otro tipo de organizaciones, pero lo cierto es que la FM ha sido cuna de monopolios, duopolios y oligopolios.

En la última década, la concentración mediática ha disminuido. Cada vez hay más estaciones en venta y son menos atractivas para los grupos económicos. Hay varias razones por las que las emisoras han perdido protagonismo, valor e incidencia en la sociedad, y esta es una tendencia que se observa en toda la región.

### *Nuevas sedes para nuevos medios*

Todas las emisoras, ya sean legales o ilegales, han funcionado desde un espacio físico y esos escenarios se han transformado con el tiempo. Con la llegada de la FM, se adquirieron y ambientaron nuevas sedes para recibir al visitante moderno.

Áreas comunes en la AM como cabinas de emisión, producción, grabación o espacios para bibliotecas o audiotecas quedaron en el pasado. Con la miniaturización tecnológica, toda la FM se resumió en una sola cabina de emisión y los espacios que antes eran comunes en la radio casi desaparecieron; esto fue una constante en toda la región.

Los medios pasaron de ocupar grandes sedes a reducidos espacios. Muchas estaciones operaron desde pequeñas habitaciones, oficinas o cualquier lugar desde donde se pudiera enviar una señal. Hay testimonios de cómo las estaciones sin licencias de operación mudaban su equipo con regularidad debido a las condiciones de persecución estatal

y se alojaban en pequeños rincones para transmitir contenidos al aire.

Tras la llegada de internet, la FM experimentó nuevas transformaciones y sus instalaciones se adaptaron una vez más para responder al contexto del momento. En algunas emisoras se instalaron cámaras de video para compartir imágenes de lo que ocurría en las cabinas de emisión. En general, es evidente que el paso de los años ha llevado a muchos medios a acordar la necesidad de emitir desde nuevas realidades físicas, aunque este acuerdo nunca ha sido explícito.

Si se realiza una lectura detallada de los espacios utilizados por la FM para compartir mensajes con sus audiencias, sin duda se encontraría un recorrido lleno de anécdotas, nostalgias y fotografías que ya no se encuentran en las radios, de mensajes que han cambiado y de calles que alojaron sonidos y estructuras que hoy en día han desaparecido.

Mencionar las sedes utilizadas por las FM es reconocer que los tiempos cambian y que las frecuencias del sonido puro se han adaptado a las limitaciones de sus espacios.

### *Cambio de audiencias*

En distintos niveles, la FM de la región ha demostrado sus cambios en poco menos de 80 años de historia. Poco menos de tres generaciones han sido testigos de cómo el medio se ha modificado, así como también el comportamiento de los audioescuchas.

Al inicio de sus emisiones, la FM se enfocó en públicos heterogéneos interesados en escuchar piezas musicales, pero en pocos años comenzó a ofrecer también locuciones sobre las mismas.

Décadas después, aproximadamente en los años ochenta, la tendencia en términos de audiencia fue hacia públicos más específicos, ya que los contenidos emitidos respondían a las necesidades de esa porción de la sociedad. Esto no significa que los públicos generales no existieran, sino que el medio enfocó su programación hacia temáticas musicales particulares, atendiendo así a auditorios cada vez más concretos, como emisoras dedicadas a la música salsa, merengue, rock, etc.

Durante los años 1990 y 2000, con la aparición de iniciativas comunitarias, universitarias, de interés público y otras categorías, las radios incluyeron más contenido hablado, periodístico, de análisis, denuncia, cultura, religión, etc. Esto hizo que la oralidad se sumara a lo musical para llenar el dial de palabras. La inclusión de otras categorías sonoras aportó contenido conversacional a las estaciones y atrajo a audiencias más adultas y menos concentradas en el entretenimiento que ofrecía la “antigua” emisión de piezas musicales.

Después de 2010, la radio dejó de ser la principal opción para adolescentes, jóvenes e incluso para niños; en cambio, se dirigió a personas mayores de 30 años. Al modificar sus ofertas al aire, pasando a una mezcla de música y contenido hablado, sus públicos también cambiaron.

En el pasado, era normal escuchar una FM a alto volumen en distintas casas, pero esa circunstancia cambió con el tiempo. Aunque hoy en día los medios siguen emitiendo contenidos musicales, las personas también tienen la opción de escuchar la música que desean en sus propios dispositivos sin tener que esperar a que una estación programe una canción preferida.

De masas a nichos. Ese podría ser un resumen breve y quizás superficial para describir lo que ha ocurrido con la FM y sus audiencias en poco menos de 80 años de emisiones.

## *Migración a internet*

La FM revolucionó el ecosistema de medios al aportar nuevas narrativas en todos los sentidos. Después de un periodo de estabilidad, el medio volvió a cambiar tras un movimiento que sacudió a los medios masivos en todo el mundo. Internet, el gran agente de cambio, llegó a la radio y desde entonces, se comenzó a construir otra historia.

La migración de lo analógico a lo digital y después a lo virtual deshizo tejidos establecidos y creó una nueva realidad que afectó a todos los departamentos de la frecuencia modulada. La FM se vio obligada a adaptarse a un ecosistema en el que los medios perdieron el monopolio informativo y tuvieron que abrirse más a la participación de las audiencias, entre muchos otros cambios causados por internet.

Hoy en día, es prácticamente imposible imaginar que una estación no utilice la herramienta que representa el internet ya que, entre otras cosas, facilita la expansión y búsqueda de información útil para compartir con las audiencias. Las estaciones que hablaban a pequeñas comunidades o ciudades con un número limitado de oyentes que se circunscribían a territorios alcanzables por la fuerza de un transmisor y una antena quedaron atrás.

Después del año 2010, narrar desde la radio cambió para siempre y esa fue una circunstancia común para iniciativas acostumbradas a conocer, casi de manera personal, a sus audiencias; tuvieron que pasar a dirigirse a seres desconocidos, a culturas distantes y diferentes de las que habitaban en los lugares desde los que emitían los medios. La migración a internet llevó la comunicación a ecosistemas inesperados y la FM vivió esta experiencia en múltiples territorios.

A finales de 2010, las tres formas de emisión de radio (onda corta, AM y FM) se abrieron a nuevas posibilidades que, desde el *streaming*, los *podcasts* y distintas aplicaciones acercaron el medio a las audiencias. Más allá de proponer un listado de las alteraciones aportadas por internet, lo que se destaca en este camino de coincidencias es que la virtualidad cambió la vida de las FM regionales.

### ***Comunicación interna y con las audiencias***

Con el paso del tiempo, dos formas de comunicación han cambiado en la FM: la interna; es decir, las rutinas que se dan entre locutores, periodistas y equipos de trabajo; y la externa, que sostienen los medios con sus audiencias.

La comunicación interna ha cambiado, en el pasado visitar una estación era descubrir un mundo en el que los gestos y las señas eran comunes en las cabinas de emisión. En la radio de antaño se hablaba con las manos y aunque sigue ocurriendo hoy en día, los modernos canales de comunicación han permitido diálogos entre comunicadores que antes no eran posibles.

Actualmente este tipo de intercambio entre periodistas y operadores de sonido es casi anecdótico. En el pasado, un periodista que no sabía expresarse adecuadamente con su cuerpo podía tener problemas en un espacio en vivo.

La comunicación con las audiencias implica las cartas y las llamadas telefónicas que se usaban como mecanismos de conexión con los oyentes. Con el tiempo han evolucionado las opciones comunicativas, ahora, por ejemplo, la conexión se da a través del correo electrónico y las redes sociales. Por

otro lado, ya no se dan regalos como discos compactos o LP<sup>14</sup> para atraer a las audiencias. Muchas prácticas de cercanía con los oyentes han cambiado para siempre. Ahora, con la instalación de cámaras en los estudios, los escuchas pueden ver a los comunicadores mientras transmiten un mensaje lo cual ha permitido que, desde el inicio del siglo XXI, las audiencias no solo puedan escuchar la radio en FM, sino también ver cómo se hace.

Algo nuevo en la región es que, a partir de nuevas legislaciones, las audiencias tienen la oportunidad de participar de manera más activa y críticamente a través de buzones de voz, redes sociales u otros mecanismos de rendición de cuentas, como los consejos de programación. Esta práctica, aunque novedosa, se observará más a menudo en las estaciones de América Latina y el Caribe.

Con la aparición de dispositivos modernos, las formas de comunicación interna han cambiado y las maneras en que los medios se relacionan con sus oyentes también han sufrido alteraciones que son comunes en todo el contexto regional. La coincidencia número 13 ha abrazado a toda la región.

### *Radio en pandemia*

Durante la pandemia, el interés por el sonido y, en particular, por la radio aumentó en todos los países citados en este libro.

---

<sup>14</sup> El término “LP” o “disco de vinilo de larga duración” era un formato de grabación de música que solía contener varios temas. Los discos de vinilo de larga duración dejaron de ser comúnmente utilizados en la década de 1980, cuando los discos compactos se convirtieron en el formato dominante del mercado.

Voces locales circularon con fuerza a través de distintas plataformas. Muchas personas se comunicaron por medio de dispositivos móviles, aplicaciones y otros recursos para escuchar a familiares y seres queridos. El sonido se potenció y volvió a tener un gran valor comunicativo.

Las estaciones reaccionaron de distintas maneras a la pandemia de 2020. Algunos medios dejaron de transmitir, mientras que otros redujeron su oferta programática. La restricción en la movilidad de personas impidió que algunas estaciones pudieran salir al aire, ya que los operarios no podían trasladarse a sus lugares de trabajo. La falta de reporterías como fuente inagotable de noticias causó carencias en la información precisa, oportuna y debidamente contextualizada, y los invitados a las cabinas de emisión se convirtieron en algo del pasado. La pandemia le devolvió al dial la posibilidad de valorar la oralidad en medio de una FM que ya transmitía contenidos no necesariamente musicales.

La FM coincidió en que los comunicadores y periodistas debieron buscar una especie de formación a contrarreloj para entender la problemática sobre la que informaban y para advertir de manera adecuada a la ciudadanía. Algunos comunicadores migraron a plataformas y lenguajes propios de la *web* para ser efectivos en su diálogo con las audiencias. La radio aprendió que la sinergia entre el medio físico y la virtualidad era una de las claves para mantenerse al aire.

Es cierto que durante el COVID-19 la necesidad de escuchar radio aumentó, pero también se observó que el sostenimiento económico de las emisoras se volvió más difícil pues el coronavirus golpeó económicamente al modelo de negocio, lo que llevó a la disminución de muchos espacios y al cierre de algunas estaciones.

## *Tiempos de emisión*

Los medios de comunicación, en general y la radio en particular, se han caracterizado por el estricto control que ejercen sobre lo que emiten al aire. La puntualidad es un valor común a la radiodifusión y las emisoras cumplen estrictamente con sus horarios de emisión y grabación.

En el pasado, algunas frecuencias proponían programaciones de 10, 15 o incluso 20 horas al día, pero no 24. Sin embargo, hoy en día lo normal es que un medio tenga una propuesta al aire 24 horas y 7 días de programación ininterrumpida. No es una generalidad, pero hay múltiples casos.

Una práctica extendida en toda la región, quizás heredada de las iniciativas comerciales en AM, es la relacionada con el tiempo empleado en la grabación y emisión de comerciales. Al principio de la FM, los mensajes promocionales o comerciales solían tener una duración de 30 segundos. Sin embargo, con el tiempo, esta norma se ha ido modificando y hoy es común escuchar campañas o comerciales de 5, 10, 15, 40, 50 o más segundos. Esto se debe, en parte, a la necesidad de unificar los tiempos al aire, de establecer tarifarios, de comprimir audios para emitir una mayor cantidad de ellos en las pausas que proponen las estaciones.

Con la llegada de internet, la FM ha modificado aún más sus tiempos de emisión y producción. La preocupación por mantener una línea tradicional en cuanto a la duración de los mensajes emitidos ha desaparecido en algunas estaciones.

### *La FM femenina*

La radio fue inventada por un hombre, patentada por un hombre y expandida por un hombre. El género masculino ha estado presente en los micrófonos desde sus inicios. A pesar de los cambios que ha experimentado este medio de comunicación, se puede afirmar que los micrófonos de la FM estuvieron más en manos de hombres que de mujeres. Hablar por radio requería estándares que se pensaron y se aplicaron principalmente a voces masculinas. Se creía que para generar credibilidad y confianza en las audiencias las voces graves eran más favorables, sin embargo, con el tiempo los medios maduraron en todas sus formas y la presencia masculina dejó de ser exclusiva, se dio paso a palabras femeninas que también conquistaron el corazón de las audiencias. No es que las voces femeninas no hubieran existido en las estaciones, sino que su participación era mínima y, además, se concentraba en otras actividades distintas a la locución o la administración de los medios.

No se puede establecer con certeza por qué las mujeres no formaron parte de manera masiva del dial, pero lo cierto es que la década de 2000 y sus posibilidades permitieron que ellas hicieran presencia en medios universitarios, comunitarios y de interés público.

En 2023 aún no hay un estudio que refleje la realidad de la mujer en la radio en América Latina y el Caribe, pero ciertamente, si se compara con la década de 1960, se puede ver que el talento y profesionalismo de las mujeres ha llegado al dial de manera masiva para acompañar a las audiencias.

## *La FM como enlace*

En el capítulo tres del libro se muestra cómo la tecnología de la FM se fue introduciendo en el ámbito de la radiodifusión como una forma de mejorar la calidad de las transmisiones de audio. En lugar de la amplitud modulada, la FM permitía una transmisión más clara y nítida, lo que hizo que fuera cada vez más popular entre las emisoras de radio.

En este sentido, la FM no fue inicialmente concebida para crear nuevas emisoras, sino más bien para mejorar la calidad de las señales transmitidas en las AM existentes. De esta forma, las estaciones podían ampliar su cobertura y llegar a un público más amplio, lo que las convirtió en una herramienta de comunicación valiosa para el sector.

Además, la tecnología de la FM permitió una mayor movilidad y flexibilidad para las emisoras, ya que no dependían de cables para transmitir la señal desde los estudios hasta las torres de transmisión. En cambio, podían utilizar la frecuencia modulada para enviar la señal de audio de manera inalámbrica, lo que disminuyó los costos operativos y facilitó el proceso de transmisión.

En conclusión, la FM fue una tecnología revolucionaria en el mundo de la radiodifusión que permitió mejorar la calidad de las señales de audio transmitidas, ampliar la cobertura y reducir los costos operativos. Si bien, inicialmente se utilizó como una herramienta de enlace entre los estudios y las torres de transmisión de las emisoras, con el tiempo se convirtió en una forma de crear nuevas estaciones de radio.

## *La FM religiosa*

La FM llegó al dial no solo para proponer un mejor sonido, sino para ampliar la gama de voces sobre la realidad regional. Prueba de ello es la actual presencia de las radios religiosas, mismas que se han convertido en una fuerza importante en el panorama de la radiodifusión en América Latina y el Caribe. Una tendencia regional es tener en propiedad una estación en FM para expandir un relato religioso soportado en una gama de denominaciones que incluyen a iglesias cristianas evangélicas, católicas, mormonas y muchas otras.

Una de las razones por las cuales las radios religiosas en FM han crecido tanto en popularidad es que ofrecen una alternativa a la programación convencional de las emisoras comerciales. Muchas personas buscan contenido espiritual y religioso que les permita conectar con su fe y sus creencias, y las estaciones citadas les ofrecen precisamente eso.

Las radios religiosas en FM suelen tener una programación variada que incluye música, sermones, enseñanzas y otras formas de contenido, lo que las hace atractivas para una amplia gama de audiencias.

Otro factor importante que ha contribuido al éxito de las radios de fe en FM en América Latina y el Caribe es el papel que han desempeñado en las comunidades locales. Muchas de estas emisoras son propiedad de organizaciones religiosas locales y están integradas en la vida cotidiana de las comunidades en las que operan.

## *Palabras finales*

Después de citar coincidencias en los países estudiados, queda claro que la radio apostó en los años setenta al desarrollo de un modelo mayormente comercial y financiado por la publicidad. Al principio fue complicado para los usuarios utilizar esta nueva tecnología, pero una vez consolidada, sobrepasó a la AM, por su alcance tecnológico, con lo cual fue atrayendo anunciantes y, por consiguiente, a nuevas audiencias. Al ser un medio lucrativo, llamó la atención de empresarios interesados en desarrollar la FM; en muchas ocasiones se trató de familias pertenecientes a grupos políticos y económicos hegemónicos.

En la década de los ochenta, ya en plena expansión de la FM, se desarrolló la radio musical, oral, religiosa, universitaria y comunitaria. Más aún, se convirtió en un elemento identitario para la región pues, a través de sus contenidos, la FM fue contribuyendo al fortalecimiento de la identidad ciudadana; enseñó a vivir a las personas, a entender los complejos problemas contemporáneos a los que se enfrentaban cotidianamente, como la migración a las ciudades o retos políticos y económicos.

Después de su consolidación en los ochenta y noventa, la FM se enfrentó a un declive en el siglo xx, el cual se agravó en la segunda década; se topó con dilemas financieros para su supervivencia y la creación de nuevas audiencias, sobre todo las más jóvenes. Algunos empresarios han abandonado el negocio, hecho que ha contribuido a desconcentrar el régimen de propiedad.

Hasta la fecha, existen otros problemas, como el hecho de que aún existen radios ilegales. Sin embargo, muchas de ellas, como las comunitarias, han realizado contribuciones al desarrollo local al crear agendas y discursos propios que ayudan a

resolver problemas cotidianos o se han convertido en formas de resistencia política y social.

La cobertura de información ha sido un reto para la FM, los reporteros y las corresponsalías no han sido suficientes; a pesar de ello, durante la pandemia, fue muy importante para que las audiencias pudieran conocer las problemáticas derivadas del COVID-19.

No obstante, a pesar de las dificultades que pueda atravesar, la FM intenta adaptarse al entorno digital, realizar un relevo generacional, rejuvenecer a las audiencias e innovar con contenidos útiles, para sociedades cada vez más diversas, con contenidos multimedia o *podcasts*.

### *Elementos comunes del desarrollo de la FM en América Latina y el Caribe*

COINCIDENCIA
<p>Historia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antaño, los equipos para recibir señales en FM eran escasos y costosos.</li> <li>• La masificación de la FM se dio, entre otros aspectos, por la aparición de radiorreceptores, su abaratamiento y propuesta musical.</li> <li>• Desde su nacimiento, la FM impulsó a la industria musical.</li> <li>• Desde su aparición, la FM fue ampliamente aceptada por las audiencias.</li> <li>• En sus inicios, la tecnología de la FM fue usada como mecanismo de enlace, no como frecuencia de uso comercial.</li> <li>• Las primeras emisoras en FM emitieron durante pocas horas al día y no todos los días de la semana.</li> </ul>
<p>Propiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La concentración de las concesiones comerciales estuvo ligada a políticos, familias e industriales aportándoles una posición de poder y estrecha relación con el Estado.</li> <li>• Ante cambios de legislaciones de medios, en este siglo, se ha presentado una desconcentración en el régimen de propiedad de la FM. Hoy, no todas las iniciativas en esa banda son comerciales.</li> </ul>

- 
- En todos los países de la región, al menos de manera experimental, se realizaron emisiones ilegales usando la FM.
  - Las FM comerciales pertenecen a personas, grupos u organizaciones que buscan generar ingresos a partir de la explotación de los medios de comunicación y persiguen la mayor rentabilidad económica. Son radios que intentan captar el mayor número de audiencia posible y se centran en el entretenimiento, espacios informativos, deportivos y de opinión.
  - Las emisoras públicas, en su mayoría, han sido creadas mediante decretos de Estado, aunque también existen casos en los que se nacionalizan radios privadas. Estos medios promueven la cultura y educación; su finalidad es la vocación de servicio público a la población.
  - El número de emisoras universitarias ha ido en aumento. Los medios universitarios coinciden en que buscan atraer a audiencias más jóvenes. Surgen como iniciativa de las propias universidades y su fin es el servicio a la comunidad de estudiantes, principalmente.
  - La FM religiosa ha proliferado en varios países de la región. Estos medios suelen estar influenciados por los intereses de las iglesias, congregaciones o grupos religiosos.
  - Las emisoras comunitarias en FM han ido en aumento en casi todos los países de la región.
- 

### Tecnología

---

- La FM modificó las necesidades tecnológicas de las emisoras para adaptarse a la nueva forma de emisión.
  - Con la FM los estudios redujeron sus espacios y las cabinas de emisión se achicaron.
  - Con la entrada del nuevo siglo y el uso de satélites, la transmisión FM pudo llegar a comunidades de difícil acceso.
  - Con la incorporación de la radio en los automóviles, se potencializaron las iniciativas en FM.
  - Los dispositivos portátiles para captar únicamente la señal FM han impulsado esa forma de emisión.
  - La irrupción de internet modificó usos y apropiaciones de las FM regionales.
- 

### El Estado

---

- El Estado ha sido, desde siempre, un organismo influyente en la creación de medios en FM en la medida en que es él quien los regula.
- 

### Economía

---

- Las radiodifusoras de FM se encuentran en crisis financiera en décadas recientes; su situación se vio afectada, entre otros aspectos, con la aparición de plataformas multimedia, redes sociales, servicios de música y video en *streaming* y el COVID-19.
-

- 
- En algunos países existe una cantidad excesiva de emisoras que han llegado a saturar el espectro radiofónico generando dificultades en la consecución de recursos para ellas.
- 

#### Programación

---

- La FM comercial se caracterizó por acercarse a audiencias con contenidos musicales específicos: rock, cumbias, románticas, etc. Con el paso de los años, su programación dejó de ser eminentemente musical y hoy es común escuchar espacios más orales que musicales.
  - La FM, especialmente la comercial, ha atendido escasamente a los segmentos infantiles, grupos excluidos o vulnerables.
  - Espacios locutados en FM permitieron una mayor presencia de mujeres en el dial, se compara con los inicios de la AM.
  - Las estaciones en FM se vieron afectadas por la pandemia y la gran mayoría de radios modificaron en algún modo sus programaciones.
- 

#### Audiencias

---

- Con el paso de los años, la frecuencia modulada le restó audiencias a la AM.
  - Para el caso de las FM, sus audiencias dejaron de ser exclusivamente juveniles.
  - La FM usó el internet como mecanismo complementario para socializar su propuesta al aire.
- 

#### Capacitación

---

- Todas las emisoras en FM se enfrentaron a nuevos procesos de formación y capacitación.
-

## CAPÍTULO III

# Informe de 19 países sobre la FM en América Latina y el Caribe<sup>1</sup>

## Argentina: la radio FM<sup>2</sup>

*Jorge Arabito*

### *Primeras emisiones*

**L**a tecnología de la frecuencia modulada fue introducida en Argentina en la década de 1950. Ha sido fundamental para la emisión de programas de radio, al mejorar la calidad del sonido y ofrecer mayor capacidad de transmisión, lo que ha permitido diversidad en la programación y el acceso por parte de colectivos comunicacionales populares en los centros urbanos. Sin embargo, la extensión del territorio y el distanciamiento entre las comunidades han dado lugar a una historia diversa y fragmentada en relación con este medio.

---

<sup>1</sup> Cada uno de los siguientes estudios presenta su propia metodología y referencias.

<sup>2</sup> Para este escrito, el autor se apoyó en información citada en la investigación de Cristian Britos, docente de la Escuela de Comunicación de la Unidad Académica Río Gallegos de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

Los centros urbanos han experimentado un mayor desarrollo en su adopción y uso, mientras que las pequeñas comunidades del interior han tenido acceso limitado a esta tecnología. En general, la frecuencia modulada ha sido una herramienta importante en la emisión de programas, pero su impacto ha variado dependiendo de la ubicación y las características de cada comunidad. En 1975, dos emisoras metropolitanas de AM comenzaron a transmitir complementariamente en FM: Radio del Plata y Radio Rivadavia.

La década de 1980 fue un punto de inflexión para el desarrollo de la FM. Esta tecnología comenzó a ser reconocida no solo por su capacidad para transmitir música en alta fidelidad, sino también por su potencial para agregar palabras y miradas dirigidas a nuevas generaciones de oyentes. Esto dio lugar a iniciativas históricas como Radio Bangkok, una emisora del conurbano y una programación legendaria considerada fundacional en el desembarco de la moderna FM. Esta emisora fue la antecesora de la mítica Rock & Pop, que comenzó a transmitir en 1984 y ejerció una influencia decisiva en todo el dial gracias a su propuesta rupturista, tanto en contenidos como en su tratamiento.

Esto cambió el panorama de la radio y sentó las bases para el desarrollo de la FM en el país, como cuenta Carlos Ulanovsky en su libro *Días de Radio. Tomo II, 1960-1995*: “La ‘Rock & Pop’ [...] que tendría decisiva influencia estética y sonora [...] en toda la radio” (2004, p. 167), y su aparición fue seguida por la 100, Feeling, Aspen y Horizonte, ya no desde la trasgresión sino desde una propuesta de amable acompañamiento ambiental, desplazando a los servicios de música funcional o hilo sonoro.

## *Los sonidos del cambio*

La FM estableció un nuevo modelo que se impuso rápidamente y que destacó por su uso de efectos, separadores, cortinas<sup>3</sup>, secciones y un trabajo de preproducción destacado, lo que hizo que el aporte creativo de los profesionales del medio fuera más relevante. Productores y operadores se convirtieron poco a poco en protagonistas y también en creadores de lo que se conoce como *artística*<sup>4</sup>.

La irrupción plena de la FM en Argentina, consolidada en la década de 1980 a raíz de diversos cambios tecnológicos, sociales y políticos, dividió el espectro radiofónico estableciendo una dicotomía clara: AM para la información y FM para la música. Con el tiempo, esta antítesis desapareció.

La FM también introdujo cambios de estilo en las figuras de locución. Los tonos bajos, sugerentes y casi susurrantes atrajeron a la escucha nocturna, que volvió a la radio y le disputó público joven a la televisión. Esta época fue la consagración de Nora Perlé, Betty Elizalde, Nucha Amengual y Graciela Mancuso, figuras femeninas a las que se sumó el estilo pausado de Omar Cerasuolo y Juan Alberto Badía. Todos ellos se alejaron del estilo gritado de la AM, que se daba especialmente en Radio Rivadavia, El Mundo y otras emisoras que superaban la estática con la potencia vocal de sus locutores. La radio descubrió la noche con programas como “Modart en la noche”, “Imagínate”, “Las 7 lunas” o “La noche con amigos”.

---

<sup>3</sup> La cortina es un recurso musical que entra en un momento de un programa, se sostiene por pocos segundos y luego se desvanece hasta desaparecer y dar paso a otros recursos como voces o audios.

<sup>4</sup> Este concepto hace referencia al modo en que los sonidos se crean, organizan, articulan y se emiten de manera atractiva para hacer más interesante y original un espacio radial.

### *La década de 1990*

En los años noventa surgió un doble movimiento caracterizado por la concentración de empresas periodísticas que tenían a su cargo varios medios y la proliferación de micro-medios, como radios de baja potencia de alcance local y comunitario.

En esta tensión también surgieron opciones que renovaron la estética sonora, destacándose, entre otras, Rock and Pop, FM 100, Horizonte, Feeling y Aspen. Asimismo, también se desarrollaron las denominadas *radios de segmento*, es decir, aquellas que tenían un público muy sectorizado como FM Tango o FM Clásica. Nuevas voces fueron reconocidas, como la de Lalo Mir, Elizabeth Vernacci, Mario Pergolini, Bobby Flores, Marcela Feudale, Ari Paluch, que se ganaron su lugar con su personalidad, carácter e innovación.

En la década de 1990, el crecimiento de las emisoras continuó y comenzaron a orientarse hacia diferentes segmentos del público según temáticas musicales como rock, pop, tango, clásica, etc. Además de las estaciones ya existentes, se sumaron otras como FM Sport (hoy Mega 98.3), Feeling (hoy Blue FM) y Milenium.

De una manera u otra, el desarrollo de las FM permitió la creación de un mapa de emisoras que respondían a diversos actores sociales emergentes. En algunos casos, estas estaciones eran retransmisoras de señales cabeceras que brindaban una voz a comunidades que hasta entonces no tenían canales de expresión. Esto fue especialmente relevante en pueblos del interior del país donde no existían otros medios de comunicación plenamente locales o hiperlocales debido a la desaparición de los pequeños periódicos gráficos.

En Argentina, muchas emisoras de FM han brindado un espacio comunicacional que no había sido ocupado por la

AM, las cuales suelen estar más asociadas con lo empresarial o institucional. Esto ha permitido que se conviertan en una plataforma para la difusión de música y contenido de entretenimiento, mientras que la AM ha seguido siendo utilizada principalmente para la transmisión de noticias y programas informativos. Además, la FM le ha permitido a pequeñas empresas y organizaciones comunitarias tener acceso a un medio de comunicación que, de otra manera, no podrían haber obtenido, habilitando su aire a la gesta barrial.

En un principio, los diversos Planes Nacionales de Radiodifusión postulaban que cada ciudad tuviera su AM, expresado en su cometido de proveer un espectro radioeléctrico a la comunicación entre 1960 y 1980. Eso no se cumplió oportunamente por razones vinculadas a lo económico, pues ante las convocatorias para las licencias no se presentaron oferentes para la AM y, de ese modo, las necesidades de comunicación de los pueblos se cumplieron años después gracias a la FM (Arabito, 1994).

### *Más medios en el cuadrante*

Mientras la frecuencia modulada crecía en Argentina, más medios llegaban al cuadrante con propuestas diferentes. Una de estas iniciativas emblemáticas fue La Tribu, un medio de comunicación independiente creado en 1989 por estudiantes de la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Buenos Aires. El medio, que no tenía reconocimiento institucional, se trasladaba de lugar en lugar para emitir sus programas en departamentos alquilados por sus fundadores. La Tribu es reconocida en toda la región como un medio alternativo, comunitario y social, según se describe en su sitio *web*.

Al mismo tiempo surgieron diversos tipos de emisoras: libres, alternativas, cooperativas, comunitarias, truchas; denominaciones comunes en esa época para referirse a los diferentes modos de inclusión —o falta de ella— en la legislación, ya que muchas no habían regularizado sus permisos de manera adecuada en una época en que el ente estatal perseguía a estas emisoras sin piedad, decomisando sus equipos.

En Argentina existen distintos tipos de medios que se diferencian por su modo de operación y su relación con la legislación. Las emisoras *libres* son aquellas que operan de acuerdo con la ley y tratan de obtener los permisos necesarios para emitir sus programas. Estas iniciativas pueden ser comerciales o no comerciales y ofrecen una amplia variedad de programas en diferentes formatos. Para obtener reconocimiento, algunas de éstas se agruparon en la Asociación de Radios Libres de Argentina (ARLIA).

Colectivos sociales, instituciones de la sociedad civil y pequeñas empresas también intentaron ocupar espacio en el espectro radiofónico, pero en muchos casos fueron perseguidas por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER<sup>5</sup>) de la dictadura<sup>6</sup> o por su sucedáneo en la democracia, que siempre se situó en contra de estas iniciativas. Con la llegada de la democracia, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) asumió un papel más benévolo.

El desarrollo de las emisoras de frecuencia modulada en Argentina ha permitido la creación de una variedad de estaciones

---

<sup>5</sup> Sucedió al Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), que era el encargado de aplicar la anterior Ley de Radiodifusión N.º 22.285.

<sup>6</sup> La llamada Revolución Libertadora fue una dictadura militar de tipo transitoria, originada en el golpe de Estado que derrocó al presidente Juan Domingo Perón entre el 16 y el 23 de septiembre de 1955.

que atienden a distintos actores sociales emergentes. En algunos casos, estas iniciativas han brindado una voz a comunidades que anteriormente no tenían canales de expresión, especialmente en pueblos del interior del país donde no existían otros medios de comunicación plenamente locales o hiperlocales, debido a la desaparición de los pequeños periódicos gráficos.

### *Entre historias y ciudades*

En una ciudad del centro de la Provincia de Buenos Aires, como Olavarría, según refiere María Eugenia Iturralde<sup>7</sup> en su tesis de doctorado: “La llegada de las FM no fue bien recibida, ya que incomodó a los históricos sectores vinculados a los medios locales” (2019, p. 95). La incorporación de prestadores se traducía en mayor competencia por los recursos económicos provenientes de la publicidad. En la década de 1990 las emisoras se hicieron lugar en un escenario marcado por el protagonismo de lo comercial, la ausencia de servicios públicos no gubernamentales y la concentración de la propiedad del sistema de medios —escasamente regulados—. El sector privado, históricamente, se posicionó como el mayor proveedor de servicios audiovisuales.

En Río Grande, de acuerdo con los trabajos de Cristian Britos, la FM se comportó así:

---

<sup>7</sup> María Eugenia Iturralde es Doctora en Comunicación, Especialista en Educación y TIC Diplomatura en Estudios sobre Jóvenes, Medios y Política en América Latina y Licenciada en Comunicación Social con orientación en comunicación mediática.

La primera radio FM fue creada en 1985 como un emprendimiento de la familia que hasta ese momento tenía la titularidad de la radio AM LU12 y del diario La Opinión Austral. Habían comenzado los trámites para su instalación en 1981; y entonces eran los únicos propietarios de medios junto al estado provincial que tenía la radio LU14 y el canal 9. Para finales de 1980 surgieron cuatro o cinco medios más y el gran salto se da ya entrados los años de 1990 donde se instalan un conjunto mayor, entre 15 y 20 medios y donde ya no era tan difícil o costoso instalar una emisora (Britos, 2022).

En la actualidad, en la ciudad de Río Gallegos hay 60 emisoras FM y 2 AM que son significativas y han logrado una impronta difícil de reemplazar. Como es de esperar, en esta ciudad del sur, el mapa sonoro es variado y heterogéneo. Algunos medios tienen pocos recursos humanos y están mínimamente equipados tecnológicamente, mientras que otros cuentan con sedes y equipos bien estructurados, pero son manejados por una o dos personas y carecen de programación o la ofrecen de manera discontinua. Muchas de estas emisoras han funcionado así durante varios años.

De acuerdo con el mapeo realizado por la doctora María Eugenia Iturralde en el centro de la Provincia de Buenos Aires, en 2019 se registraron 42 emisoras en Olavarría, de las cuales 4 estaban operativas. Del total, 14 contaban con permisos del ente regulador oficial (3 autorizaciones, 1 reconocimiento y 10 licencias). De estas últimas, 5 no estaban operativas. Las autorizaciones fueron otorgadas a la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Radio Universidad 90.1) y a la Municipalidad de Olavarría (que no estaba en operación).

El docente investigador Gustavo Irala, perteneciente a la Universidad Nacional de Misiones y miembro del grupo de docentes que participa anualmente en las Jornadas La radio del

Nuevo Siglo, ha identificado otra forma de usar la radio en la frontera, en la que se impone el bilingüismo, típico de la cultura del lugar.

En ese sentido, la radio toma la forma de confluencia entre por ejemplo lo brasileño, lo guaraní, lo paraguayo y lo argentino en la provincia de Misiones, con toda la carga cultural de lo que han sido y son las migraciones, las emisoras en varios idiomas: portuñol, guaraní, etc. Esas diferencias producen un regionalismo (*La radio del Nuevo Siglo*, 1 de octubre de 2021).

### ***Categorías en la frecuencia modulada***

En Argentina es común encontrar muchas emisoras religiosas en las poblaciones pequeñas. Suelen ser dirigidas por sectores evangélicos y ocupan una gran parte del dial. En promedio, en las ciudades intermedias hay alrededor de una docena de estaciones religiosas, lo que representa aproximadamente la mitad de las disponibles en el dial en estas zonas, lo que demuestra el fuerte impacto de estas emisoras en la comunicación. Según varios estudios, en un promedio de iniciativas por ciudad intermedia, muchas de ellas son de confesión, lo que es posible extender a otras poblaciones debido a que se repite en muchas de ellas.

En diferentes localidades, con o sin el apoyo de los medios de gestión pública, se han establecido experiencias escolares con resultados variados. En otras áreas, se han formado redes escolares que han mostrado un esfuerzo significativo para mantenerse al aire, aunque con enfoques diferentes, siempre se dirigen a los jóvenes. En algunos casos, estas propuestas radiales surgen de las aulas y participan estudiantes

que asisten al establecimiento fuera de horario escolar para salir al aire. Los equipos se otorgan con subsidios o aportes de los municipios, al menos hasta que se puedan conservar. Sin embargo, mantenerlas a largo plazo ha demostrado ser complicado debido a la dificultad de coordinar la tarea docente con la regularidad de la emisión radiofónica.

Muchas de estas experiencias han terminado desgranándose al no poder obtener financiamiento prolongado ni regularizar la situación legal de la emisora. Muy raramente se encuentran radios sindicales en el interior.

Las emisoras universitarias (medios estatales, todas en FM) han establecido un territorio diferente. Al estar habitualmente contempladas en la legislación, han tenido que sortear el inconveniente de comprometer a las gestiones de las universidades para su puesta en funcionamiento y mantenimiento, así como para crecer en términos de recursos humanos y programación. Con diversas soluciones para obtener financiamiento diario y recursos humanos, una amplia gama de emisoras nucleadas en la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA<sup>8</sup>) se extiende por todo el país y, en muchos casos, es la única presencia de un medio estatal en las ciudades del interior, especialmente en aquellas donde funciona una universidad, en especial en carreras de Comunicación Social, Periodismo o Tecnológicas.

Actualmente, las emisoras están en gran medida condicionadas por el mercado, ya que no existen medios públicos o comunitarios en todo el territorio y sí hay medios comerciales. Si tomamos en cuenta la cantidad de habitantes, estamos

---

<sup>8</sup> Fue fundada el 7 de julio de 1998. Es una entidad sin fines de lucro con sede en la ciudad de Buenos Aires que agrupa a las distintas universidades nacionales.

hablando de ciudades de alrededor de 120 mil habitantes y el reparto de la pauta publicitaria para subsistir no alcanza para los más de 60 medios, como sucede en provincias como Buenos Aires y Santa Cruz, según los trabajos de Britos e Iturralde. Por un lado, hay una sobreoferta y por otro, faltan voces. Por ejemplo, una radio comunitaria o proyectos comunicacionales que den voz a lo que sucede en el territorio.

En esta línea, señalamos que las iniciativas identificadas con la oposición y con base al modelo de manejo de medios hegemónicos establecido principalmente por el grupo Clarín, a través de su red, tienen como objetivo principal erosionar la imagen del gobierno provincial y/o nacional. No hay una búsqueda de ampliar la agenda o incluir otras voces, tal como afirman diversos comunicadores asociados con el campo popular como Gustavo Campana o Víctor Hugo Morales.

En Argentina, el sistema radiofónico enfrenta diversas necesidades técnicas y de capacitación del personal, especialmente en cuanto a la FM. Una de las principales necesidades es la actualización de la documentación y los equipos de transmisión para mejorar la calidad de la difusión de contenidos. Además, hay una falta de profesionales formados en la operación técnica de las radios, lo que puede afectar la calidad de la programación. Es fundamental brindar capacitación adecuada a los profesionales que trabajan frente al micrófono para garantizar una buena calidad en la programación; especialmente en las iniciativas comerciales, donde los operadores son los más demandados y, a menudo, son los únicos trabajos remunerados. En resumen, el sistema radiofónico argentino requiere mejoras técnicas y de capacitación para asegurar una mejor calidad en la difusión de contenidos.

### *Los aportes de una nueva frecuencia y el rol de la ley de medios*

Respecto al aporte de la radio FM, podemos decir que dinamiza la discusión pública, democratiza espacios de difusión para las instituciones y grupos locales, pone en agenda y retroalimenta temas que son importantes para la vida de la ciudad. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que no están representadas todas las voces, ya que hay ausencia de grupos minoritarios.

En cuanto a cómo las leyes de medios han impactado la dinámica y la transformación de la FM, podemos decir que la ley de medios sancionada en 2009 no tuvo un impacto significativo en los sonidos de la ciudad. En muchos lugares, no existe la figura de radio comunitaria o pública y tampoco se observa el cumplimiento de los porcentajes establecidos para las organizaciones del territorio (33% Estado, 33% privados, y 33% otras organizaciones). Además, no se cumple con la cuota de programación local o disposiciones similares. Según informa el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM<sup>9</sup>), hay poco interés de las emisoras por regularizar su situación.

### *El factor económico de las frecuencias*

El sistema radiofónico argentino depende en gran medida del financiamiento publicitario oficial, lo que implica una dependencia absoluta del Estado nacional, las gobernaciones

---

<sup>9</sup> El objetivo de esta organización es orientar el proceso de convergencia tecnológica y crear condiciones para garantizar el acceso de los argentinos a servicios de internet, telefonía fija y móvil, radio, postales y televisión.

provinciales y municipales. Esto se refleja en la dinámica de las emisoras de FM a nivel local. Actualmente se está debatiendo en muchas ciudades un proyecto que permita el acceso regular al financiamiento en todas partes, tal como está previsto a nivel nacional. Sin embargo, la ausencia a nivel municipal de un marco legal compartido regionalmente genera compromisos editoriales significativos con el Estado nacional, las gobernaciones provinciales y municipales en sus diversos niveles.

Algunas ciudades tienen un estatuto claro en cuanto al financiamiento de la radio, mientras que otras todavía no lo han considerado, a pesar de los reclamos de los trabajadores y propietarios de pequeños medios. Esto puede dificultar el acceso regular al financiamiento para las emisoras en estas áreas y puede afectar la calidad de su programación.

Al evaluar la situación financiera de las estaciones, a nivel local vemos que la necesidad de financiamiento es prioritaria. Si hubiera un mayor desarrollo comercial privado y compromiso empresarial a nivel intermedio, se podría ampliar la pauta publicitaria. Sin embargo, algunas empresas presentes en el territorio no invierten en publicidad en la provincia, ya que sus oficinas administrativas están en la capital, donde se toman las decisiones importantes. El círculo se cierra con la dependencia del Estado en todos sus niveles en cuanto a la cuestión de la pauta oficial.

Otras propuestas están haciendo un gran esfuerzo por subsistir y desarrollarse, aunque desconocemos sus modelos financieros, tal como expresa el estudio de Britos. Por un lado, hay radios que invierten en mayor programación y, otras que tienen solo un operador y luego transmiten música todo el día. Muy pocas estaciones reinvierten en equipamiento y programación (incluyendo a los profesionales de la información en este punto).

Las generalidades tecnológicas con las que opera la FM posiblemente se repitan en cada ciudad del interior. Las cinco o seis emisoras más escuchadas utilizan la última tecnología, principalmente las de los grupos de medios que invierten grandes cantidades de dinero. Las radios gestionadas como cooperativas también tratan de hacer inversiones en tecnología y equipamientos para no quedarse atrás frente a las gerenciadas por grandes grupos, por ejemplo, el grupo Olmos.

De alguna manera, actualmente y gracias a la digitalización es posible mantener un estándar apreciable “con lo que hay”, excepto cuando surgen problemas de transmisión: si se cae una antena hay que buscar dinero. Por otro lado, en todo el país, un gran número de emisoras microscópicas, como las citadas por Britos en sus trabajos, hace mucho tiempo que no invierten en tecnología.

En cuanto al perfil de los trabajadores y su relevo generacional es variable. Es cierto que se está notando un cambio, hay gente nueva que se va sumando a la producción y conducción en radio, con mayor o menor idoneidad, pero hay nuevos profesionales.

Las experiencias más importantes han incorporado a estudiantes de las carreras de Comunicación Social, pero en algunos casos también es un trabajo temporal que se realiza hasta que surja una nueva opción laboral.

En las emisoras universitarias en las que el trabajo es a corto plazo, no hay un lugar para la jubilación. En algunas radios ser operador es un trabajo temporal y a menudo no remunerado, por lo que muchos empleados no se especializan, además desde la emisora no se les exige.

## La programación

Si analizamos las parrillas de programación, es claro que la gran mayoría de las emisoras puede definirse como simplista estructuralmente y sus dueños prefieren mantener una base simple en cuanto a recursos humanos y optar por la compra de contenidos en línea. El rol del operador y su capacidad de programación, a través de *software*, se vuelve vital para sostener el aire. Es allí, detrás de este simplismo, donde se oculta un problema creciente en la radio provinciana, la falta de creatividad y desarrollo de producciones novedosas. Así, muchas copian o directamente transmiten a las capitalinas y, en todo caso, difunden las 24 horas, pero solamente a través de computadoras con lo cual se produce muy poco espacio real en vivo.

La producción se apoya en enlatados, en la contratación de un operador que programará la radio para toda la semana. Los diversos espacios, en muchos casos son llenados por quienes los autogestionan. Es decir, que pagan para hacer su propuesta sin importar de dónde llegan los recursos, si son propios o el comunicador tiene su propia cartera de auspiciantes.

El debate acerca del lugar que ocupa la radio con esta programación queda abierto; si es proveer información, compañía, entretenimiento, etc. Las noticias ya no llegan por este medio y por ello muchas estaciones relegan la cuestión informativa y ni siquiera tienen noticieros. Otras, tienen mañanas noticiosas, y se quedan el resto del día para un acompañamiento musical sin interrupciones, o meramente para acariciar con la hora y la temperatura desde una voz compinche. Este es el caso de las emisoras metropolitanas que, sin grandes compromisos con la realidad, son reproducidas incluso en espacios públicos como supermercados, incorporándose al paisaje sonoro.

La programación de las emisoras también depende de si forman parte de un multimedio, si transmiten en cadena, si su modelo se basa fuertemente en la mañana o la primera tarde, entre otras cosas. Un caso especial son las radios que dependen de un local bailable, es decir, las que pertenecen —en algunos casos incluso existen dentro— a discotecas como una forma de promoción e identidad de esos espacios de diversión. De esta manera, son una extensión del sonido de los clubes nocturnos y se relacionan tanto a nivel musical como de propuestas con esos sitios de ocio. La radio presenta la música que se podrá bailar en el lugar, las propuestas, las novedades o los personajes de cada noche. Como afirma Britos: “estas emisoras pertenecen a los mismos boliches o clubes nocturnos que funcionan durante la madrugada. Radios como FM Sensaciones, Radio Fantástico, Metrópolis (emisora que comparte el nombre con el reconocido boliche local La Metro) o FM Universo, que pertenece al conocido pub La Cueva, son las que recurren a esta fórmula que prolonga la atmósfera de la vida nocturna y bailable (2018)”.

### *La actualidad y el futuro*

En cuanto al panorama contemporáneo del medio, es común encontrar críticas hacia las iniciativas de radio FM en algunas ciudades argentinas, que a menudo señalan la falta de originalidad, la búsqueda de poder o la imitación de las iniciativas de Buenos Aires. También es común que se critique la falta de diversidad en las agendas, que a menudo se limitan a los actores visibles de la sociedad y no incluyen a otros grupos y colectivos. Además, algunas radios pueden no estar innovando en sus formatos y estar repitiendo fórmulas conocidas, lo que es poco atractivo para el público. Es importante trabajar en la

diversificación y la renovación de la radio FM en Argentina para mejorar su calidad y atractivo.

Posiblemente, que en el futuro haya más radios que ofrezcan perspectivas diferentes, como las comunitarias, que han tenido dificultades para establecerse en algunas regiones. También es posible que las radios públicas, universitarias, sindicales y religiosas se vean afectadas por la realidad y ofrezcan una opción diferente y más sensible a la audiencia.

La evolución de la radio FM ha llevado a una programación que combina elementos musicales e informativos, pero aún es necesario que la FM se dirija al público joven y renueve sus formatos.

En algunas emisoras del interior profundo es común encontrar fórmulas repetidas. También hay diferencias entre las estaciones de las grandes ciudades, especialmente las de Buenos Aires, y las del resto del país, ya que tienen públicos y agendas diferentes. Esto ha sido estudiado por investigadores como Iturralde y Britos.

### *El ecosistema virtual*

En algunos lugares existen emisoras comunitarias o públicas que tienen un modelo comunicacional diferente al de otros medios, a veces esto significa que tienen un público más joven. Parte de la radio que se escucha en vivo, es mediante antena o redes, mientras que otra parte se consume a través de recortes compartidos en redes sociales, como Ivoox, MixCloud o SoundCloud, gracias al personal de las estaciones que selecciona y publica los mejores segmentos de las programaciones.

RadioCut también es una herramienta interesante, ya que permite escuchar medios *online* y del pasado, es decir,

volver a horas, días o incluso meses atrás. Además, permite a los usuarios crear cortes de la radio, describiendo segmentos de los programas, para compartirlos con otros usuarios. Muchas emisoras pequeñas incluso lo usan como un *registro de cinta*<sup>10</sup>.

Es evidente que no todas las radios producen *podcasts*, aunque algunas comparten sus mejores momentos de una manera similar y los etiquetan como tales. Algunas estaciones tienen portales *web*, aunque no todos son informativos, sino que principalmente sirven para compartir el enlace de *streaming* en un mundo cada vez más orientado a las aplicaciones. WhatsApp es una herramienta comúnmente utilizada para la comunicación con la audiencia y entre los grupos de trabajo de las radios. También es común ver a productores y periodistas utilizando Facebook, Twitter y Telegram para compartir contenidos y mantenerse en contacto con su audiencia.

Es interesante reflexionar sobre el espacio que le queda a las FM en un mundo cada vez más fragmentado en términos de consumo de contenidos sonoros. La escucha se fragmenta cada vez más, perdiéndose la noción de *programación* y dando lugar a una tiranía del usuario, que quiere escuchar lo que desea, cuando lo desea. Esto ha llevado a que, aunque se sigan produciendo contenidos sonoros, dejen de estar atados a la ética de una emisión y a que se produzcan desaciertos.

Pertenecer a una radio significa asumir una responsabilidad con un mensaje, un equipo humano y una declaración fundacional.

---

<sup>10</sup> Así se llama a la grabación que muchas emisoras realizan de su transmisión. En algunos casos, este registro es obligatorio por ley y debe ser conservado por un tiempo establecido.

## Referencias

- Arabito, J. (1994). *Un horizonte de antenas: El caso de la televisión en Olavarría* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Britos, C. (2018, 30 de agosto). *Jornadas de Radio del Nuevo Siglo*. “El impacto de las nuevas tecnologías en la radio local: Análisis de la evolución del medio en Río Gallegos”. Universidad Nacional de la Patagonia Austral, Río Gallegos, Santa Cruz.
- Irala, G. (2021, 1 de octubre). Sesión IV de las XV *Jornadas Universitarias* “La radio del Nuevo Siglo” [Video]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2-yjpStZ4uc>
- Iturralde, M. (2019). *Políticas de comunicación en ciudades intermedias: El proceso de discusión, sanción y aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación en Azul, Olavarría y Tandil*. La Plata. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de <http://sedi.ci.unlp.edu.ar/handle/10915/73762>
- Iturralde, M. E. (2020). Medios audiovisuales en el centro-sudeste bonaerense: Políticas de comunicación en el periodo 1922-1983. *Improntas de la historia y la comunicación*. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/improntas/article/view/6325/5765>
- Palma, Y. M. (2002). *Feminismo y musicalización en las radios* [Tesis de grado]. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. UNICEN.
- Ulanovsky, C. (2004). *Días de Radio: Tomo II, 1960-1995*. Emecé. Buenos Aires.

## Entrevistas

- Britos, C. (2022). *Estudio acerca de la radio FM en Río Gallegos*. Especial para este trabajo.

## **Bolivia: entre dificultades y posibilidades**

*José Howard Rivera Fernández*

Una mirada a la realidad actual de la FM muestra un panorama difícil para su supervivencia y servicio. Sin embargo, también nos permite descubrir nuevas posibilidades de enriquecimiento tecnológico e interacción con las audiencias, lo que nos hace mirar al futuro con esperanza<sup>1</sup>.

### *Un poco de historia*

La primera estación de radio en FM fue Radiodifusoras Cristal, fundada en 1973, cuyo enfoque principal estaba en ámbitos culturales y transmitía principalmente géneros clásicos e instrumentales<sup>2</sup> como música de fondo. Según Reyes (1999, p. 63), también se sabe que Radio Cruz del Sur utilizó la FM de manera experimental y esporádica en 1970. A finales de esa década, Radio Panamericana Estéreo 97, Altiplano y otras estaciones comenzaron sus transmisiones en FM. En ese mismo periodo, el país vivió bajo dictaduras<sup>3</sup> hasta que la democracia fue restaurada en 1982. En ese lapso, la radio se utilizó como instrumento de propaganda oficial. Según el blog del comunicador Aarón Mariscal, las principales características del medio fueron:

---

<sup>1</sup> El presente escrito cuenta entre sus principales referencias miradas específicas de colegas comunicadoras y radialistas en cuatro ciudades del país. En el diligenciamiento de los cuestionarios como un insumo más para este artículo participaron Margarita P. Justiniano, Rosemary Suárez, Jackeline Tuchani.

<sup>2</sup> La emisora cerró sus emisiones en 2013 después de 40 años al aire.

<sup>3</sup> Las dictaduras militares realizaron reformas económicas conservadoras, como reapertura de las minas de estaño abiertas a inversionistas privados extranjeros.

[...] un auge de la radio comercial: las emisoras preferían no decir nada, solo transmitir música. Las pocas que defendían la democracia eran las mineras, como “Red Campesina 26 de julio”. Banzer<sup>4</sup> pacta con los campesinos para dar un golpe de Estado y les da una radio. Hay muchísima publicidad y música. Las estaciones dominantes eran comerciales, las que escuchamos todos los días, las radios alternativas, tenían más fuerza en las provincias (2015, s.p).

A principios de la década de 1980, había relativamente pocas emisoras de radio, pero su número fue aumentando a finales de esa década. En general, eran de propiedad privada y pertenecían a redes comerciales (como las disqueras) que querían aumentar su audiencia a través de la radio. Estas emisoras se encontraban principalmente en las ciudades capitales y las más pobladas; su potencia variaba entre 100 y 2 kW. Su audiencia se ubicaba principalmente en clases medias y altas, ya que eran emprendimientos empresariales urbanos que se estaban desarrollando después de la década de dictaduras y evitaban cualquier sesgo político. La programación se centraba en la música y solía imitar o copiar los formatos radiofónicos de las FM estadounidenses, aunque algunas (pocas) ofrecían espacios internacionales. Su financiamiento se basaba en la publicidad y la venta de espacios. En cuanto al personal, mayoritariamente eran personas con formación empírica y se encargaban principalmente de presentar canciones o discos.

Es necesario señalar que en la radiodifusión en frecuencia modulada se reprodujo una suerte de competencia en la propuesta musical de estas emisoras:

---

<sup>4</sup> Durante la huelga nacional del 29 al 31 de octubre de 1964, el personal encargado de reprimir a los obreros y mineros fue el mismo que, tres días después, el 4 de noviembre, dio un golpe de Estado traicionando al presidente en el poder.

Hasta convertirlas en algo así como vitrinas para el consumo musical de Rock (pop, disco y otros ritmos) [...] (y creando los llamados) Disk Jockeys criollos. Sin embargo, en el año 1985 apareció una propuesta radial para tomar en cuenta, se trató de Radio Color, con una serie de características que la hacían muy diferente a las existentes, esto motivó una capacidad de audiencia destacable que produjo cambios muy grandes en la práctica radial de las FM de la década de los 80 con grandes réplicas para más adelante (Gómez, 2010, p. 56).

Radio Color FM La Paz contribuyó significativamente al desarrollo de un nuevo estilo que priorizaba la música en español y la presentación de géneros educativos y de servicio social. Según Gómez (2010), sus principales objetivos eran rescatar la cultura de la clase media y promover su autovaloración, fomentar la unidad familiar, dar voz a los sin voz, romper con los esquemas de la producción radial en FM y crear conciencia de la unidad latinoamericana.

A finales de la década de 1990 había alrededor de 50 emisoras de FM en las ciudades centrales de La Paz<sup>5</sup>, Cochabamba<sup>6</sup> y Santa Cruz<sup>7</sup>. Con el retorno a la democracia, el crecimiento de las FM en las ciudades y la aportación de la tecnología, la radio experimentó cambios significativos en lo social y político, con

---

<sup>5</sup> La ciudad de La Paz, oficialmente Nuestra Señora de La Paz, es el territorio nacional de mayor desarrollo y cuenta con una población estimada de 940.000 habitantes. La Paz es la tercera ciudad más poblada de Bolivia, detrás de Santa Cruz de la Sierra y El Alto.

<sup>6</sup> Se encuentra situada en el centro del país y en 2021 contaba con una población estimada de 841.000 habitantes.

<sup>7</sup> Santa Cruz de la Sierra es el centro comercial de Bolivia y la capital del departamento de Santa Cruz. Actualmente es una ciudad cosmopolita.

una influencia especial en la clase media. Los comunicadores tuvieron una participación cada vez mayor en la opinión pública y, en prácticamente todas las ciudades, muchos de ellos se convirtieron en candidatos y ganaron elecciones.

La década del 2000 fue particularmente significativa por el surgimiento del Movimiento Al Socialismo (MAS<sup>8</sup>), que ha estado en el poder desde enero de 2006 hasta la actualidad. Esto llevó a profundas transformaciones en todos los aspectos de la vida política, cultural, económica, social y comunicativa. Uno de los primeros cambios fue la elaboración, aprobación y aplicación de la nueva Ley de Telecomunicaciones, que entró en vigor en 2011. Este proceso ha generado un amplio debate sobre la vigencia y otorgamiento de nuevas licencias de funcionamiento para emisoras.

A partir del 2010 hubo una nueva configuración de los medios de comunicación en el país, en la que destaca un poderoso conglomerado de iniciativas estatales, también en la radiodifusión. Como resultado de este proceso se produjo un aumento de las radios oficiales a nivel nacional, regional y local, con alrededor de 50 emisoras, o la creación del denominado Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios (RPOs<sup>9</sup>), que actualmente cuenta con 32 emisoras afiliadas en diferentes partes del país. La mayoría de estas estaciones estatales operan en FM.

La contraparte de este proceso de ideologización de las comunicaciones se puede ver representada por el papel que ha desempeñado la Asociación Boliviana de Radiodifusoras

---

<sup>8</sup> El Movimiento Al Socialismo (MAS) es un partido político de izquierda fundado en 1997 y liderado por el expresidente Evo Morales.

<sup>9</sup> Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios RPOs <https://www.rpo.bo/>

(ASBORA), que agrupa a la mayoría de los medios comerciales, y también por las redes de radios católicas como ERBOL<sup>10</sup> y FIDES, que han logrado mantenerse vigentes con distintos enfoques y estrategias.

### *Situación actual*

Bolivia es uno de los países con mayor cantidad de emisoras de radio por habitante. Actualmente, el país cuenta con 1332 emisoras, de las cuales 1035 están en frecuencia modulada y 297 en amplitud modulada. De ellas, 972 son consideradas comerciales, 200 son educativas o públicas y 160 son sociales comunitarias<sup>11</sup>. Aproximadamente el 20% (200) de las emisoras FM transmiten en internet, ya sea a través de sitios *web* o de Facebook.

En general, el número de frecuencias moduladas, especialmente en las zonas urbanas, es excesivo, ya que han cubierto completamente el espectro disponible. Sin embargo, este copamiento no parece responder solo a las necesidades de la población, sino también a las estrategias del poder político y económico. Desde 2010 ha habido una fuerte disputa pública por el mantenimiento o reasignación de licencias de funcionamiento, impulsada tanto por las instancias oficiales como por las empresas, agrupadas en su mayoría por la Asociación Boliviana de Radiodifusoras (ASBORA).

---

<sup>10</sup> Es una asociación civil sin fines de lucro dedicada a la educación y reúne al menos 170 radioemisoras en Bolivia y en el exterior del país. Fue fundada el 18 de julio de 1967.

<sup>11</sup> Ministerio de Telecomunicaciones. Registro de Licencias de Radioemisoras en Bolivia, Pub. MT, La Paz, 2017.

Sin embargo, es evidente que, en la actualidad, más municipios, gobernaciones, movimientos sociales y agrupaciones indígenas tienen sus propias emisoras. El panorama en el área rural es significativamente diferente, ya que la población ha disminuido notablemente, no se cuenta con los recursos necesarios y las emisoras que existen, en su mayoría, son subvencionadas por iglesias, empresarios o instancias con poder político.

La Ley de Telecomunicaciones en vigor (2011) refleja claramente la relación de fuerzas en el panorama político. Se puede afirmar que ha sido concebida y elaborada en función del proyecto del partido que gobierna desde hace 15 años. Como resultado, han proliferado significativamente las emisoras educativas o públicas, así como las sociales comunitarias.

En cuanto a su relevancia, varias FM han logrado llegar a segmentos de población específicos: jóvenes de clase popular, grupos religiosos, adultos mayores que buscan información seria, amantes de la música clásica, pop, folclórica, etc. Esto visibiliza a estos grupos y expresa sus demandas y preferencias.

A pesar de los cambios significativos que ha producido la tecnología en las últimas décadas, según anota la comunicadora de Santa Cruz de la Sierra<sup>12</sup>, Margarita Justiniano, en su ciudad:

La radio es un medio predilecto de la gente en las calles y en los empleos donde el oído puede permitirse seguir recibiendo información mientras las manos trabajan. La radio tiene el poder de educar, convocar, conectar y entretener, como medio cálido o humano se vincula a lo emotivo y posibilita la sensación de compañía,

---

<sup>12</sup> Santa Cruz de la Sierra es una ciudad localizada en los llanos orientales de Bolivia, a las orillas de del río Piraí.

de participación de la emisión. Crea una complicidad fundamental entre emisor y oyente, de ahí la exigencia de un lenguaje directo, cercano y sugerente (Justiniano, 2022).

En general, las parrillas de programación son muy similares; un 60% está compuesto por espacios musicales. Lo que diferencia a una emisora de otra son los contenidos que se emiten en espacios informativos, publicidad y programas de revista.

La profesora Jackeline Tuchani afirma que la situación es similar en Riberalta<sup>13</sup>, otra ciudad:

Son muy monótonas, debido a que llenan sus espacios de publicidad, como son tantas, por el hecho de ser de bajo costo tienen que emitir muchas para poder tener entradas y eso afecta en sus contenidos, al escuchar tantas propagandas o publicidad el oyente cambia el dial y deja de escuchar (Tuchani, 2022).

En general, se percibe una gran diferencia entre las emisoras FM de zonas urbanas con alta concentración de población y las rurales de poblaciones poco habitadas. Mientras que en las grandes ciudades no se nota claramente la conexión con los segmentos de población, en las regiones pequeñas la influencia y posicionamiento son mayores. Según la profesora Rosemary Suárez, en Trinidad<sup>14</sup> “esta influencia se percibe especialmente cuando se generan espacios de debates con temas coyunturales, programas educativos o el desarrollo de campañas solidarias” (Suárez, 2022).

---

<sup>13</sup> Riberalta es una ciudad de Bolivia, capital del departamento del Beni. Según el censo de 2012, el municipio de Riberalta cuenta con una población de 106.596 habitantes.

<sup>14</sup> La ciudad de Trinidad es la capital de la provincia de Vaca Díez, situada al norte de la Amazonía y considerada como la capital amazónica del país.

En cuanto al personal que trabaja en FM, el panorama es diverso. Mientras que en las ciudades metropolitanas se han posicionado periodistas profesionales con trayectoria, en las poblaciones pequeñas hay pocos universitarios titulados y la mayoría del trabajo sigue siendo realizado de forma empírica. Según Margarita Justiniano, “lo que ha sucedido en la radiodifusión es que muchos periodistas y presentadores de televisión han pasado a la radio, lo que de alguna manera ha renovado las voces y también hay gente joven (aficionados) que hacen radio”.

En las localidades pequeñas, el panorama es diferente, siguiendo a Tuchani, en Riberalta:

Las radios venden sus servicios a bajo costo, publicidades pequeñas de 200 o 300 bolivianos al mes, (43 dólares) pues eso no alcanza ni para el pago de sueldos del personal, por eso cabe señalar que en las FM en su mayoría ningún personal tiene seguro laboral ni recibe un sueldo remunerado por el propietario, aparte de la radio de la iglesia que su personal sí tiene salario siendo esta la única, las demás tienen que generar sus sueldos con publicidades (Tuchani, 2022).

### ***La FM hoy***

Debido a la transformación tecnológica y el posicionamiento del teléfono móvil como herramienta multimedia, particularmente en la población joven y adulta, las audiencias se han reducido drásticamente o se han enfocado en segmentos muy específicos. Así, por ejemplo, encontramos a radios como Panamericana, FIDES o ERBOL que apuntan a líderes de opinión y la generación de corrientes de opinión pública; encontramos radios como Disney, Ciudad o Estelar, con corte musical dirigido a un sector más

joven, o radio Mundial que apunta a público adulto con música romántica y del recuerdo. Por supuesto, están todas las estaciones cristianas con su segmento meta y las estatales dirigidas a sectores específicos de la población que reproducen el discurso oficialista.

En los últimos años, se ha pasado progresivamente de las llamadas telefónicas a la interacción a través de las redes sociales, especialmente WhatsApp y Facebook. Gracias a estos medios, la audiencia participa directamente enviando mensajes en vivo. También son cada vez más frecuentes diversas modalidades y experiencias de *podcast*.

Actualmente, la presencia de la FM en internet y en las redes sociales es significativa; muchas estaciones han ampliado sus emisiones a través del *streaming* o han surgido en internet de manera exclusiva. Aunque de manera lenta, esta adaptación seguirá ocurriendo como estrategia para mantener audiencia y vigencia.

En cuanto al sostenimiento de las radioemisoras, algunas son netamente comerciales, otras son religiosas o gubernamentales; algunas tienen financiamiento, mientras que otras deben mantenerse por sí mismas. Por lo tanto, las iniciativas independientes viven amenazadas y al borde del colapso económico, ya sea por la asfixia publicitaria que ejercen las instancias oficiales sobre emisoras críticas con su gobierno, o debido al marco legal vigente en materia de radiodifusión, el cual tampoco hace prever un cambio significativo a corto o mediano plazo. En general, las emisoras públicas y comunitarias afines al gobierno cuentan con el apoyo de las propias instancias públicas. En el caso de las estaciones educativas, el panorama es más complejo, ya que las que participan en su sostenimiento pueden ser instituciones públicas, privadas, iglesias u ONG.

## Conclusión

La radio es un medio de difusión y comunicación masiva importante, no solo por su prolongada presencia en el país, sino también por su alcance y cobertura en sectores sociales mayoritarios. Aunque las emisoras han ocupado un lugar importante en la historia del país como una gran alternativa de modernización, calidad y expresión de grupos sociales, en las últimas décadas han cedido a las presiones del poder económico y político, por lo que su aporte educativo, artístico o informativo ha disminuido significativamente. Esto es verdad principalmente en la mayoría de las radios comerciales, las oficiales y también en las comunitarias y de pueblos originarios afines al gobierno actual, que subordinan el servicio del medio de comunicación a intereses.

En Bolivia existen dos realidades en el mundo de la radiodifusión: por un lado, los medios oficiales son promovidos y apoyados por el Estado como parte de una estrategia de comunicación política; por otro lado, las iniciativas no oficiales o independientes deben luchar por sobrevivir en condiciones difíciles.

Al igual que en otras partes del mundo, en Bolivia se ha producido una alianza significativa y prometedora entre las emisoras y las tecnologías de la actualidad, impulsada en parte por las condiciones impuestas por la pandemia del COVID-19. Según Margarita Justiniano: “tanto la radio como el internet nacieron para revolucionar la comunicación de su tiempo” (Justiniano, 2022) y hoy en día los vemos convergir y ser capaces de impulsar importantes estrategias de comunicación para servir a la población, especialmente a la más vulnerable. Aunque esta capacidad ya es una realidad en muchas experiencias, todavía tiene un enorme potencial por desarrollar.

## Referencias

- Giavedoni, D. (2010). *Los medios en Bolivia: Mapa y legislación de los medios de comunicación*. Bolivia.
- Gómez Lizarro, I. O. (2010). *Géneros y formatos más empleados en la producción radiofónica en Frecuencia modulada de la Ciudad de La Paz periodo 1985–1990: Caso Radio Color FM 101* [Tesis de licenciatura]. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.
- Mariscal, A. (2015, junio 18). *Apuntes para estudiantes de comunicación*. Recuperado de <https://apuntescomunicacionuagrm.wordpress.com/2015/06/18/historia-de-la-radio-en-bolivia/>
- Olivares Álvarez, E. (2012). *Contenidos, metas y desafíos de la radio digital en La Paz-Bolivia* [Tesis de licenciatura]. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.
- Reyes Velásquez, J. (1990). *La radiodifusión en Bolivia*. Oficina de Servicios y Asesoramiento a Proyectos (OSAP) y Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL). La Paz.
- Reyes Velásquez, J. (1999). *Historia, legislación y ética de la radio en Bolivia*. La Paz.

## Entrevistas

- Justiniano, M. (2022). Radios FM en Santa Cruz. Comunicación personal. 5 de septiembre de 2022.
- Suárez, R. (2022). Radios FM en Trinidad. Comunicación personal. 5 de septiembre de 2022.
- Tuchani, J. (2022). Radios FM en Riberalta. Comunicación personal. 4 de septiembre de 2022.

## **Brasil: pasado, presente y futuro de la FM**

*Fernando Morgado*

### **Contexto de la FM**

A lo largo de sus 8.5 millones de kilómetros cuadrados de territorio, Brasil posee uno de los mayores sistemas radiofónicos del mundo, compuesto por más de 10 mil estaciones. De éstas, 8.6 mil operan en frecuencia modulada; más de la mitad (4.7 mil) son comunitarias (Ministerio de las Comunicaciones, 2022). A pesar de esta superioridad numérica, es la radio comercial y no la comunitaria la que juega un papel protagónico en el escenario brasileño. Son los empresarios quienes, a final de cuentas, condicionan los destinos artísticos, periodísticos, regulatorios y tecnológicos del medio.

Este poder fue consagrado el 1 de marzo de 1932, cuando Getúlio Vargas, entonces jefe del gobierno provisional, firmó el Decreto N°21.111, el cual autorizó la transmisión de publicidad durante los programas: “a través de disertaciones entregadas de manera concisa, clara y conveniente para la apreciación de los oyentes” (Brasil, 1 mar. 1932). Casi tres décadas después, surgió una nueva normativa que se mantiene vigente hasta el día de hoy: se trata de la Ley N°4.117, del 27 de agosto de 1962, que tiene contornos más liberales con respecto a las normas anteriores (Calmon, 1999, p. 116; Morgado, 2020, p. 51).

Fue a raíz de este liberalismo que se desarrolló la FM brasileña, cuyos inicios han sido objeto de controversia entre los investigadores. Es cierto que, en un principio, esta banda de frecuencias la utilizaban las radios en amplitud modulada (AM) para conectar los estudios a las torres de transmisión.

Sin embargo, la discusión reside en determinar qué estación habría sido la pionera en transmitir exclusivamente por

FM. Hay quienes apuntan a la Rádio Imprensa de Rio de Janeiro, que fue inaugurada por la empresaria Anna Khoury en 1955 y funcionó hasta la década de 1970 solo en circuito cerrado. La primera emisora en transmitir abierta y exclusivamente en FM habría sido la Difusora, lanzada en la ciudad de São Paulo el 2 de diciembre de 1970 por Diários Associados (Ferraretto, 2001, pp. 156-157).

El régimen militar, que reinó en Brasil entre 1964 y 1985, fue responsable de establecer las bases legales y técnicas para la FM que la convirtió en parte de un proyecto político mayor con repercusiones, no solo en el sector de los medios, sino también en la industria electrónica.

Como parte de la estrategia del gobierno para la internacionalización de la radiodifusión, la FM, a pesar del reducido alcance de sus ondas, tenía como objetivo dotar a todas las ciudades de una emisora. De esta forma, el gobierno esperaba cubrir, en parte, las zonas de silencio no alcanzadas por la AM que tenían un kilovatio de potencia.

La expansión de las FM también sirvió a objetivos políticos: “Integrar y desarrollar el país” y “proteger el territorio nacional y los valores culturales”, con el fin de combatir la penetración de las emisoras extranjeras (Del Bianco, 1993, p. 140).

### ***Los aportes de la FM***

Más allá de estas intenciones, la frecuencia modulada sirvió incluso para dinamizar el mercado brasileño de radiodifusión que, en palabras de Del Bianco, había sido relegado a un bajón comercial desde la década de 1960, “motivado por la pérdida de calidad técnica y de público” (1993, p. 142).

El oyente ganó programación diversificada con calidad de sonido, justo cuando estaba de moda la *locura del sonido*: el gusto por sofisticados amplificadores, tocadiscos y grabadoras que reproducían música con la más alta calidad (Del Bianco, 1993, p. 142).

No es casualidad que los primeros programas de FM en Brasil fueran creados pensando en los pocos que podían tener equipos de sonido tan avanzados. Difusora de São Paulo, por ejemplo, afirmó operar “en una banda donde no hay competencia. Las canciones están seleccionadas para gente rica e inteligente. Los espacios comerciales solo se vendieron a 20 clientes: los que tienen de qué hablar con gente de este tipo” (Veja, 1970, pp. 84-85). En el aire dominaba la música orquestada, muy común en ascensores y salas de espera.

### *Inflexión y evolución*

El punto de inflexión de la frecuencia modulada brasileña fue el surgimiento, el 1 de mayo de 1977, de la Rádio Cidade de Rio de Janeiro. Perteneciente al Sistema Jornal do Brasil, esta emisora fue la primera FM dedicada a un público joven, con locutores relajados y lo mejor del pop y rock nacional e internacional. El rápido éxito de Cidade estimuló el surgimiento de varias estaciones similares, como Atlântida y Transamérica, por ejemplo.

También destacaron las experiencias de Fluminense FM, de Niterói, a quien apodaban Maldita y de Ipanema, FM de Porto Alegre, las cuales hicieron historia en la escena del rock.

La frecuencia modulada brasileña se generalizó a partir de la década de 1980. Surgió una programación más popular, comenzando con 98 FM de Río de Janeiro. Emisora del Grupo Globo, priorizó bandas sonoras de telenovelas, sobre todo las

de TV Globo. A fines de esa década, el entonces presidente de la República, José Sarney, distribuyó cientos de concesiones radiales, especialmente a aliados políticos (*Jornal do Brasil*, 1988: 14), con lo que se llenó parte del espacio que aún quedaba vacío en el dial.

En las décadas de 1990 y 2000, evolucionó el proceso de concentración de la audiencia en FM. Para ello, fue vital el movimiento realizado por las principales emisoras en amplitud modulada que también pasaron a transmitir su programación en frecuencia modulada. La pionera, en ese sentido, fue la CBN de São Paulo, en 1995. Bandeirantes de São Paulo, Gaúcha de Porto Alegre, Globo de Río de Janeiro, Guaíba de Porto Alegre, Itatiaia de Belo Horizonte, Sociedade de Salvador, Tupi de Río de Janeiro y otras siguieron el mismo camino. En 2005 se lanzó Band News, la primera radio de noticias exclusivamente en FM, basada en bloques con 20 minutos de duración. Todas estas iniciativas ayudaron a acabar con un estigma: que la frecuencia modulada solo se usaría para música y no para contenido hablado.

### ***Comerciales, educativas, estatales***

Al recordar la historia de la FM brasileña se puede ver el peso que ejercían las radios comerciales, las cuales atraían prácticamente a todos los oyentes de las regiones más pobladas. Mientras tanto, las emisoras educativas y estatales no alcanzan índices de audiencia relevantes, aunque algunas han brindado importantes servicios culturales, como Cultura FM de São Paulo y MEC FM de Río de Janeiro, ambas estatales y dedicadas a la música de concierto.

## *Menos conglomerados mediáticos*

Durante décadas, se dijo que los mayores grupos mediáticos de Brasil concentraban una parte expresiva de la radio. Hoy, sin embargo, tal afirmación no puede hacerse tan categóricamente. Por diferentes motivos (desde dificultades financieras hasta revisiones estratégicas), varios conglomerados nacionales han reducido su presencia en el dial.

Quizás el caso más emblemático sea el del Grupo Globo, precisamente el mayor conglomerado de comunicación de América Latina (Rosa, 2021). Su sistema de radios, que ya ha reunido a más de una docena de estaciones propias en siete estados, ahora tiene solo seis medios en cuatro estados. Grupo RBS es otro ejemplo de reducción. En 2016, vendió todas sus operaciones en Santa Catarina, con lo que se limitó a Rio Grande do Sul. Finalmente, los Diários Associados, que alguna vez fueron comparados con el imperio de William Randolph Hearst (Carneiro, 1999, pp. 255-258), ahora tienen solo dos marcas radiofónicas: Clube y Tupi. Una de las raras excepciones es Bandeirantes, que continúa manteniendo un amplio portafolio de emisoras en casi todas las regiones brasileñas.

Por otro lado, los grupos locales y las emisoras independientes siguen manteniendo una fuerza importante en sus áreas de actuación. Muchos de estos negocios pertenecen a familias, incluidas las de políticos. Según una investigación realizada por Intervozes, en 2018, fueron elegidos 20 diputados federales, 6 senadores y 1 gobernador “nominalmente vinculados a medios de comunicación” (Mielke, 2019). Otra característica llamativa de la radio comercial brasileña es el hecho de que está compuesta en su mayoría por pequeñas empresas (ABERT, 2022).

Los grupos religiosos merecen un registro aparte. La Red Católica de Radio (RCR), por ejemplo, reúne a cientos de estaciones, parte de las cuales emiten en frecuencia modulada. En el campo evangélico se destaca la Iglesia Universal del Reino de Dios, la cual es conocida en algunos países latinoamericanos como Pare de Sufrir. Sus miembros controlan docenas de estaciones de FM en Brasil, incluida Rede Aleluia, que presenta solo contenido religioso. Universal también ejerce influencia sobre radios FM generalistas, como Guaíba de Porto Alegre y Sociedade de Salvador. En éstas, la programación evangélica se restringe a las noches y madrugadas.

También está el caso de las radios comunitarias que operan en frecuencia modulada. Se rigen por la Ley N°9.612, del 19 de febrero de 1998 y limita varios aspectos operativos, como la venta de patrocinios y la potencia, que debe ser hasta 25 watts. Merece reconocimiento la seria labor desarrollada por varias emisoras de este tipo, al mismo tiempo que existen algunas que actúan como si fueran radios comerciales.

### *Digitalización y migración*

En Brasil, la radio digital nunca avanzó. En la práctica, la palabra digitalización pasó a utilizarse para designar la integración de la radio convencional con internet. Esto sucede, por ejemplo, con la replicación de la señal analógica en *streaming*, las publicaciones en redes sociales y realizar con imágenes de programas originalmente radiofónicos. En este sentido, uno de los ejemplos es el de Jovem Pan de São Paulo; sus comentaristas, algunos de ellos identificados con la extrema derecha, el mayor canal en YouTube de esa estación ha superado los dos mil millones de visualizaciones y los

cinco millones de suscriptores (Jovem Pan, 2022). Tras esta experiencia en internet, Jovem Pan lanzó, en 2021, un canal de televisión paga llamado Jovem Pan News.

En los últimos años, la radio brasileña se ha movido en torno a la migración de estaciones de AM a FM. La intención principal de este cambio es superar las dificultades de recepción en amplitud modulada, especialmente en los centros urbanos más grandes, aunque esto provoque una reducción en el área de cobertura.

En la mayoría de los casos, esta migración utilizó la banda convencional, de 87.7 MHz a 107.9 MHz. Sin embargo, en las localidades donde ya se ocupaba este espacio, se amplió la FM, a partir de los 76.1 MHz. Para escuchar estas nuevas frecuencias, los oyentes deben cambiar la configuración de sus teléfonos inteligentes o comprar receptores más modernos. Al momento de escribir este texto, aún no era posible medir consistentemente los efectos en la audiencia y los ingresos del proceso de migración a una franja extendida.

### ***A manera de conclusión: el futuro de la FM***

El futuro de la frecuencia modulada en Brasil dependerá de las decisiones que tome el mercado en el presente. Detrás de estas decisiones hay una palabra urgente: renovación. Aunque el interés por el audio sigue siendo alto entre los más jóvenes (el éxito de los *podcasts*), está claro que este público ya no está encantado con la radio de la misma manera que las generaciones anteriores. Una de las consecuencias más graves de este proceso se manifiesta en las empresas familiares de radiodifusión. Varias de ellas muestran dificultad para formar herederos interesados en continuar con el negocio. En estos

casos, la longevidad de las emisoras corre un serio riesgo. La venta para otros empresarios o entrada en redes nacionales, reduciendo la producción propia, son ejemplos de modelos alternativos para esas estaciones.

El avance de la inversión publicitaria hacia internet y publicidad exterior, sumado al nuevo comportamiento del público, cuya medición es cada vez más compleja, dificultan cualquier pronóstico de largo plazo para la FM brasileña. Sin embargo, una cosa es cierta: las emisoras que respeten la esencia de la radio, ya sea por ondas hertzianas o no, acompañar y ofrecer, de manera responsable, diversión e información, enfatizando las aspiraciones de las comunidades donde actúan, seguirán existiendo.

## **Referencias**

- ABERT. (2022, 13 de mayo). ABERT atualiza cartilha LGPD com regras para empresas de pequeno porte. ABERT. Brasília. Recuperado el 13 de junio de 2022 de <https://www.abert.org.br/informe/2022/mai/1305/>
- Anônimo. (1970, 9 de dezembro). A Rádio dos Ricos. *Veja*, 3(118), 84-85.
- Brasil. (1932, 1 de marzo). *Decreto N°21.111, de 1 de março de 1932. Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. Diário Oficial da República Federativa do Brasil*. Río de Janeiro. Recuperado el 7 de junio de 2022 de <https://www.camara.leg.br>
- Calmon, J. (1999). *Minhas bandeiras de luta*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand.
- Carneiro, G. (1999). *Brasil primeiro: História dos Diários Associados*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand.

- Del Bianco, N. R. (1993, diciembre). FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar. *Comunicação & Sociedade*, 12(20), 133-147.
- Ferraretto, L. A. (2001). *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.
- Jornal do Brasil. (1988, 2 de agosto).
- Jovem Pan. (2022, 3 de junio). Jovem Pan ultrapassa a marca de 5 milhões de inscritos no YouTube. *Jovem Pan*. São Paulo. Recuperado el 13 de junio de 2022 de <https://jovempan.com.br/jpnews/jovem-pan-ultrapassa-a-marca-de-5-milhoes-de-inscritos-no-youtube.html>
- Mielke, A. C. (2019, 31 de enero). Donos de rádio e tv formarão bancada de pelo menos 26 parlamentares no novo Congresso. *Congresso em Foco*. Brasília. Recuperado el 13 de junio de 2022 de <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/donos-de-radio-e-tv-formarao-bancada-de-pelo-menos-26-parlamentares-no-novo-congresso/>
- Ministério das Comunicações. (2022, 17 de mayo). *Rádio no Brasil: Há mais de 100 anos criando e contando histórias*. Brasília. Recuperado el 7 de junio de 2022 de <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/setembro/radio-no-brasil-ha-mais-de-100-anos-criando-e-contando-historias>
- Rosa, J. L. (2021, 7 de abril). Globo fecha acordo e vai para nuvem do Google. *Valor*. São Paulo. Recuperado el 7 de junio de 2022 de <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2021/04/07/globo-fecha-acordo-e-vai-para-nuvem-do-google-sembarreira.ghml>
- Sarney promove festival de concessões de rádio e tv. (1988, 2 de octubre). *Jornal do Brasil*, p. 14.

## Chile: con la información en el centro y Santiago como eje

Carlos Montenegro Armijo

“Y ahora, en Radio Concert y solo por ser hoy 18 de septiembre<sup>1</sup> presentamos al grupo local Los Prisioneros y su nuevo *single* ‘Independencia cultural’”. Este es el texto con el que se inicia la canción “Independencia cultural”, parte del segundo disco de Los Prisioneros, *Pateando Piedras*, del año 1986. Imitando a un locutor de radio, Jorge González ironiza sobre la ausencia de la música de su banda y del naciente rock chileno en las emisoras FM nacionales.

Es mitad de la década de los ochenta y Chile, como todo el subcontinente, vive una revolución en materia musical. El llamado *rock latino* comienza a copar las horas de programación radial, impulsado por artistas principalmente argentinos, como Soda Stereo, Charly García, Virus o Los Enanitos Verdes.

En Chile la banda Los Prisioneros toma la voz, seguida pronto por un número hasta ese momento inédito de nuevas agrupaciones de pop-rock: ¡Aparato Raro, Upa! y Electrodomésticos son algunas de las que suenan en las emisoras chilenas. Sin embargo, salvo por espacios puntuales, la FM parecía seguir reservada para la música en inglés. Pero los artistas lo tenían claro, en la frecuencia modulada podrían encontrar dos grandes aliados: una mejor calidad de audio y un público segmentado en estaciones dirigidas específicamente al público juvenil. El éxito de este movimiento musical y el cambio cultural general que comenzaba a experimentar el mercado radial llevó a los programadores musicales a incluir cada vez más a estos artistas en sus parrillas. La FM de la segunda mitad de los ochenta se

---

<sup>1</sup> El 18 de septiembre corresponde a uno de los días de Fiesta Nacional en Chile.

empezaba a parecer a la AM: conductores en vivo, cercanía y también música en español.

De esta forma, los seguidores del rock latino ya no necesitaban mover el interruptor para encontrar a sus artistas, pues en algún momento sonaban tanto en la AM como en FM. Para el país en general, el salto de una banda radial a otra comenzó a ser más habitual hasta que en 1988 ambas se igualaron en el número de auditores (Secretaría de Comunicación y Cultura, 1996). Será, entonces, 1989 el primer año en que la FM supere a la AM, en un avance que no tendrá retorno.

Terminada la dictadura, al inicio de 1990, en AM subsistía un número importante de radios, pero quienes estaban ahí, incluyendo a las informativas, comenzaron a ver progresivamente que para seguir siendo relevantes debían trasladar sus emisiones a la frecuencia modulada. Así lo hicieron Cooperativa, en 1997; Agricultura, en 1998 y Chilena, en 1999, a las que se sumó la llegada de Radio Bío Bío de Concepción (Montenegro en Rodríguez, 2022), sentando así las bases del que será el escenario FM hasta hoy: uno que combina una serie de emisoras informativas de sólida presencia, junto a tradicionales radios musicales y un conjunto de emisoras híbridas, es decir, que siendo musicales en su esencia, ubican programas informativos en los horarios de mayor audiencia.

### *Nace la FM*

Para llegar al escenario el camino comenzó en 1962. Fue en ese año, concretamente el 1 de marzo, cuando la familia Molfino estrenó radio El conquistador, la primera estación con transmisión exclusivamente FM y que sigue vigente hasta hoy. Si bien, no es una de las emisoras de más audiencia en el país,

su aporte siempre ha ido de la mano con la innovación tecnológica. Fue así como, además de ser la primera FM, fue la primera en transmitir en estéreo (1964), la primera en hacer *streaming* de audio en su *web* (1996) y la primera en usar el *Radio Data System* para transmitir información en formato de texto (2005).

La aparición de El conquistador abrió el espacio para una serie de nuevas emisoras que, explotando la mejor calidad de audio, hicieron de la nueva banda el lugar ideal para la difusión musical y, con ello, originar un nuevo modelo de radio. Hasta ese momento y desde la inauguración de las transmisiones en 1922, las radios chilenas se ajustaban a la lógica del modelo generalista de programación; una programación que buscaba durante todas las horas del día el mayor número posible de oyentes distintos. En cambio, las nuevas FM, mediante su programación musical, dan origen a las radios especializadas, algo que Martí y Martínez definen como: “un modelo de programación definido por unos contenidos monotemáticos destinados a un segmento específico de la audiencia potencial” (2004, p. 33).

En una primera época, éstas nuevas radiodifusoras se caracterizaban por una programación que carecía de espacios en vivo y predominaba en ellas un estilo más bien formal y solemne. Su contraparte AM, en cambio, era heredera directa del estilo cercano impuesto en los primeros años de programación radial, como en 1922, cuando en Chile existían apenas unos 200 aparatos receptores y, según relatan Morel, Zegers y Vicuña, los locutores conocían personalmente a casi la totalidad de su audiencia por lo que establecían con ellos lo que definían como: “un entrañable coloquio” (1979, p. 155).

Un poco antes de la llegada de las radios informativas, otro hecho marcó a la frecuencia modulada. A comienzos de los

noventa, concretamente el 1 de diciembre de 1992 se estrenó la radio juvenil Rock&Pop. La emisora —perteneciente en ese momento a la Compañía Chilena de Comunicaciones, dueños de radio Cooperativa— irrumpe en el dial juvenil FM para cambiar la historia. Con un estilo mucho más directo e informal que su competencia y con un cuidado trabajo musical, a solo seis meses de su estreno se convirtió en la radio más escuchada. Tanto fue el éxito de la emisora, que sus propietarios optaron por la expansión: en 1994 se lanzó la revista Rock&Pop y en 1995, un canal de televisión de libre recepción. Fue precisamente la crisis económica provocada por este canal lo que llevó a su consorcio a vender la emisora solo 3 años después. En manos del conglomerado IberoAmerican Radio Chile, entonces propiedad del *holding* Cisneros, la radio pasó por distintas reformulaciones que fueron restándole protagonismo entre el público joven<sup>2</sup>.

### *Los dueños de la FM hoy*

La Subsecretaría de Telecomunicaciones es el órgano público responsable de la regulación de las concesiones del espectro electromagnético en Chile. Según sus cifras, en octubre de 2022 existían en el país un total de 2547 radios, de las cuales 1930 corresponden a la frecuencia modulada (Subsecretaría de Telecomunicaciones, 2022). Esto no quiere decir que existan 2547

---

<sup>2</sup> Durante la primera década del 2000 y comienzos de la segunda, la radio llegó a estar bajo el lugar número 30 en la audiencia general entre un total de 35. En 2018 la radio generó un nuevo rediseño bajo la consigna “Música 24/7” el que ha comenzado a dar resultados y la emisora presenta cifras económicas más sanas junto con un mejor posicionamiento de audiencia.

emisoras de radios distintas, sino que existe ese número de transmisiones autorizadas, cada una de ellas con una potencia promedio que permite cubrir el territorio de una ciudad o conurbación. De esta forma, las grandes estaciones radiales que emiten en Santiago cuentan, en distintas ciudades, con señales “repetidoras” que retransmiten los contenidos creados en la capital.

En 2020, una investigación encabezada por el periodista Carlos Franco estableció en cifras el fuerte centralismo existente en la programación radial chilena (2022): las 61 señales que generaban contenido en Santiago en esa fecha se convertían en 424 contando sus repetidoras en distintas regiones. En esa misma investigación se establecía, por ejemplo, que Ibero Americana Radio Chile, consorcio que controla 11 emisoras en la capital, repetía sus contenidos en al menos 179 señales de radio de otras regiones. El grupo Bethia, en tanto, repetía sus entonces cuatro señales santiaguinas en hasta 55 frecuencias regionales (Franco, 2022).

Una variante de estas repetidoras la representa un grupo de señales regionales que, repitiendo gran parte de su programación, reservan algunas horas al día para la creación de contenido original que se transmite, normalmente, solo en el territorio de la respectiva señal “repetidora”. Este es el caso de la informativa radio Bío Bío, que tiene frecuencias en todo el país, pero que particularmente en el sur de Chile, cuenta con programación original, la que solo en ciertas horas enlaza en cadena para transmitir un mismo contenido a lo largo del territorio nacional.

Llegando al final del 2022, el principal propietario radial en Santiago es Ibero Americana Radio Chile, consorcio dependiente del grupo español Prisa. En segundo término, se aprecia la presencia de dos canales de televisión, dueños ahora de

consorcios radiales con cinco y cuatro estaciones respectivamente. El siguiente recuadro ofrece un resumen de la propiedad actual en Santiago:

### *Titular de la señal FM en Santiago*

Nombre	Emisoras
Ibero Americana Radio Chile (Grupo Prisa)	10
Mega Media (Bethia, canal Mega)	5
RDF Media (Luksic, canal 13)	4
Corporación Radio María (religiosa)	1
Grupo Dial (Saieh, diario La Tercera)	1
Grupo El Conquistador S.A. (Familia Molfino)	1
Sociedad Nacional de Agricultura	1
Miguel Nasur (empresario exfutbolista)	1
Compañía Chilena de Comunicaciones (cercana a la DC)	1
Medios Regionales (diario El Mercurio)	1
Universidad de Santiago de Chile	1
Consortio Radial del Sur SpA	1
Dabar Comunicaciones Ltda. (CCINT) (religiosa protestante)	1
Radio Corporación S.A. (religiosa)	1
Pontificia Universidad Católica de Chile	1
Carabineros de Chile	1
Bío Bío Comunicaciones	1
Cámara Chilena de la Construcción	1
Universidad de Chile	1
Fundación Armonía (religiosa protestante)	1
Gárate S.A. (Exlocutor, empresario de productos naturistas)	1

Fuente: Subsecretaría de Telecomunicaciones, (2022).

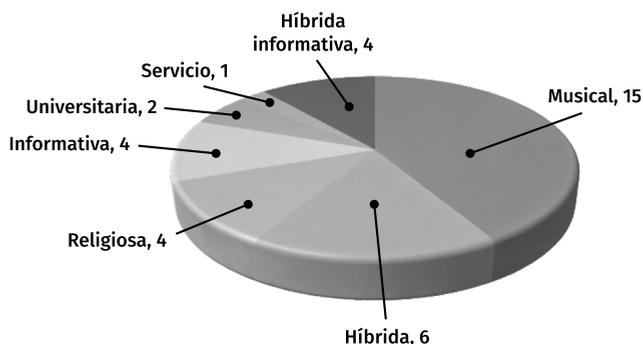
Una particularidad del espectro chileno es la ausencia de una radio pública. El Estado interviene solo de forma indirecta mediante la titularidad de dos importantes universidades estatales: la Universidad de Chile y la Universidad de Santiago. En palabras del director de la primera, Patricio López (2022), las radios universitarias: “se han convertido en el espacio único o casi único, de desarrollo de proyectos mediáticos con vocación pública” (s.p.).

La última emisora estatal fue Radio Nacional. Surgida en 1974, luego de que la dictadura cívico-militar expropiara la socialista radio Corporación, el medio se convirtió durante los 17 años de autoritarismo en un canal oficial de comunicación y propaganda gubernamental. Ya en el segundo gobierno democrático, el presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle optó por la venta de la emisora a manos de privados en un contexto donde la discusión en torno a medios estatales ya se encontraba abierta, particularmente en lo referido a la necesidad de autogestión económica y la capacidad de producir contenido de Estado, con independencia de los gobiernos de turno.

### *La oferta programática en Santiago*

Cuando miramos los grandes modelos de programación presentes en el mercado FM, de modo general, apreciamos una fuerte presencia de emisoras musicales.

## Modelos de programación FM en Santiago



Entre las estaciones destinadas a la música encontramos distintas alternativas de segmentación. Por ejemplo, algunas se orientan específicamente a la mujer, otras se especializan en música de distintas épocas o de distintos géneros, otras establecen el entretenimiento como un ánimo central que cruza a su programación y se encuentran también las tradicionales radios juveniles. A ellas se suma la hoy única emisora destinada a la música clásica: Radio Beethoven, una estación nacida en 1981, terminada en 2019 y rescatada por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Actualmente, en la FM santiaguina existen cuatro radios que responden al modelo de emisora informativa, heredera de la tradicional radio generalista. Estas emisoras se caracterizan por contar con grandes equipos periodísticos que reportean en terreno, e importantes recursos de producción que permiten generar cuatro noticieros diarios: a las 7, 13, 17 y 24 horas; estas radios son ADN, Bío Bío y Cooperativa. Agricultura alguna vez respondió a esta estructura, pero gradualmente ha hecho retroceder las horas de programación noticiosa, en favor de programas de opinión.

Resultan importantes las radios que podemos clasificar como *híbridas*, es decir, que teniendo un componente musical más o menos importante, destinan los horarios de mayor audiencia a programas informativos. Sin embargo, estas radios se caracterizan por no contar con un equipo de periodistas que reporteen en terreno, sino que basan su producción en entrevistas, paneles y el liderazgo de opinión de sus respectivos conductores.

A estas emisoras debemos sumar cuatro estaciones que podemos denominar *híbridas con énfasis en lo informativo*, es decir, radios que se definen como informativas y en las cuales la música ocupa un lugar secundario dentro de su programación, pero que no cuentan con un departamento de prensa con periodistas en la calle, sino que al igual que las híbridas, basan su contenido en la producción gestionada desde los estudios.

En el caso particular de las emisoras informativas —y en menor medida en las de formato híbrido— las estructuras de programación tienden a la homogeneidad, es decir, en un horario encontramos programas de objetivos similares en todas las emisoras que compiten entre sí. En ese sentido, la necesidad de mostrar buenas cifras de audiencia lleva a muchos directores de programación a correr pocos riesgos, especialmente, en los horarios fuertes.

Y esta búsqueda de seguridades económicas se enmarca en un contexto de crisis de financiamiento que afecta a la industria de medios en general. Según Grassau y Porath (2021), entre los años 2017 y 2020 un total de 2500 periodistas fueron despedidos de los medios en Chile. Antes de la pandemia por Coronavirus, Chile vivía meses de convulsión e incertidumbre, por el estallido social de octubre de 2019. Según la Asociación de Agencias de Medios (2022), al finalizar 2021, la inversión publicitaria alcanzó un aumento de apenas 3%, mientras que en

2020 la publicidad cayó en un 15%. Y si bien en 2021 experimentó una recuperación de 26%, el monto en cifras brutas representa todavía una cifra menor a lo alcanzado en 2018.

Otro modelo que ha ganado presencia en la banda FM lo constituyen las radios de formato religioso. Casellas, citado por Chivite (2008), clasifica como *piadosas* a aquellas radios católicas que ofrecen contenido litúrgico, se basan en el magisterio del Papa y promueven una cultura católica tradicional, algo que describe a la católica Radio María, pero que es extrapolable a las emisoras de carácter protestante presentes en el dial.

Un último caso es el de Radio Carabineros de Chile, la emisora perteneciente a la policía uniformada. En el contexto de una ciudad que aumentaba explosivamente su parque automotor y con ello crecía también la congestión vial, la institución policial vio en la creación de una radio la oportunidad para entregar información de manera masiva a los automovilistas. De esta forma, la estación inició sus transmisiones el año de 1997 en la banda AM, a lo que sumó la Frecuencia modulada en 2015.

Desde su nacimiento, el foco estuvo puesto en la entrega de información de tránsito, dado que es esta institución la responsable de su control en el país. Así lo explica la Subteniente Carol Montiel, jefa de la oficina de Radio de Carabineros: “Al inicio eran los mismos funcionarios en la calle quienes nos otorgaban información al momento de algún accidente de tránsito o de congestión vehicular que requería que los auditores se enteraran en el momento y no pasaran por el lugar y prefirieran vías alternativas. A raíz de esto, la radio se fue posicionando como uno de los medios con más información verídica y eficaz sobre la congestión vial, todo esto acompañado por el toque de la excelente compañía musical” (Entrevista, 13 de enero de 2023).

### *La mirada regional*

De acuerdo con las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas (2023), el año 2022 en Chile había más de 19 800 000 habitantes. De ellos, 8 millones ocupan la Región Metropolitana, es decir, cerca del 40%. Así como la población, la actividad comercial y también la radial, se concentran en torno a Santiago. Es en la capital del país donde se genera gran parte de la programación que mediante estaciones repetidoras tiene presencia también en otras regiones. Es así como en las capitales regionales o provinciales es habitual encontrar un espectro FM conformado por emisoras de cobertura nacional, tanto musicales como informativas, y un número variable de estaciones locales con distintas realidades económicas.

### *Las radios comunitarias*

Las emisoras comerciales, universitarias, religiosas y la Radio de Carabineros cuentan con una potencia autorizada promedio que les permite cubrir todo el llamado Gran Santiago o bien el territorio de sus respectivas ciudades. Sin embargo, existe otro tipo de emisoras que están presentes en todo el país y también en la capital, conviven en el dial FM, pero cuentan con una potencia autorizada mucho menor: las radios comunitarias.

En palabras de Ortega: “la característica fundamental de estas actorías comunicacionales locales es que su cotidianidad se mueve, entre otros muchos objetivos, por la solidaridad con sus territorios, espacios donde transcurre el vivir, el habitar y el construir comunidad” (2022, p. 200).

Si bien, existen antecedentes de las primeras emisoras desde 1950, es en 1980, en plena dictadura cívico-militar de

Pinochet, cuando estas radios se fortalecen como una voz alternativa al poder y la censura. Más que buscar acercarse a la comunidad, se proponen: “permitir que cientos de identidades culturales se expresen oralmente haciendo uso de la tecnología radiofónica. Que el Chile real sea parte del relato sonoro es un ejercicio fundamental para la construcción de la memoria popular” (Ortega, 2022, p. 203). Desde el punto de vista legal, estas concesiones cuentan con una serie de restricciones que las diferencian de las emisoras comerciales. La ley 20.433 del año 2010, reguló la existencia de estas radios comunitarias y ciudadanas, antes legalizadas bajo el rótulo de *radios de mínima cobertura*. El marco legal estableció, entre otros puntos, que solo organizaciones sociales pueden ser titulares de una de estas señales; se aumentó de tres a diez los años de duración de la concesión; se permitió una potencia de hasta 25 watts en zonas urbanas, mejorando el hasta entonces 1 watt de potencia permitido; se estableció una franja exclusiva para estas emisoras, entre el 105.9 y el 107.9 y se abrió una primera opción legal de venta de avisaje, no mediante publicidad directa, sino a través de menciones publicitarias hechas por los conductores, siempre en función de comercios locales (Ortega, 2022).

### ***Los desafíos del entorno digital***

Cuando El conquistador iniciaba la transmisión de su señal mediante *streaming* de audio en 1996, lo que inauguraba en realidad era una carrera que no tendría fin. Desde entonces y de forma gradual, las emisoras tradicionales han trasladado la búsqueda por las audiencias al escenario digital. La distribución del audio a través de multiplataformas ha llevado al sonido a habitar en entornos de pantallas, abriendo con ello unas

oportunidades que rápido se convirtieron en necesidad. Como sostiene López Villafranca: “la radio ya no puede identificarse con las ondas hertzianas ni con un producto transmitido a través de receptores” (2020, p. 18), sino más bien, en palabras de García-Lastra, ahora la radio “es un producto multimedia, basado fundamentalmente en el audio, que se transporta por cualquier canal y se consume en cualquier dispositivo” (2012, p. 167). Nos encontramos en el escenario definido por Cebrián Herreros como *ciberradio*, es decir, un momento de convergencia entre la transmisión sonora tradicional y las narrativas propias del entorno digital (Cebrian-Herreros, 2008).

La totalidad de las emisoras FM santiaguinas tienen presencia en la *web*, aunque sus sitios cumplen distintas funciones. Un caso aparte es el de Radio Carabineros de Chile que limita su sitio a la transmisión del *streaming* de audio. En las restantes radios se distinguen dos funciones principales para el sitio:

**a. Contenidos y programación.** Once de las radios FM destinan su sitio exclusivamente a la difusión de sus contenidos. Todas ellas realizan *streaming* de audio como base y a ello suman distintas alternativas. Entre estas opciones encontramos emisoras que proponen sus programas para ser oídos en demanda o bien otros fragmentan sus contenidos para darles un tratamiento multimedia (típicamente las entrevistas emitidas en un programa son luego convertidas en un artículo basado en el texto, la imagen y el propio audio original de la entrevista). Adicionalmente, la mayor parte de las radios entrega información relativa a los horarios de programación o a los nombres de sus conductores. Es importante señalar que en este rubro se encuentran realidades muy diversas: mientras algunos

sitios cuentan con sofisticados desarrollos técnicos, otros presentan sitios que lucen poco actuales, aun cuando cumplen la misma función.

**b. Información de actualidad.** 25 radios FM suman a la función de contenidos y programación, la publicación de artículos de actualidad que complementan su transmisión al aire. Se trata de notas *web* que buscan informar a su público, con independencia de si el tema fue tratado concretamente en algún programa o no. En ese sentido, sus sitios se constituyen en mayor o menor medida en un medio en sí.

En cuanto a los equipos, en el caso de las radios informativas, la mayor parte de sus plataformas digitales se alimentan en buena parte de las noticias generadas por los departamentos de prensa de los equipos del *broadcast*, sin embargo, existe también un grupo de profesionales dedicado exclusivamente a la función digital que también redacta sus propias informaciones.

### ***Problemas con la edad***

Según las últimas encuestas de medición de audiencias, en Chile el promedio de edad del auditor de radio llega a los 42 años, mientras que el auditor de radios informativas alcanza los 45.

Para la industria es una preocupación el envejecimiento de las audiencias y una eventual baja sostenida de los números en el público joven. Las emisoras dirigidas a jóvenes y las que apuntan al público en general han entendido la importancia de habitar en distintas redes sociales, como forma de salir al cruce de sus potenciales audiencias. La radio ya no puede

esperar que el público llegue a ella, necesita ir a buscarlos. Para el director de ADN, Carlos Costas, un factor clave es el rejuvenecimiento de los propios equipos que hacen la radio:

La radio tiene que desafiarse a sí misma. De pronto bajando el promedio de edad de quienes son los intérpretes. Tú tienes un *staff* de comentaristas que tienen unas vivencias, pero si después bajas la edad de ese equipo, tal vez estás empezando a convocar y a llegar a otra gente. Funciona, nos ha resultado. En el área informativa, por ejemplo, para leer las claves del “estallido social” sirvió mucho tener gente joven en el equipo que advierte cosas, comenta, propone la pauta o lanza alertas que los más experimentados no necesariamente vieron (Costas, 2022).

## Referencias

- Asociación Chilena de Agencias de Medios. (2022). *Informe 2021 de la AAM. En Asociación de Agencias de Medios*. Asociación de Agencias de Medios. Recuperado de [https://aam.cl/wp-content/uploads/2022/01/Informe-Inversio%CC%81n-en-Medios\\_Diciembre\\_2021\\_env.pdf](https://aam.cl/wp-content/uploads/2022/01/Informe-Inversio%CC%81n-en-Medios_Diciembre_2021_env.pdf)
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. La Crujía.
- Departamento de Estudios de la Secretaría de Comunicación y Cultura. (1996). *Perspectivas de la radio en Chile, reseña de medios*. Santiago.
- Franco, C. (2022, 10 de noviembre). Mapa radial FM en Chile: Los datos evidencian el centralismo en la generación de contenidos. *Observatorio de Datos*. Recuperado de <https://observatoriodedatos.com/2021/08/20/mapa-radial-FM-en-chile-los-datos-evidencian-el-centralismo-en-la-generacion-de-contenidos/>

- García-Lastra, J. (2012). Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal. *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=705984>
- Grassau, D., y Porath, W. (2021). La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista. En *Informe final proyecto PLU190009*. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/355965175\\_LA\\_CRISIS\\_DE\\_LA\\_INDUSTRIA\\_DE\\_LOS\\_MEDIOS\\_Y\\_LA\\_PRECARIZACION\\_DEL\\_EMPLEO\\_DE\\_PERIODISTA](https://www.researchgate.net/publication/355965175_LA_CRISIS_DE_LA_INDUSTRIA_DE_LOS_MEDIOS_Y_LA_PRECARIZACION_DEL_EMPLEO_DE_PERIODISTA)
- Herreros, M. C. (2008). *La radio en Internet: De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. La Crujía.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2023). *Proyecciones de Población*. Recuperado de <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>
- López, P. (2022). Radios universitarias: El lugar donde ha resistido la mirada pública de los medios en Chile. *100 años de la radio en Chile*. Lom Ediciones.
- Martí, J. y Martínez-Costa, P. (2004). La programación radiofónica. *Programación radiofónica: Arte y técnica del diálogo*. Ariel.
- Montenegro, C. (2022). De la lectura de diarios al contenido multiplataforma: La evolución de la radio informativa. *100 años de la radio en Chile*. Lom Ediciones.
- Morel, C., Zegers, I. y Vicuña, I. (1979). *Historia de la radio en Chile, Volumen I. Historia de la radio en Chile* (p. 155). Centro de Comunicaciones Sociales, EAC, UC.
- Ortega, J. (2022). Radios comunitarias en Chile. Una mirada a su memoria y su legado. *100 años de radio en Chile*. Lom Ediciones.
- Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile. (2022, octubre). *Servicios de Radiodifusión Sonora*. Recuperado de <https://www.subtel.gob.cl/inicio-concesionario/servicios-de-telecomunicaciones/servicios-de-radiodifusion-sonora/>

Montenegro, C. (2022). De la lectura de diarios al contenido multiplataforma: la evolución de la radio informativa. *100 años de la radio en Chile*. Lom Ediciones. Santiago.

López, P. (2021). *Formatos sonoros radiofónicos. Comunicación Social*. Salamanca.

### **Entrevistas**

Costas, C. (2022). Comunicación personal. 26 de octubre de 2022.

Montiel, C. (2023). Comunicación personal. 13 de enero de 2023.

### **Colombia: un reinado que prevalece en el tiempo**

*Yenny Viviana Cruz Pérez*

#### ***Hagamos un recuento histórico hasta hoy***

Colombia rompió el silencio de su espectro electromagnético en 1929 con la radio en amplitud modulada. Desde 1940 empezaron a llegar al país equipos de frecuencia modulada y, en ese entonces, las estaciones de radio solo la utilizaban como una herramienta que les permitía enviar la señal de los estudios hasta los puestos de transmisión. Según el comunicador colombiano, Tito López: “Así, el enlace ya no se hacía con cables sino con la FM para tener una señal nítida, pero ya desde los años 1970 se reconoció como una banda comercial, y pudo ser sintonizada en los receptores de radio” (López, 2022, s.p.).

No fue hasta 1973 cuando se reconoció oficialmente el uso de esta banda radial con la radiodifusora Punto Azul en el dial 99.9 MHz, fundada por el apasionado de la radio Enrique París Sarmiento, más conocido como “El Turco”. Esta emisora,

que estaba dirigida a adultos jóvenes de clase media y alta, con una programación exclusivamente musical de géneros suaves como jazz, baladas en inglés, música clásica e instrumental, cambió su nombre en 1976 a CARACOL FM Estéreo en 1976, y aprovechó para ampliar su cobertura en las principales ciudades del país: Cali, Medellín, Cúcuta y Barranquilla, convirtiéndose en la primera cadena radial de FM con sonido estéreo. Esto empezó a establecer “una marcada diferenciación social entre los gustos de las audiencias, con las clases media y alta inclinadas hacia la FM y las clases populares hacia la AM” (Lara, 2021, s.p.).

En la década del setenta surgió la radio universitaria en FM, con Javeriana Estéreo de la Pontificia Universidad Javeriana, de Bogotá, en el año 1977. Después de ello, llegaron otras emisoras universitarias como la de la Universidad de Antioquia y Javeriana de Cali.

Por su parte, las estaciones comerciales siguieron en aumento y aparecieron Radioactiva, Bienvenida, Tropicana, el Sistema Deportivo y Radio Melodía. Como dato curioso, recuerda el periodista Manuel Salazar “Manolito”, que esta última ya manejaba un sistema de venta de música similar al que usan las plataformas de hoy, pero hace 35 años, aunque solo funcionaba en consultorios y clínicas, con una programación exclusiva, a través de cables y dispositivos ubicados en las salas de espera. Este servicio fue desapareciendo con la popularización de las posibilidades para escuchar emisoras en FM (Salazar, 2022).

En cuanto a las otras dos grandes cadenas radiales del país: la Radio Cadena Nacional (RCN), se demoró más de 10 años en incursionar en la FM, y el Circuito Todelar de Colombia, nunca contempló esta banda radial como una posibilidad de negocio exitosa, así que prefirió seguir expandiéndose en AM.

Quizá fue Julio Sánchez Cristo<sup>1</sup>, en CARACOL, con el programa *Sábado Nuestro* quien, en la década de 1980, incursionó en la locución sobre temas especializados, enfocados en la música, que era el acento principal de la época junto con el valor agregado de manejar voces masculinas muy clásicas y estilizadas. Algunos personajes inolvidables de la FM fueron Otto Greiffenstein, Juan Harvey Caicedo, Armando Plata Camacho “el Chupo” y Manolo Bellon, el primer exponente de programas de rock en Colombia.

Tiempo después, según “Manolito”: “comenzó una gran revolución de contenidos cuando los periodistas empezaron a hacer informes noticiosos para las cadenas radiales y no solo para los programas especializados. En esto, CARACOL fue la emisora pionera de noticias en la FM” (Salazar, 2022). Lo anterior dio pie a los formatos periodísticos de 3 horas continuas que fueron inventados y desarrollados en Colombia, con boletines informativos y reportes de noticias. Según el periodista William Zambrano: “la clave era combinar información, debate, reacciones y conversación, aparte de leer noticias, se hacía un análisis, y esto era novedoso para las audiencias. Estos formatos fueron copiados por otros países, y aún se encuentran en vigencia, especialmente en esta banda” (Zambrano, 2023).

Para el caso colombiano, Según Tito López, sobre la década de 1980 algunos cambios llegaron a la radio nacional:

Se produjo un cambio grande con lo que hoy se conoce como las emisoras juveniles, pues esa alteración no fue tecnológica sino de

---

<sup>1</sup> Julio Sánchez Cristo es periodista y locutor director de la emisora W Radio Colombia perteneciente a CARACOL Radio propiedad del grupo PRISA de España.

contenido, ya que en el pasado cercano la radio era muy tranquila, y un grupo de personas llegó para emitir contenido hablado, lo que se hacía en la AM se llevó a la frecuencia modulada popularizando una forma de llegar a las audiencias, y eso ocurrió con emisoras como Veracruz en Medellín, Radio Color en Cali, 88.9 en Bogotá, Victoria Universal en Cartagena y tras ese formato exitoso otras emisoras siguieron la iniciativa. La tecnología hizo importantes aportes a esta década sonora. A finales de los años ochenta, se empezaron a usar los discos compactos, y todo ello marcó un cambio profundo en la medida en que la calidad de lo emitido mejoraba en su pureza y ese fenómeno se extendió en toda la región. En esa misma década se hicieron populares los reproductores de música digitales, el MP3, los *softwares* de emisión y la llegada del satélite (López, 2022).

En contra de la visión de Todelar Radio, la FM se convirtió en el principal medio de consumo masivo en Colombia, gracias a su propósito de formar el gusto de las audiencias y responder a las necesidades de información, educación y entretenimiento.

Estas funciones tomaron mayor fuerza en la década de 1990, considerada como la edad de oro para la FM. Así, surgieron los locutores *Disc-Jockey*, término popularizado como *DJ*, quienes además de programar canciones para las diferentes franjas horarias, hablaban de música y temas ligeros para entretener a las nuevas generaciones y, con ello, atraerlas como consumidoras de radio comercial. “En esta misma década, un gran número de emisoras comenzaron a migrar de forma vertiginosa hacia esta banda, y los espacios en AM tendieron a ser ocupados por grupos religiosos no católicos, un fenómeno que aún se evidencia al recorrer el dial nacional” (Lara, 2021, s.p.).

A inicios de los noventa en Colombia vivimos la llegada del satélite que inicialmente resolvió un problema muy grande como era el de tener torres de retransmisión ubicadas en las montañas más altas en los lugares más inaccesibles del país para poder llevar la señal de Bogotá a todos los rincones de Colombia y además de poder recibir desde todas esas ciudades la señal de Bogotá, todo eso cambió con el satélite pues las parabólicas locales recibían la señal y se evitaba toda esa infraestructura de antenas, transmisores, transmisioncitas y terrenos donde estaba la guerrilla y donde el tiempo era inclemente, donde había apagones, había que tener plantas eléctricas, etc. (López, 2022).

Aunque la primera emisora comunitaria de este territorio fue Radio Sutatenza en 1947, fue hasta 1995 cuando se realizó la primera convocatoria para adjudicar licencias en FM, y las primeras concesiones fueron otorgadas en 1997. En esa década las emisoras comunitarias en FM jugaron un papel importante en el conflicto armado colombiano, en las zonas rojas, a tal punto que numerosas estaciones desaparecieron porque no supieron manejar la división ideológica con los grupos paramilitares que generaban un discurso de odio, y se convirtieron en promotoras de violencia al replicar y promover este pensamiento en sus micrófonos.

A partir de los años 2000, las emisoras de FM se especializaron en géneros específicos como la salsa, el rock, el pop, las baladas, la música popular y tropical, e incluso la urbana. Se combinó la música con la radio hablada, lo que permitió hacer de esta banda algo más popular, además, se incorporaron fuertemente las voces femeninas para hacerla más inclusiva. Esta tendencia fue iniciada por emisoras como La W y la FM, pertenecientes a los grandes emporios radiales CARACOL y RCN.

Hace 10 años, nació Blu Radio, propiedad de CARACOL Televisión y la Casa Editorial El Tiempo, que se dedica exclusivamente a producir contenido informativo en FM. También, las emisoras de música crearon espacios en las mañanas y al medio día, donde los locutores emitían noticias de manera informal y hasta jocosa, fenómeno que se ha conservado, al punto de convertirse en una tendencia actual. Como novedad, en enero de 2023, RCN Básica siguió los pasos de Blu Radio y CARACOL, ingresando a la FM con su habitual contenido informativo de AM. Comenzó en Bogotá y luego amplió su cobertura a todo el país.

### *Así está la radio comercial*

A pesar del gran auge alcanzado en los últimos años por las emisoras virtuales, las plataformas de *streaming* y los repositorios de *podcast*, en Colombia la radio sigue ocupando un puesto muy importante. Este recuento histórico demuestra que no ha perdido su relevancia, quizá no tanto por los atributos que alguna vez la hicieron única, sino por la costumbre entre las fieles audiencias de antaño, que se niegan a permitir su desaparición. Además, la dificultad de acceso a internet en ciertas zonas, estratos y rangos de edad sigue favoreciendo a este medio. Según datos obtenidos del Ministerio Nacional de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), en octubre de 2022 había 1718 emisoras legalmente establecidas; un incremento de 13 estaciones nuevas desde el año anterior. Además, un 99.1% de las personas escuchaban radio de forma constante en 2017, lo que equivale a 48.3 millones de colombianos. Dentro de este reinado, la FM ocupa un papel fundamental, con un poco más de 1390 emisoras activas en todo el país, aproximadamente el 81%, frente a las 328 de AM.

A pesar de la creencia popular de que la radio tradicional está siendo desplazada por el internet, en Colombia la radio sigue siendo un medio importante. Según el Estudio de Apropiación Digital del Centro Nacional de Consultoría CNC, solo el 6% de los colombianos se encontraban en un nivel avanzado de conectividad en 2020, y la mayoría hacía un uso básico enfocado en entretenimiento y comunicación. Este estudio desmiente la idea de que la radio tradicional está desapareciendo en Colombia ya que aún hay un gran número de personas que la escuchan de forma constante y se niegan a permitir su desaparición. Además, se estima que faltarían aproximadamente 35 años para alcanzar los niveles de digitalización de países altamente desarrollados como Holanda, y casi 10 años para estar al nivel de Chile o Argentina, los países más avanzados de América Latina en materia digital.

Al revisar cuáles son los espacios que podrían representar mayor competencia para el consumo de radio en FM, se encuentran las aplicaciones o páginas que ofrecen servicios de transmisión libre (Over The Top u OTT); es decir, que no requieren un proveedor, ya que el usuario solo necesita un dispositivo compatible, ya sea celular, tablet, computadora o incluso un televisor con acceso a internet.

En lo referente al audio, la investigación reveló que los más conocidos en Colombia son Spotify, Google Music, Claro Music, Deezer, Apple Music, Movistar Music, Napster y Lola, aunque son superados doblemente por plataformas de video como Netflix o YouTube. Se destaca que estas plataformas tienen modalidad gratuita y por suscripción, y solo el 5.6% de los consultados confirmó pagar a Spotify, la empresa más grande, seguida por Claro Music con un 3.9%. También se reconoció que la zona urbana es la de mayor consumo, en capitales

como Bogotá, Barranquilla, Medellín y Cali el rango de edad de los suscriptores va de los 18 a los 25 años, concentrados en los estratos socioeconómicos más privilegiados, como son el 4, 5 y 6. Queda claro que el reinado de la FM va para largo, ya que los colombianos residentes en zonas rurales, con una edad mayor a 25 años y de estratos populares, no tienen tanta posibilidad de acceso al mundo digital y ahí se encuentra un amplio potencial de radioescuchas fieles y constantes.

A pesar del auge de las tecnologías, la FM sigue siendo importante para la sociedad, ya que incluso los dispositivos móviles más sofisticados incluyen aplicaciones para escuchar radio en frecuencia modulada.

Sobre más contenidos en FM, Colombia como parte de la región, vio florecer a medios universitarios, comunitarios e indigenistas.

Las radios comunitarias fueron oportunidad magnífica para que las comunidades presentaran sus contenidos locales, esas eran emisoras con escasos recursos, con gente que no sabía mucho de radio y podían aprovechar para aprender y arriesgar lo que quisieran, ya que su visión no era comercial sino de servicio a la comunidad y con gente nueva con ideas supremamente novedosas. Algunas emisoras cayeron en manos de políticos que las usaron para sus propios beneficios y algunas otras burlaron la ley para hacerlas comerciales. Las radios universitarias, entiendo que su función es ser culturales, educativas, pero no han hecho una labor como tal porque confunden lo cultural con lo educativo y con lo aburrido (López, 2022).

### *Cómo van las radios comunitarias y universitarias*

Otro factor que fortalece la radio FM en Colombia es la participación de las comunidades organizadas, a través de la asignación de licencias para la creación de emisoras comunitarias.

En la actualidad, según MinTIC, se estima que hay 770 estaciones de este tipo, además de las 311 de interés público, las 309 comerciales, y las incontables ilegales, que también están en la FM, pero el número exacto no se conoce debido a su carácter clandestino.

En cuanto al sostenimiento: “algunas radios comunitarias reciben donaciones que les permiten sostenerse, a pesar de la gran precariedad en la pauta publicitaria y el presupuesto nacional, que es casi nulo” (Mejía Robledo, 2023).

Al cierre del año 2022, según la Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC), había 73 emisoras afiliadas en 55 universidades de diferentes regiones del país, distribuidas de la siguiente manera: 9 en AM (12%), 38 en FM (52%) y 26 virtuales (36%). Estas iniciativas estaban ubicadas geográficamente en 20 ciudades capitales y 12 municipios (RRUC, 2022).

### *Hay que prepararse para el futuro*

Frente a lo que le espera a la radio tradicional en FM, “en lo referente a las emisoras comunitarias, la firma del acuerdo de paz con las FARC<sup>2</sup> y el posacuerdo es la oportunidad ideal para la construcción de paz y en la defensa de los Derechos

---

<sup>2</sup> Los diálogos se realizaron en Oslo y en La Habana, y el acuerdo fue firmado en Bogotá el 24 de noviembre de 2016.

Humanos, es una tarea en un país con una devastación humanitaria” (Castellanos, 2023). La paz debe ser un motivador para replantear el uso dado, ya que históricamente se han remitido a ser replicadoras de información o de material de entretenimiento y son pocas estaciones las que cumplen realmente con la función social para la cual fueron creadas. Así, las audiencias pueden encontrar nuevas propuestas de contenidos en estos espacios de radio alternativa, muy diferentes a lo ofrecido por las iniciativas comerciales, que generen identidad y sentido de pertenencia, y con ello, garanticen la fidelización de los oyentes.

En general, la radio en FM comercial, comunitaria, pública y universitaria debe replantear su producción de contenidos para enriquecer las parrillas de programación, generar mayor interacción con las audiencias y aprovechar los medios digitales, dejando de verlos como una competencia. El reto es vincularse con las plataformas digitales, actualizarse y conocer más sobre el mundo multimedia, no ser replicadores de lo que aparece en las redes, sino producir contenido específico para ellas.

Se debe pensar en una radio con nuevos formatos, más participativos e interactivos, con nichos de mercado claramente definidos que permitan jugar con hipermediaciones; donde en un solo espacio estén incluidas imágenes, videos, textos, infografías y audio, de manera que los contenidos estén definidos para los diferentes tipos de audiencias, tanto en radio análoga como digital.

Las actuales generaciones están viviendo un cambio sustancial en lo que a la radiodifusión se refiere. Sin embargo, es claro que este medio seguirá siendo el acompañante fiel de los colombianos, ya sea por el radio tradicional, por los dispositivos móviles o por internet.

La radio no se va a acabar, tendrá otras plataformas, tendrá otros sinónimos, pero va a seguir perdurando en Colombia. Tendrá que renovarse, cambiar las narrativas, la producción, los contenidos, la presentación de historias bien fundamentadas e investigadas. Esa reinención deberá partir de los medios de comunicación y de las facultades de comunicación social y periodismo (Zambrano, 2023).

A pesar de tener que aliarse con la tecnología, la FM no puede perder el poder de lo local que maneja tan bien el AM, ya que la frecuencia modulada será la banda que predomine en un futuro, por la calidad y la nitidez de la señal. Por ello, debe retomar aquello que hizo exitosa a su predecesora y debe informar lo que está pasando en los municipios donde no llegan otros medios. Según Carolina Mejía: “Los periodistas deben volver a salir a las calles y recuperar la profundidad en las noticias” (Mejía, 2023: s.p.), todo esto combinado con la información brindada por internet.

La gran conclusión es que la radio en FM deberá evolucionar, pero su reinado prevalecerá en el tiempo.

## Referencias

- Centro Nacional de Consultoría. (2020, 18 de marzo). Radiografía de la Era Digital en Colombia (CNC 2020). Centro Nacional de Consultoría (CNC). Recuperado de <https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/radiografia-de-la-era-digital-en-colombia-cnc-2020>
- Lara, A. M. (2021, 13 de febrero). 9 hitos de la radio en Colombia. *Radio Nacional de Colombia*. Recuperado de <https://www.radio-nacional.co/cultura/historia-colombiana/9-hitos-de-la-radio-en-colombia>

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2022, 6 de octubre). Emisoras de Colombia. GOV.CO. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/maparadio/631/w3-channel.html>
- Red de Radio Universitaria de Colombia. (2022). Información General. Recuperado de <https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/>
- Zambrano, W. R. (2023, febrero 12). Entrevista programa Desafíos RCN. Especial del Día Mundial de la Radio. Recuperado de <https://co.radiocut.fm/radiostation/rcn/listen/1676260470/>
- Zambrano, W. R. (2018). La radio comercial en Colombia. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Signo y Pensamiento*. <https://doi.org/10.11144/javeriana.syp37-72.rccn>

## **Entrevistas**

- Salazar, M. (2022). Comunicación personal. 14 de diciembre de 2022.
- Zambrano, W. (2023). Comunicación personal. Febrero, 2022.
- López, T. (2022). Comunicación personal. Octubre, 2022.
- Mejía Robledo, C. (2023, febrero 12). Entrevista programa Desafíos RCN. Especial del Día Mundial de la Radio. Recuperado de <https://co.radiocut.fm/radiostation/rcn/listen/1676260470/>
- Castellanos, N. (2023, febrero 12). Entrevista programa Desafíos RCN. Especial del Día Mundial de la Radio. Recuperado de <https://co.radiocut.fm/radiostation/rcn/listen/1676260470/>

## **Costa Rica: cuando las voces se reducen y el cambio no llega**

*Sebastián Fournier Artavia*

### ***Radiografía de la FM hoy***

La introducción de la FM en Costa Rica fue inicialmente un proceso experimental y discreto. Las grandes radios de AM que transmitían desde el estudio al puesto de transmisión utilizaban frecuencias de enlace que posteriormente se convirtieron en las frecuencias comerciales que, al volverse económicamente viables, fueron amplificadas por la AM. Este fenómeno benefició especialmente a grupos radiofónicos que tenían múltiples repetidoras en todo el país y al migrar a FM se convirtieron en conglomerados con numerosas frecuencias, concentradas en pocas manos.

Resulta imposible enumerar exhaustivamente todas las emisoras de FM que han transmitido en el país a lo largo de los años. Sin embargo, es posible destacar casos emblemáticos que reflejan la evolución del dial costarricense.

### ***Radio Titania, la Familia Tena-Sotela y el vaivén de las radios***

En la historia de la radio en Costa Rica se destaca la operación de Radio Titania, la primera estación de FM en el país. Inició en la frecuencia 88.1 FM y después fue reubicada en la 97.9 FM. Radio Titania se hizo conocida por su programación de “música selecta”, que incluía géneros como el jazz, y aún se mantiene en la memoria colectiva de los costarricenses. En los años noventa, la estación dejó de operar.

El Grupo Sotela adquirió varias emisoras, incluyendo Sensación 104.3 FM y Radio ECO 95.9 FM. La frecuencia 104.3

FM fue vendida al Grupo Nación en 2000. Además, el Grupo Nación también operó las frecuencias 89.9 FM como Bésame y 90.7 FM como Ritmo 907. Estas frecuencias y el Grupo Latino de Radiodifusión fueron adquiridos por el transnacional Grupo Multimedios en el 2018 (Fallas, 2018). Grupo Nación también operó la 91.5 FM como Q'Teja, antes de pasar a manos del canal de TV más importante del país: Teletica, como Teletica Radio.

La frecuencia de Radio Titania, la 97.9 FM, actualmente pertenece al Grupo Omega, mientras que 95.9 FM y 99.9 FM están en manos del Grupo CRC (Cadena Radial Costarricense), propiedad de Andrés Quintana Cavallini, actual presidente de la Cámara Nacional de Radio. Grupo CRC gestiona varias frecuencias, incluyendo CRC Radio (89.1 FM, noticias), Conexión (95.9 FM, música en inglés), 103 La Radio Joven (103.1 FM) y Azul (99.9 FM, música romántica en español).

Históricamente se destaca el éxito de 103 La Radio Joven, pues fue una referencia para la juventud costarricense en los años noventa. Es importante mencionar que esta frecuencia, junto con la 91.5 FM, la 89.1 FM y la 570 AM pertenecen a la Fundación Ciudadelas de Libertad, que ha financiado la educación de jóvenes en zonas marginales del cantón de Desamparados.

A lo largo de los años, estas emisoras independientes han sido absorbidas por grandes conglomerados mediáticos como CRC, Teletica y Grupo Nación. Aunque se presume que aún se destinan algunas ganancias para ayudar a chicos en situación de pobreza, ahora solo se reciben contratos de arrendamiento de las frecuencias y no los ingresos completos de las radios por publicidad (Expedientes SUTEL: 97.9, 89.1, 103.1, 99.9, 104.3, 91.5 y 90.7 FM).

### *Radio Monumental: del Alma Tica al Grupo Repretel*

Radio Monumental es una estación de radio con una larga tradición, comenzó sus operaciones como Radio Alma Tica en 1929. Inicialmente transmitía en AM, pero en 1965 solicitó la posibilidad de emitir en FM con frecuencias de radioenlace en varias ciudades, como San José, en las frecuencias 93.5, 95.1, 95.5 y 97.5. En 1984 la frecuencia 97.5 FM fue trasladada a la Radio Cadena Musical, que se convirtió en una emisora de música romántica en español muy popular. 104.7 FM pasó a ser operada por el Grupo Musical, la frecuencia anteriormente fue ocupada por Radio Emperador. 95.1 FM fue utilizada por Monumental Estéreo y posteriormente se convirtió en Z FM, la emisora latina más antigua del país.

En 2006, el Grupo Monumental fue vendido al Grupo REPETEL, propietario de los canales de televisión 4, 6 y 11. Con el tiempo, REPETEL adquirió Radio Sabrosa 99.1 FM, Radio Uno 102.7 FM, las frecuencias del Grupo Reloj (94.3 y 103.5 FM) y Sonido 101.1, una emisora regional. Sin embargo, uno de los momentos más tristes fue el cierre del contenido noticioso de Radio Reloj, en 2013, una de las emisoras noticiosas históricas del país, a manos del Grupo REPETEL.

Es interesante destacar que antes de la aprobación de la Ley General de Telecomunicaciones, en 2009, la Ley de Radio de 1954 prohibía la propiedad de medios de comunicación por parte de extranjeros en Costa Rica.

Actualmente, REPETEL opera varias estaciones de radio, incluyendo Radio Monumental, Z FM, Momentos Reloj, Best FM, La Mejor FM, Exa FM y Radio Disney (Expedientes SUTEL: 93.5, 95.1, 94.3, 103.5, 102.7, 97.5, 104.7 FM).

## *Grupo Columbia: todo en familia*

El Grupo Columbia es uno de los conglomerados radiofónicos más importantes en Costa Rica. Desde su inicio en 1947, Radio Columbia se posicionó como líder en la cobertura deportiva y de noticias bajo la visión de su fundador: Carlos Alfaro McAdam. Fue la primera estación en transmitir en vivo un mundial de fútbol, en 1970, y pionera en establecer la red de emisoras Cadena de Emisoras Columbia en diversas localidades del país como Puntarenas, Liberia, Nicoya, Turrialba, Pérez Zeledón y Limón (Rodríguez Chaverri, 2015).

A partir de 1975, los hijos de Carlos Alfaro comenzaron a diversificar la empresa hacia nuevos mercados. Las pequeñas emisoras regionales se unificaron en una extensa red nacional que transmitía la misma señal. Para ello, se utilizaron frecuencias de FM que antes solo se usaban como enlaces para enviar el sonido de una emisora a otra.

Con el crecimiento de la popularidad de la FM, estas frecuencias de enlace se transformaron en nuevos radios que continuaron bajo la propiedad de la misma familia, pero con diferentes formatos. Así surgieron Radio Uno 102.7 como una emisora juvenil, Radio Dos 99.5 como una emisora para adultos en inglés, Columbia Estéreo 92.7 y 95.5 Jazz. Con el paso del tiempo, la familia se separó y las iniciativas que anteriormente eran exclusivas de Columbia pasaron a manos de MARCOSA S.A. (91.9 FM, 91.1 FM y 105.9 FM). 99.1 FM y 102.7 FM fueron adquiridas por el Grupo Omega y finalmente pasaron al gigante REPTEL como La Mejor FM Bien Parada 99.1 y la juvenil Exa FM 102.7. En los años noventa y principios de los 2000, la familia Alfaro llegó a operar 11 emisoras de FM y 9 de AM, lo que representaba aproximadamente el 20% del espectro radioeléctrico comercial del país.

La frecuencia 92.3 FM pertenecía a la radio regional Radio Golfito, pero fue absorbida primero por el Grupo REPRETEL y luego pasó al Grupo Columbia. Por su parte, 100.7 FM de Radio Mil pasó a manos del Grupo Columbia y finalmente fue adquirida por el conglomerado mexicano MVS Radio, operando actualmente como Globo 100.7 FM.

Dentro de las emisoras destacadas de este grupo radiofónico, es importante mencionar la existencia, en los años noventa, de Radio Colorín 91.1 FM, la única emisora infantil que ha existido en el país y 95.5 FM Jazz, junto con Radio ECO 95.9 FM, las únicas iniciativas privadas de música de este tipo en Costa Rica, en ese entonces. Hoy, estas tres emisoras han sido transformadas en otros formatos de mayor interés comercial, lo cual evidencia la dificultad sistémica de mantener proyectos de radio alternativos en medios privados. Otros ejemplos de esta crisis sistémica incluyen Premium Radio 106.7 FM del Grupo Actual, Radio Cristal 100.3 y Radio Mil en 100.7 FM y 1000 AM (Expedientes SUTEL: 98.7, 99.5, 95.5, 91.1, 105.9, 91.9, 100.3, 106.7, 95.9, 100.7, 92.7 y 92.3 FM, Canal 6, Canal 4, Canal 11, Canal 2).

### ***Coccio Carranza: de político a dueño de frecuencias***

En 1979, se otorgó a Eduardo Coccio Brenes la concesión de las frecuencias 89.1 y 89.9 FM, bajo el nombre de Radio Continental. La emisora operaba desde San Ramón de Tres Ríos, cerca de la ciudad de San José. Sin embargo, en 1981, de manera curiosa, trasladó los transmisores a una caseta a nombre de Eduardo Coccio Carranza, quien aparece mencionado por primera vez en la historia de la radio nacional.

La frecuencia 93.9 FM fue originalmente repetidora de Radio Atenea, una emisora legendaria que fue la primera en transmitir las 24 horas en el país. Atenea era tan icónica que cuando las personas querían expresar que algo era muy improbable, decían: “Eso pasará cuando apague Atenea”. Sin embargo, repentinamente la emisora desapareció y pasó a formar parte del Proyecto Agroindustrial Jilguero S.A. Incluso se revocó la frecuencia por falta de pago de impuestos entre los años 1982 y 1983. Sin embargo, un nuevo gobierno autorizó su emisión y regresó al aire como ABC Radio. Curiosamente, poco después de que se le volviera a otorgar la concesión, fue autorizada para ser trasladada a Eduardo Coccio Brenes. Coccio, quien había sido director de Enlace y Comunicación del Estado Costarricense en 1979, se convirtió así en el único caso registrado en el país de una emisora que fue revocada y luego otorgada nuevamente.

En 1988, el grupo de Coccio Carranza también operaba la frecuencia 102.3 FM Super Radio. Con el paso del tiempo, Coccio se convirtió en el único propietario de Canal 38 Estéreo y de las frecuencias de televisión canal 47, 45 y 50. El grupo llegó a tener tres emisoras y cuatro frecuencias de TV. Finalmente, solo quedaron operativas dos emisoras y recientemente Coccio Carranza vendió el canal 38 al empresario y también ex-candidato presidencial libertario, Andrés Valenciano Kramer, y el Canal 50 al canal cristiano *Family Christian Network* (Expedientes SUTEL: 102.3, 93.9, Canal 50, Canal 38.)

### ***Radiodifusión católica y cristiana***

En Costa Rica, un país de fuerte influencia religiosa, la presencia de la Iglesia católica en la banda de FM es limitada,

contando solo con tres emisoras: Radio Fides 93.1 FM, Radio María 100.7 FM y Radio Sinaí 103.9 FM en la Zona Sur del país. Radio Fides es considerada la emisora católica por excelencia y comenzó sus transmisiones en 1952 en AM, posteriormente migró a la frecuencia de FM.

La radiodifusión cristiana tiene una larga historia en Costa Rica. Faro del Caribe, una emisora emblemática del país, inició sus transmisiones en 1948, convirtiéndose en la segunda propuesta evangélica más antigua de América Latina. Principalmente emite en FM a través de la frecuencia 97.1, pero también transmite en el Valle Central de Costa Rica en 1080 de AM. A lo largo del tiempo, el medio fue el origen de varias estaciones y canales evangélicos.

La frecuencia 89.5 FM fue originalmente otorgada a Nicolsa Rojas Porras para establecer una propuesta cultural que promoviera el folklore costarricense, siendo una de las pocas concesiones de radio entregadas a una mujer. Posteriormente, sirvió para la creación de Radio Sendas de Vida, la cual continúa operando hoy como Life FM.

En Costa Rica, también operan la Iglesia Visión de Multitudes con las frecuencias 98.3 FM Estéreo Visión y 106.3 FM Pura Vida, la Iglesia Adventista con Radio Lyra 88.7 FM y el canal Esperanza TV 52. Asimismo, emisoras como Unción FM 106.7 complementan este bloque. Hasta 2023, la emisora juvenil evangelista 91.1 Impact Radio estuvo en operación, pero fue reemplazada por la emisora de noticias El Mundo Radio.

La campaña electoral de 2018 estuvo fuertemente marcada por el tema religioso, y el salmista evangélico fundamentalista Fabricio Alvarado estuvo cerca de ser elegido presidente de la República con un discurso populista, homofóbico y conservador. Desde entonces, la presencia política del evangelismo en el país se ha vuelto cada vez más predominante, y la radiodifusión

no ha sido ajena a este fenómeno (Expedientes SUTEL 97.1, 89.5, 98.3, 106.3, 88.7, 106.7, 91.1 FM, Canal 52, Canal 23).

### *ICER y El Maestro en Casa*

Uno de los proyectos más destacados e interesantes en la radiodifusión costarricense es el Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (Gaupp-Berghausen, 2014). Inspirado en proyectos internacionales como Radio ECCA, en las Islas Canarias, España; Radio Fe y Alegría, en Venezuela y Radio Sutatenza en Colombia. El ICER tiene un enfoque comunitario y educativo, aunque estos proyectos internacionales eran en su mayoría de orientación católica, particularmente jesuita. En 1979, bajo la dirección del sacerdote jesuita Franz Tattembach, se inauguró La Voz de Talamanca en el territorio indígena Bri-bri de Costa Rica (Voz de Talamanca, 2023).

En la década de 1980, Costa Rica enfrentaba una difícil situación geopolítica con el triunfo del sandinismo en Nicaragua, sumado a una profunda crisis económica después del gobierno de Rodrigo Carazo. Estos acontecimientos generaron una división histórica y un plan sistemático que buscaba influir en el pensamiento de la población del norte del país (López Pérez, 2016; Prieto *et al.*, 2008). La revolución sandinista y la presidencia de Luis Alberto Monge, en 1982, quien creó el Plan Nacional de Soberanía Radiofónica, jugaron un papel fundamental en el papel del ICER como una herramienta de adoctrinamiento ideológico, financiado por el Principado de Liechtenstein en Europa.

El ICER estableció emisoras en la frontera con Nicaragua, en el territorio Maleku, Los Chiles y Pital. Además, se crearon emisoras en la región del Pacífico, en provincias como Guanacaste, con Radio Cultural; en La Cruz, Nicoya y Tilarán; y en la

Zona Sur, con emisoras como Radio Cultural de Pérez Zeledón, Buenos Aires, Corredores y Boruca. También se instalaron radios en zonas rurales del Valle Central, como Puriscal, Turrialba y Los Santos.

Con el tiempo, las tensiones bajaron y estas radios culturales han sido fundamentales para el desarrollo de las comunidades en todo el país y han brindado alfabetización a miles de personas en áreas remotas durante más de 40 años. Sin embargo, es importante señalar que, en momentos críticos, éstas han silenciado las voces campesinas que no se alinean con el discurso hegemónico y han mostrado pocas oportunidades para la participación de jóvenes en su producción (Expedientes SUTEL: 1590, 1600 AM, 88.1 y 88.3 FM).

### ***La Radiodifusión Pública en Costa Rica***

Costa Rica ha prestado poco énfasis en la radiodifusión pública, contando únicamente con cuatro emisoras en la banda de FM: La Nacional 101.5 FM, La Primerísima 88.1 FM, Radio Universitaria 96.7 FM y Radio U 101.9 FM. Las dos últimas pertenecen a la Universidad de Costa Rica, mientras que las primeras dos son del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART).

La emisora pública más antigua es Radio Universitaria, ésta inició sus transmisiones en 1949 con una programación centrada en música clásica y contenido educativo y cultural. Inicialmente transmitía en AM y en onda corta; posteriormente migró a la frecuencia de FM 96.7. En 1996, la repetidora de Radio Universitaria en la frecuencia 101.9 FM se transformó en Radio U, una emisora juvenil que se convirtió en un referente para muchos jóvenes en todo el país durante los años noventa y acompañó el movimiento del Rock Tico (Coto, 2014).

Por su parte, Radio Nacional de Costa Rica fue establecida como una emisora adscrita al Ministerio de Cultura en la década de 1970. En 1979 pasó a formar parte del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART), siguiendo el modelo de Radio Televisión Española. Esta emisora se centra en contenido noticioso y cultural, con una programación que varía entre lo popular, lo costumbrista, lo clásico y lo juvenil, dependiendo de la administración gubernamental vigente. Además, ha transmitido en vivo las sesiones de la Asamblea Legislativa en numerosas ocasiones. En 2023 se lanzó la emisora pública La Primerísima, en la frecuencia 88.1 FM, con un enfoque popular (Expedientes SUTEL: 590, 870 AM, 88.1, 101.5, 101.9, 96.7 FM, Canal 13, Canal 15).

### ***Radiodifusión Rural en FM***

Actualmente solo el 8% de las frecuencias de FM en Costa Rica operan de manera regionalizada. En la Zona Sur, en 1957, se inauguró Radio Sinaí. Inicialmente tenía como objetivo la catequización a través de escuelas radiofónicas y ahora se transmite en la frecuencia 103.9 FM. Juan Vega Quirós, empresario de la Zona Sur, estableció Radio Quepos en AM y luego trasladó las operaciones a Pérez Zeledón, donde creó 88 Estéreo, una emisora de música y entretenimiento que también se transmite en el Valle Central, a través de la frecuencia 49.3 de televisión abierta.

En Limón y Puntarenas opera Radio Bahía, con señales diferenciadas para cada puerto en la frecuencia 107.9 FM. Estas emisoras, junto con las del ICER, son las únicas radios rurales de FM que continúan existiendo. Sin embargo, muchas otras emisoras, como Radio Cordillera, Radio Cima, Sonido 101, Radio

Golfito y Radio Continental, entre otras, han desaparecido debido al abandono o la criminalización.

Hoy en día, algunas emisoras rurales se ven obligadas a operar al margen de la ley debido a la dificultad para obtener permisos. Emisoras como Guanacaste FM 106.1, Onda Brava 104.1 FM, Élite Radio 88.5 FM y On Radio 91.7, sufren constantemente persecución por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones y enfrentan el silencio o la criminalización por parte del Ministerio de Innovación, Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) (Expedientes SUTEL: 98.3, 103.9, 88.7, 88.3, 107.9, 101.1, 105.5, 89.9, 92.3 FM, 1590 AM, 700 AM, Canal 49).

### ***Nueva ley de radio: voces silenciadas***

Como se ha visto a lo largo del texto, la radio en Costa Rica es un medio mayoritariamente comercial, con poca presencia de ejercicios rurales y sin la posibilidad de crear nuevas propuestas comunitarias independientes.

En el año 2014 la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa, conformada por académicos y activistas, denunció la mala regulación del espectro radioeléctrico, la obsoleta ley de 1954 y, a su vez, realizó la propuesta de Ley Participativa de Radio y Televisión que pretendía ser la primera legislación aprobada por iniciativa popular en el país. El autor de este texto fue parte de ese movimiento.

En los años 2016 y 2017 la Red MICA presentó el caso ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y el Relator para la Libertad de Expresión de la OEA Edison Lanza instó al Gobierno de la República a realizar cambios urgentes para democratizar el Espectro Radioeléctrico. Actualmente se ha avanzado poco en el tema, aunque se logró una reserva de

espectro en la transición a la Televisión Digital de Costa Rica para fines culturales y comunitarios.

En el año 2024 se vencen todas las concesiones de Radio y TV del país, por lo que diversos grupos sociales han presionado para que el gobierno populista de derecha del presidente Rodrigo Chaves Robles emprenda acciones para democratizar las frecuencias. Por su parte, el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones responde con un llamado a la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) a: “Incrementar las acciones tendientes a perseguir el uso ilegítimo del Espectro Radioeléctrico” (MICITT, 2021: 70). En 2023, Costa Rica tuvo un descenso significativo en el Índice de Libertad de Expresión, según Reporteros Sin Fronteras, pasó del puesto 8 a nivel mundial al 23 (Reporteros Sin Fronteras, 2023).

Desde el año 2008, la Ley 8684 entregó a la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica una frecuencia de Radio y una de Televisión para la educación y la cultura en todo el territorio nacional. Finalmente, en 2023 se otorgó el canal 16 a la UNED, pero está pendiente el otorgamiento de la frecuencia de FM.

### ***Conclusión: voces reducidas y un cambio que no llega***

Para 2023, la situación de la radio FM es poco alentadora. Con un modelo anquilosado de radiodifusores comerciales y frecuencias concentradas en pocas manos, la innovación del sector es limitada tanto en términos de formatos radiofónicos como tecnológicos. La Encuesta Nacional de Hogares da cuenta de un decrecimiento en la tenencia de aparatos de radio de 77% a 45% y la reducción de las audiencias ha sido significativa (INEC, 2023). El fenómeno de declive de las audiencias se acrecentó tras la pandemia de COVID-19 pues las principales

radios noticiosas del país tomaron decisiones ilógicas, como cesar a los periodistas de política en sus radios y mantener a los comunicadores deportivos que, terminaron cubriendo la pandemia con total desconocimiento sobre la forma de comunicar un evento de semejante magnitud (Núñez, 2020; Rojas, 2020).

En este escenario de poca innovación en el medio, la única posibilidad de transformación que se avizora en el horizonte es una transformación del *status quo* tras el vencimiento de las concesiones en 2024. Movimientos sociales como la RedMICA respaldan la idea de reducir el ancho de banda de cada emisora de 400 KHz a 200 KHz, lo que supondría una duplicación de la oferta radiofónica y el otorgamiento de frecuencias a zonas rurales. Así las cosas, si hoy están otorgadas Radio Nacional en 101.5, Radio U 101.9 y Súper Radio 102.3; a 200 KHz se podría mantener el modelo, pero utilizando la 101.7 y la 102.1 para nuevos operadores.

Esta propuesta aunada a la implementación de la Radio Digital puede dar nueva vida al espectro, más allá del floreciente mercado de los *podcasts*, *youtubers* y la radio por internet. Ya algunas radios de FM y AM han optado por incluir sus señales con imagen en la TV Digital: tal es el caso de Grupo REPTEL cuyas emisoras operan entre los canales 2.1 y 2.8, Radio Nacional que opera en la frecuencia 13.3, Radio América 780 AM que opera en la 42.2, Urbano 105.9 FM que opera en la 49.2 y 88 Estéreo que opera en 49.3.

Estos cambios tecnológicos suponen pequeñas alteraciones, pero sin una transformación y diversificación del modelo de producción, las voces alternativas crecerán solo en las redes sociales y los medios anquilosados serán olvidados en las antenas.

## Referencias

- Coto, M. (2014). *Historia de radio: un recorrido por el nacimiento, desarrollo y el futuro de las Radioemisoras de la Universidad de Costa Rica*, UCR. Radioemisoras de la Universidad de Costa Rica.
- Fallas, C. (2018, noviembre 29). Multimedios adquiere grupo que opera las radios Los 40 principales, Q'Teja y Bésame. *El Financiero*. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de <https://www.elfinanciero-cr.com/negocios/multimedios-adquiere-las-radios-los-40-principales/F2BPACHTYRFL5AWQ3RL5GK6DI4/story/>
- Gaupp-Berghausen, V. (2014). *Georgg von Gaupp-Berghausen y las Pequeñas Emisoras Culturales*. Editorial ICER.
- INEC. (2023, enero 6). *Encuesta Nacional de Hogares 2022*. ENAHO. Recuperado el 11 de enero de 2023 de <https://inec.cr/tematicas/listado?topics=544>
- Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica. (2015, junio 5). *El MEC-CR-Emisoras Culturales. El maestro en casa*. Recuperado el 13 de junio de 2023 de <http://www.costarica.elmaestroencasa.com/index.php?page=emisoras-culturales>
- MICITT. (2021, noviembre). *Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2022-2027*. MICITT.
- Núñez, S. (2020, abril 16). Radio Columbia suspende por tres meses los contratos de varios periodistas. *La Teja*. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de <https://www.lateja.cr/farandula/radio-columbia-suspende-por-tres-meses-los/4FKOBB3KQVB5XJOUYHKJ75BF7U/story/>
- Reporteros Sin Fronteras. (2023, mayo 3). *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa RSF 2023 | Tabla de países*. Reporteros Sin Fronteras. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de <https://www.rsf-es.org/clasificacion-mundial-de-la-libertad-de-prensa-rsf-2023-tabla-de-paises/>

- Rodríguez Chaverri, C. (2015, enero 12). El Liderazgo en la Historia del Grupo Columbia. [Publicación en Facebook]. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de [https://www.facebook.com/escritorcamilorodriguez/photos/el-liderazgo-en-la-historia-del-grupo-columbiamarca-grupo-columbia-fue-escogida-/701466449970408/?locale=ar\\_AR&paipv=0&eav=AfbBGRXtnicvzZjgsEHa5fT\\_JtFuC1flxxtw\\_2I9WU FHoNJ7ttoIt5c3FZCtluFp4J4&\\_rdr](https://www.facebook.com/escritorcamilorodriguez/photos/el-liderazgo-en-la-historia-del-grupo-columbiamarca-grupo-columbia-fue-escogida-/701466449970408/?locale=ar_AR&paipv=0&eav=AfbBGRXtnicvzZjgsEHa5fT_JtFuC1flxxtw_2I9WU FHoNJ7ttoIt5c3FZCtluFp4J4&_rdr)
- Rojas, J. (2020, abril 17). Periodista Henry Rodríguez deja la dirección de Noticias Columbia. *La Nación*. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/periodista-henry-rodriguez-deja-la-direccion-de/4CLFF4ISXF DUZM7RJWVDTUIJ3M/story/>
- SUTEL. (2009). *Atlas AM, FM TV*. San José, Costa Rica.
- Voz de Talamanca. (2023). *¿Quiénes Somos?* Voz de Talamanca. Recuperado el 25 de octubre de 2023 de <https://orlantmc.wixsite.com/vozdetalamanca>

### ***Expedientes SUTEL***

- López Pérez, L. (2016). *Interview: Lucas López Pérez, director Titular, Radio ECCA*.
- Prieto, I., Durante Rincón, E., y Ramos, M. A. (2008). Experiencia educativa de la radio en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, xiv (1), 63–72. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011673006>

## **Cuba: frente al empuje de la FM palidece la AM**

*Zenaida Costales Pérez*

*Erick Méndez Díaz*

### ***Los primeros pasos de la radio***

La fecha que marca el inicio de la radiodifusión continua en Cuba es el 22 de agosto de 1922, cuando Luis Casas Romero<sup>1</sup> puso en el aire la emisora 2LC<sup>2</sup>. Sin embargo, varios años antes, los radioaficionados realizaban transmisiones experimentales en diferentes provincias del país. El nacimiento “oficial” de la radio cubana ocurrió el 10 de octubre de 1922 con la inauguración de la PWX, una planta de radio propiedad de la Cuban Telephone Company, un monopolio estadounidense de telecomunicaciones. Durante las décadas siguientes, la radio experimentó un rápido crecimiento y se convirtió en uno de los sistemas de referencia para el continente.

### ***La FM cubana***

La FM llegó a Cuba de manera rudimentaria en la segunda mitad de la década de 1930. Aunque los expertos no pueden acordar una fecha exacta, se sabe que ya en 1938, Laureano Suárez Valdés y su popular CMBL Radio Cadena Suaritos (Radio FM Suaritos): “transmitían en frecuencia modulada, en onda

---

<sup>1</sup> Luis Casas nació en la ciudad de Camagüey el 24 de mayo de 1882 y murió en La Habana el 30 de octubre de 1950. Casas fue un pionero de la radio, compositor, flautista y director de orquesta.

<sup>2</sup> La emisora operó desde la vivienda de Luis Casas y con el paso de los años amplió su programación para dirigirse a nuevos auditorios.

media, onda larga (750 kilos) y onda corta (3052 metros), por lo que era muy escuchada en el Caribe” (Lam, 2020). Esta planta de radio, ubicada en los antiguos estudios de la emisora Circuito CMQ, comenzó sus transmisiones con una programación de siete horas de contenido principalmente musical. Después de comprar “un magnífico y moderno grabador de placas de aluminio” (Lam, 2022, s.p.) se convirtió en una de las emisoras con mayor *rating* en esa época.

La Discoteca Suaritos puso en el aire los éxitos musicales de las décadas de 1940 y 1950 y artistas importantes de Cuba y el continente pasaron por sus estudios de grabación. Más allá de la experiencia de Laureano Suárez Valdés y su emisora, no hay referencias bibliográficas que identifiquen otros antecedentes de transmisiones radiales a través de la frecuencia modulada en Cuba hasta la década de 1980.

Para el ingeniero de la Radio Cubana, Rodolfo Pérez Alamino (2022), es en la década de 1980 cuando las transmisiones en frecuencia modulada comienzan su desarrollo y expansión en el territorio nacional como parte de un proceso inversionista desarrollado por la Radio Cubana para mejorar la calidad y, con este fin, se instalan transmisores de FM en varias emisoras provinciales.

La inversión inicial se concibió como una forma de contrarrestar la creciente agresión radial desde el sur de Florida con la creación de la estación Radio Martí, el 20 de mayo de 1985. Esta emisora, con una programación principalmente subversiva, transmite desde Miami y tiene como objetivo a los cubanos residentes en la isla. Según el ingeniero Omar Pérez Salomón (2019): “[las] señales de radio hacia Cuba desde territorio estadounidense, que alcanzan más de 1800 horas semanales de programación anticubana, han sido una verdadera guerra en términos técnicos, diplomáticos e inteligencia”

(s.p.) y constituyen una violación de la soberanía del espacio radioeléctrico cubano. Además, se decidió utilizar la FM como alternativa para mantener la programación habitual de las emisoras provinciales cuando se transmitiera la programación deportiva por la amplitud modulada (Cordovez, 2011).

De acuerdo con la periodista Dalia Reyes Perera (2022), la programación transmitida a través de estas frecuencias “alternativas” alcanzó una gran popularidad, tanto que surgieron nuevas emisoras de radio como EsteroCentro, Radio Vitral, Radio Holguín la nueva o Radio Mambí, todas con un perfil cultural que contrasta con las programaciones informativas y deportivas de las emisoras provinciales. Desde entonces, las transmisiones en frecuencia modulada en la mayor de las Antillas han experimentado un crecimiento acelerado, hasta el punto de que, según afirma el especialista principal del área tecnológica de la Dirección General de la Radio Cubana, Rodolfo Pérez Alamino, en Cuba “la radio AM palidece ante el empuje de la FM” (2022).

### *Todo medio es público*

Para entender el estado actual de la FM en Cuba, es necesario tener en cuenta que, desde principios de la década de 1960, todas las estaciones de radio fueron nacionalizadas por el gobierno. Por lo tanto, las emisoras, que eran principalmente privadas, pasaron al control del Estado y se convirtieron en estaciones públicas. Actualmente, el sistema de radio del país está dirigido metodológicamente por la Dirección General de la Radio Cubana<sup>3</sup>, la cual se adscribe al Instituto Cubano de Radio

---

<sup>3</sup> Es una empresa estatal administrada por el Instituto Cubano de Radio y Televisión y su misión es administrar, fiscalizar, analizar y organizar el desarrollo de la radiodifusión en el país.

y Televisión. Esto significa que esta instancia nacional dicta las pautas de contenidos, perfiles editoriales y diseños de programación para el resto de las emisoras del país.

El Sistema de la Radio Cubana está compuesto por un total de cien emisoras que cubren prácticamente todo el territorio nacional. Se divide en una emisora internacional: Radio Habana Cuba; seis emisoras nacionales: Radio Rebelde (planta matriz del sistema), Radio Progreso, Radio Enciclopedia, Radio Cadena Habana, Radio Reloj y CMBF Radio Musical Nacional; 16 emisoras provinciales y 74 medios municipales (comunitarios), entre otras dependencias.

El ingeniero Rodolfo Pérez Alamino explica que solo las emisoras nacionales, provinciales y la internacional transmiten en AM y FM, mientras que el resto de las estaciones del sistema (las comunitarias) emiten su señal principalmente por FM (Pérez Alamino, 2022). En otras palabras, en Cuba, el 100% de las emisoras transmiten por FM.

### *Clasificaciones de los medios*

Las emisoras de radio en Cuba se clasifican en internacionales, nacionales, provinciales y municipales según su alcance territorial y objetivo social.

Entre las características comunes de todas las emisoras del Sistema de la Radio Cubana se encuentra su carácter público, su vocación de servicio hacia la ciudadanía y la presencia de formatos “tipo” en su programación: es decir, géneros comunes que se encuentran en todas las programaciones (radiorevistas, revistas informativas, noticieros y espacios dramatizados). Además, todas las estaciones del país tienen una plantilla laboral remunerada —sean trabajadores fijos o colaboradores— y

deben contar con una formación que les permita desarrollar habilidades creativas en la construcción de productos comunicativos.

Entre las características que diferencian a las emisoras del sistema se encuentran las frecuencias a través de las cuales emiten su programación: por ejemplo, las nacionales, provinciales y la internacional transmiten por AM y FM, mientras que las municipales (comunitarias) transmiten principalmente por FM. Otras de estas diferencias son las horas de transmisión: las de alcance internacional y nacional transmiten las 24 horas del día, las de alcance provincial tienen una programación que cubre entre 18 a 24 horas diarias, mientras que en las emisoras locales el tiempo de transmisión varía entre 3, 5, 8 y 12 horas, con la excepción de Radio Sagua, en la provincia de Villa Clara, que transmite las 24 horas del día.

A pesar de tener un alcance territorial menor, las emisoras provinciales y municipales tienen el mayor peso en la producción de contenidos en el Sistema de la Radio Cubana. De las 1438 horas diarias de transmisión de radio en Cuba, el 88.3% pertenece a estas emisoras. “Por eso, la radio local tiene un peso extraordinario en la información y en el vínculo constante con sus audiencias” (Costales y Alfonso, 2020, p. 11), que se construye a partir de la participación popular, ya sea a través de vías tradicionales (encuentros con los oyentes, recepción de llamadas telefónicas, envío de correspondencia, etc.) o nuevos mecanismos de interacción (redes sociales, grupos de debates en plataformas digitales, entre otros).

Hasta el 2017 (fecha más reciente a la que se tuvo acceso durante la investigación), Cuba contaba con 372 transmisores de FM y 213 de AM, dispersos en varios puntos de la geografía antillana (Pérez Alamino, 2022).

### *El caso Radio Taíno*

En el Sistema de la Radio Cubana hay una emisora que merece mención especial debido a una serie de particularidades que la hacen única dentro del ecosistema mediático: Radio Taíno.

Fundada el 3 de noviembre de 1985, esta emisora es la única en Cuba con un carácter comercial, aunque, como explica su director Reinier Valdés Iznaga (2022), esto no la hace perder la función social de su programación.

En sus inicios, Radio Taíno se identificaba como la emisora turística de Cuba y transmitía por AM en los 1160 kHz una programación de 16 horas con contenido musical y cultural, dirigida especialmente a los turistas que visitaban la isla. A partir de 1992 comenzaron las transmisiones simultáneas entre AM y FM, la programación se modificó con la inserción de contenidos publicitarios y, debido a su público objetivo (ahora se incluían el personal diplomático acreditado en Cuba, los técnicos extranjeros y el sector empresarial), además, surgieron espacios dedicados a temas económicos (Valdés, 2022).

Con el inicio del siglo XXI, Radio Taíno experimentó otra transformación que aumentó su condición de “caso único” dentro del panorama radial del país: se eliminó la señal a través de AM y, desde entonces, la emisora se convirtió en la única con cobertura nacional que transmite exclusivamente en FM durante 24 horas. Así nació la FM de Cuba.

Radio Taíno es una emisora eminentemente cultural con una programación que destaca por la presencia de grandes radios, revistas y magazines en vivo. También se destacan en su parrilla espacios informativos y recreativos. Además, transmite en español durante todo el día, con segmentos de programación en inglés.

En cuanto a las características de su publicidad, el director general de la emisora comenta que, a diferencia de otras estaciones de su tipo, Radio Taíno no alquila su programación: “vende espacios publicitarios dentro de su parrilla. Es decir, su esquema de comercialización se basa en la venta de espacios, no de programas. Los programas siguen siendo propiedad de la emisora, que es quien decide y gestiona sus contenidos” (Valdés, 2022).

Sin embargo, el directivo menciona que en este momento se está estudiando la posibilidad de recuperar una práctica que se realizaba anteriormente, pero que se había perdido: las coproducciones. Esto es: “las diferentes entidades se acercan a la emisora y, bajo un esquema de producción compartida, se desarrollan los programas” (Valdés, 2022).

Aunque podría parecer un alquiler de programación, Valdés Iznaga explica que, en este caso, ambas partes asumen la mitad de los gastos del espacio y la emisora recibe una parte de los beneficios de las ganancias derivadas del mismo, mientras mantiene su control sobre los contenidos (Valdés, 2022).

### ***Desafíos y aciertos***

En Cuba, todas las emisoras de radio son públicas y dependen financieramente de la asignación presupuestaria del Estado (en el caso de las plantas nacionales e internacionales) o de los gobiernos territoriales y locales (emisoras provinciales y municipales). Según el periodista Juan Carlos Castellón (2022), esta situación afecta la salud financiera de las estaciones, ya que “el presupuesto se maneja desde un espacio externo a la emisora”.

Reinier Valdés Iznaga, también señala que estas tensiones financieras retrasan las inversiones en equipamiento para la renovación tecnológica. Sin embargo, Valdés Iznaga reconoce que “todas las emisoras están al aire, con una señal estable y de calidad, lo que indica que, a pesar de las carencias y dificultades financieras, las frecuencias cumplen con sus funciones” (Valdés, 2022).

Además, la renovación profesional es otro desafío para las estaciones de FM en Cuba. Según la especialista Dalia Reyes Perera, la emisora municipal de Santa Clara, Estéreo-centro, no ha logrado visibilizar un relevo generacional que garantice un cambio en la forma de comunicarse con la audiencia. También señala que el personal artístico está envejeciendo y que, desde las universidades, solo se reciben graduados recientes en periodismo, lo que refuerza el área informativa, pero no soluciona las carencias en otras especialidades (Reyes Perea, 2022).

Sin embargo, en Radio Taíno: La FM de Cuba, la realidad es diferente. En esta emisora destacan un grupo de profesionales jóvenes que trabajan en las áreas tecnológicas y técnico-artísticas (realizadores de sonido, locutores, directores de programas, etc.). Sin embargo, se evidencia una falta de renovación profesional en el departamento informativo, con los periodistas, debido a que muchos profesionales de esta área están jubilándose y la entrada de nuevos graduados no compensa la salida, según Valdés Iznaga (2022).

Además, tanto Reinier Valdés Iznaga como Juan Carlos Castellón coinciden en el importante papel que desempeñan sus emisoras (Radio Taíno y Radio Vitral, respectivamente) en la creación de una estrecha relación entre los oyentes y la planta radial.

En el caso específico de Radio Vitral, emisora municipal de la ciudad de Sancti Spíritus, Castellón destaca cómo esta planta, que solo transmite ocho horas al día, se ha convertido en un reflejo de la comunidad, “con temas que responden a las preocupaciones de los habitantes de la localidad y que valoran sus valores culturales e identitarios” (Castellón, 2022).

Tras un siglo de radio en Cuba, las cien emisoras transitan por los cambios que suponen la adaptación a las nuevas tecnologías y la competencia con otros medios como las redes sociales.

Tanto Reinier Valdés Iznaga como Juan Carlos Castellón y Dalia Reyes Perera consideran que uno de los principales desafíos de las estaciones de FM en Cuba es expandirse más allá del éter radiofónico y las transmisiones en “audio real” en internet, para convertirse en un multimedio capaz de generar diversos contenidos en una mayor variedad de formatos (Valdés, 2022).

Por otra parte, Rodolfo Pérez Alamino, especialista principal del área tecnológica de la Dirección General de la Radio Cubana, confirma que las inversiones actuales se centran en la compra de nuevos transmisores de FM para eliminar zonas de silencio, expandir la cobertura y mejorar la calidad de la señal (Pérez Alamino, 2022). Además, Pérez Alamino (quien ha dedicado más de 40 años de su carrera a la radio en Cuba) explica que quedan pocos receptores con capacidad para recibir la señal de AM: “Los radiorreceptores de FM son predominantes en el país y, además, los teléfonos móviles solo pueden captar esa señal” (Pérez Alamino, 2022).

Al final del 2021, Cuba contaba con más de siete millones de líneas móviles activas (Antón, 2021). Esto es importante si consideramos que la población del país supera ligeramente

los once millones de habitantes, lo que demuestra la penetración de esta forma de comunicación en la isla.

En el futuro, la FM se consolidará como la principal forma de transmisión de contenidos radiales. Sus características técnicas, la favorable relación calidad/costo, la adaptación a las particularidades del Sistema de la Radio Cubana y la accesibilidad de su señal desde dispositivos portátiles (como los teléfonos móviles) hacen que la AM palidezca ante el éxito de la FM en Cuba.

## Referencias

- Álvarez, G. (2018). Luis Casas Romero: hombre de la radio y de la cultura. *La revista*, 26 (1), 14-15. La Habana.
- Antón, S. (2021). Siete millones de líneas móviles: más cubanos conectados. *Granma*. Recuperado de <https://www.granma.cu/cuba/2021-12-13/cuba-llega-a-siete-millones-de-lineas-moviles>
- Cordovez, D. (2011). *Los tipos de programas en la nueva programación de la FM Estéreocentro 93.5 de Santa Clara* [Tesis de pregrado]. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara.
- Costales, Z. y Alfonso, L. M. (2020). La radio: vacuna sonora contra la COVID-19 en Cuba. *Questión*, 2(66), 1-21. DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e471>
- Lam, R. (2020). Radio Suaritos: la discoteca radial más grande de la radio cubana. *Cubanow*. Recuperado de <http://www.cubanow.cult.cu/2020/08/31/radio-suaritos-la-discoteca-radial-mas-grande-de-la-radio-cubana/>
- Pérez Salomón, O. (2019). La mal llamada Radio Martí cumple 34 años de violaciones y fracasos. *Cubadebate*. Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/opinion/2019/05/21/la-mal-llamada-radio-marti-cumple-34-anos-de-violaciones-y-fracasos/>

## *Entrevistas*

Castellón, J. C. (2022). Comunicación personal. 6 de julio de 2022.

Pérez Alamino, R. (2022). Comunicación personal. 23 de septiembre de 2022.

Reyes Perera, D. (2022). Comunicación personal. 23 de junio de 2022.

Valdés Iznaga, R. (2022). Comunicación personal. 1 de agosto de 2022.

## **Ecuador: un recorrido histórico de la antena al dial infinito**

*Alex Mullo López*

### ***1960, el año de la FM***

La FM permitió reducir los costos de operación de los medios y ofreció un sonido estéreo agradable para los oyentes (H. Yaguana y Delgado, 2014). Entre 1960 y 1970 se contabilizaron 4 emisoras de FM (Meneses, 1992). Sin embargo, en esa misma época también aparecieron los dos primeros canales de televisión, lo que llevó a que la programación de radioteatros, dramatizaciones, música en vivo y su personal artístico se trasladara al audiovisual. Como resultado, a finales de los años 1960, las pocas personas contratadas por los medios se enfocaron en las transmisiones deportivas, informativas y programas de entretenimiento musical, y la radio se convirtió en gran medida en una estación que transmitía discos musicales con ritmos ecuatorianos y extranjeros acompañados de anuncios publicitarios para la compañía de los oyentes.

Un hito importante de la época fue la propuesta de alfabetización sonora basada en el modelo propuesto por Radio Sutatenza en Colombia y replicado por las Escuelas Radiofónicas

Populares del Ecuador (ERPE<sup>1</sup>). Fundadas por Monseñor Leónidas Proaño, estas escuelas lograron alfabetizar a 20 mil indígenas y campesinos de 13 provincias del país.

### *De 1970 al año 2000*

La década de 1970 marcó transformaciones en la infraestructura interna de la radio, en ese periodo las emisoras dejaron de tener escenografías de teatro para pasar a cabinas insonorizadas que utilizaban formatos discográficos pregrabados (H. Yaguana y Delgado, 2014). Entre 1970 y 1980 se contabilizaron 20 radios FM con una programación mayoritariamente musical, con espacios informativos, deportivos, de opinión, educativos, culturales y religiosos (Meneses, 1992). Según Jaramillo (San Félix, 1991), en 1975 Ecuador fue el país con mayor número de emisoras en el mundo, con un total de 271 frecuencias, debido a las políticas de acceso establecidas mediante la Ley Básica de Telecomunicaciones de 1972 que creó el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL) y la Dirección Nacional de Frecuencias.

La década de 1980 tuvo un crecimiento exponencial de la FM, con un total de 30 estaciones contabilizadas entre 1981 y 1989 (Meneses, 1992), mayoritariamente de tipo comercial que promovían los contenidos musicales de ritmos ecuatorianos con la influencia de sonidos internacionales de la época como el rock latino, alternativo, hip hop, electro-pop y el techno.

---

<sup>1</sup> Las Escuelas radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) nacieron en Riobamba el 19 de marzo de 1962. El obispo Leónidas Proaño Villalba dedicó su servicio pastoral a la reivindicación de los derechos y la dignidad de la población indígena de Ecuador.

En general, las propuestas radiales tenían una cobertura local o regional, lo que permitió que el medio estuviera cerca de las problemáticas sociales, económicas y culturales de su contexto local y tuviera un papel relevante en la democratización de la palabra.

En los años 1990, según la investigación realizada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), había 342 emisoras operando en el país, de las cuales 10 eran públicas y 304 privadas, 68 transmitían en FM y la mayoría se encontraban en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Manabí, Tungurahua y Chimborazo (Meneses, 1992).

En cuanto a la programación de los años noventa, la FM tenía preferencia por los formatos de radio revista musical o magazín apoyados en discos compactos (CD) que permitieron aumentar la oferta de contenidos y ritmos. También había espacios informativos, de opinión y deportivos.

En cuanto a la contratación de personal, para 1990 la mayoría de los colaboradores se vinculaban mediante contratos de servicios o coproducción a través de la venta de espacios publicitarios.

Para el año 2000, se popularizó el uso de contenidos musicales en formato MP3<sup>2</sup>, lo que simplificó la tarea del operador de audio en los medios de comunicación al facilitar la distribución de la música. Además, la computadora reemplazó a los reproductores de casete y CD, y se posicionaron los dispositivos de reproducción de MP3 y posteriormente los sistemas operativos para radio.

---

<sup>2</sup> Es un formato de compresión digital usado para la transmisión rápida de archivos de audio y video a través de internet.

Durante la década del 2000, se emitió una amplia variedad de contenidos, incluyendo tertulias radiales con temáticas de análisis de coyuntura política, económica y deportiva, así como espacios humorísticos que se complementaban con música de diversos géneros y formatos.

### *La actualidad de la FM ecuatoriana*

En la actualidad, la FM mayormente mantiene el esquema tradicional de los años 2000, con cierta inclinación al formato de radio revista. La inclusión en la *web 2.0* y en el *streaming* ha obligado a que la infraestructura interna cambie, de tal manera que las cabinas han pasado de ser cuartos cerrados e insonorizados a escenografías adaptadas para la radio visual.

El contexto del COVID-19, el confinamiento y la recesión económica han afectado la sostenibilidad de los medios que han experimentado una disminución de sus ingresos publicitarios. Según el estudio Estado Digital Ecuador, de abril de 2022, la mayor inversión publicitaria que realizan las empresas se concentra en la televisión con un 48.8%, seguida de las plataformas digitales con un 23.3%, la prensa con un 9.2% y posteriormente la radio con solo el 8.7%.

Bajo este escenario, la radio debe reinventar su modelo de negocio tradicional para poder enfrentar los retos de sostenibilidad que plantea el escenario pospandemia. Su presencia en las nuevas plataformas del ecosistema digital puede ampliar la distribución de sus contenidos de antena, pero también debe proponer modelos ligados a la publicidad digital, el *Crowdfunding*, el *Branding Content*, etc., para generar comunidades de seguidores que solventen su propuesta.

## *Tipologías radiofónicas*

En Ecuador, de acuerdo con la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) de 2013, en su artículo 70, existen 3 tipos de medios radiales: públicos, privados y comunitarios.

### *La FM pública*

Los medios públicos pertenecen a personas jurídicas de derecho público y se crean mediante “decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad que los crea. Los medios también pueden constituirse como empresas públicas de acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas” (LOC, 2013, p. 29). La parrilla de programación de los medios se enfoca en los objetivos que demanda cada entidad, generalmente enfocada en la misión institucional. Además, la Radio se utiliza como plataforma de rendición de cuentas y socialización de su accionar. Algunas emisoras públicas en Ecuador son Pública FM 105.3 FM, perteneciente a la Empresa de Medios Públicos de Comunicación del Ecuador (Medios Públicos EP); la Radio de la Asamblea Nacional 95.7 FM, asignada a la Asamblea Nacional del Ecuador; Municipal Ecos, de Rumiñahui 88.9 FM, de la Empresa Pública Municipal de Residuos Sólidos Rumiñahui-Aseo (EPM); y UTC Radio 102.9 FM, asignada a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

### *La FM privada*

Los medios de comunicación privados pertenecen a personas naturales o jurídicas de derecho privado con fines de lucro. El

Estado ecuatoriano: “garantizará que los medios de comunicación privados ejerzan sus derechos a explotar comercialmente la provisión y venta de sus productos y servicios comunicacionales relativos a la difusión e intercambio de información, aplicando estándares de eficiencia productiva y competitividad” (LOC, 2013, art. 84.1, pp. 30-31). Por lo tanto, las parrillas de programación de los medios privados incluyen diversos contenidos de entretenimiento, espacios informativos y musicales acordes a distintos públicos objetivos, principalmente juveniles y contemporáneos.

### *Medios comunitarios en FM*

Los medios comunitarios pueden pertenecer a movimientos u organizaciones sociales y no tienen fines de lucro, ya que su rentabilidad es netamente social. De acuerdo con el artículo 87 de la LOC su financiamiento “proviene de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos” (p. 32).

El enfoque de la propuesta comunicacional comunitaria se centra en la democratización de la palabra. Por lo tanto, en estos medios se difunden la lengua nativa, las costumbres y tradiciones de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianos y montubios<sup>3</sup>. También existen propuestas vinculadas a las manifestaciones religiosas y a la generación de contenidos educomunicacionales.

---

<sup>3</sup> Se denomina montubio al pueblo mestizo de origen campesino que habita en las zonas rurales de las provincias costeras ecuatorianas.

En el caso de los medios que pertenecen a comunidades indígenas, la falta de experiencia en gestión y administración por parte de los responsables ha llevado a que algunas frecuencias sean devueltas al Estado, debido a la imposibilidad de solventar los gastos de servicios básicos y el pago al talento humano.

### *Registro de estaciones en Ecuador*

En relación con la distribución de emisoras FM por provincia, se observa una fuerte concentración en las localidades con mayor densidad poblacional. Guayas, Pichincha, Manabí, Chimborazo y Azuay son las provincias que concentran la mayor cantidad de estaciones. Al analizar la concentración por tipología se puede ver que Guayas, Pichincha, Chimborazo y Azuay tienen la mayor cantidad de iniciativas privadas. Las radios públicas, por su parte, se concentran en las provincias de Pichincha, Imbabura y Cotopaxi.

Finalmente, la mayoría de los medios comunitarios se encuentran en las provincias de Pastaza y Esmeraldas. En el caso de Pastaza, de manera inusual para el contexto radial, es la única región de Ecuador en la que los medios comunitarios FM superan en número a las estaciones privadas. Muchos de ellos pertenecen a pueblos y nacionalidades indígenas, como Radio Jatari Kichwa 92.3 FM, de la Asociación de Comunidades Indígenas de Arajuno; Wao Apeninka 91.1 FM, perteneciente a la Nacionalidad Waorani; Radio Sapara 92.7 FM de la Nación Sapara; Radio Andwa la voz de la frontera, de la Nacionalidad Andwa de Pastaza y Radio Tarimiat 93.5 FM, perteneciente a la Nacionalidad Shiwiar. Los administradores de los medios radiales comunitarios son elegidos en la Asamblea General de cada nacionalidad.

## Radios en FM por provincia

Provincia	Tipología de emisoras						Total
	Privada	%	Pública	%	Comunitaria	%	
Azuay	21	6,00%	1	4,35%	2	5,41%	24
Bolívar	10	2,86%			2	5,41%	12
Chimborazo	23	6,57%	2	8,70%	1	2,70%	26
Cañar	10	2,86%			1	2,70%	11
Carchi	13	3,71%					13
Cotopaxi	11	3,14%	4	17,39%	2	5,41%	17
El Oro	21	6,00%	1	4,35%			22
Esmeraldas	11	3,14%			3	8,11%	14
Galápagos	3	0,86%			1	2,70%	4
Guayas	39	11,14%			1	2,70%	40
Imbabura	17	4,86%	4	17,39%	2	5,41%	23
Loja	16	4,57%	1	4,35%	2	5,41%	19
Los Ríos	13	3,71%					13
Manabí	25	7,14%	1	4,35%	2	5,41%	28
Morona Santiago	6	1,71%			2	5,41%	8
Napo	8	2,29%			2	5,41%	10
Orellana	6	1,71%	1	4,35%	1	2,70%	8
Pastaza	3	0,86%	1	4,35%	7	18,92%	11
Pichincha	30	8,57%	5	21,74%	2	5,41%	37
Santa Elena	14	4,00%					14
Santo Domingo de los Tsáchilas	17	4,86%	1	4,35%	1	2,70%	19
Sucumbios	8	2,29%			2	5,41%	10
Tungurahua	20	5,71%	1	4,35%			21
Zamora Chinchipe	5	1,43%			1	2,70%	6
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	<b>397</b>

Fuente: Consejo de Comunicación (2022).

## De la FM al dial infinito

La irrupción de la *web* 2.0 ha dado lugar al abandono del concepto tradicional de radio y ha permitido entender las prestaciones sonoras que ofrece la red desde otro punto de vista (Antón, 2004, p. 2). Además, la presencia de la radio ecuatoriana en la red permite aumentar su audiencia más allá de la cobertura hertziana y ofrece acceso de 24/7 a los contenidos, reproducción a la carta y perfil multimedia de los propios contenidos radiofónicos (García, 2018, p. 201). Como resultado, la radio tradicional ecuatoriana, especialmente la FM, ha incursionado en las plataformas de la *web* 2.0. Sin embargo, la primera iniciativa de radio por internet, Radio Play Internacional, fue nativa de la red y surgió en 2006, obteniendo 180 mil visitas en todo el mundo en su primer año (Yaguana y Delgado, 2014).

En 2011, se contabilizaron 94 radios con transmisión por internet, de las cuales 80 fueron desarrolladas a partir de medios tradicionales y 14 eran nativas digitales (Quezada *et al.*, 2021). Por lo tanto, la radio tradicional ha visto en la *web* la oportunidad de ampliar el contenido de antena y atraer la atención de la audiencia social, que cada vez se informa, entretiene y educa a través de plataformas *web* y redes sociales, enriqueciendo el discurso tradicional con elementos como texto, imagen y video.

La FM ha sido subutilizada en internet, ya que, aunque casi todas las emisoras tienen una página *web* para distribuir sus contenidos, aproximadamente solo el 48% de ellas ofrecen audio en *streaming* a través de sus plataformas *web*; además, el 47% transmite algunos programas de su parrilla de programación a través del *streaming* de video para ofrecer contenidos multimedia. El 57% de las emisoras FM cuenta con una aplicación móvil para sistemas iOS y Android. La tabla 2 ilustra, por

provincia y de manera numérica, la presencia de emisoras FM en la web 2.0 a través de portales de internet y aplicaciones móviles.

### *Presencia de emisoras FM en plataformas web 2.0*

Provincia	# de emisoras	Presencia en la web 2.0			
		Web	Aplicación móvil	Streaming de audio	Streaming de video
Azuay	24	24	15	10	13
Bolívar	12	12	3	5	5
Chimborazo	26	26	16	13	13
Cañar	11	11	3	10	10
Carchi	13	13	7	5	6
Cotopaxi	17	17	8	6	5
El Oro	22	22	12	7	10
Esmeraldas	14	14	10	5	6
Galápagos	4	4	2	1	1
Guayas	40	40	28	25	25
Imbabura	23	23	16	7	4
Loja	19	19	13	6	4
Los Ríos	13	13	10	5	4
Manabí	28	28	17	13	16
Morona Santiago	8	8	4	5	5
Napo	10	10	3	5	4
Orellana	8	8	2	3	4
Pastaza	11	11	5	6	3
Pichincha	37	36	18	22	22

Santa Elena	14	14	7	5	6
Santo Domingo de los Tsachilas	19	18	13	17	12
Sucumbios	10	10	5	4	3
Tun gurahua	21	21	16	10	11
Zamora Chinchipe	6	6	2	3	1
Total	410	408	235	198	193

### *Emisoras FM con presencia en redes sociales*

La FM hace presencia en Facebook, ya que el 98% de las emisoras tienen perfiles que se utilizan para interactuar con la audiencia o para promocionar contenidos. Twitter es la segunda red más utilizada debido a su relevancia para la cobertura informativa en *microblogging*. Instagram es la tercera aplicación más utilizada, ya que el 48% de las estaciones las usa para promocionar contenidos y, en algunos casos, para publicar información en formato de foto reportaje. YouTube, con un 35%, se utiliza principalmente en espacios de entrevistas con temáticas informativas o deportivas. TikTok solo tiene un 6% de uso, lo que indica que la radio no dirige sus contenidos a segmentos de audiencia más jóvenes. Por último, Spotify cuenta con un 3% de penetración.

Guayas, Pichincha, Manabí, Chimborazo y Azuay son las ciudades con mayor cantidad de emisoras que usan Facebook y Twitter. Por otro lado, las FM que utilizan Instagram y YouTube las lideran las provincias de Guayas, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua. La tabla 3 muestra el número de FM que utilizan redes sociales.

*Presencia de emisoras FM en redes sociales*

Provincia	Total de emisoras	Presencia en redes sociales					
		Facebook	Twitter	Instagram	Tik Tok	Spotify	Youtube
Azuay	24	24	24	9	1		5
Bolívar	12	11	10	5			2
Chimborazo	26	26	22	10			1
Cañar	11	11	7	4	4	1	5
Carchí	13	13	11	8		1	5
Cotopaxí	17	17	16	7	1	2	5
El Oro	22	21	17	9	1		7
Esmeraldas	14	14	14	6			3
Galápagos	4	4	3	3			1
Guayas	40	40	40	27	2	3	17
Imbabura	23	21	19	11	2	1	5
Loja	19	18	16	5		1	3
Los Ríos	13	13	13	4			3
Manabí	28	28	26	9	1	1	5
Morona Santiago	8	7	7	2			4
Napo	10	10	8	6		1	5
Orellana	8	8	7	3	1		2
Pastaza	11	11	11	1	1		2
Pichincha	37	37	32	27	2	2	25
Santa Elena	14	14	13	8	2		5
Santo Domingo de los Tsachilas	19	18	16	15	3		15

Sucumbios	10	10	9	4	1	6
Tun gurahua	21	21	18	14	4	12
Zamora Chinchipe	6	6	4	1		
Total	410	403	363	198	26	143

## Conclusiones

Con el tiempo, la oferta comunicacional e infraestructura de las FM evolucionó de una emisora con contenidos de radioteatros, radionovelas y música en vivo en escenarios y tarimas a cuartos insonorizados con pocos operadores y locutores que priorizan las propuestas musicales, informativas, deportivas y educativas.

Hasta el 2021, el 85% de las propuestas radiales de FM eran de tipología privada con fines de lucro. Hoy en día, los medios de radio priorizan la fuerza de la palabra combinada con la riqueza de los elementos multimedia. La radio comienza a tener imagen y las historias se cuentan con recursos visuales y textuales. El mensaje deja de ser fugaz y se mantiene en la *web* 2.0 gracias a la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, que ahora son recursos que forman parte de las salas de producción sin dejar de lado la impronta marcada por el buen uso de los elementos del lenguaje radiofónico.

Actualmente, la FM se encuentra en un proceso de adaptación a nuevas plataformas de comunicación para la distribución de contenidos. Según los datos disponibles, solo el 48.2% de las emisoras ofrecen sus propuestas a través de *streaming* de audio en sus plataformas *web*, lo que significa que gran parte de ellas aún no han aprovechado las nuevas estrategias de distribución de contenidos de antena. Además, el 47% de las emisoras utilizan recursos visuales para amplificarse en el mundo digital.

En cuanto a las redes sociales, la FM tiene una amplia presencia en plataformas como Facebook y Twitter, pero no utiliza redes sociales como TikTok, que son muy populares entre la generación Z, o plataformas de audio como Spotify para distribuir narrativas o series a la carta.

En el futuro, la FM de Ecuador enfrentará el desafío de renovar su modelo de negocio combinando las estrategias de sostenibilidad tradicionales con las nuevas oportunidades que surgen en el ecosistema digital. Como medio de comunicación, la radio FM debe seguir siendo relevante y confiable en su oferta de proximidad y dar voz a los actores sociales para promover una sociedad más justa y equitativa. También es importante que la radio FM contribuya al proceso de alfabetización informacional para contrarrestar la infodemia que se produce en el escenario digital.

## **Referencias**

- Antón, E. R. (2004). La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red. En IV Congreso Latinoamericano de Periodismo. Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Recuperado de <https://bit.ly/3dm1Sm3>
- Consejo de Comunicación-Libertad de expresión y derechos. (2022, 25 julio). Consejo de Comunicación. Recuperado de <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/>
- Cordovez, D., y Barrezueta, H. D. P. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Quito. Asamblea Nacional del Ecuador.
- Del Alcázar, J. (2022, 20 abril). Estado Digital Ecuador abril 2022. Mentinno-Consultoría Valor de Vida de Clientes. Recuperado el 23 de agosto de 2022 de <https://www.mentinno.com/gracias-aqui-esta-tu-informe-estado-digital-ecuador-abril-2022/>

- González, M. J. y Betancourt, G. (2014). *Las emisoras de radio de Ecuador debutan en la gestión de redes sociales*. En VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna, Tenerife, España 1–30.
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Barcelona, Spain: Editorial uoc. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/59096?page=129>
- Martínez-Costa, M.-P., Moreno, E. y Amoedo, A. (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los cybermedios. *El Profesional de La Información*, 27(4), 849. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.14>
- Meneses, Z. (1992). Análisis de Medios de Comunicación en el Ecuador. *In Quipus* (Ed.), CIESPAL (Vol. 2, Issue 1).
- Quezada, L., Yaguana, H. y Marín-Gutiérrez, I. (2021). La gestión de la radio por Internet de Ecuador. Congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2020.
- Sixto García, J. (2018). La radio española en las redes sociales: cross-media en el escenario convergente. *Communication Papers*, 7(14), 181. Recuperado de [https://doi.org/10.33115/udg\\_bib/cp.v7i14.22284](https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v7i14.22284)
- Yaguana, H. A., Martínez, J. y González, M. J. (2015). Uses of social media Facebook & Twitter by Ecuadorian radio: Management in most important social network in Ecuadorian radios in a convergence time [Gestión de las Emisoras de Radio Nacionales de Ecuador en Facebook y Twitter: Uso de las principales Redes]. 2015 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI. Recuperado de <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84943340079&doi=10.1109%2FCISTI.2015.7170479&partnerID=40&md5=35435893503f4e1fb65566048e96e2ac>
- Yaguana, H. y Delgado, W. (2014). *85 años de la radiodifusión en Ecuador*. Ediciones CIESPAL, Ecuador.

## El Salvador: a casi un siglo de su primera emisión, la radio FM sigue vigente

*Norma Ramírez*

Fue el primero de marzo de 1926 cuando las ondas del espectro electromagnético en El Salvador transmitieron las señales de la que se convirtió en la primera emisora radial en el país y en Centroamérica: Radio AQM. Este proyecto se instaló a iniciativa del presidente de entonces: Alfonso Quiñonez Molina, por eso se denominó con las siglas del nombre del mandatario.

Sus primeras transmisiones fueron un discurso del presidente y un concierto de música clásica, lo que generó —según la historia— mucha expectativa en la población, dado que hasta entonces no se tenía acceso a este tipo de medio de comunicación en el país.

La AQM nació como un proyecto educativo, informativo y cultural. Algunos años después, cuando se adoptaron los lineamientos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la emisora cambió su nombre a Radio Nacional de El Salvador. Desde el año 2019, con la llegada de una nueva administración al gobierno, se conoce como Radio El Salvador.

El arribo de la radio al país fue un evento que generó mucha expectativa. Al principio se instalaron parlantes en plazas públicas para que se escucharan las emisiones. Años después, solamente las personas con niveles adquisitivos altos tenían acceso a aparatos receptores.

En la década de 1930 la radiodifusión salvadoreña comenzó a variar su programación. Aunque nace como un medio de comunicación creado con naturaleza gubernamental, las nuevas emisoras que surgían introdujeron otros contenidos, entre ellos los informativos. El primer noticiero radial fue llamado *Diario Latino informa* y *YSP transmite*, pues el productor de este

programa fue el periodista Francisco José Alvarado quien era parte del equipo de Diario Latino (Vargas, 2000).

La radio en El Salvador ha sido el medio de comunicación por excelencia, pues por su bajo costo y amplia cobertura, comunidades ubicadas en lugares donde la televisión o el internet no llegan, tienen acceso al acontecer nacional o internacional.

Este medio de comunicación evolucionó en contextos políticos complejos y, pese a la llegada del cine y la televisión, se ha mantenido. Por ejemplo, durante la pandemia de COVID-19 y el confinamiento obligatorio, la radio fue clave en aquellas zonas donde la señal de la TV era de difícil acceso y se convirtió en un canal para que la población, sobre todo la más vulnerable, conociera la información.

### ***Evolución de la FM en El Salvador: ¿qué ha pasado entre 1970 y la actualidad?*<sup>1</sup>**

Hablar de la frecuencia modulada es hacer un análisis no tan extenso en el tiempo. En este país, el más pequeño de Centroamérica (también conocido como *el pulgarcito*), aunque la radio irrumpió en las ondas del espectro electromagnético desde 1926, la FM no llegó sino hasta la década de los setenta.

Esto significó un cambio en las formas en que la población pudo tener acceso a escuchar este medio de comunicación y coincidió con el avance de la tecnología, dado que era posible portar la radio en aparatos más pequeños a los conocidos a inicios del medio de comunicación.

---

<sup>1</sup> Referencias de datos históricos retomados para este apartado son parte de la entrevista realizada a Serafín Valencia, periodista, radialista y profesor universitario en El Salvador.

Pero ¿qué ha pasado desde entonces hasta la actualidad? En el siguiente apartado tratamos de apuntar algunos datos históricos relevantes.

### *Década de 1970*

Durante esta década, se registró el surgimiento de la Asociación Estereofónica, en la frecuencia 92.1 FM. Este esfuerzo nació en un contexto político, social y económico complejo para El Salvador, ya que la represión a la protesta, las precarias condiciones de vida y el militarismo eran una realidad cotidiana para la población.

Aunque en ese momento existía la presencia de un locutor en cabina, la mayor parte de la programación era musical. A finales de la década, el Arzobispado de San Salvador dio vida a Radio YSAX, la voz del arzobispado, una estación en FM que transmitía las homilias de Monseñor Óscar Arnulfo Romero, entonces arzobispo.

Es importante señalar que el surgimiento de YSAX significó no solo la transmisión de contenidos religiosos, sino también de mensajes políticos y denuncia de violaciones a los derechos humanos, en voz de Monseñor Romero. De hecho, en los albores de la guerra civil, escuchar esta emisora era considerado peligroso.

### *Década de 1980*

Mientras el mundo experimentaba una serie de cambios marcados por el contexto geopolítico, incluyendo el aumento de

las tensiones en la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética, en El Salvador estalló la guerra civil. Este cruento enfrentamiento se extendió por doce años y dejó al menos 75 mil personas fallecidas y cientos de desaparecidos, y culminó en 1992 con la firma de los Acuerdos de Paz.

Al mismo tiempo, la radiodifusión en FM comenzó a experimentar un gran auge. Aunque las transmisiones en esta banda se habían iniciado en los años setenta, no fue sino hasta 1980 cuando realmente despegaron.

Según los registros, la FM inició con proyectos privado-comerciales que migraron desde la AM. Sin embargo, estos proyectos se enfrentaron a obstáculos de tipo tecnológico, dado que en ese momento aún no habían llegado al país receptores adecuados para captar la señal FM, lo que limitaba su cobertura.

Para tratar de solventar estas dificultades, las empresas empezaron a adquirir nuevas tecnologías de enlaces, lo que implicaba colocar antenas repetidoras en zonas altas para lograr una mayor cobertura. Esta decisión conllevó otro reto: el poder adquisitivo para comprar esos aparatos.

A pesar de ello, en 1984 la radio ABC se convirtió en el primer medio que funcionó en la frecuencia 100.1 FM (misma que se mantiene en la actualidad). Esta emisora nació con un formato juvenil que mezclaba locución y programación musical.

En el ámbito estatal, en esta década destacan la instalación de dos estaciones en FM: Radio Nacional (nacida en AM en 1926) y Radio Cadena Cuscatlán, ambas financiadas con fondos públicos. La primera estaba dirigida a transmitir una programación musical y algunos segmentos informativos, mientras que la segunda nació como un proyecto militar estatal y desde entonces ha sido administrada por el Ministerio de la Defensa Nacional.

Es importante mencionar que, durante la década de 1980, la programación de las radios en FM se especializó y segmentó. A las emisoras de programación juvenil se sumaron otras dirigidas a públicos adultos, como Radio El Mundo y Radio Clásica, que emitían música clásica, académica e instrumental.

También se empezó a establecer una tradición de horarios para la transmisión de ciertos contenidos en la radio. Así, las programaciones se caracterizaban por emitir música dirigida a las comunidades campesinas en la mañana, antes de que iniciaran sus tareas agrícolas. Durante el resto de la mañana se emitían programas para mujeres, al mediodía se posicionaban los segmentos informativos y por la tarde se retomaba la programación musical. Esto hizo que la radio se convirtiera en un medio de comunicación muy aceptado y consumido, dado que las personas no necesitaban detener su jornada para escucharla. Además, las empresas veían una oportunidad de publicidad y venta de productos y servicios, por lo que los empresarios aumentaron el interés en comprar frecuencias.

A finales de la década de 1980 empezaron a operar agencias de publicidad que funcionaban como intermediarias entre las radiodifusoras y sus clientes, y eran las encargadas de negociar con el gobierno y empresas internacionales para la pauta publicitaria.

En el contexto político del país no se disfrutaba plenamente del derecho a la libertad de expresión ni de prensa debido a la guerra en curso. Las emisoras no podían cuestionar las acciones de los militares o del Estado, ya que esto podía tener consecuencias políticas. El ejército revisaba los contenidos de las radios para mantener el control. A pesar de esto, hubo emisoras que se posicionaron como referentes informativos, tales como Radio YSKL, Radio YSU y Radio Sonora.

Es importante señalar que, en la década de 1980, también surgieron las “radios guerrilleras”; proyectos creados por los grupos subversivos que no tenían acceso a ningún tipo de medio de comunicación. En enero de 1981, en las montañas del departamento oriental de Morazán, se transmitió por primera vez Radio Venceremos, un proyecto que se tomó el cielo por asalto, dado que transmitían en onda corta y larga sin permiso. Sus contenidos eran informaciones sobre las acciones que la guerrilla realizaba y los análisis que hacían del contexto. Posteriormente, también aparecieron otras iniciativas de este mismo tipo, como Radio Farabundo Martí y Radio Liberación.

### *Década de 1990*

En los años noventa, la radio FM se fortaleció gracias a la mejora de la tecnología disponible para la transmisión y recepción de señales. Además, el modelo de gestión privado-comercial se profundizó y se empezó a regular la radiodifusión a través de la Asamblea Legislativa. La década de 1990 fue también un periodo de cambios históricos para el país, ya que se registró el fin formal de la guerra con la firma de los Acuerdos de Paz en 1992.

Otro acontecimiento histórico importante fue el surgimiento de las radios comunitarias, proyectos de comunicación en FM cuya naturaleza es participativa y territorial. Estas emisoras se financiaban con proyectos de ONG y asociaciones comunales en lugar de depender, principalmente, de la venta de publicidad a grandes empresas, lo que las diferenciaba del modelo de gestión privado-comercial.

### *Década del 2000*

En la década del 2000, tras un periodo de cambios políticos, sociales y económicos, El Salvador llegó al inicio del nuevo milenio con un sistema de radiodifusión en FM más fortalecido, gracias a la mejora en las tecnologías de recepción y transmisión, lo que permitió un amplio acceso a nuevos aparatos.

En cuanto a los formatos de las emisoras, estos se mantuvieron similares, aunque se incorporaron algunos cambios en cuanto a sus contenidos. Las empresas empezaron a importar modelos de locución y formatos de otros países, así como *enlatados* (programas grabados) lo que afectó la capacidad de producción de las estaciones.

En cuanto al financiamiento y sostenibilidad de las radios, el sistema privado-comercial se profundizó y algunas empresas empezaron a monopolizar frecuencias creando corporaciones, lo que significaba la tenencia de varias emisoras y la monopolización de contenidos y programaciones.

Durante los 2000 coexistían tres sectores de la comunicación en el modelo mediático salvadoreño:

- ***Privados-comerciales:*** monopolizan frecuencias y contenidos, principalmente de entretenimiento. Concentran la pauta publicitaria del Estado y su fin es lucrativo.
- ***Estatal/gubernamental:*** se financian con fondos públicos y ofrecen contenidos informativos sobre el quehacer del gobierno.
- ***Comunitario:*** en esta década siguen existiendo sin reconocimiento legal como sector; aunque algunas radios contaban con autorización para operar en FM, no tenían

acceso a la pauta publicitaria oficial y su fin no es lucrativo.

### ***Actualidad de la FM salvadoreña***

En la actualidad, la mayoría de las estaciones de radio en El Salvador están en manos privadas y, aunque el número de estaciones estatales ha aumentado de 2 a 4 desde 1986, siguen siendo una minoría. Las estaciones comunitarias continúan operando en una sola frecuencia a nivel nacional, fragmentada en 22 municipios. Además, han surgido nuevas estaciones con denominaciones religiosas, tanto evangélicas como católicas.

La radio también se enfrenta al desafío del mundo digital, lo que ha llevado a muchas estaciones a transmitir en línea a través de la *web*, así como en las redes sociales.

### ***Las radios comunitarias: la población tomando su derecho a la palabra***

Durante la guerra civil en El Salvador —de 1980 a 1992—, la vida de la población fue compleja. Por un lado, grupos organizados reclamaban por las precarias condiciones de vida y las constantes violaciones a los derechos humanos por parte del Estado y, por otro, las fuerzas de seguridad reprimieron las manifestaciones e impusieron un estilo de gobierno autoritario y dictatorial: fue el pan de cada día por doce años.

En este contexto, la radio fue importante para la transmisión de información, sobre todo porque en esa época era muy difícil tener acceso a un aparato de televisión. Los medios oficiales (radio y televisión) repetían el discurso del gobierno y el

ejército, aunque estos no daban cuenta de la verdadera realidad de la guerra, y los medios comerciales enfrentaban la censura estatal que silenciaba de forma violenta a quienes se atrevían a denunciar los atropellos en contra de la población civil.

Es importante hacer referencia a cómo surgen en este momento de la historia salvadoreña esfuerzos de comunicación alternativa que buscaban, en esencia, dar “voz a los sin voz”. La primera iniciativa que se registra es la radio YSAX del Arzobispado de San Salvador liderada por Monseñor Óscar Arnulfo Romero<sup>2</sup>. A través de las ondas hertzianas, el arzobispo mártir expresaba desde su mirada la realidad del país, casi siempre preocupado e instando al respeto de los derechos humanos.

En el contexto de la guerra, en 1981, la guerrilla instaló en las montañas del oriental departamento de Morazán Radio Venceremos, un proyecto comunicacional histórico liderado por el periodista venezolano Carlos Consalvi (“Santiago”), actualmente director del Museo de la Palabra y la Imagen (MUPI).

Esta emisora funcionó como el medio de comunicación de la guerrilla, transmitiendo clandestinamente tres veces al día, su emisión principal era a las seis de la tarde, a través de la FM y la onda corta (Sistema bibliotecario UTEC, 2017). Radio Venceremos fue clave para revelar lo que ocurrió en diciembre de 1981 en El Mozote, la cruel masacre de más de mil campesinos perpetrada por el ejército salvadoreño.

Al finalizar la década de los ochenta, las comunidades que tuvieron que exiliarse en los campamentos que Naciones Unidas instaló en Honduras decidieron regresar al país. Al llegar a sus territorios, encontraron destrucción y desolación. La

---

<sup>2</sup> Ahora santo salvadoreño.

guerra les había robado parte de su vida y de su tierra. Pronto decidieron reconstruir, pero no desde el silencio. Tenían la certeza de que su situación debía conocerse y tenían claro que los medios oficiales y los alineados al poder estatal no darían espacio a sus voces. Por ello, decidieron fundar sus propios medios y así nacieron los proyectos de radios comunitarias.

Dada la historia y las referencias de las radios creadas por la guerrilla, las emisoras comunitarias no fueron bien recibidas por las autoridades de la época ya que se las calificaba como *subversivas* o *guerrilleras*. De hecho, en 1995, el gobierno del fallecido expresidente Armando Calderón Sol ordenó el cierre de varias estaciones comunitarias con el argumento de que eran ilegales. Este fue solo el primer hecho histórico que estableció unas reglas excluyentes e injustas para los medios de ese sector. Dos años después, en 1997, se aprobó la Ley de Telecomunicaciones, marco legal que no reconoció la existencia de este tipo de iniciativas.

Por más de veinte años, las radios comunitarias funcionaron sin ser reconocidas legalmente, hasta que el 5 de mayo de 2016 se aprobó una reforma a la mencionada Ley que las incluyó y estableció nuevas reglas para su funcionamiento en el espectro radioeléctrico. Sin embargo, estas reformas nunca fueron implementadas.

Mientras esto sucedía, el mapa de medios radiofónicos continuaba privilegiando el componente económico en el país. Aunque operan cumpliendo las tres funciones principales de los medios de comunicación: informar, educar y entretener, lo cierto es que, como el resto de los medios, las emisoras, principalmente las comerciales, responden a intereses de grupos de poder.

### *Las narrativas radiales*

En 1989 durante una ponencia presentada en el xv Congreso Internacional de la Latin American Studies Association, Ignacio Martín-Baró, sacerdote jesuita y docente de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), apuntaba que:

Los medios de comunicación masiva (MCM) son concebidos fundamentalmente como un negocio, de tal manera que la información transmitida debe supeditarse al doble criterio de hacer dinero y de servir a los intereses grupales de los propietarios (ver Stein, 1979). Durante muchos años, el periodismo dominante en El Salvador se limitaba a seleccionar noticias servidas por las grandes agencias internacionales (la AP y la UP, sobre todo), o a transmitir informaciones locales intrascendentes, muchas de ellas suministradas por los propios interesados (Baró, 1989, p. 2).

Es en esta lógica que la radio salvadoreña ha estado funcionando desde 1926, al menos en su vertiente comercial y la vinculada al gobierno. Las narrativas que se crean responden a los intereses de los grupos de poder que buscan controlar la opinión pública a través de programas de entretenimiento que generan distracción de los problemas reales del país o los cubren como una “cortina de humo”. Otros programas informativos no muestran la radiografía completa del día a día, y todo esto deja de lado uno de los componentes más importantes: la educación.

Ignacio Martín Baró fue asesinado en noviembre de 1989, dos meses después de escribir esta ponencia. En una de sus conclusiones, señala que: “dado el carácter de los conflictos de baja intensidad, que es el tipo de guerra que se libró en el país,

desde 1983, la conciencia colectiva de la población salvadoreña se ha convertido en un campo de batalla de particular importancia”; en éste, la radio como medio de comunicación masiva jugó un papel clave.

En la actualidad, aunque El Salvador no se encuentra en un contexto de guerra, la disputa de sentidos y narrativas sigue siendo relevante. Desde el poder (real y fáctico) se intenta crear una opinión pública sumisa que responda a los intereses de la estructura del sistema capitalista y que, sobre todo, no cuestione.

Por esta razón, temas todavía considerados tabú son poco abordados por los grandes medios comerciales en sus parrillas de programación. Los derechos humanos, la comunidad LGBTQ+, la violencia de género y los derechos sexuales y reproductivos son temas que se pueden escuchar, en su mayoría, en medios comunitarios y alternativos comprometidos con la agenda del movimiento social.

### *La llegada del internet y la radio en línea*

La llegada del internet a El Salvador es relativamente reciente. La primera conexión se instaló en 1994, hace 28 años, en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y fue realizada por el ingeniero Rafael Ibarra. Esto fue un gran avance para un país en posguerra y abrió una ventana de oportunidades al mundo, que ya había avanzado considerablemente en el nuevo escenario virtual años antes. Allaná el camino para cambios en las formas de comunicación en el país.

Aunque en el mundo la primera radio en transmitir sus contenidos en línea comenzó a funcionar entre 1993 y 1994, en

El Salvador este proceso fue más lento. A partir del nuevo milenio, algunas emisoras comenzaron a poner sus contenidos en sitios *web*, lo que les permitió tener presencia también en ese entorno.

En la actualidad, la mayoría de las emisoras de radio ofrecen su programación a través de la *web* e incluso algunas están desarrollando sus propias aplicaciones para dispositivos móviles. Sin embargo, a pesar de este avance, el país aún no tiene fecha establecida ni las condiciones necesarias para la transición a la radio digital, lo que implicaría dejar atrás el sistema analógico.

Además, muchos medios de comunicación, sobre todo los de corte informativo están apostando desde hace pocos años por la producción de *podcasts*, producciones que retoman la naturaleza de la radio y que son colocadas en internet. Otros están creando las bases para funcionar por completo en el mundo virtual.

### ***Los retos de la radio***

Después de 96 años de la primera emisión de radio en El Salvador aún hay muchos retos para este medio de comunicación que ha acompañado a tantas generaciones y ha evolucionado. Sin duda, la radio ha sido, es y seguirá estando vigente dado su alcance y la magia que envuelve a sus audiencias.

En los próximos años y décadas uno de sus principales retos será, como en muchos ámbitos, la sostenibilidad financiera. Para quienes manejan emisoras desde el sector comercial, será importante revisar los contenidos que se ofrecen a la audiencia para que estos cumplan realmente con las tres

funciones de los medios y no se priorice solamente en difundir únicamente lo que a unos grupos de poder les interesa.

Para quienes hacen radio comunitaria y alternativa, también es necesario apostar a la sostenibilidad, dada su importancia para las comunidades ubicadas en zonas geográficas difíciles y su importancia en la garantía del derecho a la palabra.

El Estado también juega un rol clave en la asignación equitativa de pauta publicitaria, según lo dicen estándares de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos<sup>3</sup>.

Otro reto está vinculado al cómo hacer radio innovadora; una que sea capaz de despertar la imaginación y generar conciencia crítica en la población, que no esté sujeta a aprobación de ningún grupo de poder o del Estado, sino que responda genuinamente al interés de la población y que se acomode a los cambios del entorno tecnológico.

Para todo esto, la acción del Estado es clave en el apoyo a los proyectos comunitarios, alternativos y comerciales, de forma equitativa. Además, es necesario que haya una audiencia activa que exija a las emisoras que escuchen e incluyan sus voces y demandas.

¡Que la magia de la radio continúe!

---

<sup>3</sup> Principios sobre regulación de la publicidad oficial en el sistema interamericano de protección de los derechos humanos.

## Referencias

- Baró, I. (1989). *Los medios de comunicación masiva y la opinión pública en El Salvador de 1979 a 1989*. Departamento de Psicología y Educación, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. Recuperado de <https://www.uca.edu.sv/coleccion-digital-IMB/wp-content/uploads/2015/11/1989-Los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-masiva-y-la-opini%C3%B3n-p%C3%ABblica-Ponencia.pdf>
- Sistema bibliotecario UTEC. (s. f.). *Radio Venceremos: medio de comunicación del FMLN*. Biblioteca.utec. Recuperado de <https://biblioteca.utec.edu.sv/sitios/conflicto/index.php/1981/01/10/radio-venceremos-medio-de-comunicacion-del-FMLN/>
- Vargas Méndez, J. (2000). *Para oírte y mirarte mejor...: La industria radial y televisiva en El Salvador (1926-2000)*. Primera edición, Vol. 1. Asociación Salvadoreña de Radiodifusores (ASDER). Recuperado de <https://asder.com.sv/wp-content/uploads/2018/04/LIBRO-DE-LA-INDUSTRIA-RADIAL-Y-TELEVISIVA-DE-EL-SALVADOR-ilovepdf-compressed.pdf>

## Guatemala: la radio FM

Juan Francisco Romero Martínez

### Breve historia de la radio en Guatemala

#### Antecedentes

La presencia de la radio en América fue conocida por los aficionados a las ondas cortas, quienes captaban información que llegó alrededor de la primera guerra mundial. El ingeniero Julio Caballero Paz solicita los permisos respectivos y, tras realizar las primeras pruebas, logra exitosamente establecer

comunicación con dos personas en Estados Unidos. La primera transmisión se realizó en 1929 (Soberanis, 2023).

El contacto prosiguió con un programa donde se declamaron poemas y se invitaba a artistas de la época a interpretar sus canciones. Era un formato de onda corta que no llegó a tener la calidad de radio. Durante el gobierno del General Lázaro Chacón se impulsaron los experimentos del ingeniero Caballero, quien logró que la primera transmisión fuera reconocida oficialmente el 15 de septiembre de 1930 —fecha que coincidía con las celebraciones del día de Independencia—. A partir de ese momento se fundó TGW Radio Nacional de Guatemala, la radio oficial y estación más antigua que hoy día sigue con sus transmisiones.

El crecimiento de la radio tuvo dos características: por un lado, se mantiene la estación oficial, por el otro aparecen las primeras estaciones privadas, impulsadas por la principal empresa de cerveza del país: Cervecería Centroamericana. La programación consistía en producción local, con la presentación de artistas y músicos locales.

Durante la década de los años cuarenta, especialmente con los acontecimientos políticos de la Revolución de 1944, se desarrolló el radioteatro, impulsado por la TGW y con especial énfasis en buscar atraer al público infantil. Esta técnica combinó las artes escénicas —en especial teatro— con la producción radiofónica, con especial énfasis en el trabajo de efectos de sonido y música para combinar la narrativa de una historia. *La historia de un Pepe* y *Un loteriazó en plena crisis* son algunas de las producciones más recordadas (Soberanis, 2023).

En los años sesenta surgió el conflicto armado en Guatemala y duró 36 años, por lo que se dividió la programación y producción; por un lado, las estaciones intentaron mantener

espacios informativos, pero bajo amenaza tanto de las fuerzas oficiales como de los insurgentes. Las estaciones privadas, con el apoyo gubernamental, fomentaron una programación que combinaba música y producción extranjera; la influencia de la música que llegaba de Estados Unidos y México permitía, de alguna manera, disipar las informaciones en los cascos centrales sobre el conflicto que afectaba principalmente las zonas del occidente y norte del país.

Más allá de lo político, el interés en promover las estaciones y contenidos musicales daba a los empresarios la posibilidad de ahorrar costos de funcionamiento, por lo que poco a poco desaparecieron las producciones teatrales, incluso los locutores se limitaban a recordar el nombre de la estación, el dial donde se escuchaba y eventualmente el título de la melodía que sonaba en esos momentos.

### *Orígenes de la FM*

Los años entre 1960 y 1970 tuvieron una amplia participación en la banda de amplitud modulada, las características topográficas de Guatemala hacían más factible el uso de ésta, pues la fuerza de la señal le permitía bordear los cerros y montañas del país. No es, sino hasta finales de los años setenta que empiezan a aparecer las primeras estaciones en FM.

La radio de frecuencia modulada inició a finales de la década de los años setenta. Surgió como una evolución técnica a las frecuencias en amplitud modulada, la cual copó la distribución de las principales estaciones del país.

La justificación de las estaciones de radio fue el contar con una señal más fidedigna, pero, debido a la topografía de

Guatemala, su alcance era limitado; requería la realización de enlaces técnicos para llegar, especialmente al occidente y norte del país, con una alta presencia de zonas montañosas, que complicaban su distribución (Jerez, 2023).

Durante la década de los años ochenta, Guatemala se encontraba en la parte más difícil del conflicto armado interno. La radio tenía básicamente programación noticiosa, muy limitada por las autoridades y expuesta a ocupación por parte de la guerrilla. Junto al desarrollo de la frecuencia aparecieron las primeras cadenas: formato que permitía a una misma persona, empresa (muchas veces familiar, tal como ocurrió con el consorcio Emisoras Unidas de la familia Archila, Radio Corporación Nacional de la familia Alcázar o Grupo ARCASO del Ingeniero Armando Castillo) solicitar la concesión de varias frecuencias para poder establecer diversas estaciones de radio (Soberanis, 2023).

La apertura a los mercados mexicanos, estadounidenses, españoles y argentinos permitió generar nuevos y variados contenidos musicales, lo que daba lugar a desviar, principalmente en la Ciudad de Guatemala, la atención de las nuevas generaciones sobre los conflictos políticos y militares. En el interior de la República se buscaban contenidos noticiosos, pero eran limitados.

Entre 1986 y 1996, surgen estaciones que rompen el esquema de contenido sin narración: estaciones religiosas, noticiosas y deportivas empiezan a ofrecer programación con otro tipo de información. El siglo xx trajo consigo la consolidación de los consorcios ya mencionados: Emisoras Unidas y Radio Corporación Nacional, pertenecientes a familias que tenían la concesión de las frecuencias, ya que, en Guatemala las frecuencias son propiedad del Estado.

### *Panorama actual de la FM*

La radio cumplió un papel importante entre 1980 y 2010, pues fue uno de los medios más populares en el país. Los contenidos variaban, la mayoría de las estaciones se limitaban a reproducir música, aunque empezaron a programar otros contenidos como noticias, religión y deportes. Por varios años, la radio fue uno de los medios más seguidos, pero poco a poco ha sido desplazado en el gusto de las nuevas generaciones, especialmente por las plataformas en internet, que ofrecen los contenidos que se desean, sin la presencia de voces de locutores o excesiva publicidad.

**\*Legislación y formas de financiamiento:** por Ley, las frecuencias en Guatemala son propiedad del Estado, que otorga concesión por determinada cantidad de tiempo (entre 10 y 25 años, según sea el caso) a una empresa o institución que acredite la propiedad.

Actualmente los 4 mayores consorcios a nivel nacional son Circuito Alba, que incluye al Grupo Tajín, vinculado con el empresario mexicano Ángel González. Luego está el Grupo Emisoras Unidas, propiedad de la familia Archila Marroquín, estos dos también cuentan con frecuencias en televisión, medios digitales y salas de cine. Otros dos grupos importantes son Radio Corporación Nacional propiedad de la familia Alcázar Solís, y Grupo Alius, propiedad de Eduardo Liu (Dirección General de Radiodifusión, 2023).

En cuanto a la legislación en materia radiofónica, ésta ha tenido ligeras modificaciones durante los últimos años. Básicamente se cambió para permitir el uso y regulación de las bandas que utilizan las empresas que prestan servicio de internet. Se mantiene el modelo de frecuencias propiedad del

Estado y dadas en arrendamiento a personas y sectores empresariales, conforme el normativo de la Super Intendencia de Telecomunicaciones.

Por norma constitucional existe la libertad de expresión, sin embargo, se infiere que los dueños mayoritarios negocian espacios durante las campañas electorales, a cambio de beneficios como ampliación de la concesión del tiempo otorgado para las frecuencias.

En ocasiones, como en el caso de ciertos gobiernos vinculados con la derecha como ocurrió con el expresidente Álvaro Arzú (1996–2000) o Jimmy Morales (2016–2020), se acusó a mandatarios de realizar estrategias, restringir o disuadir a empresas y patrocinadores para crear una especie de cerco publicitario que debilitara y asfixiara económicamente a determinados medios críticos con la gestión gubernamental.

Las radiodifusoras básicamente funcionan como empresas que trabajan bajo la legislación tributaria y financiera del país. En la mayoría de los casos utilizan los recursos provenientes de la publicidad, en ocasiones pagos de espacios por parte de instituciones, organizaciones, personas, entidades que alquilan espacios para la difusión de sus programas y contenidos, como la UNICEF o la ONU; instituciones públicas como el Ministerio Público, e iglesias cristianas evangélicas.

**\*Profesionalización:** en años recientes, la profesionalización del sector se ha ido fortaleciendo en tanto la presencia de profesionales egresados de facultades de Comunicación del país ha ido en aumento. Sin embargo, aún en la actualidad muchos comienzan como locutores empíricos, luego se promueven poco a poco hasta convertirse en profesionales multimedia, que no solo producen contenido para radio, sino para diversas redes sociales.

La Dirección General de Radiodifusión tiene criterios como la exigencia de una preparación mínima de locución y da prioridad al presentador nacido en Guatemala, pero no existe claridad en cuanto a las sanciones por el incumplimiento de esta normativa, lo cual ha permitido que el espectro de la locución se amplíe con la presencia de profesionales de diversas áreas ejerciendo en las estaciones.

**\*Programación:** en la actualidad, las radios FM tienen señal las 24 horas, pero por cuestiones (principalmente administrativas) existen dos tipos de emisoras con base en sus contenidos: las musicales, que ocupan cerca del 60% del dial, con programación musical basada en los géneros que promocionan. Estas estaciones cuentan con espacios donde aparece la voz de locutores, cuya intervención se incrementa o decrece según los espacios publicitarios. El resto de las estaciones son las que se enfocan en contenidos específicos, como religión, noticias o deportes.

Por criterios publicitarios, la mayoría de los espacios de locución se dan entre las 5:30 y las 19:00 horas. Se considera que por índices de audiencia antes y después de esa hora no existen demasiados oyentes, por lo que, salvo algunas estaciones, la mayoría deja los horarios nocturnos con programas automáticos que maneja el contenido y música que se escucha. En el 90% de los casos, ya no se cuenta con operadores de cabina o locutores, sino con un sistema remoto que cubre la programación con música, similar a los *playlists* de Spotify, sin la presencia de operadores o locutores.

A finales del siglo pasado, el porcentaje de programación no llegaba ni al 5%, pero debido a la ausencia de pauta y publicidad, este valor ha crecido en años recientes, se estima que ahora ronda un 15%.

Entre las emisoras, los contenidos son similares. En la mayoría tocan música, noticias, temas religiosos y culturales. No hay tanta producción, aún se confía mucho en la improvisación y capacidad de quienes ejercen al aire.

Las radios no comerciales en Guatemala son en su mayoría religiosas y no son lucrativas, lo que les permite tener pequeños beneficios en temas de pagos de impuestos y similares. Suelen tener más producción y locución, a diferencia de comerciales que usualmente combinan música y una narración mínima.

El crecimiento va en relación con el incremento de las religiones cristianas protestantes en Guatemala, así como la necesidad de recibir mensajes positivos que contrasten con las noticias de violencia, problemas económicos y de otra índole.

Como la mayoría de los medios tradicionales (prensa, televisión) la radio ha decrecido en audiencia, debido a que los grupos más jóvenes gustan de contenidos producidos en redes sociales y actualmente plataformas de *streaming*, por ello, muchas frecuencias se han visto obligadas a buscar contenidos más atractivos y combinar su publicación en esas plataformas.

Un ejemplo puede ser la estación 9-4-9 Radio que, de ser una propuesta musical, ahora cuenta con publicaciones en redes sociales como Tik Tok o Instagram, donde presentan a sus locutores y contenidos que tendrán sus programas.

**\*Audiencias:** actualmente las audiencias de la FM han cambiado; se concentran en los estratos económicos medios de la población, principalmente entre los 25 y 60 años, la mayoría son trabajadores y profesionales. Los programas y frecuencias con mayor audiencia son las que han logrado establecer relaciones a través de redes sociales que se complementan como WhatsApp. Asimismo, la radio se ha popularizado en el interior del país y no en la zona central, en parte por la dificultad que

se tiene en el interior para acceder a señal de internet estable, lo cual deja a los medios tradicionales como una alternativa para informarse y entretenerse.

### ***Adaptación a lo digital***

La relación de la radio con internet y las redes sociales ha evolucionado en el país. Al principio se limitaba a ser una dirección *web* donde se colocaba el sonido que se escuchaba en el dial; tenía como objetivo que se pudiera escuchar en computadoras y dispositivos durante actividades en las que los oyentes no tenían permitido escuchar radio, como oficinas o almacenes.

En la última década, las páginas *web* se han comenzado a alimentar con contenidos según el perfil de la estación, noticias, información o eventualmente audios destacados de los programas con mayor audiencia. En la actualidad hay presencia en redes como Facebook, Twitter, Instagram o Tik Tok, donde también se promueve, en algunos casos, a los programas o voces que se escuchan en las estaciones.

WhatsApp permite la interacción con los oyentes, desde fines publicitarios como participación en promociones, hasta complacencia de melodías solicitadas u opiniones sobre temas que se platican en la radio. La magia de que el oyente escuche su voz en el dial, al menos por los mensajes, fomenta el envío de este tipo de textos. Los sitios *web* combinan información de la empresa, estación de radio, algunos de los programas o voces más reconocidas, con información relacionada al perfil de la emisora (por ejemplo: <https://emisorasunidas.com/> y <https://www.grupoalius.com/>).

Ahora, alrededor de 25 estaciones exploran nuevas formas narrativas como el *podcast*, tratan de trasladar parte de su programación a pequeños segmentos y capítulos, pero es una tecnología que no se utiliza con la profesionalidad que otros usuarios de redes sociales. Se debe cambiar el concepto de radio en línea a lo que supone el *podcast*, con producciones y formatos distintos a los que convencionalmente se escuchan en las estaciones.

No obstante, todo indica que las emisoras podrán adaptarse al contexto digital, de lo contrario, será difícil integrarse a un nuevo ecosistema de medios digitales. En general, existe la convicción de que las generaciones actuales consumen la producción de redes sociales, por lo que se ha optado por invitar a conducir determinados espacios a voces que interactúan en ellas: los *influencers*. De la misma forma, algunas estaciones capacitan a sus voces más reconocidas para que empiecen a insertarse en el mundo de la producción multimedia y *podcasts*.

### ***Proyección actual y a futuro***

Dentro de las principales proyecciones a futuro, destacan las siguientes:

- a) El Estado tiene por ley la propiedad de las frecuencias. La mayoría de las corporaciones que tienen usufructo de las estaciones son empresas familiares como las familias Archila, Alcázar o Liu y todo apunta a que continuará en manos de ellas.

b) La implementación de nuevas tecnologías busca atraer a los jóvenes, con la misma magia del lenguaje radiofónico, pero desde las opciones que les son más habituales. Se buscan aplicaciones que permitan interactuar con contenidos específicos y grupos más definidos.

c) La programación se hará desde la nube y permitirá llegar a otros mercados, especialmente a guatemaltecos en el extranjero, principalmente quienes viven en Estados Unidos; el mercado de la nostalgia, es decir, aquellos que escuchan por mantener un vínculo con la patria lejana. Este es uno de los principales nichos de mercado que se pueden ampliar con contenidos como noticias, deportes o actividades de religiosidad que ocurren en su país.

d) La presencia en cabina tenderá a desaparecer. Si una experiencia dejó la pandemia es la posibilidad de aprovechar la tecnología para realizar preproducción y producción desde los hogares de los locutores, lo que puede ayudar a las empresas a utilizar de mejor manera sus recursos humanos y financieros.

e) Será necesario que los locutores se acostumbren a tener presencia en las redes sociales, desde perfiles que demandan los oyentes para conocerlos, hasta espacios más puntuales como transmisiones en vivo, para interactuar en determinados momentos, para mejorar la relación que permita conocer a la voz que la audiencia identifica en los diversos programas y turnos asignados.

Es difícil conocer si habrá más radiodifusoras de FM en Guatemala pues la frecuencia está saturada. Por cuestiones técnicas,

ya no se pueden agregar más medios en la zona central del país, pero sí se puede considerar en el interior de la república.

Es cierto que el costo de alquiler o cesión de un dial es alto y difícilmente organizaciones o personas particulares pueden contar con el capital para un espacio propio. Sin embargo, este análisis nos permite visualizar que la radio de FM continuará adaptándose a las necesidades sociales y tecnológicas, para seguir incidiendo en una sociedad cada vez más diversificada y cambiante, que busca fortalecer sus necesidades de información y entretenimiento.

## **Retos**

Actualmente, la FM se enfrenta a los siguientes retos:

- a) Mejorar el equipo técnico que permita un mejor alcance, dadas las condiciones topográficas del país. Pero también la posibilidad de vincular su señal con las nuevas tecnologías de radio en línea: *podcast*, Spotify y similares (Velarde, 2023).
- b) Del lado humano es necesario una continua profesionalización del personal. Cada vez hay más presencia de egresados de las facultades de Comunicación, pero las condiciones laborales son inestables y, en la mayoría de los casos obliga a buscar otro empleo o fuente de ingreso.
- c) En cuanto a los contenidos, es imperante buscar temáticas más específicas. Los criterios de derechos de autor y similares, limitan a varias estaciones en sus contenidos musicales, por lo que han tenido que apostar por

más información que permita satisfacer la demanda de su público. Es un gran reto atraer a las generaciones más jóvenes, nativos de los dispositivos digitales y de entretenimiento (Velarde, 2023).

A pesar de dichos retos, la radio de FM ha contribuido a la sociedad guatemalteca de distintas formas; por ejemplo, brindó la voz y, en cierta forma, la recopilación audible de momentos históricos para el país, en especial durante el conflicto armado y la posterior firma de paz, con el consecuente desarrollo de la era democrática. Asimismo, ha sido fuente de información constante. Recientemente, durante la pandemia de COVID-19, la FM estuvo encargada de informar muchas de las disposiciones sobre el tema sanitario. De esta manera, apoyó la necesidad de una sociedad, agobiada por la violencia, pobreza y falta de educación. En parte, esta es la razón que podría explicar el crecimiento en los últimos años de variedad de estaciones religiosas (Velarde, 2023).

## *Referencias*

Dirección General de Radiodifusión. (2023). <https://radiotgw.gob.gt/>  
Super Intendencia de Telecomunicaciones. (2023). <https://sit.gob.gt/gerencia-de-frecuencias>.

## *Entrevistas*

Jerez, M. (2023). Comunicación personal. Febrero, 2023.  
Soberanis O. (2023). Comunicación personal. Febrero, 2023.  
Velarde, G. (2023). Comunicación personal. Enero, 2023.

## Honduras: La frecuencia modulada

*Miguel Antonio Martínez Martínez*

Los datos confirmados sobre el surgimiento de emisoras FM en Honduras son limitados, pero se puede afirmar que en 1966 la Radio Panamericana comenzó a transmitir en estéreo y en Tegucigalpa se podía sintonizar en el 96.0 del dial. En la década de 1960, ya existían varias emisoras de AM que ofrecían calidad estereofónica o musical monofónica, transmitiendo sin la estática característica de la AM. Entre estas iniciativas destacan: “Radio Titania, Tic Tac, Éxitos, Mil, Moderna, Aeropuerto y la mencionada Panamericana. También se podían escuchar emisoras como Radio Norte, Éxitos y Estéreo Rey en San Pedro Sula, y Radio Caribe y Ceiba en La Ceiba” (Valladares, 2000, p. 45).

Conversaciones con compañeros periodistas ubican a Humberto Andino Napki al empresario de la radiodifusión hondureña, como el primer impulsor de Radio Comayagüela, en los años cincuenta, en AM, y la convierte en estereofónica, igualmente, la radio Panamericana, en 1966 funcionaba como emisora FM estéreo.

Para finales de los sesenta y principios de los setenta destacan algunas iniciativas en FM como Radio Aeropuerto, que transmitía desde el aeropuerto internacional de Toncontin, en Tegucigalpa; Radio Tic Tac; Radio Titania; Radio Centro; Radio Fiesta, siempre en la capital de la república y Radio Norte, en San Pedro Sula.

Para los años setenta, el dial de la capital empieza a recibir un aluvión de emisoras, primero en sonido estéreo en AM, como radio Televisión o la Mil; luego en FM destacan Estéreo Azul, Estéreo Éxitos, Súper 100 Estéreo y Estéreo Mil, entre otras. En esa década se convierten a la FM las radios tradicionales: América, HRN, la Voz Evangélica y Radio Suyapa.

Es de resaltar la emisora del Estado: Radio Honduras, que comienza como un proyecto del Instituto Nacional Agrario (INA), conocido como Programa de Capacitación Campesina de la Reformas Agraria o PROCCARA, en AM y que desde sus inicios pasa a la FM 101.3 como Radio Nacional de Honduras.

En los años ochenta llama la atención Estéreo Conciertos, un proyecto auspiciado por las Fuerzas Armadas y que concluirá a principios de los noventa. Luego de finalizar el interés en ese tipo de proyectos aparecen más emisoras: Radio Estéreo Amor y las estaciones de música cristiana: Estéreo Luz y DCR que inició en AM.

Los noventa son los tiempos de retroceso de la AM y del inicio del auge de la FM. El mayor cambio en el sector ha sido el surgimiento de las emisoras comunitarias a partir del 2010.

### *Generalidades de la FM hondureña*

En todos los medios de comunicación en Honduras, la escasez de profesionales y capacitación son extensivas al ir al interior del país, donde las necesidades son aún mayores. El mercado impone sus condiciones, siendo que las 294 emisoras locales carecen de apoyo y solo cuentan con el entusiasmo de quienes allí laboran.

En cuanto a la exigencia de transmitir contenido nacional, la regulación de CONATEL demanda un mínimo de dos horas dentro de la programación diaria; en otros países de la región esta cantidad es superior, según la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CPDC, p. 28):

En general, las reglas del juego son claras en el sector de telecomunicaciones en el sentido que se necesita de la autorización del

Regulador para operar cualquier servicio de telecomunicaciones. Ya sean títulos habilitantes tales como concesiones, licencias, permisos, registros y recientemente inscripciones, el panorama está bien claro para los actores que pretenden entrar en tal o cual mercado. En el caso que nos atañe, no es necesario obtener una concesión para operar el servicio tanto para radiodifusión televisiva como sonora, es decir el Congreso de la República no debe aprobar el título habilitante. CONATEL resuelve o no otorgar la Licencia la cual dura normalmente 15 años y es renovable salvo ciertas excepciones (CPDC, p. 63).

La ley Marco del Sector de las Telecomunicaciones también establece lineamientos claros en cuanto a mantener una sana competencia en el mismo. Estas regulaciones se encuentran contenidas en el Título IV, el cual fue sustancialmente modificado y ampliado a raíz de la promulgación del Decreto 112-2011 de julio 2011 (CPDC, p. 68).

El problema actual que se puede suscitar en este medio es el de la captura del regulador por parte de presiones políticas o económicas para otorgar o no licencias. Algo que no solo es característico de Honduras sino de todas las economías de la región (CPDC, p. 63).

El nuevo gobierno, constituido en 2022, aún no ha avanzado en nuevas direcciones y mantiene el *status quo* de la última década, se espera que todo el sistema sea puesto al día y desde CONATEL se replantee la actual Ley Marco del Sector de las Telecomunicaciones, donde la FM espera cambios sustanciales en tenencia y distribución de frecuencias.

En cuanto a la operación de las estaciones de radio y televisión a nivel local se observa que poseen preferencia con respecto a los comercios regionales, es decir que para un anunciante que opera

localmente, este prefiere anunciarse en los medios de radiodifusión de su propia localidad debido a que sus clientes pertenecen igualmente a dicha región, además de que los precios de los radiodifusores locales son menores que los radiodifusores que operan en varias regiones (CPDC, p. 60).

Las economías de escala alcanzadas por las cadenas de mayor cuota es una barrera de entrada para los nuevos entrantes o canales o cadenas más pequeñas por el hecho que simplemente no pueden competir con relación a los precios y la calidad de la publicidad tanto en el sentido de la producción como en el sentido del alcance, es decir las audiencias a las cuales tienen acceso. De tal forma que el costo unitario por *spot* publicitario para las grandes cadenas es menor que el de las pequeñas y el precio que se cobra es del tipo monopolista, pero eso no tiene efecto en la demanda por parte de las empresas que se quieren publicitar (inelasticidad de la demanda) porque el mercado o la audiencia a la cual penetran es mayor (CPDC, p. 61).

La radio en FM posee una preferencia por parte de la población por sobre la AM, debido a su mejor calidad, esto se ve evidenciado en la cantidad de estaciones en comparación con las de AM (más de tres a uno) adicionalmente los receptores de FM tienen la ventaja de ser más pequeños y portátiles que los de AM; en este sentido la población prefiere recibir la señal de una frecuencia FM en lugar que una AM; la población recurre a la sintonización de radio AM principalmente en las regiones del país que carecen de cobertura FM como son las regiones rurales más aisladas, donde generalmente se carece del servicio de energía eléctrica (CPDC, p. 37).

Honduras es un país con una geografía que establece condiciones para la radio, por lo que consideramos que 294 emisoras

locales son suficientes; 30 medios regionales agrandan la cobertura; además, 5 cadenas nacionales y 8 estaciones comunitarias.

### *Locución y programación*

Desaparecen los locutores profesionales, desde el mismo momento en que cualquiera lo es en la actualidad en todo el territorio nacional. En Honduras ningún requisito se necesita para ser profesional de la palabra dicha por el micrófono. En la radio, el micrófono está abierto para cualquier persona que quiera incursionar en el apasionante mundo de la locución. Lo usan en estos momentos adolescentes, políticos, deportistas, profesores, operadores, técnicos, conserjes, con el sentido común de un “recién nacido” (Moncada, 1994, p. 55).

Es importante destacar que casi 30 años después se continúa en la misma situación y marca la forma en que es tratada la gran masa laboral de emisoras AM y FM las cuales, en general, son esencialmente musicales, con anuncios y espacios para entretenimiento.

Las cadenas de noticias combinan sus espacios informativos con programas de opinión, con publicidad que respalda sus finanzas, así como el fútbol como tema recurrente en espacios diarios y de fin de semana. La excepción la proponen las emisoras religiosas que incluyen su propia música cristiana, los programas devocionales y la ausencia de publicidad comercial de productos masivos.

En el servicio de radiodifusión sonora FM los contenidos son principalmente generados por ellos mismos, son del tipo musical y

usualmente no pagan por su transmisión, sí existe alguna programación internacional, pero es poca y su costo también es accesible (CPDC, p. 31).

Sobre la capacitación del personal de las emisoras en AM y FM insiste Juan Antonio Moncada, desde hace más de treinta años:

Estamos de acuerdo, que una credencial valedera es ser familiar del dueño de la emisora; y no lo decimos porque esa anomalía ocurra en determinadas estaciones de radio, sino que ello adelgaza la planilla o enaltece la vanidad familiar. También los controlistas y conserjes se convierten en locutores, especialmente los fines de semana (Moncada, 1994, p. 55).

En cuanto al porcentual de tiempos en las transmisiones en Honduras, existe una gran diferencia entre las cadenas que transmiten noticias casi al 100%, entre noticiarios, *talk shows* y deportes, con las emisoras locales que tienen grandes espacios musicales y de entretenimiento y apenas una o dos horas de noticias, así como las religiosas que combinan música cristiana y el evangelio según sus denominaciones.

Los medios con mayores *rating* y cuotas de pantalla son los que ofrecen los precios más altos a los anunciantes, así como la penetración más elevada en la población. En el otro extremo están los radiodifusores con menor cobertura que ofrecen precios más reducidos a los anunciantes debido a que su cobertura es local o a que su contenido no es muy demandado por la población (CPDC, p. 31).

Después de 2009, las radioemisoras regionales y las cadenas nacionales fueron eliminando la programación de 24 horas, actualmente los horarios empiezan a las 5 de la mañana y

terminan a las 11 de la noche. Existe la excepción de las iniciativas 100% musicales que funcionan en horario corrido el fin de semana, sin locutores y con música programada desde un ordenador. Se puede afirmar que las radios 24 horas y 7 días de transmisión son inexistentes. Lo anterior nos lleva a la figura del alquiler de espacios que está presente en casi todo el dial; sin embargo, los espacios que se manejan en este rubro dependen de la cobertura de las emisoras, es mayor en las cadenas nacionales o en las radios regionales, pero no representa más de dos horas diarias en la mayoría de dichas radios.

Una de las características de la programación de mediodía es que en Tegucigalpa y San Pedro Sula se escucha la música en español en todos sus géneros, pero también en inglés e instrumental; en el interior, la música en español es hegemónica. Las emisoras religiosas tienen temas cristianos como el pilar de sus transmisiones; en cambio, las cadenas nacionales y radios regionales tienen en la noticia un pilar de su trabajo diario.

Las emisoras locales se distinguen por ser esencialmente musicales y comerciales, pero en general tienen espacios dedicados a las noticias de sus comunidades y al fútbol local como entretenimiento deportivo.

Podemos concluir que la radiodifusión sonora en AM y FM desde el punto de vista de los radio escuchas es complementaria para algunos grupos etarios y la complementariedad no es tan fuerte necesariamente, ya que en su mayoría los contenidos provistos son dirigidos a distintos tipos de consumidores, ejemplo: los jóvenes escuchan mucho más FM de lo que lo hacen los adultos y estos últimos sí pueden complementar ambos servicios dependiendo la hora del día (ejemplo: para escuchar algunos noticieros). En ese

sentido, los mercados en el tiempo tienden a separarse uno del otro (no tener relación alguna) principalmente porque hoy en día la tecnología de FM meramente desde el punto de vista de la oferta es sustituta de la AM, pero no viceversa. Si se asume que la mayor parte de la población escucha la FM y la mayor parte de negocios se anuncia por FM, entonces no se puede establecer un mercado relevante que incluya ambas tecnologías cuando se defina el mercado de FM, por otro lado, si se quiere definir el mercado de AM, sí se podría incluir al mercado de FM (CPDC, p. 37).

### ***Estudios de audiencia en FM***

Las emisoras reciben de las agencias de publicidad el *rating* de sus programas, y de esa forma se asigna la publicidad, lo que es válido para las cadenas nacionales y las emisoras regionales; las 294 emisoras locales dependen de sus anunciantes locales y de la política vernácula que cada cuatro años influye en la programación con espacios pagados.

La concentración de mercado se da en centros urbanos:

El análisis de radiodifusión de AM y FM se hará por centros urbanos más significativos, debido a la diversidad de emisoras de radio en cada región y a la definición del Mercado Relevante de estos servicios, que como se especificó es de carácter regional. Para el mercado de radiodifusión existen grupos económicos que operan tanto a nivel nacional como local, los cuales poseen varias de las estaciones más escuchadas:

Grupo Emisoras Unidas: HRN (en AM y FM), 94 FM, VOX FM, XY, Suave, Radio Satélite (en AM y FM), Estéreo Éxitos, Radio Centro (en AM), Radio Norte (en AM y FM), Radio Caribe (AM), Radio Choluteca, Rock and Pop.

Grupo América Multimedios: Radio América (en AM y FM), Súper 100, Ultra Mi FM, Radio San Pedro, Radio Moderna (en AM), Radio Valle (en AM y FM), tereo Ceiba, Radio Universal. Grupo INVOSA: La Top 107.7 TGU, Radio Cadena Voces (en AM y FM), la 98.1 y Radio Cadena Voces (en AM y FM). Para realizar el análisis de poder de mercado para este servicio se realizó la separación a nivel regional (CPDC, p. 57).

Existe una relación vinculante de la AM con la FM, pero no al revés. El mercado permite que los canales locales de televisión se enlacen para transmisiones de noticias y de eventos que con la venta de publicidad pueden ser rentables.

### *Impacto en la comunidad*

La relación entre la radio y sus escuchas se estableció a partir de los años ochenta cuando la telefonía permitió la interacción de los programas con sus oyentes, actualmente este vínculo se mantiene y más aún con la fragmentación del mercado y de los programas, por la proliferación de las emisoras.

Pero, la innovación se ha dado más entre las emisoras comunitarias:

Los orígenes de la creación de las estaciones radiales del COPINH nos llevan hasta 2004, apelando al Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sobre los pueblos Indígenas y Tribales, los cuales lograron obtener licencias para dos radios, La voz Lenca en Amplitud Modulada y la Guarajambala en Frecuencia Modulada. Estas se sumaron la existencia de La voz Lenca en Frecuencia modulada.

La radio debe tener ese principio de informar, de denunciar de alertar y convocar. Así define su uso, Luis Gonzáles, un joven comunicador que asume esta labor en pro de la defensa de los bienes comunes de la naturaleza, del rescate de la cultura indígena-lenca y para ser el eco de las denuncias y visiones de la realidad local y nacional del COPINH (Padilla, [Cuando los ecos], 2017, s.p.)

En el tema de los programas preferidos, podemos afirmar que los musicales y los deportivos de fútbol son los que atraen las mayores audiencias; las emisoras religiosas cuentan con una audiencia cautiva, pero fragmentada según las denominaciones cristianas que las patrocinan; los noticiarios son un grupo aparte.

### *El siglo XXI y la frecuencia modulada hondureña*

A finales de la segunda década del siglo XXI, se registran más de 800 licencias FM: 329 para emisoras de radio y 480 para repetidoras. Estas licencias están distribuidas en las 10 regiones autorizadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y los 18 departamentos de Honduras. Las mayores concentraciones de estaciones se encuentran en las zonas 1, 3 y 9, mientras que las repetidoras se ubican en las zonas 2 y 5 (CONATEL).

Hay 5 emisoras con cobertura nacional y 30 regionales que constituyen el 50.3% de las licencias. Por otro lado, 294 estaciones locales representan el 49.7% y son las que distribuyen la mayoría de las frecuencias en los 15 departamentos además de brindar cobertura a ciudades y pueblos del interior.

Los propietarios de las principales cadenas son grupos mediáticos, establecidos desde el siglo XX, entre los que destacan:

El Grupo Emisoras Unidas: HRN (en AM y FM), 94 FM, VOX FM, XY, Suave, Radio Satélite (en AM y FM), Estéreo Éxitos, Radio Centro (en AM), Radio Norte (en AM y FM), Radio Caribe (AM), Radio Choluteca, Rock and Pop; el Grupo América Multimedios: Radio América (en AM y FM), Súper 100, Ultra Mi FM, Radio San Pedro, Radio Moderna (en AM), Radio Valle (en AM y FM), Estéreo Ceiba, Radio Universal; y el Grupo INVOSA: La Top 107.7 TGU, Radio Cadena Voces (en AM y FM), La 98.1 y Radio Cadena Voces (en AM y FM) (CPDC, p. 10).

### *Principales operadores de FM en Tegucigalpa*

Operador	Estaciones	Participación
Audio video, S.A.	3	6%
Emisoras unidas	8	16%
Corporación Centroamericana de Comunicaciones	2	4%
Grupo G Telecomunicaciones Honduras S. A.	2	4%
Ana Isabel Interiano Handal	2	4%
Inversiones y Voces S.A. de C.V. (Invosa)	3	6%
Otros operadores	1	2%

*Fuente: Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (2017, p. 58).*

En cuanto a la relación de las emisoras con el internet y las redes sociales, las cadenas de noticias nacionales fueron las primeras en dar el cambio hacia los espacios de internet y en línea, además que desde principios del siglo XXI están en señal satelital.

En algunos casos, las emisoras regionales cuentan con su respectiva página *web* y es posible encontrar enlaces para señales de las estaciones musicales en: radios.hn

Desde luego, la interacción en todas ellas es limitada y la ganancia está en el acceso vía *smartphone* para Android y Apple; son más de 200 estaciones las que pueden ser sintonizadas de esta manera.

Por otro lado, el mejor ejemplo y de carácter único sobre la radio FM y sitios virtuales es un grupo feminista hondureño y su experiencia en La Rojita:

Un Día Nacional de la Mujer, 25 de enero de 2014, realizaron su primera transmisión, reivindicando esas luchas de nuestras compañeras históricas y se decidió que esa fuera una radio móvil que pudiera instalarse desde cualquier lugar, pero, por ciertas dificultades técnicas no se pudo realizar ese fin. Y lo que comenzó con una idea en un viaje, fue desarrollándose con pequeñas capacitaciones en la parte técnica “una pequeña charlita para conocer en qué cable iba cada cosa, cómo usar la mezcladora” y en una semana montamos todo, recuerda la comunicadora social. Así nació La Rojita, como radio móvil.

Roxana tiene muy presente las personas que iniciaron lo que hoy es “Radio la Rojita”. Entre ellas están la cantautora Karla Lara y Daysi Flores, sumado el apoyo de los compañeros y compañeras del Colectivo Josefa Lastiri en la parte técnica. Y poco a poco fueron dotándose de equipo gracias a organizaciones como la misma Red Mesoamericana y Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía (COMPPA) nos apoyó con la parte técnica, entre prestado y regalado; así nos llegó el 25 de enero y nacimos como red (Padilla, [Una radio con nombre], 2017, s.p.).

## La FM y el podcast

Estamos haciendo pinitos, apenas existen un par de *podcasts* funcionando: uno en Radio América, dirigido por la periodista Marilyn Méndez (*Podcast Radioamericahn*) y el de la periodista hondureña, residente en España, Vera Nadeshda: *Íntimamente con Vera Nadeshda*.

Mencionamos estos por su continuidad, ya que ocasionalmente aparecen creativos con ideas frescas y temas nacionales, que lamentablemente no se mantienen en el tiempo y terminan siendo casos aislados.

La mejor autocrítica a la radio FM la escribió Cesario Padilla:

La radio y su comunidad; un medio de comunicación y su trabajo hacia la población. Así se entrelazan dos conceptos en un afán que toma fuerza en Honduras, el democratizar el espectro radioeléctrico y romper por fin el cerco que mantiene “lo público” y “lo privado”. Abre paso ahora “lo comunitario” (Padilla, [Radio Comunitaria], 2016, s.p.).

Esta es una opción que se afianza hasta la fecha, aunque no sean mayoría. El espíritu de la radio comunitaria es propositivo e implica una actuación más allá de los simples espacios radiofónicos: buscan un compromiso de los creativos y de los usuarios con sus audiencias y las comunidades a las que pretenden servir. Aunque no han pasado quince años desde el inicio de estas iniciativas, pueden ser un grupo de experiencias con futuro.

### *Cambios a corto plazo*

La organización de las emisoras está lejos de un gran cambio, pero las formas de organización sí lo están haciendo, en especial desde la periferia de las radios comunitarias y ellos lo explican de esta manera:

En sus seis horas de programación que concluye a las 4 de la tarde, esta emisora creativa y comunitaria, ofrece contenidos comunicacionales que van desde cortos noticieros, hasta programación musical con mensajes educativos. “Queda prohibido transmitir ritmos y letras que inciten a la exclusión de género, a la narcoactividad, entre otras”; así lo establece el decálogo de la radio. El programa insigne de la radio se llama “Cosas de Cipotes”. María Alvarado, joven radialista, apunta que en este espacio interactúa con el resto del equipo y hablan sobre cómo desenvolverse en comunidad y la participación en la toma de decisiones de su aldea “es sobre cómo debemos actuar los jóvenes” (Padilla, [Radio Comunitaria], 2016, s.p.).

“Existen espacios con enfoque religioso y político partidario, los cuales son pagados, con una tarifa opcional para el sostenimiento de la radio. A los religiosos solo les pedimos que colaboren con lo que puedan, a los otros sí les establecemos una especie de tarifa porque tienen con qué pagar”, puntualizan los chavos y chavas de La Revelación (Padilla, [Radio Comunitaria], 2016, s.p.).

Sobre la posibilidad de un cambio generacional visto hacia las audiencias, haré referencia a la siguiente historia: Susana Vásquez es una de las voluntarias que llega a la cabina de Radio Suyaguare, igualmente está organizada en la CNTC-La Paz. Describe el inicio de la radioemisora a partir de la necesidad

de informar sobre la problemática del derecho a la tierra y demás violaciones a los derechos humanos existentes en el departamento.

Esta emisora comunitaria, forma parte de estructuras articuladoras del derecho a la comunicación como ser la Asociación de Medios Comunitarios de Honduras (AMCH). La Mesa Indígena de Radios Comunitarias recientemente participó en un encuentro regional de radios, auspiciado por el Fondo para Iniciativas Locales o del gobierno de Canadá. Llega a través de las asambleas sectoriales y cada seis meses nos reunimos de manera regional, se hacen dos asambleas al año y aquí se informa sobre lo que acontece y el involucramiento de la radio. Damos a conocer lo que otros medios no pasan, no tienen cobertura y por ello informamos, informamos que estamos siendo violentados, perseguidos, encarcelados, tenemos muchos compañeros con medidas cautelares contrarias a la prisión y unos que han sido asesinados y desde esta realidad surge la radio (Padilla, [Radio Sayuguare], 2017, s.p.).

### *El futuro de la FM*

Ejemplos como el de La Rojita no son extraños, lo que sí lo es es que se mantengan en el tiempo y que busquen consolidar una propuesta comunicativa que tenga respuesta en audiencias que exijan la existencia de dichos proyectos. El mercado no ha disminuido y aunque ya no tiene el ímpetu de finales del siglo xx las creaciones de nuevas emisoras continúan en las localidades que se incorporan a la electrificación, apenas el 65% de Honduras cuentan con energía eléctrica. Después de más de medio siglo, la radio en FM se mantiene vigente.

## Referencias

- Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CPDPC). (2017). Recuperado de <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-catolica-de-honduras/espanol-general/cdpc-informe-final-mercado-de-radiodifusion-en-honduras/49677015>
- Lagos, A. (1983). *Los Pioneros: Conversaciones con Doña Rosario S. de Ferrari*. Imprenta Honduras.
- Moncada, J. A. (1994). *Los Locutores en Honduras*. Editorial Universitaria.
- Valladares, N. (2000). *Ondas de Honduras*. Lithopress Industrial.
- Padilla, C. (2017, febrero 24). *Cuando los ecos del río llegaron a la radio*. Recuperado de <http://www.conexihon.hn/index.php/libertad-de-expresion/474-cuando-los-ecos-del-rio-llegaron-a-la-radio>
- Padilla, C. (2016, diciembre 28). *Radio Comunitaria: la otra comunicación que sí es posible*. Recuperado de <http://www.conexihon.hn/index.php/libertad-de-expresion/456-radio-comunitaria-la-otra-comunicacion-que-si-es-posible>
- Padilla, C. (2017, febrero 28). *Radio Suyaguare: una radio que transmite entre montes y cerros*. Recuperado de <http://www.conexihon.hn/index.php/libertad-de-expresion/476-radio-suyaguare-una-radio-que-transmite-entre-los-montes-y-cerros>
- Padilla, C. (2017, marzo 31). *Una Radio con nombre, alma y voz de mujer*. Recuperado de <https://nonosolvidamosdehonduras.blogspot.com/2017/03/una-radio-con-nombre-alma-y-voz-de-mujer.html?m=1>

## México: panorama de la radiodifusión sonora de frecuencia modulada

*Karina Sánchez García*

La radiodifusión sonora en México<sup>1</sup> es un servicio público de interés general y acceso gratuito con capacidad para acercar a las personas —al disminuir problemas de aislamiento y acortar distancias— mediante el uso del lenguaje sonoro y la palabra hablada (Trejo, 2022; Chávez, 2012). A continuación, se presenta el panorama de la frecuencia modulada considerando: su historia; la estructura de propiedad que le caracteriza y las implicaciones que ésta tiene en su relación con el Estado mexicano; las características de su programación y audiencias y, con base en dicho análisis, algunas ideas sobre su futuro.

### *La radio FM en México: 70 años de historia*

La radio comenzó a desarrollarse casi simultáneamente en diversas partes del mundo, a finales del siglo XIX, pero fue hasta la segunda década del siglo pasado cuando tuvieron lugar las primeras emisiones en AM. A nivel internacional, su avance se explica por la imperiosa necesidad de comunicación en el contexto de la primera guerra mundial (Chávez, 2012). A nivel nacional, sus precursores se interesaron en investigar sobre radiotelefonía o telefonía inalámbrica y las

---

<sup>1</sup> En términos técnicos, es un servicio que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio en amplitud modulada (AM) o frecuencia modulada (FM), haciendo uso de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico comprendidas en los rangos de 535-1605 kHz (AM estándar), 1605-1705 kHz (AM ampliada) y de 88-108 MHz (FM) (IFT, 2018: 12).

primeras transmisiones ocurrieron en Veracruz, Ciudad de México y Nuevo León, en 1921 (Mejía, 2007).

“El impulso experimentador de los pioneros se transformó en interés empresarial por parte de la generación de radio-difusores que convirtió a esta actividad en industria a partir de los años treinta” (Mejía, 2007, p. 1). El *star system* nacional creado por Emilio Azcárraga Vidaurreta y, más tarde, el llamado *sistema California*<sup>2</sup> potencializaron su desarrollo comercial (Mejía, 2007; Quirarte, 2021). Tales características fueron heredadas por la radio FM que, comenzó sus transmisiones en mayo de 1952 cuando la XHFM: Radio Joya<sup>3</sup> inició operaciones “en medio de un acelerado proceso de industrialización y desarrollo económico” (Sosa, 1992, p. 15).

Los primeros años de la radio FM se caracterizaron por un lento crecimiento derivado de la falta de aparatos receptores, lo que la hacía poco atractiva para los anunciantes (Mejía, 2007; Sosa, 1992); con la llegada de la televisión, la programación entró en un *impasse* creativo y se adoptó la grabación de música mexicana tradicional, ranchera, norteña, moderna popular y rock de vanguardia (en español o inglés), tropical y romántica, entre otros géneros, por lo que su programación no reflejó los contrastes sociales, culturales, políticos ni demográficos de la época (Winocur, 2002). Dicha situación comenzó a revertirse

---

<sup>2</sup> En el sistema California prevalece la presentación de canciones, seguidas de la emisión de anuncios publicitarios y la intervención de un(a) locutor(a).

<sup>3</sup> Su historia comenzó en diciembre de 1946 cuando Federico Obregón solicitó a la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) una concesión de FM cuya instalación fue autorizada el 28 de diciembre de 1948. Su potencia era de un kilowatt y su frecuencia de 94.1 megaciclos. El 26 de julio de 1957 un fuerte temblor derribó el edificio que albergaba a la estación; derivado de los problemas económicos, fue vendida a Francisco Aguirre (Organización Radio Centro), dicha venta fue aprobada por la SCOP el 16 de agosto de 1958 (Sosa, 1992).

durante la década de los setenta, acompañada por la creación de la Asociación de Radiodifusores de Frecuencia Modulada y la intención de revertir “la creencia de que se trataba solo de un servicio de música ambiental propia para restaurantes y hoteles” (Sosa: 1992, p. 18), favoreciendo su consolidación una década más tarde. Así, en 1982 operaban en el país 174 estaciones concesionadas en esta banda y para 1985, en la capital del país, el número de radioescuchas de FM superó a los de la AM: “según datos de la agencia especializada en medición de audiencias INRA: [...] la radio AM capta el 35.1% de la audiencia, en tanto la de FM aumenta a 64.9%” (Mejía, 2007, p. 10).

Su despunte puede explicarse por: a) la irrupción de aparatos receptores de nueva tecnología como modulares, *walkman* y estéreos para automóviles (Mejía, 2007), y b) su redescubrimiento tras el sismo que sacudió a la ciudad de México en 1985<sup>4</sup>, al dejar de transmitir comerciales o música y abrir sus espacios para informar: “Para muchos, la radio portátil de pilas fue la compañía de horas de zozobra y miedo” (Sosa, 2011, s.p.). La narrativa radial incorporó a vendedores ambulantes, chavos banda y taxistas; la crónica, los consultorios sentimentales, comentarios críticos de sucesos y programas de participación ciudadana; música grupera y balada romántica (Winocur, 2002).

Durante la década de los noventa, el sector adoptó diversas innovaciones tecnológicas y se adaptó al mundo globalizado. El uso del disco compacto y la cinta de audio digital

---

<sup>4</sup> A las 7:19 de la mañana del 19 de septiembre de 1985 Ciudad de México fue sacudida con un sismo de magnitud 8.1. El movimiento destruyó el centro de la ciudad. Cifras oficiales afirman que 3692 personas murieron, mientras la Cruz Roja anota que la cifra superó las 10 000.

mejoraron el sonido; los satélites permitieron que la señal de una estación radiodifusora llegara a cualquier punto de la geografía nacional de manera inmediata, alcanzar mayor cobertura, y transmitir con mayor fidelidad (Sosa, 1992); no obstante, su incorporación a la *web* a mediados de la década inauguraría una nueva etapa<sup>5</sup>. Asimismo, la apertura a los aparatos electrónicos provenientes de Japón y Estados Unidos favoreció la adquisición de receptores a precios más accesibles (Sosa, 1992).

El gobierno, excusado en cuestiones financieras, cedió terreno a los empresarios en las inversiones a cambio de su permanencia y poderío en la industria (Rodríguez, 2009). En la programación, siguiendo a Winocur (2002), se ampliaron los horarios de noticieros e incorporaron el informe vial, consultorio sentimental y/o psicológico, testimonio de afectados; la participación del radioyente, orientación familiar, asesoría legal, consulta a expertos, crítica de cine, diversificación de fuentes de información y mesas de discusión política y económica.

Con la llegada de internet, la radio ha tenido que redefinirse en términos técnicos, económicos, políticos, jurídicos y de producción pues la *web* ha favorecido el nacimiento de una nueva forma de comunicación e interacción potencializada por las redes sociodigitales. La radio ha dejado de ser un medio efímero para adoptar otra secuencia narrativa y otro tiempo, en el que la producción depende más de la capacidad creativa (Rodríguez, 2009; Sosa, 2021).

---

<sup>5</sup> La primera estación de México y América Latina que ocupó un “carril” de la supercarretera de la información fue la XHDL-FM Radioactivo 98.5, en mayo de 1995. Su página ofrecía información sobre su programación y audiencia y proporcionaba un correo electrónico como medio de comunicación directa entre usuarios de la red y miembros de la emisora de rock en inglés. Le siguieron Grupo Radio Centro, Radio Universidad (UNAM) y XEHL-FM Sonido 103 (Sosa, 2021).

El nuevo milenio trajo consigo la transición a la radio digital. En 2003 la Cámara de la Industria para la Radio y la Televisión (CIRT) comenzó a realizar pruebas de los sistemas para radiodifusión sonora digital a través de la estación XHFAJ-FM; pero fue hasta 2011 cuando se publicó la política de Radio Digital que establece el uso del sistema IBOC (*In Band on Channel*). Aunado a ello, en 2010 se autorizó el cambio de frecuencia de AM a FM con lo que las emisoras comenzaron a migrar de banda de frecuencia, abatiendo el rezago en condiciones técnicas y económicas más competitivas. En este contexto, uno de los cambios más importantes ha ocurrido entre las audiencias, no solo por la mayor segmentación y especialización, sino por el empleo de recursos tecnológicos (cuentas electrónicas, mensajería de texto, teléfono) para interactuar con las personas a cargo de la locución (Prieto y Durante, 2007).

Tras setenta años de historia, la radio FM transmite con menos personal y, en ocasiones, a distancia. Es posible acceder a sus contenidos en tiempo real mediante la *web* o aplicaciones disponibles en equipos móviles, además de los radiorreceptores, pero “sin renunciar a lo fundamental: las palabras, la música y los silencios” (Sosa, 2021, p. 206).

### ***Los dueños de la radio en México***

Para noviembre de 2022, en el Registro Público de Concesiones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) se da cuenta de 1945 concesiones de radiodifusión de la banda FM. El 62.7% (1219) son de uso comercial, el 15.6% (304), de uso público y

el 21.5% (419) de uso social<sup>6</sup>; de estas últimas<sup>7</sup>, 52.5% (220) son de uso social; 40.6% (170) social comunitaria y 6.9% (29) social indígena.

Para su administración y comercialización de espacios, las radiodifusoras mexicanas se han organizado en grupos<sup>8</sup>, siendo el medio con el mayor número de cadenas a nivel nacional. Éstas son principalmente privadas, aunque pueden identificarse tres de carácter público: el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Radio Educación y Altavoz Radio del Sistema Público de Radiodifusión del Estado mexicano (SPR); así como algunas en ámbitos regionales pertenecientes a los gobiernos de los estados o bien, de carácter indigenista.

En la literatura, la pertenencia a una cadena radiofónica ha sido el indicador de concentración más analizado (Sánchez, 1988; Romo, 1993; Sosa, 1997, 2003; Sosa y Oliva, 2007) y, en diversos trabajos, se han documentado los grupos radiofónicos más importantes por número de estaciones afiliadas (Sosa, 2011; Mejía, 2007); no obstante, la consideración con base en

---

<sup>6</sup> En el caso de 3 concesiones no se especifica el tipo.

<sup>7</sup> La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014) refiere que las concesiones para uso social son aquellas con “propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad sin fines de lucro”, y distingue las comunitarias (se otorgan a organizaciones de la sociedad civil), indígenas y de instituciones de educación superior privada.

<sup>8</sup> Esta forma de organización tiene sus orígenes en 1941 con la creación de Cadena Azul de Radio programas de México y se popularizó en los años cuarenta y cincuenta cuando las grandes estaciones de Ciudad de México ofrecían a las emisoras pequeñas servicios de asesorías sobre aspectos técnicos y mercadotecnia, y un tipo de programación que, por sus modestos recursos económicos, no podían producir (Mejía, 2007).

la proporción CR4<sup>9</sup>, el Índice Herfindhal Hirschman (IHH)<sup>10</sup> o el Índice de Noam<sup>11</sup> sugieren una baja concentración en el mercado de la radio (Huerta y Gómez, 2013) o bien, diferencias importantes por zonas geográficas (IFT, 2018).

A fin de analizar la propiedad de los títulos de concesión de radio en México, Vidal (2021) sistematizó información de 1279 constancias de inscripción del Registro Público de Concesiones y encontró que para 2019, los primeros cinco grupos con más estaciones en su poder, considerando la propiedad accionaria, acumulan el 27.4% de todas las emisoras, y que hay una importante fragmentación de la propiedad: la quinta parte de las estaciones están repartidas entre propietarios de una o dos emisoras.

Los cinco grupos más importantes son Radiorama, Grupo ACIR, MM Radio, Grupo Fórmula y Grupo Radio Centro<sup>12</sup>. Radiorama, es un paraguas comercial común de los intereses de las familias Pereda López, Pérez de Anda y Sanabria, quienes controlan 180 estaciones con presencia en casi todo el territorio nacional, aunque sin fuerza decisiva en la ciudad de México. Grupo ACIR, fundado por Francisco Ibarra López, posee 57 estaciones que operan en 18 estados (Vidal, 2021).

---

<sup>9</sup> *Concentration Ratio of the top 4 Firms* (Proporción de concentración de las 4 principales empresas). Se suman las cuotas de mercado de las cuatro estaciones de radio o grupos radiofónicos más grandes y se expresa como un porcentaje del total del mercado.

<sup>10</sup> También conocido como Índice de Herfindahl, es una medida utilizada para evaluar la concentración de mercado y la competitividad dentro de una industria.

<sup>11</sup> Se interpreta como la cuota de mercado promedio de cada propietario si la propiedad estuviera distribuida de manera equitativa. Un índice más alto indica una mayor concentración de la propiedad, lo que sugiere que menos propietarios controlan una mayor proporción del mercado.

<sup>12</sup> Le seguirían MVS Radio, el segmento de consorcios o familias que poseen entre 20 y 29 estaciones de radio; y uno más, que poseen entre 10 y 19, siendo Grupo Televisa el más destacado con 18 estaciones en todo el país y 5 emisoras en la capital (Vidal, 2021).

MM Radio, la división de radio de Grupo Multimedios, cuenta con 40 radiodifusoras en 9 entidades, ubicadas principalmente en el norte del país; las familias González Sánchez y González Albuérne son las controladoras de las estaciones mediante cuatro compañías subcontroladoras de acciones: la Voz de Linares, Multimedios Radio, Radio Informativa y Radio Triunfos. Grupo Fórmula controla 39 emisoras en 20 estados, aunque sobresale por la influencia de sus cinco emisoras de noticias en la capital del país. Finalmente, Grupo Radio Centro posee 34 estaciones repartidas en 12 entidades (Vidal, 2021). Una característica que comparten estos tres grupos es que forman parte de conglomerados mediáticos con participación en otros mercados<sup>13</sup>.

La organización en grupos mediante la creación de cadenas radiofónicas, o bien, a través de la CIRT<sup>14</sup>, ha permitido a los concesionarios adquirir un enorme poder económico y político. De acuerdo con Guerrero:

Por décadas, la relación entre los medios y el régimen político se caracterizó por una serie de intercambios mutuamente benéficos que contribuyeron a legitimar al segundo, a costa del desarrollo de un sistema mediático independiente y profesional [...] En lo político

<sup>13</sup> Grupo Multimedios, opera los canales de televisión Multimedios, Milenio, así como Milenio diario (impreso); Grupo Fórmula opera el canal de televisión de paga Telefórmula, el portal de internet Fórmula Online y PM Street (mobiliario urbano multifuncional, además, la familia Azcárraga Madero mantiene el control de la productora musical Orfeón). Grupo Radio Centro opera La Octava, canal de televisión abierta con sede en Ciudad de México.

<sup>14</sup> Le antecedió la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER) creada el 27 de febrero de 1937, transformada en Asociación Mexicana de Radiodifusoras Comerciales (AMERC) el 11 de junio del mismo año; y, desde el 15 de noviembre de 1941, la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión (CIR).

—lo prioritario para el régimen— la regla era la colaboración; en lo económico —lo prioritario para la clase mediática—, su relativa autonomía en un régimen de pluralismo limitado y el esquema de intercambio corporativo le permitió gran capacidad de maniobra para negociar sus intereses (2010, p. 291).

Ejemplo de ello es la capacidad de negociación de los dueños de la radio para impedir que los medios de uso social puedan comercializar espacios publicitarios. Incluso en un contexto de mayor pluralidad política han podido definir el uso del sistema IBOC en la transición a la radio digital, por así convenir a sus intereses.

Sobre la regulación de la radio en México es posible identificar tres momentos. El primero se caracteriza por la regulación de aspectos técnicos (frecuencias, equipos, uso de aparatos receptores): inició con la adhesión de México a las Conferencias de radiotelegrafía de la Unión Internacional Telegráfica (1908); le siguieron la Ley de Comunicaciones Eléctricas (LCE, 1926), las Leyes de Vías Generales de Comunicación (LVGC de 1931, 1932, 1940) y sus Reglamentos (1933, 1936). El segundo, por la regulación de contenidos, además de las cuestiones técnicas: la Ley Federal de Radio y Televisión (1960) y su Reglamento (1973) concebían a la radiodifusión como una actividad de interés público y vehículo de información y expresión. El tercero, por la apertura a la competencia y el reconocimiento de los derechos de las audiencias incorporados en la Reforma en Telecomunicaciones (2013-2014).

En dicha regulación, se ha transitado del otorgamiento discrecional de títulos habilitantes a la implementación de mecanismos transparentes. En sus primeros años, la entrada

al mercado ocurrió mediante el régimen de permisos<sup>15</sup>; hoy en día, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM, Artículo 28) contempla la licitación pública como mecanismo para determinar quién puede ser concesionario, asegurar la máxima concurrencia, y prevenir fenómenos de concentración que contraríen el interés público<sup>16</sup>. Adicionalmente, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR, 2014) establece que, en materia de radiodifusión, éstas se otorgarán:

Previo pago de una contraprestación [tomando en cuenta] la propuesta económica; la cobertura, calidad e innovación; la posible entrada de nuevos competidores al mercado; la consistencia con el programa de concesionamiento [...], que el proyecto de programación sea consistente con los fines para los que se solicita la concesión, [y] promueva e incluya la difusión de contenidos nacionales, regionales y locales (Artículo 78).

---

<sup>15</sup> En 1923 la Secretaría de Comunicaciones elaboró un contrato “provisional” que debían firmar los interesados en operar estaciones de radio en México (Guerrero, 2010); en 1926, la LCE estableció requisitos para otorgar concesiones y permisos; la LVGC (1940) propuso un otorgamiento discrecional de concesiones que atendía el concepto de monopolio natural. En la LFRTV (1960) se contemplaron dos tipos de títulos habilitantes: “las concesiones para estaciones comerciales y los permisos para estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las de entidades públicas” (Artículo 13); no obstante, eran otorgadas discrecionalmente por la SCT (Artículo 19). El cambio más importante ocurrió con las reformas a la LFRTV de 2006 pues para el otorgamiento de nuevas concesiones para estaciones comerciales se seguiría el proceso de licitación pública (Artículo 17) y para definir al ganador, la entonces COFETEL evaluaría el resultado de la subasta pública; pero, al evaluar la finalidad de estos servicios, la SCJN resolvió que considerar únicamente el resultado de la subasta pública, era contrario a lo establecido en la Constitución.

<sup>16</sup> “Las concesiones para uso público y social [...] se otorgarán bajo el mecanismo de asignación directa” (CPEUM, Artículo 28).

Derivado de lo anterior, el IFT ha emitido dos convocatorias de licitación pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial del espectro radioeléctrico para prestar servicios de radiodifusión sonora: licitaciones N° IFT-4 (20 de junio de 2016) e IFT-8 (20 de agosto de 2021). La primera, fue el primer concurso masivo y buscaba abrir el espacio a nuevos jugadores en más de 20 años; sin embargo, dista de haber favorecido la competencia efectiva y pluralidad en la radio (Sánchez, 2019). La segunda se enfrentó a un entorno de menor inversión publicitaria y nuevos consumos de audio, tras su conclusión, se amplió la oferta de servicios de radiodifusión sonora en 23 estados. Con ambas licitaciones se han otorgado 244 nuevas concesiones comerciales.

Por otro lado, desde 2013, la CPEUM reconoce los derechos de las audiencias, y en la LFTR (2014, artículos 256, 258) además de definirlos, se establece la figura del defensor de la audiencia (artículo 259, 260 y 261) como uno de los mecanismos para garantizar su cumplimiento. Pese a las limitaciones que prevalecen, su reconocimiento representa un parteaguas en la relación entre medios de comunicación y sus audiencias.

En suma, la radio FM en México es ofertada principalmente por cadenas privadas cuya organización en grupos coloca a sus dueños en una posición preponderante para la negociación de sus intereses frente al Estado mexicano, mismo que solo en años recientes ha logrado diseñar mecanismos institucionales que favorezcan la competencia en el sector y se refleje la diversidad y pluralidad de la sociedad mexicana. A continuación, se presentan algunas consideraciones en relación con la forma en que dicha configuración impacta en su programación y audiencias.

### *Características de la programación radiofónica y sus audiencias*

Una vez al aire, la primera estación de Radio Joya contó con cuatro locutores, su programación se basaba en música y los primeros anuncios publicitarios fueron de la Lotería Nacional (Sosa, 1992). Desde entonces, la música ha sido el elemento central de su programación, por lo que se le ha denominado *radio rocola* o *sinfonola*. Inicialmente, se transmitía música mexicana y de algunos países de América Latina; en los sesenta, con la llegada del rock and roll, twist y a go go, se incrementó la difusión de grupos y cantantes anglo (Quirarte, 2021). Hacia los ochenta, la oferta radiofónica se diversificó y se constituyó la radio informativa, en la que convergen periodistas especializados, audiencias más participativas y la lucha por posicionarse frente a la radio AM, prensa y televisión; con todo, la censura velada o manifiesta de autoridades federales o concesionarios, limitó su desarrollo. En los noventa “se produjo una suerte de sobreoferta, con música, grupos y cantantes muy similares entre sí que competían por la preferencia [de] los diferentes nichos en los que se dividía el mercado radiofónico” (Quirarte, 2021) presentadas en listas de popularidad.

Hoy en día, de acuerdo con el IFT (2018), el 82.5% de las estaciones de radio comercial transmiten cuatro formatos principalmente: música grupera, pop, balada y romántica; o bien, noticias (Cuadro 1); el resto, transmiten música de otros géneros (cumbia, salsa y tropical; rock y alternativa; contemporánea; en inglés; electrónica; de concierto y clásica o urbana). Cada una de ellas responde al Sistema California.

A diferencia de la radio comercial, las estaciones de uso social o públicas tienen una forma distinta de hacer radio caracterizada por la comunicación horizontal e incluyente. Radio Educación, por ejemplo, incorpora programas de carácter

cultural (52%), informativo y de asuntos públicos (31%), infantiles (10%) y educativos (7%) (Martell, 2021). Las radios comunitarias constituyen espacios radiofónicos que permiten relatar cosmovisiones del mundo a través de lenguas originarias, incluyen a los sectores marginados para la elaboración de su programación o la deciden en asamblea (Martínez, 2019).

El Sistema de Radiodifusoras Culturales Indígenas transmite expresiones musicales, culturales y artísticas de los pueblos indígenas y afroamericano en las lenguas mayoritarias de su área de cobertura (INPI, 2022) así como noticias locales y nacionales, en forma bilingüe. Las radios universitarias incorporan programas de carácter musical (géneros: popular, folklore latinoamericano, nuevas corrientes, clásica o de concierto), informativo (sobre la institución, cultura general e interés público) y generalista (programas hablados de una diversidad muy amplia de temas).

### *Principales marcas de contenidos de radio (diciembre de 2018)*

Marca	Formato	Proveedor	No. de estaciones que transmite la marca
Exa FM	Pop	Grupo MVS	52
La mejor	Grupera	Grupo MVS	43
Ke Buena	Grupera	GTV	40
Radio Fórmula	Noticias	Grupo Fórmula	39
Los 40	Pop	GTV	34
La Poderosa	Grupera	Radorama	27
Acustik Radio	Noticias	Acustik Media	23
La Caliente	Grupera	Multimedios	22

La Bestia Gruper	Gruper	Radorama	21
@FM	Pop	Radorama	21
Amor	Balada y romántica	Grupo ACIR	19
Imagen	Noticias	Grupo Imagen	18
La Z	Gruper	Radio Centro	16
Romántica	Balada y romántica	Radorama	15
Mix	Gruper	Radorama	13

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2020-2021<sup>17</sup> (IFT, 2021), los tipos de programa de radio más escuchados son: musicales (84%), noticias (81%), educativos, deportes, culturales o científicos, de debate u opinión (36% en cada caso) y el horario de mayor preferencia es de lunes a viernes de 6:00 a 12:00 horas. Para 2019, el estéreo (52%), el teléfono móvil (25%) y la radio portátil (24%) fueron los dispositivos más utilizados para escuchar radio. Asimismo, 29% escuchan música o contenidos por internet (ENCCA, 2020).

Considerando que los dispositivos y plataformas digitales ofrecen amplias opciones para producir, propagar y consumir tales contenidos, “a menudo se atribuye el declive de la radio a la competencia que significan los *podcasts* y la transmisión de contenidos en línea” (Trejo, 2022, p. 107). Estos pueden escucharse en cualquier momento y lugar (son descargables), permiten suscribirse, recibir notificaciones de sus actualizaciones y la incursión de innumerables voces sobre temas que

<sup>17</sup> La encuesta se realizó a 8750 casos mediante entrevistas telefónicas a hogares con un margen de error máximo de +/-1.1%, con un nivel de confianza de 95% y distribuidos por localidad: urbana, 6125 casos; rural 2625 casos.

no habían dispuesto de un micrófono. Su crecimiento también ha tenido un impacto importante en la inversión publicitaria considerando que su consumo se incrementó durante la contingencia sanitaria por COVID-19.

Raúl Trejo (2022) refiere diversas hipótesis en relación con el desplome de las audiencias de radio en México: 1) la crisis de audiencias afecta a todos los medios de comunicación tradicionales; 2) todos los medios concentrados (que centralizan la propagación de mensajes) han perdido audiencias, 3) las nuevas audiencias buscan formatos más flexibles, 4) ahora las personas diseñan su menú de consumo mediático, 5) la fuerza de la cultura visual, y 6) el consumo digital de medios tiende a hacerse en común.

Cada una de ellas plantea, en realidad, un reto para el futuro de la radio. En el primer caso, la irreversible dispersión que se experimenta en la producción y distribución de contenidos a través de plataformas digitales será un elemento que puede potenciar la capacidad creativa de quienes hacen radio.

En el segundo caso, a los ajustes en las maneras de decir y representar contenidos, y la construcción de formatos híbridos habría que sumar la apertura reciente del espectro radioeléctrico mediante la realización de procesos licitatorios por parte del IFT<sup>18</sup>. Ante la diversidad de estaciones, la pluralidad de voces y contenidos puede marcar la diferencia.

---

<sup>18</sup> Por citar un ejemplo, en la ciudad de México, a finales de los sesenta, —cuando comenzaba a desarrollarse la FM que mejoró la calidad del audio y duplicó las estaciones disponibles de AM— había 42 radioemisoras. En 1978, 56; en 1988, 58. Para 2006, aumentaron a 60. En 2020 había 65 radiodifusoras, pero varias de ellas digitalizaron sus transmisiones para incluir más señales en una misma frecuencia de forma que, sumando esas estaciones multiprogramadas, las opciones en radio abierta en AM y FM, ascendían a 81 (Mejía, 2021).

La búsqueda de formatos flexibles, de decidir o diseñar los consumos mediáticos y compartirlos a través de otras plataformas, se acompaña de la posibilidad de inmediatez propia de los medios digitales; la radio, por el contrario, exige que sus oyentes se enlacen con ella en tiempo real.

### *El futuro de la radio FM*

A lo largo de su historia, la radio ha demostrado una amplia capacidad de adaptación; en la era digital su futuro depende de esta capacidad para reinventarse. Una de sus fortalezas es que está hecha por profesionales que verifican sus fuentes, por lo que difunde información verídica (Moreno, 2019). No obstante, la disminución de radioescuchas es una realidad palpable.

Trejo (2022) observa las siguientes tendencias:

- a) La severa reducción de sus públicos continuará y, a mediano plazo, serán mayoritarias las generaciones que nunca escucharon la radio de manera regular.
- b) Los rendimientos financieros en la radio comercial serán cada vez menores y sus propietarios buscarán otros espacios para hacer negocio y mantener la influencia política que supone la propiedad de un medio de comunicación.
- c) La radio despuntará en coyunturas específicas, pero ningún medio puede mantenerse a partir de momentos de notoriedad excepcional.

d) La propagación de contenidos de manera asincrónica, como los *podcasts* y la música en línea, reemplazará casi todas las funciones que hemos conocido hasta ahora.

e) La radio será un medio de nicho que interesará a segmentos de audiencia muy acotados.

f) Un medio para crear, involucrar, expresar diversidades y experimentar. Será preciso que se le reconozca como una actividad cultural y social de interés público.

g) El mejor futuro que puede tener estará en manos de instituciones de carácter público. La radio pública, si se sacude las amenazas oficialistas y cuenta con respaldo de la sociedad a través del Estado, será garante y guardiana de las mejores tradiciones de la comunicación radiofónica. El derecho de las personas a la conversación y la imaginación que suscita tendría que ser garantizado por la radio pública.

Tal desarrollo puede potencializarse al explotar la experiencia de los otros medios (de uso social, comunitario y público), esos que permiten acceder a información relevante para la vida de la comunidad: dar avisos, potenciar sus actividades económicas, brindar información y promover sus valores culturales (IFT, 2021).

### ***Consideraciones finales***

En la radiodifusión sonora de frecuencia modulada en México habrán de reconocerse tres actores principales: concesionarios,

gobierno y radioescuchas. Los primeros buscan incrementar sus ganancias o bien potencializar sus características como servicio público de interés general; el segundo, transmitir propaganda y difundir cultura y educación; y, los terceros, información y entretenimiento.

La mirada panorámica que sobre las características e intereses de cada uno de ellos se ha presentado, incorporó consideraciones sobre su desarrollo técnico, jurídico y económico, para identificar características de la trayectoria que puede seguir en los próximos años.

## Referencias

- Chávez Ortiz, I. G. (2012). La radio como experiencia cultural: un panorama de la radiodifusión en el ámbito internacional y los inicios de la radio educativa en el periodo nacionalista en México 1924-1936. *Signos Históricos*, (28), 114-148. [Consultado: 5 nov 2022]. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34425327003>
- Guerrero, M. A. (2010). Los medios de comunicación y el régimen político. *Los grandes problemas de México XIV Instituciones y procesos políticos*. El Colegio de México.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2018). *Estudio de cobertura de los servicios de radiodifusión en México*.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2021a). *Anuario estadístico 2021*. Recuperado de <https://www.ift.org.mx/estadisticas/anuario-estadistico-2021>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2021b). *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2020-2021*. Recuperado de Estudios y Reportes de Análisis de Medios y Contenidos Audiovisuales. Instituto Federal de Telecomunicaciones.

- Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2021c). *Relación de audiencias infantiles y adultas de pueblos y comunidades indígenas con la radio, televisión e internet*. Recuperado de Estudios y Reportes de Análisis de Medios y Contenidos Audiovisuales. Instituto Federal de Telecomunicaciones.
- Martell Gámez, L. (2021). *El imaginario de lo público en la radio*. Universidad Veracruzana.
- Martínez Matías, G. (2019). La transformación de la radio comunitaria a partir de la Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión y la interculturalidad crítica. *Análisis de la Reforma en Telecomunicaciones en México 2013-2016: Alcances y limitaciones* (pp. 141-155). UNAM.
- Mejía Barquera, F. (2007). Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996), Escenarios y Convergencias. *Revista de Comunicación y Cultura*, 1(1), marzo-mayo.
- Moreno, I. (2019, 14 de febrero). La radio en México, más viva que nunca. Recuperado de <https://www.gaceta.unam.mx/la-radio-en-mexico-mas-viva-que-nunca/#:~:text=En%201921%20la%20radiodifusi%C3%B3n%20lleg%C3%B3,septiembre%20a%20enero%20de%201922>.
- Nieto, J. (2005). La Medición de Audiencias Radiofónicas en México. *Razón y Palabra*, (43), Recuperado el 5 de noviembre de 2022 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520626014>
- Prieto de Ramos, I., y Durante Rincón, E. (2007). La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: De oyente a usuario en la recepción del mensaje. *Espacio Abierto*, 16(2), 313-329. Recuperado el 3 de marzo de 2023 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216208>
- Quirarte, X. (2021, 9 de octubre). Las entrañas sonoras de la ciudad llevadas a las letras en “El soundtrack de la vida cotidiana”. *Milenio*.

- Rodríguez Montiel, E. (2009). El fenómeno histórico de la radio en México, una mirada sociotécnica. *Razón y Palabra*, (69), 1-8. Recuperado el 5 de noviembre de 2022 de <https://www.reDALyC.org/articulo.oa?id=199520330077>
- Romo, C. (1993). *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México*. ITESO.
- Sánchez García, K. (2019). Licitaciones de radiodifusión sonora en México: sin cambios en el cuadrante. *Análisis de la Reforma en Telecomunicaciones en México 2013-2016: Alcances y limitaciones* (pp. 123-139). UNAM.
- Sánchez Ruiz, E. (1988). Los medios de difusión masiva y la centralización en México. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 4(1), 25-54.
- Sosa Plata, G. (1992). 40 años de la frecuencia modulada en México. *Antena*, mayo-junio, pp. 14-19.
- Sosa Plata, G. (1997). Grupos, cadenas y alianzas estratégicas en la radio. *Revista mexicana de la Comunicación*, (45), septiembre-octubre, pp. 24-28.
- Sosa Plata, G. (2003). Radio: apertura política, mismos oligopolios. *Crisol de expresiones. Revista mexicana de la Comunicación*, 16(83), septiembre-octubre, pp. 23-31.
- Sosa Plata, G. (2011, 19 de septiembre). La radio, el sismo de 1985 y el recuerdo. *El Universal*. Recuperado de <https://observatorio-mediosuia3.wordpress.com/2011/09/19/la-radio-el-sismo-de-1985-y-el-recuerdo/>
- Sosa Plata, G. (2021). *Días de radio: Historias de la radio en México*. Tintable.
- Sosa Plata, G. y Oliva Rodríguez, P. (2007). La radio en México. En A. Merayo Pérez (Coord.), *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y perspectiva* (pp. 245-287). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- Trejo Delabre, R. (2022). Entre la extinción y la reconversión: ¿por qué la radio se escucha cada vez menos? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246), 97-119.
- Vidal Bonifaz, F. J. (2021). El estado de la concentración de la propiedad en la radio comercial abierta en México, 2019. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 20(36), 84-97.
- Winocur, R. (2002). La radio como cronista de la ciudad. *Ciudadanos mediáticos*. Gedisa.

## **Nicaragua: el horizonte opaco de la FM**

*Juan Carlos Duarte Sequeira*

### ***Evolución de la radio nacional***

Antes de hablar sobre las radios en frecuencia modulada, es necesario mencionar que las primeras emisoras instaladas en Nicaragua datan de principios de 1920, en un primer momento motivadas por razones militares, gracias a la iniciativa de las tropas norteamericanas que habían llegado al país. Según una nota del diario *La Prensa*, publicada el 4 de septiembre de 2002, “poco tiempo pasó para que en 1933 se instalara la primera emisora de uso civil, promovida por Moisés Le Franc”.

Otra investigación sobre este tema fue realizada por Bessie Betsabé Mejía Quiroz, Indira Isabel Osejo Morraz y Blanca Daneris Pavón Rocha, en su tesis de licenciatura, según las autoras la primera emisora comercial que operó en Nicaragua fue la Bayer, fundada el 15 de enero de 1933, el mismo año en que las tropas norteamericanas se retiraron del país. Radio Bayer pertenecía al señor Edmundo Salomón Tefel, quien se había asociado con el radiotécnico alemán Ernesto Andreas (2016, p. 21).

En sus inicios, las emisoras en Nicaragua trabajaban en onda corta, pero con el tiempo comenzaron a utilizar la amplitud modulada. El rendimiento de las radiodifusoras en onda corta se limitaba a solo unas pocas horas del día, pero el uso de transmisores en amplitud modulada abrió el camino para jornadas más prolongadas.

### *La FM nicaragüense*

Sobre el uso del primer transmisor en frecuencia modulada no se tiene un registro preciso. Sin embargo, en consultas realizadas, algunos radiodifusores atribuyen a la Radio Mundial su implementación en la década de 1970. No obstante, hay quienes refieren que las primeras estaciones de radio en FM fueron establecidas en la década de 1980 y mencionan a Radio Estéreo Revolución, Radio Estéreo Azul y Radio Universidad, esta última se tiene certeza que fue fundada el 8 de octubre de 1984 como parte de la Escuela de Periodismo de la Universidad Centroamericana (Radio Universidad, 2009).

En la misma década de los ochenta, otras estaciones de amplitud modulada utilizaban pequeños transmisores FM como radioenlaces para enviar la señal desde los estudios centrales hasta las torres de transmisión. Después del triunfo presidencial de Violeta Barrios de Chamorro en 1990, aparecieron nuevas asignaciones en FM con programación estrictamente musical, aunque el dial todavía se encontraba con muchos espacios disponibles.

En algunos casos, las emisoras que trabajaban en amplitud modulada identificaron a la FM como una oportunidad para retransmitir su señal original y garantizar presencia en ambas bandas. Fue hasta principios del nuevo siglo que las

radios florecieron a lo largo y ancho del territorio nacional. Fue así como surgieron propuestas locales y comunitarias como Radio Vos de Matagalpa y Radio Camoapa en el centro del país.

En este nuevo periodo también surgieron estaciones que funcionaban con alcance local y ofrecían una programación confesional, vinculadas principalmente a iglesias evangélicas.

Las propuestas de programación dependían de la identidad asumida por cada estación, permitiendo compartir con su audiencia formatos estrictamente musicales y, en algunos casos, contenidos. Las emisoras que se identificaban como comunitarias tenían una propuesta variada que incluía noticias, programas de opinión, complacencias o producciones radiales, pero predominaban los segmentos musicales.

En el caso de las radios confesionales, es decir de corte religioso, las programaciones estaban dominadas por espacios de complacencias, cultos al aire, prédicas y algunas retransmisiones de contenidos producidos fuera del país. No hay un registro preciso que permita conocer el número de emisoras surgidas en ese periodo, pero su presencia era evidente en el dial.

Sobre la infraestructura vinculada a las emisoras, ésta variaba desde lo más simple y rústico hasta una instalación moderna, dependiendo de la capacidad financiera de cada caso. A diferencia de la radio de hace 40 años o más, en los decenios posteriores fue evidente que el rigor sonoro se posicionó entre las principales preocupaciones.

El tema de la sostenibilidad de las radiodifusoras, además de ser complejo, también ha estado asociado a la naturaleza del medio. Algunas han apuntado a las ofrendas, otras al trabajo en alianza con organizaciones y la mayoría ha mostrado apertura para la publicidad comercial.

En número de colaboradores en cada medio dependía de las capacidades y de la propuesta de programación, pero en general se trataba de grupos pequeños, de cuatro a seis personas, eran casos excepcionales tener un número mayor o menor a ese rango. Actualmente se conocen casos donde solo una persona está a cargo del funcionamiento de la radio.

Muy pocas emisoras en Nicaragua disponen de estudios con condiciones óptimas, pues la mayoría trabaja en medio de múltiples limitaciones. Hay casos en los que esperan cerrar la programación para realizar grabaciones con el mismo equipo utilizado en la programación.

### ***Registro de las radios en Nicaragua***

La base de datos de radios en el país, generalmente, representa un desafío para quienes pretenden conocer su verdadera dimensión, incluyendo detalles de titularidad, alcances y otros aspectos útiles para su estudio. Lo ideal es consultar el registro oficial publicado por el Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR) como entidad reguladora de la materia, pero esto resulta complejo debido a la falta de información actualizada.

Gracias a estudios anteriores se ha podido acceder a un registro oficial de las radios del país, a través de publicaciones en el sitio *web* de TELCOR, aunque las últimas actualizaciones fueron realizadas en 2012 y 2014. Actualmente, ese registro no está disponible, y en su lugar se puede acceder a un mapa interactivo<sup>1</sup> de la misma organización que muestra la distribución

---

<sup>1</sup> Ver mapa interactivo TELCOR. <https://telcor.gob.ni/mapas-de-coberturas-de-telecomunicaciones-telcor/>

de las radios en el país, pero con imprecisiones y un evidente subregistro.

La información disponible no permite acceder con facilidad al recuento de las radios por territorio y dificulta la sumatoria para obtener el total de estaciones que operan en el país. Los mapas son repetitivos y parecen obedecer más a la posibilidad de sintonizar las frecuencias en los territorios y no al espíritu de visualizar la composición del mapa de radios de Nicaragua.

Como un recurso auxiliar se ha realizado una búsqueda de información en medios oficialistas y se ha encontrado una publicación del 13 de febrero de 2019 en *El 19 digital*, un medio de comunicación con información desde los espacios gubernamentales. A partir de este ejercicio fue posible conocer el dato oficial de 264 medios radiales, de los cuales 217 operan en frecuencia modulada (*El 19 digital*, 2019).

El total de 264 radios —217 en FM y 47 en AM— es inferior al registrado en “el Mapa de radios de América Latina y el Caribe, publicado en 2020, el cual menciona 280 emisoras en 2012, 228 en FM y 52 en AM, y 285 emisoras en 2014, con 235 en FM y 50 en AM” (Ballesteros y García, 2020).

Mediante un recorrido por los territorios para identificar las estaciones de radio existentes es posible comprender la magnitud del subregistro, ya que muchas de las que funcionan no están reflejadas en el mapa interactivo de TELCOR. Por ejemplo, en el departamento de Chontales, TELCOR identifica solo tres FM, pero en la cabecera departamental se contaron siete, y en otros municipios también funciona al menos una estación.

El fenómeno de las imprecisiones en la información oficial se extiende a todas las áreas visualizadas en el mapa interactivo, por lo que es necesario realizar un diagnóstico que

permita conocer a plenitud el mapa de radios del país. Esto permitiría al ente regulador un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico y reconocer las coberturas reales de las emisoras.

En algunos casos, las imprecisiones del registro oficial cambian la ubicación real de los medios, aunque la información haya sido suministrada correctamente por parte de los operadores de radio. Esta deficiencia podría ser superada con la colaboración del sector radiofónico, pero eso implicaría una mayor participación de las estaciones en la formulación de políticas públicas relacionadas con el sector.

### ***Las programaciones de la FM***

La programación de cada emisora en Nicaragua depende de varios factores, como la capacidad financiera, el tamaño del equipo de colaboradores, la capacidad de producción y la comprensión del trabajo radiofónico. En el caso de las emisoras confesionales, ya sea católicas o evangélicas, su programación está marcada por el interés de las iglesias, congregaciones o ministerios religiosos, con un fuerte énfasis en el discurso religioso, la transmisión de cultos o misas, la realización de programas evangelizadores y espacios para la música religiosa.

En cuanto a las emisoras comunitarias, es importante distinguir el perfil de cada una para comprender su propuesta de contenido. Algunas de estas iniciativas se comprometen con temas relacionados con el género y sus programas giran en torno a esos intereses, buscando influir en la actitud de los sectores sociales. Otras emisoras comunitarias tienen un perfil ambientalista, educativo o variado dependiendo del interés de

la localidad donde operan. Sus propuestas buscan satisfacer las necesidades de comunicación de los segmentos poblacionales que atienden.

Una gran cantidad de medios, imposible de precisar, ofrecen una programación estrictamente musical, intercalada por locuciones ocasionales y cortes comerciales. Estos casos predominan en las propuestas radiales de las grandes ciudades, donde la relación directa con la comunidad se diluye con mayor facilidad.

Muy pocas emisoras transmiten las 24 horas, especialmente en áreas fuera de la capital. Este fenómeno probablemente está relacionado con los costos operativos. En la mayoría de los casos, el horario de transmisión se limita a 12 o 14 horas diarias. En Nicaragua no existe un estudio que determine la composición de las programaciones de las frecuencias del país. Para llevar a cabo un estudio preciso, es necesario agrupar las radios por su propuesta de programación, ya que no se deben medir las comerciales de la misma manera que las demás.

### *La FM y la crisis nacional*

Debido a las diversas crisis políticas, sociales y económicas que ha vivido el país, el panorama de la radiodifusión en Nicaragua es poco alentador, con una evidente contracción del sector. En el último decenio, especialmente a partir del 2018, se han cerrado más de 31 estaciones de radio, incluyendo una en AM y 30 en FM. Casi todas estas emisoras cerradas tenían un carácter local y mantenían un alto sentido de proximidad con la ciudadanía, pero esto no ha sido suficiente para que las autoridades reconsideraran su decisión de cancelar las licencias y permisos de operación. En algunos casos, el ente regulador

ha alegado razones técnicas, pero no se ha cumplido con el rigor del procedimiento establecido.

En el ambiente de la radiodifusión flota una incertidumbre y una inseguridad jurídica, lo cual ha generado preocupación entre los productores de radio. Esta situación está vinculada a las tensiones políticas que sumergen al país en un ambiente de intolerancia y estigmatización de las voces críticas, y las frecuencias de radio no han podido escapar de esta fuerte corriente.

Como una medida de supervivencia, las estaciones, especialmente las que operan en FM, han reajustado su propuesta de programación, dando más énfasis al contenido musical y de entretenimiento. Muchas de estas radios tenían espacios informativos propios y contratados, pero la mayoría ha optado por prescindir de ellos o no tratar temas políticos.

En Nicaragua es difícil determinar con precisión la configuración de la propiedad de las radios. Aunque se conocen algunos grupos corporativos que controlan varias emisoras, como Coasa<sup>2</sup>, Ratensa<sup>3</sup> y Nicavisión<sup>4</sup>, que aglutinan a más de 15 emisoras en FM, también existen pequeños grupos en algunos territorios como Matagalpa<sup>5</sup>.

No se cuenta con información suficiente para conocer cuántas iniciativas tienen un carácter confesional, pero se ha observado una proliferación de emisoras evangélicas en el dial.

---

<sup>2</sup> Coasa es un grupo de radios con más de 15 años en el mercado.

<sup>3</sup> Es una organización de medios privados, conformado por Canal 10, Canal 9 y tv Red.

<sup>4</sup> Conocido como Canal 12, es un canal de televisión abierta nicaragüense propiedad de Nicavisión S.A. Fue fundado en 1993.

<sup>5</sup> Es la séptima ciudad más grande del país. Está ubicada a 128 kilómetros al noreste de Managua.

Tampoco se tiene certeza sobre su situación legal, es decir, si cuentan con licencia de operación, permisos provisionales o si la tramitación de su estatus de operación está pendiente.

La crisis múltiple que vive el país afecta cualquier esfuerzo para garantizar la sostenibilidad del sector, ya que prevalece una restricción natural del mercado en materia de inversión publicitaria. Esta realidad dificulta el acceso de las radios a nuevas tecnologías y a un personal de colaboración suficiente para mantener una oferta competitiva de contenidos.

En general, el ambiente es poco alentador, pero los operadores de radio se esfuerzan por no perder sus propuestas de comunicación y hacen sacrificios económicos para no desaparecer del espectro radioeléctrico. Este esfuerzo adquiere mayor significado para aquellas emisoras ubicadas en el interior del país, debido a las limitaciones naturales de los mercados locales.

Sin disponer de autorización para mencionar casos específicos, se puede decir que las medidas que se han adoptado para ahorrar y sobrevivir en el sector de la radiodifusión incluyen el recorte de personal, la reducción del horario de transmisión y la desaparición de programas. En un ambiente de austeridad, los medios tradicionales también están dirigiendo su atención hacia los espacios digitales.

A pesar de las dificultades, la pasión por la radio continúa vigente en Nicaragua y hay talento joven que se identifica con el tema. Sin embargo, las oportunidades para recompensar el trabajo son escasas. Aquellos que logran posicionarse en el sector de la radiodifusión, también se esfuerzan por aprender e incorporar las nuevas herramientas tecnológicas en la producción de contenidos.

### ***Internet en la FM***

Actualmente, las estaciones de radio en Nicaragua han comprendido la importancia de observar cuidadosamente las tendencias en el consumo de contenidos y aprovechar la tecnología disponible para su producción. La presencia digital, la producción de *podcasts* y las ideas multiplataforma son temas que se encuentran en las agendas de trabajo y en los planes estratégicos de las estaciones de radio tradicionales.

La mayoría de las estaciones utilizan las redes sociales y aquellas que están comprometidas con la producción de contenido cuentan con sitios *web*. La monetización en el medio digital es vista como una oportunidad para contribuir a la sostenibilidad en un futuro cercano.

Los factores que han facilitado la incursión digital de los medios tradicionales son variados, incluyendo aspectos económicos, sanitarios y sociopolíticos del país. Por diversas razones, las puertas del mundo digital se han abierto en los medios de comunicación y se reconoce que hay importantes segmentos de la población esperando contenidos en esos espacios.

La desaparición física de algunos medios también ha sido un factor decisivo para migrar hacia lo digital, y en los últimos años se han multiplicado las propuestas. Los medios que aún sobreviven están adaptando sus propuestas de contenido para satisfacer la demanda de la comunidad virtual, aprovechando las redes sociales, sitios *web* y aplicaciones dedicadas para la radio en línea.

### ***El futuro***

El panorama para la radio FM en Nicaragua está marcado por los desafíos mencionados en este texto, y el futuro dependerá

de la capacidad resiliente de cada estación. Adaptarse a los cambios propuestos por la tecnología puede ser parte de la oportunidad de sobrevivencia, tomando en cuenta la complejidad de los desafíos relacionados con la realidad del país.

Soñar con revivir el florecimiento de la radio tal como ocurrió hace varias décadas sería igual a creer que la luna es un gran trozo de queso suspendido en el cielo. Hay que entender que la radio tradicional debe incorporar el nuevo pensamiento digital, tanto en la producción de contenidos como en la construcción imaginaria del nuevo oyente inmerso en el espacio virtual.

Aunque la tecnología analógica todavía lo permita, los medios deben pensar en acciones estratégicas para atraer a las nuevas generaciones que nacieron en un mundo ajeno al receptor de radio. Pero no se trata solo de la tecnología, sino también de los formatos, estilos y temas en los contenidos.

En Nicaragua, el tema de la digitalización sigue pendiente, lo que significará desafíos para la producción radiofónica, pero su llegada es inevitable, dado que ya es un hecho conocido en otras regiones. La radiodifusión debe prepararse para este y otros posibles cambios.

Mientras el país no supere las múltiples crisis que lo afectan, las radios seguirán tomando medidas de austeridad que afectan el horario de transmisión, la disposición del personal y la producción de contenidos. Se trata de implementar estrategias que permitan reducir los costos y los riesgos con el fin de sobrevivir a los desafíos que enfrenta la radiodifusión.

Finalmente, la composición del mapa de radios en Nicaragua es una suerte de información dispersa y desactualizada que impide tener una idea clara de su tamaño, alcance y dimensión. Simplemente, en Nicaragua existe un horizonte opaco para la radiodifusión sonora, pese a la importancia que tiene para sus audiencias.

La radio contribuye de manera incuestionable al desarrollo de las comunidades a través de una oferta amigable para la compañía de las personas, el entretenimiento y la información. Los aportes son mucho mayores en aquellos casos donde la radio, habiendo asumido un espíritu comunitario, establece una relación estrecha con las personas de la comunidad.

Una estación, especialmente local, facilita las actividades del comercio, resuelve necesidades sociales, abre espacios para la denuncia y multiplica la voz de la ciudadanía. En esta noble propuesta, solo hace falta que otros actores sociales reconozcan a la radio como aliada estratégica, aunque su compromiso sea únicamente comunitario.

## Referencias

- Ballesteros, T. y García, S. (Coords.). (2020). *Mapa de radios en América Latina y el Caribe* (p. 46). Jinete Insomne.
- Lupone, C. (2022). Historia de la radio. *La Prensa*. Recuperado el 4 de septiembre de 2022 de <https://www.laprensani.com/2002/09/04/cartas-al-director-noticias/1707329-historia-de-la-radio>
- Mejía Quiroz, B. B., Osejo Morraz, I.I. y Pavón Rocha, B. D. (2016). Sistematización de experiencias de los practicantes, docentes, colaboradores y personas encargadas de programas en la radio escuela Music Box, UNAN Managua durante el primer semestre de 2016. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de Managua.
- Radio Universidad. (2009, 23 de abril). *Un recorrido por la historia de nuestra radio en el Día Mundial de la Radio* [Video]. YouTube. Recuperado de [https://youtu.be/ee-6e-a\\_Uv4](https://youtu.be/ee-6e-a_Uv4)

<https://open.spotify.com/intl-es/track/5xiAfKzE3mbxYbOkUZPR11?si=3504b879ffa64404>

TELCOR. (2023). *Mapa interactivo*. Recuperado de <https://telcor.gob.ni/mapas-de-coberturas-de-telecomunicaciones-telcor/>

## **Panamá: historia de la radio FM**

*Olmedo Carrasquilla*

Desde la Época Republicana<sup>1</sup>, las relaciones entre Panamá y los Estados Unidos influyeron los modos de producción y la vida cotidiana de los ciudadanos, complementándose con la cultura local, lo que llevó a la creación de un medio para expresar las preocupaciones populares, el 25 de noviembre de 1927. Sin embargo, fue hasta 1933 cuando se emitió por primera vez Radio Experimental (posteriormente Radio Tembleque), dirigida por los comunicadores sociales Fernando Joly, Félix Álvarez, Emérito Núñez y Enque Paniza.

Ésta fue la primera radio en territorio panameño, pero el gobierno de los Estados Unidos en la zona del canal interoceánico cerró la emisora, orden cumplida por el ministro de Gobierno y Justicia de esa época: Galileo Solís, ya que los estadounidenses se consideraban dueños de las frecuencias radiales de la República de Panamá.

---

<sup>1</sup> Durante la Época Republicana en Panamá (1903-1958), las relaciones entre el país y los Estados Unidos estuvieron marcadas por la influencia política y económica de los Estados Unidos. Desde el final del siglo XIX, los Estados Unidos habían mantenido un control significativo sobre el Canal de Panamá y habían utilizado su poder económico y político para influir en los asuntos internos de Panamá. Las relaciones entre los dos países estuvieron marcadas por la interdependencia económica y el control de los Estados Unidos sobre el Canal. Sin embargo, también hubo momentos de tensión y conflicto, especialmente en relación con cuestiones políticas y económicas.

En cuanto a la regulación de medios, la Ley 12 del 3 de octubre de 1934 estableció que el gobierno debía otorgar licencias a todas las estaciones de radiodifusión que quisieran establecerse en el país para fomentar el desarrollo económico y cultural. El 8 de abril de 1952, surgió el decreto N°1056 sobre locutores y comentaristas radiales, que les exigía aprobar exámenes escritos y orales, tener una voz adecuada, dicción perfecta, capacidad de improvisación, cultura general, pronunciación correcta y rectitud comprobada.

### *Nace la FM*

Para el año de 1969, nació una idea llamada Radio Libertad, actualmente Radio Nacional FM, emisora de carácter gubernamental adoptada a nivel nacional como la voz del quehacer nacionalista, la iniciativa surgió de primeros intentos no legales por crear la frecuencia modulada. El Estado, al conocer del interés por tener un medio de tales características fundó una operación legal y oficial en frecuencia modulada. Radio Libertad, emisora estatal, pasó de un ideal a iniciar labores el 27 de mayo de 1971 con su eslogan *La Voz de la Revolución*. El 15 de agosto de 1982 la iniciativa pasó a llamarse Radio Nacional de Panamá con su eslogan *La emisora de los Halcones de Torrijos*.

La FM surgió con una fuerte connotación política y su audiencia era limitada debido a la escasez de receptores en la década de 1960. Además, los equipos para escuchar la radio eran costosos y debían ser importados, lo que restringió su expansión.

En sus inicios, la FM fue controlada tanto por el gobierno como por el ejército norteamericano en la zona del Canal

de Panamá<sup>2</sup>. Con el tiempo, el gobierno adquirió el poder de regular las radios en el país, lo que permitió un crecimiento lento y progresivo de la FM, que en ese momento ofrecía una programación en periodos de prueba.

Los primeros años de la FM se caracterizaron por la falta de personal para atender las necesidades de los medios en crecimiento. La programación se centraba en música para un público adolescente y no se transmitía las 24 horas del día.

En los años de 1970, la FM estaba en sus primeras etapas de desarrollo. Había una creciente demanda de estaciones que ofrecieran música de alta calidad y noticias actualizadas. La mayoría de los medios en ese momento eran de AM, pero la radiofrecuencia modulada comenzó a ganar popularidad gracias a su calidad de sonido superior.

A mediados de la década de 1970, la FM comenzó a transmitir una amplia variedad de programas, incluyendo música, noticias, deportes, entretenimiento y programas educativos. La música fue uno de los principales contenidos en la radio en ese momento y una estación popular era Radio Mía, que transmitía música en español y en inglés.

De acuerdo con stereovida.org, una iniciativa evangelizadora llegó a Panamá en 1971.

El lunes 15 de noviembre se iniciaron transmisiones completas de pruebas, con música y anuncios, pero ya el lunes 22 de noviembre de 1971, la emisora empezó su programación regular, llegando a ser así, la primera emisora en Panamá, con un horario completo de 18

---

<sup>2</sup> El Canal de Panamá es una vía acuática que conecta el Océano Atlántico con el Pacífico, permitiendo a los barcos y barcasas viajar de un océano a otro sin tener que dar la vuelta al cabo de Hornos. Fue construido por los Estados Unidos entre 1904 y 1914 y es uno de los mayores proyectos de ingeniería del mundo.

horas continuas de transmisión de programas en FM estéreo. También fue la primera emisora misionera en FM estéreo. Cubría el área de la ciudad de Panamá, sus alrededores y parte del interior de la República. La nueva estación en FM estéreo fue llamada Radio Vida. El nombre fue puesto con la esperanza de que los oyentes pudieran encontrar, con esta nueva alternativa, una vida plena en Jesús, quien es el único guía para vivir.

Al salir al aire la emisora, y con este formato de programación, produjo excelentes resultados y se logró lo que se esperaba, alcanzar a una total y selecta audiencia. Hubo buena respuesta y aceptación de los oyentes.

Las primeras voces de los locutores en Radio Vida fueron de Benito Cummings y Roberto Hall en inglés y de Pacífico Núñez G. en español. El 29 de diciembre de 1971 se realizó un programa especial de dedicación de la emisora. El Dr. Clarence Jones, fundador de la HCB fue invitado al mismo para cortar la cinta y declarar oficialmente inaugurada Radio Vida Estéreo 105.1 FM.

Radio Vida tenía sus estudios, oficinas y transmisores en un amplio apartamento de un edificio ubicado en la Avenida 4 de julio y Calle Rochet, y su antena estaba instalada en el techo del otro edificio cercano (s.p.).

En la década de 1980, la FM en Panamá continuó su evolución y crecimiento. Las estaciones comenzaron a transmitir más programas en vivo y a ofrecer cobertura, en tiempo real, de eventos importantes. La popularidad de la FM se mantuvo alta. Además de la música, comenzaron a transmitirse programas de entretenimiento como concursos y entrevistas. Estos espacios permitieron a los oyentes participar y hacer preguntas a sus ídolos.

Algunos de los medios de FM de la década de 1980 eran propiedad de hijos de soldados norteamericanos que transmitían en inglés, desde bases militares. La juventud panameña, acercándose a la cultura norteamericana, creó iniciativas de FM que transmitían diferentes géneros musicales. Algunas de las primeras emisoras, como Bahía Estéreo, Omega Estéreo, Estéreo Azul y Radio 10, eran presentadas por jóvenes y escuchadas por adolescentes. Según la periodista Astrid Chang en su texto: “Omega Stereo, pionera de la radio FM” (2019), la historia de la emisora comenzó a escribirse a partir de su nombre.

Guillermo Antonio Adames, presidente y fundador de la radiodifusora, relata que en su búsqueda por crear un producto novedoso comenzó a escribir una lista con posibles nombres. Rememora que en aquel tiempo tenía un reloj de marca Omega y mirando la hora, se dijo: “Este es el nombre para la emisora”. Quien también funge como miembro del Fórum de Periodistas, cuenta que el 7 de febrero de 1981 abrió el estudio en la vía Argentina. Posteriormente, realizó la instalación de un transmisor en Cerro Azul, enlazándolo con el transmisor del volcán Barú y luego lo conectó con el del cerro Canajagua. Esto le permitió abarcar la señal de costa a costa en todo el territorio panameño. “Lo más importante para mantener un proyecto es 5% de inspiración y 95% de trabajo”. Adames reseña que en sus inicios Omega Stereo solo era de corte musical y al cabo de diez años, con el objetivo de mantener a una audiencia cautiva, realizó un ajuste en la programación; ahora estaría dirigida a un público “adulto contemporáneo” (s.p.).

La década de 1980 vio un auge en la música televisada, la cinematografía, la televisión en color, los conciertos y un espíritu rebelde, aunque estos movimientos también se dieron en otras décadas fueron más visibles y promovidos a través de la televisión y la radio.

En 1980, había emisoras públicas y privadas, y a mediados de la década, la Iglesia comenzó a acceder a medios de FM. Durante este tiempo, la tecnología permitió que los vehículos tuvieran radios en FM y esto favoreció la expansión del medio de comunicación. En esa época, las estaciones se financiaban a través de actividades comerciales y la venta de publicidad, mientras que las propuestas religiosas podían recibir presupuesto de sus iglesias. Las personas jóvenes eran las que más escuchaban la FM, con algunos medios ofreciendo programación las 24 horas del día, incluyendo música, formatos tipo magacín, farándula y noticias.

Entre las décadas de 1960 y 1980, la radio experimentó un declive debido a la competencia de la televisión y a la transición de la emisión en onda corta a VHF, que solo tenía un alcance limitado. Con el tiempo, y debido a que Colón era una zona libre<sup>3</sup>, fue más fácil adquirir equipos para modernizar algunas estaciones.

En 1990, la FM comenzó a diversificarse y a ofrecer una amplia gama de programas y géneros musicales para satisfacer los gustos y necesidades de una audiencia cada vez más amplia. Esto incluyó programas de música, deportes, entretenimiento, noticias y *Talk Shows*, entre otros. Además, la llegada de nuevas tecnologías, como la transmisión digital, permitió a

---

<sup>3</sup> Se estableció en 1948 y se considera una de las zonas libres más grandes del mundo. Es conocida por ser una zona de libre comercio, donde las empresas y los comerciantes pueden importar y exportar bienes sin pagar aranceles y sin tener que cumplir con muchas de las regulaciones y restricciones comerciales que se aplican en otros lugares. La Zona Libre de Colón es un importante centro de comercio y una fuente de empleo para la región; atrae a empresas y comerciantes de todo el mundo. Las empresas pueden aprovechar las condiciones de comercio favorable y la infraestructura adecuada para la industria y el transporte para realizar sus operaciones de manera eficiente y rentable.

las estaciones mejorar la calidad de sus transmisiones y llegar a una audiencia más diversa. La radio de FM en Panamá se convirtió en una parte integral de la cultura y la sociedad.

En 1990, la FM mantuvo su número de estaciones, pero hacia finales de la década, la migración a la digitalización comenzó a causar cambios como la desaparición y fusión de algunos medios. El final de la década de 1990 fue un periodo de reorganización de las frecuencias, lo que facilitó un proceso de compra de estaciones. Era común escuchar medios como Los 40 principales, Radio Disney y Radio Activa, entre otros, que eran propiedad de compañías radiofónicas transnacionales. También había propuestas evangélicas como la Corporación Baha'ís y otras congregaciones cristianas.

Desde sus inicios, la FM nacional generó ingresos a través de festivales musicales, la venta de publicidad y el impulso que brindaba a corporaciones televisivas como Telemetro, que utilizaba la FM para promover sus giras nacionales de verano y carnavales. Durante la década de 1990, las audiencias migraron a la FM a medida que la amplitud modulada desaparecía.

La FM transmitía 24 horas al día y la carga de contenido oral era alta, incluyendo debates, noticias, deportes, farándula y música de todo tipo. En la década de 1990, apareció la Radio Universidad Autónoma de Panamá<sup>4</sup> como una propuesta en FM, pero su incidencia en la ciudad no fue fuerte.

En la década de 1990, las nuevas tecnologías digitales comenzaron a ser aplicadas al mundo de la radio, lo que mejoró

---

<sup>4</sup> Radio Universidad Autónoma de Panamá (UAP) es una estación de radio educativa y cultural que pertenece a la Universidad Autónoma de Panamá (UAP). Fue fundada en 1970 como un medio para que la UAP pudiera compartir su conocimiento y experiencia con la comunidad panameña.

la calidad del sonido y se hicieron pruebas con la radio satelital (también conocida como radio HD), lo que impulsó el interés en el medio. Además, la Ley N°24 de 30 de junio de 1999 reguló los servicios públicos de radio y televisión, y el Decreto Ejecutivo N°189 de 13 de agosto de 1999 lo reglamentó.

La oferta sonora de los medios en la década de 1990 tenía características similares en la región. El profesor Héctor Santacoloma menciona una especie de anecdotario sobre la frecuencia modulada.

Los almacenes de electrodomésticos comenzaron a anunciar componentes de sonido y la gente se fue interesando en comprarlos porque tenían para escuchar AM y FM y en la medida en que se fueron comprando fue creciendo la audiencia y en las casas se escuchaba esa música a todo volumen, en las fiestas que se hacían llamaban a la radio a pedir saludos: “Hola estamos en una fiesta en la casa y estamos escuchando la emisora” y el DJ hacía la mención y cerraba con “siga en sintonía”, la retroalimentación fue fenomenal, fue un *boom* (Santacoloma, 2022).

A medida que la economía panameña crecía y se diversificaba, la demanda de contenido de calidad en la FM también aumentaba. Esto llevó a la aparición de nuevos programas y formatos innovadores, así como a la inclusión de temas en línea y en directo, y a la utilización de nuevas tecnologías para mejorar la interactividad con la audiencia. En definitiva, la FM continuó evolucionando para adaptarse a las necesidades y deseos de su audiencia y mantener su relevancia y popularidad en el siglo XXI.

A principios de los años 2000, adquirir una frecuencia en FM se convirtió en una tarea difícil para muchos sectores de la sociedad, debido a la aparición de monopolios y la influencia

política sobre los medios. La audiencia pasó de ser adolescente a más adulta. Con el acceso a internet, la FM comenzó a tener una proyección internacional y se adaptó a nuevas formas de transmisión, pero en términos de contenido, se convirtió en monótona, con los mismos géneros musicales y una audiencia enganchada a estaciones amplificadas en todo tipo de comercios y tiendas de ropa.

En cuanto a las regulaciones, el Decreto Ejecutivo N°111 del 9 de mayo de 2000 modificó varios artículos del Decreto Ejecutivo N°189 de 13 de agosto de 1999, que regulaba los servicios públicos de radio y televisión de acuerdo con la Ley N°24 de 1999. La Resolución N°JD-3282 de 15 del abril de 2002 adoptó el Convenio de Autorregulación de las Empresas de Radiodifusión.

### *La radio hoy*

En Panamá, las emisoras de FM son propiedad de diversas empresas y personas. Algunas de las principales empresas que poseen emisoras de FM en el país son Grupo Prisa, Corporación Medcom y Radio Cadena Nacional, entre otras.

La programación que ofrecen las emisoras de FM varía dependiendo de la estación y la audiencia a la que se dirige. A continuación, se describen algunos de los tipos de programación que se pueden encontrar en la FM en Panamá:

- **Música:** muchas estaciones de FM se enfocan en la música y ofrecen diferentes géneros como pop, rock, salsa, reggaetón, merengue, entre otros. Algunas de las emisoras que se enfocan en música son Los 40 Principales, Máxima FM, Omega Stereo y Blast FM.

- **Noticias:** algunas emisoras de FM ofrecen programación de noticias, con reportajes, entrevistas y análisis de temas de actualidad. En ocasiones, las FM que ofrecen programación de noticias son Radio Panamá, RPC Radio y kW Continente.
- **Entretenimiento:** otras estaciones de FM en Panamá ofrecen programación de entretenimiento, con programas de variedades, humor, entrevistas y concursos. Las emisoras de FM que se enfocan en el entretenimiento son WAO 97.5, Cool FM, y Súper Q FM.
- **Deportes:** también hay estaciones de FM que ofrecen programación deportiva, con transmisiones en vivo de partidos, análisis y comentarios de deportes. Ofrecen programación deportiva RPC Radio, Hola FM y Stereo Fama.

Hoy en día, el avance de la radio en internet es rápido. Por lo tanto, muchas de las grandes emisoras están comenzando a experimentar con transmisiones en línea, siendo la más simple una transmisión en vivo que llega a un público global. En realidad, su rápido desarrollo ha generado una competencia con la televisión, lo que está estrechamente relacionado con el desarrollo de la banda ancha en internet.

Las emisoras actuales son de carácter comercial y cultural, y su sostenibilidad depende de su programación, definida por la demanda de los oyentes.

En Panamá aún existe un debate y se promueve una cultura de medios libres, como es el caso de una ley de radios comunitarias y el uso de redes sociales virtuales libres. Sin

embargo, debido a su economía mercantil, Panamá es más propenso al uso convencional de los medios que ofrece el mercado consumista.

### *El futuro*

Las emisoras panameñas que actualmente emiten en FM se mantendrán siempre y cuando respondan a las demandas del mercado, impacten en la sociedad y sean viables y rentables como modelo de negocio. Para ello, la innovación tecnológica y la creatividad serán elementos clave para asegurar su supervivencia y su crecimiento.

El hecho de que las estaciones de FM estén en manos de organizaciones religiosas no solo les permitirá sobrevivir, sino también adaptarse a los cambios tecnológicos y a cualquier otro tipo de transformaciones. Además, dado que estas estaciones tienen una fuerte conexión con sus audiencias, la FM se mantendrá próspera o al menos viable como forma de negocio. La promoción de principios y valores religiosos con los que muchos panameños se identifican garantiza su viabilidad.

En cuanto al futuro, se espera que la FM siga siendo importante para la promoción de actividades culturales y musicales, lo que a su vez impulsará la industria musical.

*Emisoras de FM en Panamá*

Nombre	Frecuencia	Sede / Área de Transmisión
Radio Libre	870.AM	
Radio 10	88.1 FM	
Cool FM	89.3 FM	
Kontrol	89.7 FM	
Stereo 89	90.1 FM	
Super Q	90.5 FM	
RPC Radio	90.9 FM	
Los 40	91.3 FM	
Máxima	91.7 FM	
Radio Ancón	92.1 FM	
La KY	92.5 FM	
YXY	92.9 FM	
Metropolis	93.3 FM	
Radio María	93.7 FM	Panamá
Radio Panamá	94.5 FM	
Hosanna Capital	94.9 FM	
La Exitosa	95.3 FM	
KW Continente	95.7 FM	
TVN Radio	96.5 FM	
Radio Mía	96.7 FM	
Caliente	96.9 FM	
Wao	97.3 FM	
Mix	97.7 FM	
La Mega	98.1 FM	
Stereo Oeste	98.5 FM	
Ultra Stereo	98.9 FM	

La 99	99.3 FM	
Tropi Q	99.7 FM	
Antena 8	100.1 FM	
Fabulosa	100.5 FM	
Estéreo Azul	100.9 FM	
Radio Disney	101.3 FM	
Radio Nacional	101.7 FM	
Lo Nuestro	102.1 FM	
FM Corazón	102.5 FM	
Blast	102.9 FM	
Quiubo Stereo	103.3 FM	Panamá
Play	103.7 FM	
Telemetro Radio	104.1 FM	
La Tipik	104.5 FM	
Estéreo Vida	104.9 FM	
Like	105.7 FM	
Boom	106.1 FM	
Crisol FM	106.9 FM	
Rock & Pop	106.5 FM	
Omega Stereo	107.3 FM	
Estéreo Universidad	107.7 FM	
Megamix	90.5 FM	
Mi Acordeón Stereo	91.7 FM	
Ritmo	92.9 FM	
Radio Universitaria	93.3 FM	Chiriquí
Hosanna Carismática	94.9 FM	
La Exitosa	95.3 FM	
Top	95.7 FM	
Federal	96.9 FM	

Ondas Chiricanas	100.1 FM	
Planet	100.9 FM	
Super Z	101.7 FM	
Radio Chiriquí	103.3 FM	Chiriquí
Blast Chiriquí	104.1 FM	
Faro de David	104.5 FM	
Radio Mi Preferida	105.3 FM	
Radio Chiriquí	106.9 FM	
CHT	107.7 FM	
Que Buena	88.7 FM	
Blast Centro	89.1 FM	
Original Stereo	90.9 FM	
Radio Mi Favorita	91.9 FM	
Flow	92.7 FM	
Chitreana Estéreo	93.9 FM	
Okey	96.3 FM	
Stereo Presidente	98.3 FM	Provincias Centrales
Ultra Stereo	98.7 FM	
Radikal	99.1 FM	
Super Stereo	99.5 FM	
Radio Poderosa	99.9 FM	
Radio Veraguas	101.9 FM	
Radio Reforma	102.7 FM	
Estéreo Vox	103.5 FM	
Radio Ritmo Stereo	107.9 FM	
Caribe Stereo	90.1 FM	
Radio One	92.9 FM	Bocas del Toro
Stereo Mar	101.7 FM	
Portobelo Stereo	89.9 FM	Colón

Hot Stereo	93.5 FM	
Latina 95	95.1 FM	
Shalom	95.5 FM	
Inmaculada FM	100.7 FM	
C.P.R.	101.1 FM	Colón
Xona	102.3 FM	
Marbella Stereo	104.3 FM	
Nuevo Amanecer	105.1 FM	
MQV Radio	95.9 FM	
La Voz Sin Fronteras	99.9 FM	Darién

*Fuente: Autoridad de los Servicios Públicos (s.f.).*

## Referencias

- Autoridad de los Servicios Públicos (ASEP). (s.f.). Recuperado de <https://www.asep.gob.pa>
- Chang, A. (2019). Omega Stereo, pionera de la radio FM. La Estrella. Recuperado de <https://laestrella.com.pa>
- Facultad de Comunicación Social, Universidad de Panamá. (s.f.). Recuperado de <https://faccomunicacion.up.ac.pa/>
- Emisoras de Panamá. (s.f.). Recuperado de <http://emisorasdepanama.com>
- Historia de la radio en Panamá. (s.f.). Recuperado de <http://historia.delradioenpanama.blogspot.com/>
- Stereovida.org. (2019). Una iniciativa de carácter evangelizador llegó a la ciudad de Panamá.

## Entrevistas

- Santacoloma, H. (2022). Comunicación personal. Octubre, 2022.

## **Paraguay: la heterogeneidad de la FM y los desafíos de la era digital**

*Salustiana Caballero*

### *Los inicios de la frecuencia modulada en Paraguay*

La aparición de la radio en Paraguay se remonta a los años veinte, con la utilización de emisoras impulsadas principalmente por el gobierno existente antes de la Guerra del Chaco, afirma Zarza en su estudio *Qué Onda: la radio en Paraguay en la post dictadura* (2013). Asimismo, siguiendo a la misma autora, las radios privadas y comerciales surgieron en 1922 gracias a la instalación de dos transmisores experimentales de onda corta realizados en Asunción por Alfonso Sa y el ingeniero alemán Alfred Striker. No se tiene una fecha precisa para la aparición de la frecuencia modulada, pero Zarza menciona que ésta apareció hacia finales de los años sesenta y principios de los setenta, por lo que las radios musicales se hicieron en la nueva banda, según lo indica el estudio mencionado.

A finales de los años sesenta, se registró un aumento de las FM en el país debido al bajo costo de implementación y a la calidad de los transmisores disponibles en el mercado. Sin embargo, algunos medios mostraron desconfianza en adoptar tal frecuencia en ese momento.

Las primeras experiencias de FM fueron principalmente como emisoras musicales, lo que conllevó a la idea generalizada hasta la actualidad de que están dirigidas a un público joven y que principalmente son de contenido musical.

En términos técnicos, la llegada de la FM proporcionó mayor fidelidad en las transmisiones y un sonido más nítido (Zarza, 2013). Otra característica que favoreció su crecimiento fue el ancho de banda que permitía una mayor cantidad de información.

Las emisoras de FM eran propiedad de personas individuales que se dedicaban a la radiofonía. Con el tiempo, las FM se fueron expandiendo en el espectro radioeléctrico gracias a la accesibilidad de los equipos de transmisión y su bajo costo, además de la facilidad para obtener una licencia de usufructo sin requisitos demasiado engorrosos, en comparación con la licencia para una AM. Por esta razón, en los últimos años muchas personas han decidido incursionar en esta banda, especialmente en zonas rurales y en el interior del país.

Desde 1989, tras la caída de la dictadura de Alfredo Stroessner<sup>1</sup> así como a la apertura del mercado de telecomunicaciones y radiodifusión, se ha producido un mayor crecimiento de los radios FM, gracias a la era democrática (Zarza, 2013).

### ***Radioemisoras comunitarias en FM***

Con el paso del tiempo, el espectro radioeléctrico y la banda FM se ocuparon por numerosas radios. La caída de la dictadura en 1989 permitió que las organizaciones sociales encontraran en las emisoras un medio de comunicación aliado para impulsar sus diversas reivindicaciones y luchas en el ámbito de los derechos humanos en Paraguay. Durante 34 años de dictadura, la sociedad tuvo limitado su derecho a la información y a la expresión; al término de ésta, el movimiento de las radios comunitarias comenzó a democratizar la comunicación, en 1990 se inició la era democrática en el país.

---

<sup>1</sup> La dictadura militar del General del Ejército Alfredo Stroessner fue el régimen dictatorial establecido en Paraguay durante gran parte de la segunda mitad del siglo XX, prácticamente 34 años el país fue gobernado por él.

Según Brunetti (1997), las primeras radios comunitarias surgieron en FM a partir de 1990 y fueron principalmente parroquiales como Radio Marangatu FM, en la parroquia Sagrada Familia, en el barrio Tablada Nueva de Asunción; Radio Tape Pyahu, en la parroquia San Felipe y Santiago de Bañado Tacumbu, también en la capital; y Radio Kuarahy Mimby, en la Chacarita, que comenzó a operar en 1994.

Las primeras radios de corte eclesiástico eran promovidas por parroquias en los barrios periféricos de Asunción. La programación estaba compuesta por espacios periodísticos en la mañana, presentados por jóvenes voluntarios entusiasmados con la radio que cubrían la realidad comunitaria, a través de reportes locales. En las tardes había espacios musicales variados y por las tardecitas se transmitían las misas parroquiales. Estas radios no tenían personal contratado, sino que contaban con jóvenes voluntarios comprometidos con la actividad pastoral. En términos técnicos, la mayoría tenía transmisores caseros y escaso equipamiento, pero tuvieron un impacto significativo, difundiendo las voces de las familias y pobladores de los bañados, que se encontraban en la franja riverense de Asunción, debido a que el avance del agronegocio había expulsado a muchos agricultores del campo en los inicios de 1980.

Con el tiempo, organizaciones campesinas, eclesiales y de la sociedad civil de diferentes sectores trabajaron para instalar sus propias emisoras comunitarias en todo el país, como herramienta de participación de los distintos grupos. Estas emisoras eran en FM y, de esta manera, hicieron presencia en localidades del país, especialmente en las zonas rurales de la región oriental. Esto puede ser confirmado en el mapa de radios publicado por la entidad reguladora estatal, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

Las radios comunitarias campesinas fueron impulsadas por organizaciones de agricultores organizados en el campo, principalmente para denunciar problemas como la falta de tierra, el avance del agronegocio de la soja, los agroquímicos, la contaminación ambiental y la ausencia de políticas para la agricultura familiar campesina. Estas radioemisoras han sido históricamente perseguidas por el Estado y por los grupos económicos de poder que promueven el modelo agroexportador de la soja.

Las radios comunitarias eclesiales también crecieron en las zonas rurales y, con el tiempo, tras el inicio de la democracia, muchas parroquias y pastorales sociales vieron la posibilidad de evangelizar y dar visibilidad a la realidad social a través de este medio de comunicación. En este sentido, en Paraguay la Iglesia católica tiene una larga historia de compromiso social con las comunidades eclesiales de base y las ligas agrarias cristianas, espacios donde los agricultores se reunían para leer el Evangelio, realizar mingas comunitarias y reflexionar sobre la realidad. Estas radios en FM han sido de gran acompañamiento para las poblaciones del campo. Han funcionado con equipamientos modestos, personal voluntario y programaciones combinadas entre lo noticioso y periodístico, así como espacios para distintos grupos eclesiales.

Ambas emisoras comunitarias, tanto las eclesiales como las campesinas, comparten el hecho de que sus programaciones son realizadas en guaraní jopará (guaraní paraguayo), ya que en el país el 90% de la población habla guaraní, uno de los dos idiomas oficiales de origen indígena.

### *Las radios comunitarias indígenas*

En Paraguay habitan 19 pueblos indígenas distribuidos en cinco familias lingüísticas, lo que representa una gran riqueza cultural para el país. Sin embargo, este grupo de población es el más desfavorecido en términos de acceso a la educación, la salud, la vivienda y el derecho a la comunicación. Hasta 2012 surgieron las primeras estaciones de radio en FM, propiedad de comunidades indígenas.

Las emisoras indígenas hicieron su aparición impulsadas por el Estado y se distribuyen tanto en la región oriental como en la occidental. Estas radioemisoras tienen equipamientos básicos para su funcionamiento y son operadas por personas indígenas, cuyas programaciones son en idiomas nativos distintos al guaraní. Por lo general, los encargados de estos medios son profesores indígenas, promotores culturales y agentes comunitarios de salud que aprovechan el dial para revitalizar sus culturas, a través de programas donde difunden sus cantos tradicionales, relatos y actividades propias.

### *La frecuencia modulada en la legislación nacional, la propiedad de las radios en FM y sus características principales*

La Ley de Telecomunicaciones 642/95 de Paraguay regula el espectro radioeléctrico y reconoce dos tipos de propietarios de la FM: estaciones comerciales y radiodifusión sonora de pequeña cobertura, también conocidas como emisoras comunitarias.

La mayoría de las FM comerciales son propiedad de empresarios o políticos locales que utilizan estos medios de difusión para promocionar sus negocios y captar votos durante las

elecciones. Las radios comunitarias, por otro lado, son propiedad de organizaciones campesinas, periurbanas e indígenas.

La ley establece un límite de potencia de 300 vatios para las FM comerciales y permite que desarrollen publicidades y servicios lucrativos. Las radios de pequeña cobertura, por su parte, pueden tener una potencia máxima de 50 vatios y se les considera sin fines de lucro, lo que significa que no pueden realizar publicidad ni arrendar sus programas.

### ***Estructura, infraestructura y situación financiera en la actualidad***

La infraestructura de las emisoras varía según su propiedad. Las emisoras comerciales suelen tener una mejor infraestructura, con edificios seguros y condiciones favorables, además de contar con servicios de mantenimiento permanente en sus instalaciones, incluyendo torres y equipamientos técnicos. Algunas de ellas cuentan con un directorio y un equipo de trabajadores contratados que se encargan de las tareas de locución y operación, y a veces tienen una dirección general asumida por el propietario. Estas emisoras suelen contar con personal calificado y remunerado.

Por otro lado, las emisoras comunitarias o de pequeña cobertura suelen ser propiedad de organizaciones eclesiales, campesinas o sindicales y suelen encontrarse en edificios improvisados, como parroquias o locales de las organizaciones. Según un estudio realizado por Radio Fe y Alegría en 2011, estas emisoras suelen estar compuestas por un consejo y comisiones de voluntarios que realizan tareas dentro de la radio. Su personal se compone generalmente de 3 o 4 colaboradores que rotan para cubrir responsabilidades.

En cuanto a la tecnología, las emisoras comerciales cuentan con equipamientos óptimos, exigidos por la entidad reguladora para obtener licencias. Las comunitarias, según un estudio de Radio Fe y Alegría, de 2011, utilizan principalmente transmisores de fabricación casera. El 93% de las emisoras comunitarias consultadas en ese estudio tenían computadoras, pero solo la mitad con acceso a internet.

Los propietarios de las estaciones comerciales suelen contratar profesionales con experiencia y ofrecerles contratos que incluyen horas laborales, pago del salario mínimo y prestaciones sociales. En cambio, las emisoras comunitarias están compuestas principalmente por trabajadores voluntarios, quienes a veces son jóvenes que participan por un tiempo determinado y luego dejan de asistir. Los locutores y operadores de estas iniciativas no reciben remuneración mensual y, en algunos casos, pueden acceder a un pequeño aporte solidario, pero la mayoría trabaja de manera voluntaria en tiempo parcial.

Las estaciones comerciales tienen una estructura financiera que incluye un área comercial encargada de obtener fondos, especialmente a través de la publicidad y los patrocinios, mientras que las comunitarias no tienen un presupuesto anual y en su mayoría tienen uno mensual que es absorbido por la directiva. Para cubrir los costos operativos, estas emisoras a menudo realizan diversas actividades como polladas, festivales, jineteadas y aportes solidarios.

Las emisoras que pertenecen a las organizaciones sociales presentan mayor dificultad para sostenerse financieramente; aunque aquellas dependientes de alguna parroquia o congregación religiosa cuentan con mejores posibilidades ya que, en muchos casos, sus costos se hallan insertos dentro del presupuesto eclesial.

### *La programación de la FM en la capital y en las ciudades del interior*

En la capital del país se puede observar una clara diferencia en la programación de las emisoras de FM y AM. La FM en la capital suele ser principalmente musical, con espacios breves para noticias e información, y ofrece una amplia variedad de géneros, como música romántica retro, rock, pop, juvenil, tropical y latina. Por otro lado, la AM se centra en la información.

En las ciudades del interior del Paraguay, las emisoras ofrecen una combinación de música y programas noticiosos de actualidad local, un formato más similar al de la AM.

En la región oriental, se pueden encontrar muchas emisoras de FM que proporcionan información y espacios vinculados a la realidad local en ámbitos como política, deporte, cultura, religión y otros. Tanto las iniciativas comerciales como las de pequeña cobertura o comunitarias en las zonas rurales, comparten esta característica.

### *Adaptación a lo digital*

En los últimos 15 años, con el avance de internet, la mayoría de las emisoras comerciales se han vuelto digitales, lo que ha permitido a los oyentes escuchar sus emisoras favoritas desde cualquier lugar del mundo siempre que tengan buena conectividad. Esto ha sido útil para las personas que han emigrado a países como España en busca de mejores oportunidades laborales y quieren mantenerse conectadas con sus comunidades de origen.

La digitalización también ha exigido que las emisoras comprendan que deben adaptarse a un mundo global y dinámico,

además de que ya no tienen el monopolio de los contenidos de radio. Hoy en día, la audiencia tiende a informarse y entretenerse “a la carta” a través de dispositivos como los *smartphones*, y es un actor dinámico que interactúa y demanda una nueva posición en el esquema de comunicación. Esto ha desafiado la sobrevivencia de las iniciativas comunitarias, que a menudo carecen de sostenibilidad financiera y económica.

### ***Proyección a futuro: la audiencia, sus demandas y los desafíos***

De acuerdo con Fernández (2014), las audiencias son más activas y demandan programas cada vez más creativos e interactivos. Por esta razón, en los últimos años, las emisoras comerciales de FM en la capital han tenido que incorporar espacios breves para noticias e información en sus programaciones, junto a opciones musicales. En algunos casos han establecido noticieros en horarios centrales como a mediodía y por la noche, similares a la AM.

Los cambios que ha traído internet y sus diversos formatos (canales, *blogs*, transmisiones en vivo, etc.) han desafiado a la FM a interactuar de manera diferente, ya que las audiencias no quieren una comunicación unidireccional, sino que también demandan mayor participación en diferentes espacios.

Para seguir siendo elegidas como medios de comunicación y tener incidencia en la ciudadanía, tanto las estaciones comerciales como las comunitarias deben pensar de manera creativa y ofrecer propuestas atractivas.

## Conclusión

La caída de la dictadura y el inicio de la era democrática en Paraguay en 1989, junto con la apertura del mercado de consumo, han impulsado el crecimiento de la FM tanto comercial como comunitaria, como señala Zarza (2013). Según el estudio *Qué Onda, la radio en Paraguay en la post dictadura*, el 90% de las estaciones paraguayas transmiten hoy en FM debido a su calidad de sonido y bajo costo de instalación. Un hecho importante es que la mayoría de tales estaciones están ubicadas en zonas rurales, y dado que Paraguay es un país con una alta tradición oral, estas iniciativas son fundamentales para promover procesos democráticos. Por ejemplo, durante el proceso electoral de 2008, que llevó a Fernando Lugo a la presidencia con una coalición de partidos de izquierda, las emisoras en FM desempeñaron un papel fundamental al visibilizar a los diferentes candidatos y sus propuestas.

La FM enfrenta los desafíos de la era digital y deberá ser creativa y estratégica para seguir siendo elegida por la audiencia, especialmente por los jóvenes, quienes han sido sus fieles escuchas desde su aparición.

## Referencias

- Bruneti, V. (1997). *Emergencia de las radios comunitarias en Paraguay*. Facultad Politécnica, UNA.
- Cáceres, O. (2018). *Vivir la Comunicación*. Editorial Arandura.
- Diagnóstico de evaluación y sistematización de 45 radios FM comunitarias de la Red de Radios Educativas para la Ciudadanía Cultural en el Paraguay. (2011). Promovida por la Asociación Fe y Alegría, en colaboración de AIETI y la cooperación de la AECID.

Fernández, B. (2014). *La radio ante el desafío de las nuevas audiencias*. *Razón y Palabra*, 87, julio-septiembre, Universidad de los Hemisferios, Quito.

Zarza, R. (2013). *Qué Onda, la radio en Paraguay en la post dictadura*. Biblioteca de Estudios Paraguayos, Vol. 100. Centro de Estudios Antropológicos de la Universidad Católica (CEADUC).

### **Perú: la radio FM**

*Julio César Mac-Kay Gonza*

La primera emisora de frecuencia modulada en Perú —Radio Cien FM— se encontraba en Lima. Fue fundada por Don Richard Joseph Ajello, un pionero nacido en Nueva York en 1922. En mayo de 1953, fundó Telemusica S.A., una compañía dedicada a la transmisión de música ambiental para locales comerciales. En 1960, junto a su esposa Doña Marcela Pajares, lanzaron la primera FM comercial en Perú, conocida posteriormente como Stereo Lima 100 FM. Además, en 1994 fundó el Instituto Tecnológico Orson Wells, dedicado a la formación de ingenieros de sonido, entre otros. Don Richard falleció el 1 de marzo de 2006.

Radio Cien FM tenía una programación selecta de música dirigida a un público adulto de nivel socioeconómico medio-alto. La emisora transmitía casi exclusivamente música instrumental, temas de películas clásicas, *swing*, *soul* y *blues*.

Richard Ajello presentaba su programa *Great Moments of Comedy* los domingos a medio día. En él se difundía su colección de *Long Play* (LP) con los más famosos humoristas norteamericanos y europeos, incluyendo a Richard Pryor, Pat Cooper, Bob Hope, los Hermanos Marx, Abott y Costello, Eddie Murphy, Jerry Lewis, Jerry Colonna, Steve Martin, Bill Cosby, Jim

Nabors, Oliver Hardy y Stan Laurel, entre otros. Era claramente un programa para un público segmentado, debido al idioma.

El primer transmisor de FM que llegó a Lima fue para Radio El Sol, a través del ingeniero Alfonso Pereyra, pero Radio Cien FM fue la primera en transmitir en frecuencia modulada en Perú. Desde su inicio, ofreció una emisión seria de música tranquila o melódica, incluyendo muchos programas de melodía clásica.

Ricardo Palma Michelsen, bisnieto del escritor peruano Ricardo Palma y director Gerente de Radio Miraflores, recuerda que Richard era un norteamericano con un acento peruano y un sentido del humor increíble. Radio Miraflores emitía su señal desde el distrito de Miraflores en Lima, tanto en FM como en AM.

Don Richard Joseph Ajello fue sin duda un pionero en la FM y un gran defensor de la libertad de expresión, además de ser un gran maestro.

En 1963, la compañía productora Radioprogramas del Perú fue fundada por Manuel Delgado Parker, lo que llevó a la creación de una amplia red de estaciones de radio. A partir de octubre de ese año, Radioprogramas comenzó a producir de manera diaria para doce estaciones afiliadas en ciudades, como Chiclayo, Trujillo, Chimbote, Barranca, Piura (Radio San Miguel), Tumbes (Radio La Voz de la Frontera), Iquitos (Radio Amazonas), Cusco (Radio Salcantay), Arequipa (Radio Sur Peruana), Ica (Radio Regionalista), Huancayo (Radio Centro) y Lima (Radio Central). La propuesta se transmitía simultáneamente bajo el lema: “Una sola voz para todo el Perú”. La simultaneidad se lograba mediante la transmisión coordinada de cintas previamente grabadas en Lima que eran distribuidas con antelación a las estaciones de provincias.

En 1967, Radio Panamericana inauguró sus transmisiones en FM. En 1968, las estaciones de radio Onda Popular y Excélsior

se destacaron por difundir música tropical y tenían una gran audiencia, al igual que Radio Mar, Atalaya y Miraflores, que proponían música joven. Además, Radio Panamericana y 1.160 tenían una audiencia importante con su programación de música suave o melódica y espacios informativos. También eran destacadas las estaciones Victoria y El Sol, con noticias y melodías peruanas y criollas.

Durante los primeros años de la FM, el contenido musical aumentó, mientras que los programas en vivo disminuyeron. Se dio más énfasis a la música moderna, como el rock, la nueva ola y las baladas y se hizo una menor presencia de las melodías criollas. La música andina se destacó más que la de la costa. El formato de *Disc-Jockey* reemplazó al de animador, convirtiéndose en un nuevo tipo de voz que se comunicaba con el público a través de llamadas telefónicas.

Los grandes concursos desaparecieron y se realizaron eventos y sorteos más simples para medir la popularidad a través de cartas y llamadas telefónicas. Aun así, los radioteatros mantenían un papel importante, siendo La Crónica la emisora más popular y transmitiendo varias radionovelas al día. Además de los programas musicales, los deportivos también tenían una audiencia significativa, especialmente con la cobertura de competiciones internacionales. Otros espacios, como los humorísticos, infantiles y de revista, comenzaron a disminuir en popularidad.

Durante el primer año del gobierno militar en Perú (1968), la situación en la radio parecía normal. Durante este periodo surgieron nuevas estaciones como Aeropuerto, Éxito y Tigre, esta última fundada por Ricardo Belmont Cassinelli.

A partir de 1970, la radio se encontró con una situación sin precedentes, ya que el Estado intervino en la propiedad de las emisoras privadas. El gobierno militar estableció regulaciones

para la cantidad, calidad, origen y frecuencia de la publicidad radiada, así como para los contenidos de los programas. Además, impuso la transmisión obligatoria de mensajes de interés nacional considerados importantes por el gobierno, marcando el fin de la libertad de expresión en Perú.

Los boleros se convirtieron en canciones nostálgicas y encontraron un hogar en Radio Mar, Onda Popular, Victoria y Radio Lima. Las baladas en español se establecieron como el género romántico de la época. Los conductores más populares de programas de este género fueron Adolfo Sobenes con *Música para Enamorados*, en Miraflores, José Carlos Kovas (también conocido como José Carlos Kovaleff) con *Lo que el mundo necesita es amor*, en América, e Iván Márquez con *Eva y yo*, en Radio Panamericana.

También hubo programas de música popular melódica en castellano e inglés, con conductores como Diana García en *Tú, yo y mis discos*, Luis Ángel Pinasco en *Pinascoteca*, Sonia Oquendo en *Agenda musical*, Jorge Peláez Rioja en *La cajita de música*, en América y Emilio García Lara en *La canción del mediodía*, en El Sol.

El jazz tuvo menor presencia, destacándose la tenacidad de Norma Molina con su programa de jazz en Radio Selecta. Las principales promotoras de música clásica fueron Martha Mifflin, en *Musiciana* también en Radio Selecta y luego en Unión; Yolanda Parodi y Emma Escuza, en Radio del Pacífico; Juan Felipe Montoya, en Selecta y Anita Rojas en Club Barroco, en Miraflores. El director de orquesta Leopoldo La Rosa tuvo un programa llamado *Sala de Concierto*, en Libertad. Radio Aeropuerto y Radio del Pacífico se caracterizaron por transmitir melodías instrumentales ligeras (Bustamante, 2016).

A principios de la década de 1980, surgieron nuevas estaciones en los entonces llamados “pueblos jóvenes” —que hoy

en día son distritos— como Radio Comas, Radio Independencia y Estéreo Villa, en Villa el Salvador. Estas emisoras ofrecían una programación variada que incluía música folclórica, tropical y juvenil.

Durante esos años, Radio Programas del Perú obtuvo gran éxito gracias a su programación periodística. Su grilla incluía informativos como *La Rotativa del Aire*, comentarios y deportivos con cobertura de eventos internacionales como el Mundial de Fútbol de España 1982. Otro espacio destacado fue *La Doctora Corazón*.

Hasta 1981, en el Perú solo había 18 estaciones de FM, la mitad de las cuales se encontraban en Lima. Probablemente, la primera en romper con la formalidad de la frecuencia fue Radio Mar, que en 1982 lanzó el eslogan “Radio Mar le pone la salsa a la FM”.

Ese mismo año, Radio San Borja y Excélsior comenzaron a transmitir pruebas con música criolla y vernácula, por lo que a Excélsior se le conoció con el eslogan “Tu FM Latina”.

En 1983, el número de estaciones de FM comenzó a aumentar, alcanzando 49, de las cuales 19 se encontraban en Lima. Nuevas propuestas como Doble Nueve, Studio 92, Radio A, Radio 1, Telestéreo, Radio Omega, Radio San Borja y Radio Sol Armonía surgieron en solo tres años, lo que resultó en un significativo aumento en la cantidad de iniciativas en FM.

A principios de los noventa, surgieron nuevas estaciones, una de ellas, Radio Inca Turbo, se especializó en música chicha o cumbia peruana tropical andina. La estación Radio Ritmo Internacional 93.1 FM es importante, ya que fue un intento de establecer una sucursal de una compañía extranjera en el país. Fue inaugurada en noviembre de 1990 como parte de wxDJ Radio Ritmo de Miami, con el objetivo de unir a las comunidades de habla hispana en el mundo, a través de

una red de emisoras conectadas por satélite. Abraham Branny Zavala, propietario de Radio Mar, fue el gerente de la sucursal peruana, mientras que Betty Pino se encargaba de la programación desde Miami y Sonia Freundt, en Perú. La estación transmitía música tropical, pop y baladas en español y contaba con los conocidos *Disc-Jockeys* Sammy Sadovnik y Mario Liberti.

En la década de 1990, la FM se convirtió en la frecuencia preferida del público debido a su calidad de sonido, convirtiéndose en la banda más utilizada por empresas tanto a nivel nacional como local. Una encuesta realizada en Lima, en febrero de 2000, por Apoyo Opinión y Mercado S.A., mostró que el 75% de los oyentes solo escuchaba FM, mientras que un 11% escuchaba AM y el 14% sintonizaba ambas frecuencias.

A fines de la década de 1980 y principios de 1990, surgieron las modernas cadenas nacionales u operadoras de radios. Utilizaron primero microondas y luego satélite para transmitir su señal desde Lima a estaciones de FM en provincias, logrando así una cobertura nacional simultánea con sus repetidoras, afiliadas y filiales.

La primera de estas cadenas se formó a partir de Radio Panamericana, las otras importantes cadenas creadas en la década de 1990 fueron las de Corporación Radial del Perú (CRP) de la familia Zavala (Radiomar Plus, Ritmo), las del grupo RPP dirigido por Manuel Delgado Parker (RPP, Studio 92, Ke Buena), y las de la familia Lainez (Radio A, Z Rock & Pop). A finales de la década tomaron fuerza las de Corporación Universal de Mario Capuñay (Radio Universal, Radio La Karibeña). También destacó Cadena Peruana de Noticias (propiedad primero de Isaac Galsky y luego de Manuel Romero Caro) (Bustmante, 2016, p. 680).

La radio seguía siendo el medio más utilizado para escuchar música en Lima, según una encuesta realizada en 1999 por CPI, de un total de 602 personas mayores de 12 años entrevistadas, el 70.2% mencionó la radio como su medio preferido; el 16.2% mencionó el casete; el 6.9% mencionó el disco compacto (CD); y el 6.6% mencionó la televisión. En el nivel socioeconómico A/B (alto/medio), el uso de la radio disminuyó al 46.6%, mientras que en los niveles C y D (bajo y muy bajo), aumentó al 76.5% y 77.1% respectivamente. Según la empresa de investigación de mercado, estas tendencias también se reflejaban en los estudios de audiencia que se realizaban periódicamente (CPI Market Report, agosto de 1999).

Según la encuesta, la salsa era el género musical más popular, especialmente entre la población de niveles bajos y muy bajos. En segundo lugar, estaban las baladas en español, que tenían una mayor aceptación en el nivel socioeconómico alto/medio. Los boleros y pasillos ocupaban el tercer lugar y su público principal eran personas mayores de 38 años. Los géneros criollo, folclórico y tropical, cumbia y chicha, también tenían más popularidad entre las personas mayores de 38 años, mientras que las baladas en inglés, el rock, pop y reggae eran más populares entre los jóvenes de 12 a 25 años.

Respecto a las normas técnicas del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), la banda de frecuencia para el servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada comprende el espectro radioeléctrico entre 88 MHz y 108 MHz, con una separación de canales de 200 KHz.

Las estaciones de radiodifusión sonora en FM, de categoría de servicio primario, se clasifican en:

- **Clase A:** mayor a 50 kW y máximo 150 kW de ERP en la dirección de máxima ganancia de la antena, con una altura efectiva máxima de 300 m.

- **Clase B:** mayor a 15 kW y máximo 50 kW de ERP en la dirección de máxima ganancia de la antena, con una altura efectiva máxima de 150 m.
- **Clase C:** mayor a 1 kW y máximo 15 kW de ERP en la dirección de máxima ganancia de la antena, con una altura efectiva máxima de 90 m.

La Constitución Política de Perú, en su Artículo 14°, “[...] impone a los medios de comunicación la responsabilidad de colaborar en la educación y formación moral y cultural de la población. Por ello, el 15 de julio de 2004, se promulgó la Ley N°28278 de Radio y Televisión, que regula la prestación de los servicios de radiodifusión sonora o por televisión abierta y la gestión y control del espectro radioeléctrico asignado a dicho servicio”.

El servicio de radiodifusión sonora en FM se clasifica en el reglamento de la Ley de Radio y Televisión en:

- **Estaciones Primarias:** emisoras de categoría de servicio primario con características técnicas que permiten servir áreas extensas y pueden incluir uno o varios distritos.
- **Estaciones Secundarias:** emisoras de baja potencia con características técnicas restringidas que sirven áreas limitadas y se ubican fuera del área de servicio de las estaciones primarias.

Según el registro nacional de frecuencias de radiodifusión del MTC, en Lima hay 27 frecuencias FM autorizadas y una disponible.

## Registro Nacional de Frecuencias en Lima

Emisora	Dial FM
Radio Uno	88.3
Producción Asturias S.A.C.	88.9
Grupo RPP S.A.C.	89.7
Producción Asturias S.A.C.	90.5
Radiodifusora San Borja S.C.R.L.	91.1
	<b>91.9</b>
Grupo RPP S.A.C.	92.5
Emisoras peruanas diversas S.A.C.	93.1
Radio uno	93.7
Grupo RPP S.A.C.	94.3
Radio la Karibeña S.A.C.	94.9
Radio la Exitosa S.A.C.	95.5
Inversiones Prado del Rey S.A.C.	96.1
Grupo RPP SAC	96.7
Emisoras Peruanas diversas S.A.C.	97.3
Empresa Radiodifusora Marconi S.A.C.	98.1
Frecuencia modulada Radio Doble Nueve 99 FM	99.1
Emisoras Peruanas Diversas S.A.C.	100.1
Radio Panamericana S.A.	101.1
Grupo RPP S.A.C.	102.1
Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú IRTP	102.7
Radio Unión y tv S.A.	103.3
instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú IRTP	103.9
Empresa Radiodifusora Excelsior	104.7
Radio Sistemas del Perú SRL	105.5
	106.3
Emisoras Peruanas Diversas S.A.C.	107.1
Radio Uno	107.7

Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones (s.f.).

Actualmente, según el registro del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), hay 5461 emisoras de FM a nivel nacional.

Las emisoras comerciales están compuestas por grupos o corporaciones; entre las más destacadas se encuentran Emisoras Peruanas Diversas S.A.C. (CRP), propiedad de la familia Zavala Falcón y fundada por Abraham Zavala Falcón, que posee estaciones como Radio Ritmo Romántica, La Inolvidable, Radio Moda, entre otras. Otro grupo importante es RPP, propiedad de la familia Delgado Parker y fundada por Manuel Delgado Parker, que incluye medios como RPP, Radio Oxígeno y Radio Corazón. También está el grupo Panamericana, propiedad de la familia Delgado y fundada por Genaro Delgado Brandt, con emisoras como Radio Panamericana y Radio Onda Cero. Por último, la corporación Universal, fundada por Higinio Capuñay Serpan, incluye estaciones como Radio Exitosa, La Karibeña y La Kalle.

Para medir la audiencia radial, la empresa encargada es CPI Research, Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C., fundada en 1973 para brindar estudios de mercado y opiniones públicas a nivel nacional e internacional en el ámbito comercial y de medios de comunicación.

Desde el año 2000, la CPI ha utilizado el panel con un diario para medir los *ratings* de radio e indicadores de alcance y frecuencia. El objetivo de sus estudios es determinar el nivel de audiencia y evaluar el alcance y la frecuencia de las emisoras de FM en Lima metropolitana, que incluye 39 distritos de Lima y Callao, y a nivel nacional en las áreas urbanas de los 24 departamentos. El universo de estudio incluye hombres y mujeres de 11 años o más, de todos los niveles socioeconómicos.

Los niveles socioeconómicos se basan en los datos oficiales de la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia

de Mercados (APEIM), que es una asociación sin fines de lucro que agrupa a las empresas de investigación de mercados y opinión pública. Su objetivo es fomentar, desarrollar, proteger y defender la investigación de mercados en Perú y defender los intereses de su gremio. La metodología utilizada es la aplicación del diario de audiencia de radio, se solicita que sea completado individualmente por cada miembro del hogar panelista y es recogido diariamente por los encuestadores. Durante la pandemia, esta actividad se realizó a través de llamadas telefónicas.

El estudio se proporciona a las emisoras asociadas a través de un *software* de consulta que permite relacionar las principales variables demográficas y analizar los indicadores de *rating*, alcance y frecuencia, *share*, adhesión, afinidad, fidelidad y analizar la audiencia potencial, la audiencia por medias horas, el *zapping* y la matriz de duplicidad. La CPI realiza investigaciones mensuales en Lima metropolitana y dos estudios al año en ciudades a nivel nacional.

Según el registro nacional de radiodifusión hay 28 frecuencias, son insuficientes, considerando que la mayoría de las emisoras tienen fines comerciales, por lo que se limita la oferta de contenidos alternativos o culturales educativos.

Las necesidades de las emisoras de FM a nivel técnico incluyen la renovación y actualización de equipos, la incorporación de conexión de fibra óptica y el procesamiento digital en todo el circuito de radio, desde la mezcladora hasta el transmisor. Es importante invertir en tecnología y establecer alianzas para optimizar estrategias, como el uso de inteligencia artificial.

Además, la mayoría de las emisoras de FM requieren acceso sistematizado a información sobre sus audiencias, incluyendo perfiles psicográficos y actitudinales hacia la radio. Sin

embargo, estos son costosos y pueden ser de difícil acceso. Las mediciones de radio también son costosas y solo están disponibles a través de suscripciones a empresas especializadas.

La recientemente aprobada Ley 28874 regula la publicidad estatal y corrige los criterios exigidos por las oficinas de comunicaciones de los ministerios. La ley establece porcentajes fijos de publicidad para medios locales, regionales y nacionales, descentraliza la información y crea oportunidades para pequeñas y medianas empresas del interior del país.

El sistema para contratar publicidad ha cambiado con lo que se permitió a los medios del interior del país ser elegibles para la publicidad estatal, lo que aliviará las dificultades económicas de las emisoras de provincias cuyos ingresos por publicidad escasos. Anteriormente, la publicidad se contrataba a través de centrales de medios, una entidad privada que cobraba un gran porcentaje sin justificación. Con la nueva ley, se descentralizan los recursos del Estado y se mejora el acceso a la publicidad estatal para las emisoras de provincias.

Otra dificultad en la creación de compromisos y programación es la estandarización de las propuestas. La falta de cambios significativos en la creación de contenidos hace que los géneros y formatos sean predecibles, lo que limita la creatividad de la radio. Se deben reformular los criterios artísticos, estéticos y creativos en la producción y distribución de contenidos, así como revisar los productos comunicativos actuales para plantear nuevas propuestas que amplíen las posibilidades creativas de la radio.

Además, es importante hacer un cambio generacional en la participación en la radio, integrando nuevos perfiles con habilidades de liderazgo, sensibilidad auditiva y capacidad para recrear contenidos y estimular la imaginación de los oyentes. La experiencia es fundamental para este cambio.

Respecto al papel de las FM, éstas son fundamentales en la sociedad como medios de comunicación tradicionales de alcance amplio. Además de ser un medio informativo, la radio sirve como una ventana a la sociedad, permitiendo conocer y reconocer la cultura y educación, así como orientar y promover cambios en el comportamiento.

En cuanto a la situación financiera, la mayoría de las emisoras a nivel nacional enfrentan dificultades después de la pandemia. Deben cumplir con compromisos y lidiar con la ley reciente que descentraliza la publicidad, esperando que pueda revertirse de alguna forma. Alquilar espacios en el aire puede ser una forma de recuperar la inversión, pero afecta la capacidad de crear una identidad única para la emisora. En algunos modelos, los colaboradores también se encargan de obtener patrocinios, pero los costos suelen ser menores a las tarifas que ofrece la emisora, lo que resulta en una falta de consistencia en el mercado.

Respecto a los modelos de programación en la FM, en la mayoría de las ciudades existen emisoras generalistas o tradicionales con un amplio alcance de audiencia. En Lima, algunas de estas emisoras incluyen Radio Nacional, RPP y Radio Exitosa. Además, existe un importante porcentaje de iniciativas con formatos especializados segmentados, comúnmente enfocadas en entretenimiento o música. En cuanto a los modelos por estructura, las iniciativas generalistas mantienen parrillas o grillas de programación mixtas, es decir, un híbrido entre bloques y mosaicos. Por otro lado, las radios especializadas, principalmente musicales, operan con modelos de bloques de tres horas por programa, debido al tiempo promedio de escucha.

Sin duda, la FM ha crecido significativamente en Perú. En la actualidad, se encuentran emisoras con señal FM en pequeños pueblos, distritos y provincias, con permisos legales, en trámite,

e incluso informales, con programaciones diversas que combinan información y entretenimiento. Muchas de ellas tienen un propósito de servicio social, pero todas enfrentan dificultades, ya sea en el aspecto económico, tecnológico o humano. Sin embargo, estas iniciativas están presentes desde temprano y acompañan a su audiencia que aprecia el sonido y se permite recrear su imaginación.

Es cierto que hay muchos desafíos para el futuro, pero la pasión por la radio por parte de aquellos que trabajan en este arte, combinada con la experiencia y los nuevos talentos, serán los que finalmente brinden satisfacción a este maravilloso medio de comunicación.

## Referencias

- Alegría, A. (1993). *OAX Crónica de la radio en el Perú*. Radioprogramas Editores.
- Bustamante, E. (2016). *La radio en el Perú*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Figuerola, N. (1996). *Una voz al ritmo de los tiempos Onda Azul*. Coordinadora Nacional de Radio.
- Gargurevich, J. R. (1977). *Introducción a la historia de los medios de comunicación en el Perú*. Editorial Horizonte.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). (s.f.). *Autorizaciones de radiodifusión*. Recuperado de <https://portal.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/nradio.pdf>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (s.f.). Recuperado de <https://www.concortv.gob.pe/>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). (s.f.). *Radio*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mtc/tema/radio>
- Oyarce, J. C. (2007). *Orígenes del Periodismo Radial en el Perú I-Sur*. Fondo Editorial USMP.

## República Dominicana: una mirada a la radio de FM

María Eugenia del Pozo

La radio dominicana está a punto de cumplir 100 años y, a pesar de su edad, está más viva que nunca con una alta expectativa de crecimiento. Muestra de ello es que, en 2020, el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), órgano regulador de las telecomunicaciones y autoridad competente en materia de la administración del espectro radioeléctrico nacional, publicó un plan nacional de atribución de frecuencias para optimizar la demanda y futuras aplicaciones tecnológicas.

El valor que tiene la radio para el país es incalculable y un solo artículo no es suficiente para celebrarla. Autores como el recordado Teo Veras, empresario radial, productor y locutor dominicano, o el historiador Filiberto Cruz Sánchez, han dedicado mejores y más contundentes capítulos a ello en las últimas décadas. Es importante conocer el pasado de la radio, valorar el contexto actual y proyectar su futuro.

Si nos remontamos a los primeros vestigios de la radio de frecuencia modulada en el país, podemos ver que esta banda se utilizó como conexión entre los estudios y los transmisores de amplitud modulada que existían. La primera estación que utilizó la FM como enlace de la señal de audio fue La Voz Dominicana, el 1 de agosto de 1952, según se describe en el libro *Las Telecomunicaciones en América y República Dominicana. Origen y Desarrollo* (2009) de Teo Veras. Allí se explica que se utilizó debido a que este sistema de transmisión ofrecía mayor fidelidad y confiabilidad que las otras bandas y sistemas disponibles en ese momento, como las ondas cortas y las líneas telefónicas.

Fue en 1960 cuando otra emisora, Radio Caribe, asumió esta técnica y comenzó a utilizar la frecuencia modulada para

conectar sus retransmisores de AM ubicados en varias zonas del país desde Alto Bandera. De esta manera, se inició una nueva etapa en las radiodifusoras dominicanas, se sustituyó el servicio de enlace a través de líneas telefónicas especializadas y se usó la banda de FM para esos fines.

### *Las primeras emisoras de FM*

A finales de 1967 surgió la primera estación de radio independiente en frecuencia modulada en República Dominicana: Radio HIGO-FM. Esta emisora comenzó a transmitir programación en FM sin usar transmisores de AM. La estación estaba ubicada en Santo Domingo en la frecuencia de 97.5 MHz, con una potencia de 60 vatios, y se centraba en música instrumental ligera. Su propietario fue Wilson Santiago Rodríguez Gross, quien hoy en día se considera el padre de la frecuencia modulada en el país.

Radio HIGO-FM surgió en un contexto en el que el país solo contaba con algunos receptores capaces de recibir emisiones en FM, lo que llevó a la emisora a brindar transmisiones musicales ambientales en vivo, utilizando un sistema de circuito cerrado basado en cables telefónicos desde sus instalaciones hasta algunas empresas.

En 1967 surgieron otras emisoras independientes en la banda FM. La HILX, más conocida como la X 102.1, fue la segunda estación radial de este tipo. HILX operaba en la frecuencia de 102.1 MHz y contaba con una potencia de 100 vatios. Era propiedad del ingeniero Pedro Torres y estaba dirigida por Manuel Henríquez.

Cinco meses después del lanzamiento de Radio HIGO-FM, en mayo de 1967, otras diez emisoras se sumaron a la banda

de frecuencia modulada, pero se usaban como enlaces de estudio a transmisor (STL), “radiando sus emisiones con antenas direccionales en línea recta hacia los transmisores de AM para ser captadas y retransmitidas” (Veras, 2009, p. 707).

La proliferación de estaciones independientes en frecuencia modulada no se produjo hasta finales de los años sesenta y principios de los setenta, cuando las emisoras comenzaron a desvincular sus transmisiones de la banda de amplitud modulada.

### ***La década de 1970***

En este decenio, la República Dominicana contaba con un número creciente de receptores de radio, aunque aún no estaban distribuidos de manera homogénea entre la población. Esta situación llevó a la creación de “reuniones” locales para escuchar las emisiones de radio, donde las personas se congregaban en lugares donde hubiera un aparato radiofónico disponible (en casas, comercios o plazas) para escuchar programas específicos.

En aquel momento, los radios de tubo ya existían y empezaron a aparecer dispositivos portátiles en el país. Con la llegada de la tecnología transistorizada, se amplió la oferta en el espectro radioeléctrico.

La década de 1970 fue un auge para la radio noticiosa, que disfrutó de una gran aceptación entre la audiencia dominicana. Eran las emisoras más escuchadas. Otros formatos también se posicionaron en el gusto popular durante estos años, como las novelas radiofónicas, las carreras de caballos y las emisiones de los sorteos de la Lotería Nacional. En este tiempo surgieron varias emisoras en el país.

Emisoras en FM *década de 1970*

Emisora	Frecuencia	Propietario
Radio Alfa & Omega	93.5 MHz	Antonio Morel Piña
Radio Ambiente	1.270 KHz AM	Cintrón —Fellito—
Radio Boya Musical	1.280 KHz AM	José Daniel Fernández Pérez
Radio Ciudad Primada	104.5 MHz	José Semorile
Radio Cima	100.5 MHz	Roberto Vargas Mejía
Radio Central	1.040 KHz AM / 92.5 MHz FM	Publicaciones Ahora C por A
Radio Comercial Estéreo	95.1 MHz	José A. Brea Peña
Radio Clarín	860 KHz	Salomón Sanz Espejo
Radio Diamante	920 KHz	Pedro Julio Santana
Radio Enriquillo	1.020 KHz AM / 93.7 MHz FM	Inmaculado Corazón de María (CICM)
Radio Gri-Grí	1.410 KHz	Alejandro Abud y Estela Ovalle de Abud
HIGA, Radio Guarocuya	1.420 KHz	Guaroa Vázquez Acosta
HIBI Radio FM	106.9 MHz	Julio-Machacho-González Borrell
Radio Fêmina	92.5 MHz	José Eduardo Fêlix
Radio Listín	(1.350 KHz 99.5 MHz)	
Radio Merengue	94.7 MHz FM	Celeste Rodríguez Grullón
Radio Monte Río	1.200 KHz	Persio Dominguez Pedro Vázquez Vázquez
Radio Popular	920 KHz	Rafael Corporán De los Santos
Radio Seybo	1.370 KHz	Servicios Culturales Dominicanos, Inc. (SECUDO)

Por las novedades que traía, la recién implementada frecuencia modulada tuvo una gran aceptación entre los oyentes. Veras (2009) afirma que:

La aceptación de la FM fue tal, que, en ocasiones, si las emisiones en la frecuencia de AM se interrumpían por alguna causa, pasaba desapercibido en los oyentes. Si, por el contrario, la interrupción o la pérdida del audio en algún canal se registraba en la frecuencia de FM (98.1 MHz), se producía una gran cantidad de llamadas (p. 653).

### *El verdadero “arranque” de la FM*

1980 estuvo marcado por ser el trampolín, de la mano de Radio Universal, para el verdadero arranque de la frecuencia modulada en el país. La estación (haciendo uso de tecnología de punta) se equiparó con las principales estaciones de FM del mundo. Surgieron, al igual que en la década pasada, un número importante de emisoras en ambas bandas con formatos que pasaron de ser solo unas horas al día a transmisiones permanentes.

Diez años después, en la década de 1990, la radio se vio influenciada por el desarrollo tecnológico que venía ocurriendo en años anteriores, unificando lo análogo con lo digital. En esa década se integraron sistemas digitales para procesar el audio y producir programas, y se obtuvo el primer grabador de discos compactos. En este periodo, la estación 91 FM llevó la delantera en cuanto a vanguardia, siendo la primera en implementar esos sistemas. Aunado a esto, también se puso en marcha el uso de otras tecnologías como la fibra óptica y las señales de satélite, realizando las primeras emisiones de radio a través de tales sistemas.

Para mediados de 1990, 91 FM auspició un gran suceso para la historia radiofónica dominicana: la incursión de la radio criolla en internet, estrenando el dominio [www.la91FM.com](http://www.la91FM.com). Más tarde fue imitada por la recién creada Cadena de Noticias (CDN) que apareció en la *web* como [www.cdnradio.com.do](http://www.cdnradio.com.do). Por otro lado, en los últimos años del decenio, específicamente en 1998, surgió el Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (INDOTEL), el órgano regulador de las telecomunicaciones en el país.

Si bien la radio dominicana se acerca a su centenario, su estructura como la conocemos hoy inició apenas hace 25 años con la Ley General de Telecomunicaciones 153-98. Esta ley propició el surgimiento del órgano rector INDOTEL y desde entonces la asignación de frecuencias y su organización se realiza con apego a las regulaciones. Antes de ese momento, existía mucha inestabilidad, con aperturas y cierres repentinos de radios, además del manejo discrecional en momentos políticos clave del país.

En *El Libro Blanco del periodismo dominicano* (Cruz, et al., 2010) se plantea un fenómeno de concentración mediática ocurrido a partir de la organización legal de la radio, se evidencian crecientes niveles de concentración y vinculación con diversas empresas, con lo que se piensa en un secuestro de la información y, como consecuencia, de la verdad. Los autores de *El Libro Blanco del periodismo dominicano* destacan que tres grandes grupos de medios concentran unas 107 emisoras y una alta vinculación de éstas con otras categorías de empresas (79.10%), en especial las de amplitud modulada. Igualmente señalan que el 38% de las emisoras de FM tienen canales de televisión vinculados, frente a 11.70% de emisoras AM que hacen lo propio.

### *El hoy de la FM, accesos y preferencias*

Para comprender el estado actual de la radio FM en República Dominicana es necesario visitar las estadísticas y cambios en los hábitos de consumo. Se debe considerar que, como en otros países, este tipo de mediciones se da con poca frecuencia, por ello esta clase de artículos ayuda a tener un acercamiento con la realidad del dial.

Dos cuestiones fundamentales pueden analizarse en este momento sobre la audiencia dominicana. La primera es referente al acceso y la segunda sobre la oferta. Iniciaremos por esta última.

En el espectro radioeléctrico dominicano se encuentran asignadas unas 312 frecuencias moduladas, de acuerdo con la clasificación del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL). Unas 20 más que en el 2009-2010, periodo en que según *El Libro Blanco del Periodismo Dominicano* (2010) se registra el mayor número de estaciones fundadas, desde el 1924.

Se debe tomar en cuenta que República Dominicana es un país con una población de 10 448 499 habitantes, en la proyección de la Oficina Nacional de Estadísticas al 2020.

Como en otros países, las emisoras en frecuencia modulada tienen más presencia en las provincias con mayor densidad poblacional, en comparación de las de amplitud modulada, que se distribuyen en todo el territorio nacional de un modo distinto. Santo Domingo y Santiago concentran más de 80 estaciones del espectro.

No se debe ignorar que, en la actualidad, la presencia de gran parte de estas emisoras en internet, con enlaces permanentes de retransmisión amplifican en gran medida su alcance dentro y fuera del país, sobre todo en programaciones musicales.

En especial las emisoras con programas interactivos y noticiosos amplían sus emisiones en formato de *streaming* por medio de plataformas como YouTube y Facebook, agregando video a la experiencia de sus audiencias.

Los datos más recientes sobre consumo de radio en el país corresponden al censo poblacional del 2010. De acuerdo con ese estudio, al menos 1.3 millones de hogares contaban con un equipo de radio; aunque este número era inferior a los miembros del hogar con acceso a telefonía móvil (unos 2 millones). Al momento de escribir esta investigación, el país concluye la etapa de consulta para el censo poblacional de 2022.

Profundicemos brevemente sobre la oferta creciente de otros servicios y sus potenciales consecuencias para el consumo de la radio en los hogares dominicanos.

Cada año crece el acceso a internet en República Dominicana y con ello se reduce el consumo de otros servicios de telecomunicaciones. Se carece de un estudio relativo a la escucha de radio, pero si se analiza la situación de las suscripciones de televisión se puede comprender el paradigma al cual también podría verse el medio que analizamos.

En sus datos del 2020, INDOTEL señala que la televisión por suscripción experimentó una pérdida de 12478 cuentas, respecto al 2019. En su informe explica que una de las posibles causas de dicha reducción fue el crecimiento de servicios de entretenimiento por internet como Netflix, Amazon o Disney Plus, entre otras. Según datos proyectados por la Oficina Nacional de Estadísticas, más de 3.2 millones de hogares tenían acceso a servicios de televisión por suscripción. Si se compara con el acceso a internet a diciembre del 2020 existían unos 8.7 millones de suscripciones, con un crecimiento del 7.28% ese año, a pesar de la pandemia por COVID-19.

Desde la perspectiva cultural, hay que apuntar que el desarrollo del internet ha modificado no solo la percepción que tienen las personas del mundo y de sí mismas, sino también los hábitos personales, así como las relaciones familiares, sociales, laborales, productivas. Por ejemplo, el aumento en la penetración de este servicio ha puesto a disposición de las empresas y hogares una red que permite conectar millones de computadoras, celulares y otros equipos electrónicos que posibilitan el acceso e intercambio de información. Por lo tanto, el servicio de internet se ha convertido en una plataforma tecnológica de propagación y generación acelerada de conocimiento y, al mismo tiempo, en una fuente de ganancias de eficiencia y productividad (Gómez Mazara, 2017, p. 6).

En los últimos cinco años, República Dominicana ha mantenido un crecimiento promedio de un millón de cuentas de internet (salvo del 2019 al 2020 donde fue un poco mayor al medio millón de cuentas). Pasó de 6 997 96 a 9 467 46 cuentas en el 2021. La banda ancha móvil ha mantenido un promedio de representación por encima del 80%.

### *Algunas conclusiones*

La radio dominicana se acerca a sus 100 años con grandes avances en su ordenamiento, en especial en la frecuencia modulada. Sus grandes hitos hablan de una radio que crece en condiciones y estructura, pero se ve retada por los nuevos medios sociales en internet; la promoción de *creadores de contenido*, el consumo híbrido de la radio tanto el formato tradicional como digital y la combinación del sonido con videos en plataformas como Facebook y YouTube.

Menos del 35% de las emisoras dominicanas funcionan fuera de un grupo empresarial. No obstante, se debe considerar que el enemigo común es el auge de nuevas plataformas, las cuales están aportando contenido segmentado, educativo y recurrente, más allá de la oferta actual en la radio de programas musicales, entretenimiento y opinión. La figura de *creador de contenidos* potencializada por las principales plataformas sociales, son ahora la mayor de las competencias de la radio, en especial de la FM con mayor popularidad por su nivel de programación (la mayoría emite 24 horas).

A pesar de todo esto, la penetración y el alcance que tiene la FM no se puede sustituir aún por los medios digitales. Se debe a las inversiones que se han realizado a través de los años para mejorar la calidad de las transmisiones en las diferentes provincias del país.

Es ahora, que el INDOTEL plantea un plan nacional de atribución de frecuencias, previniendo la optimización ante la demanda y futuras aplicaciones tecnológicas, y que se acerca la celebración de su centenario, que se propone observar con mucha más profundidad su futuro, revalorizar y verificar si las condiciones actuales continúan siendo adecuadas para las audiencias que se mantienen fieles a la programación.

Con base en lo anterior, si de algún modo habría que centrar los esfuerzos por el desarrollo de la radio FM dominicana, definitivamente sería en su contenido e interconexión con los medios sociales digitales.

### *Hitos en la radiodifusión dominicana en FM*

Fecha	Hito
1 de agosto de 1952	Primera vez que se utilizó formalmente la banda de frecuencia modulada en el país. La Voz Dominicana se llevó el logro.
1 de noviembre de 1965	HIDG Radiolandia, primera emisora en frecuencia modulada con una programación independiente (Posteriormente vuelve a AM).
3 de mayo de 1967	Radio HIGO-FM fue la primera estación en frecuencia modulada que transmitió una programación separada en la República Dominicana.
30 de octubre de 1972	Radio Comercial Estéreo, primera estación automática de FM en el país.
1978	Otras estaciones empezaron a independizar sus frecuencias de FM y a transmitir formatos enteramente musicales diferentes a las de AM. Se instala la HIKV-FM, primer experimento que se realizaba en Santiago para operar la FM con un formato programático de corte popular.
1 de enero de 1980	Se marca la pauta para el despegue definitivo de la FM en el país, cuando Radio Universal, con los más sofisticados equipos hasta entonces, se colocó a la par de las principales estaciones de frecuencia modulada del mundo.
22 de diciembre de 1984	Radio Santomé FM, primera estación de FM en San Juan de la Maguana.
2 de diciembre de 1985	Primer programa matutino de noticias, comentarios y variedades de la banda de FM en el país por Teo Veras.
Mayo de 1986	Se crea la primera cadena de un programa matutino en la banda de frecuencia modulada.
1987	Clásica Radio (anteriormente Radio HIGO FM), primera estación dominicana transmitiendo las 24 horas.
26 de octubre de 1989	La 91 FM estrena el primer sistema digital de cabina (SDC).
1990	La 91 FM y Clásica Radio instalan e implementan diferentes sistemas digitales para el procesamiento de audio y obtienen el primer grabador de discos compactos (CD); también utilizan el 360 System y el DAT (Digital Audio Tape) MiniDisc, para la producción de programas, comerciales y avisos promocionales que se transmitían al aire.

1991	La 91 FM efectúa las primeras emisiones de radio a través de fibra óptica y vía satélite del país.
9 de septiembre de 1994	Sale al aire Radio RED FM (Radio Educativa Dominicana).
1996	Se inicia la radio dominicana en internet con audio real en la 91 FM, <a href="http://www.la91FM.com">www.la91FM.com</a> , y un par de meses más tarde, entra en operación el de CON Radio, <a href="http://www.cdnradio.com.do">www.cdnradio.com.do</a> .
16 de junio de 1997	Surge la Cadena de Noticias (CDN). Quinta etapa de Radio Central.
3 de octubre de 2003	Raíces FM, primera estación dominicana con transmisiones digitales y en instalar un sistema de energía solar eólica en uno de sus transmisores.
28 de diciembre de 2005	La 91 FM pone en operación por primera vez en el país, el sistema Radio Data System (RDS).
2005	Sale al aire en Dajabón Calor 96, única emisora del área completamente automatizada, que emite de forma continua 24 horas los días de la semana.
31 de octubre de 2008	Se realizan las primeras pruebas de transmisión con señales digitales de radio (HD) del país en Raíces FM.

Fuente: *Las Telecomunicaciones en América y República Dominicana. Origen y Desarrollo* (1999).

## Referencias

- Cruz Sánchez, F. (2010). *Historia del Periodismo Dominicano*. Editora El Nuevo Diario.
- Cruz, E. M., et al. (2010). *El Libro Blanco del Periodismo Dominicano*. Editorial Fundación Global Democracia y Desarrollo (Funglode).
- Datos y Estadísticas de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE). (s.f.). Recuperado de <https://www.one.gob.do/datos-y-estadisticas/>
- Gómez Mazara, F. (2017). *Determinantes del gasto y demanda de servicios finales de telecomunicaciones en hogares de República Dominicana*. Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC).

Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL). (s.f). *Estadísticas de Telecomunicaciones*. Recuperado de <https://indotel.gob.do/transparencia/documentos/estadisticas-telecomunicaciones/>

Veras, T. (1999). *Las Telecomunicaciones en América y República Dominicana. Origen y Desarrollo*.

## **Uruguay: una mirada a la FM**

*Cecilia Baroni*

En 2022, Uruguay celebró 100 años de la primera vez que se realizó una emisión de radio. En diversos eventos para festejar este hecho, muchas de las personas que han pasado su vida frente a micrófonos o entre cables, aludieron a la magia de la radio o a la satisfacción de acompañar a la gente durante su jornada, sea la hora que sea. Capaz que esta característica es lo que permite ver la importancia de un medio que, a pesar de las dificultades técnicas, económicas y políticas sigue sobreviviendo.

Desde sus inicios hasta el momento, hacer radio ha tenido diversas etapas. En Río de la Plata, en un primer momento, se tildó a aquellos pioneros que querían conectarse por medio de un transmisor, cables y una antena como *locos de la azotea*. Con esa simpática nominación se aludía al trabajo que implica querer comunicarse con otro, llevar y/o recibir un mensaje, así como formar una opinión. Y es que, aunque la radio parezca mágica, no lo es. Un montón de manos entran en juego para que esa voz, esas voces, lleguen a nuestras casas. Entonces, cómo financiar el “tener” una radio, cómo y quién(es) hablan, fueron de los primeros problemas con los que se enfrentan los medios de comunicación.

Según la investigadora Mónica Maronna: “Durante los primeros años de la década del 20 las iniciativas partieron de diferentes ámbitos. Desde el dueño de una importante tabartería, Sebastián Paradizábal, o la empresa multinacional General Electric. Ambos emprendimientos tuvieron que buscar estrategias para solventarse económicamente en tiempos en que aún no existía el público oyente, había que crearlo, promover la venta de aparatos transmisores, de insumos y generar contenidos, es decir, algo para escuchar que fuera atractivo y, de ese modo entusiasmar para comprar aparatos de uso doméstico o para instalar antenas” (Lagos, 2023, s.p.).

En casi todo el mundo, como las ondas estaban asociadas a la telegrafía sin hilos, quedaron ligadas a los ministerios de cada país desde antes de la Primera Guerra Mundial. En Uruguay fue también el Ministerio de Guerra y Marina el que asumió el tema, y así se mantuvo durante décadas. Pero el aspecto más interesante y novedoso en materia de radiodifusión lo constituyó la creación, en 1929, del Servicio Oficial de Difusión, Representaciones y Espectáculos (SODRE), constituyéndose en un precedente importante acerca del papel del Estado en materia de radiodifusión y promoción de cultura.

Para la década de 1940 ya existían algunas emisoras que se mantienen hasta la actualidad y que, con ánimo de trascender lo que la radio por sí misma generaba, inauguraron lo que hoy se conoce y se recuerda con cierta nostalgia: las fonoplateas. Algunas de esas iniciativas comerciales todavía existen, como Radio Carve o el Espectador, y desarrollaron el radioteatro en vivo que creó un vínculo entre comunicadores y oyentes.

Los desafíos siguieron llegando, no sin ir acompañados de preguntas y diversas expresiones que pudieron dar respuesta a las mismas, así como comenzar a preocuparse por conseguir financiación, discutir objetivos, a quién va dirigido,

cómo comunicar, quién forma a las y los locutores (as) y más adelante tomará mucha relevancia qué se comunica y cómo se relaciona con el debate acerca de la libertad de expresión y lo que ésta conlleva.

La FM llegó a Uruguay a mediados de la década de 1950, aunque su uso se extendió gradualmente en los años siguientes. En ese momento, la radio estaba dominada por estaciones AM que transmitían principalmente noticias, música y programas de entretenimiento. Sin embargo, las iniciativas en FM comenzaron a desarrollarse y ganar popularidad, especialmente entre los audiófilos y los amantes de la música de alta fidelidad, debido a la mejor calidad de sonido que ofrecían.

A partir de la década de 1960, los diversos acontecimientos enmarcados en el Plan Cóndor<sup>1</sup>, implicaron, entre otras cosas, la instalación de regímenes dictatoriales en América Latina. Esto fue una gran oportunidad para visualizar la importancia de los medios de comunicación en la producción de subjetividad y cómo, en circunstancias extremas, se puede perseguir, matar o censurar medios y personas por no estar de acuerdo con los discursos oficiales. Es en este periodo que el gobierno uruguayo comenzó a otorgar más frecuencias en FM a estaciones comerciales lo que llevó a un aumento cuantitativo y se comienza a profundizar la radio como negocio, también se comenzó a visualizar a algunas personas y/o grupos como monopolizadores de medios y permisos para transmitir.

En la actualidad, Uruguay cuenta con una amplia variedad de estaciones en FM que transmiten música, noticias, deportes

---

<sup>1</sup> El Plan Cóndor, también conocido como Operación Cóndor, fue una campaña de represión política y terrorismo de Estado respaldada por Estados Unidos que incluía operaciones de inteligencia y el asesinato de opositores. Inició en noviembre de 1975.

y otros tipos de programas y la FM se ha convertido en una parte integral de la cultura radiofónica no permitiéndose por ley que un grupo obtenga más de siete permisos. Dueños, medios y democratización de los medios comienzan a ser temas para estar alertas y que signarán las discusiones de aquí en adelante.

En la década de 1970, la FM ya había establecido su presencia en el mercado radiofónico uruguayo, aunque todavía era considerada una alternativa a la radio AM más tradicional. Durante ese tiempo, las estaciones FM continuaron transmitiendo principalmente música y programas de entretenimiento, pero también comenzaron a ofrecer programación especializada para audiencias específicas. Por ejemplo, algunas emisoras se enfocaron en la música clásica, jazz, rock progresivo, folk, música brasileña y otros géneros musicales. Además, comenzaron a explorar nuevas técnicas de producción de programas y de transmisión de señales como la utilización de estéreo y la transmisión de señales en circuito cerrado para eventos en vivo.

Sin embargo, la FM todavía enfrentaba algunos desafíos en la década de 1970, como la limitación en la cantidad de frecuencias disponibles y la falta de regulación para evitar interferencias entre estaciones. A pesar de estos temas, la FM continuó creciendo en popularidad y se convirtió en una alternativa cada vez más atractiva a la radio de AM.

En 1973 se da un golpe de Estado en Uruguay con lo que se inician diez años en los que, a nivel de los medios de comunicación, habrá censura, dado que fue uno de los principales recursos de la dictadura cívico militar para controlar a la sociedad y asegurarse el monopolio de la información. Si bien, cada vez existen más investigaciones sobre este periodo; *Mentiras armadas* (INDDHH, 2021) da cuenta de cómo:

En octubre de 1976 las Fuerzas Armadas de Uruguay exhibieron ante los medios de comunicación a un grupo de militantes secuestrados en Buenos Aires meses antes, como recién capturados en territorio nacional. El montaje buscó contrarrestar la campaña internacional por violaciones a los derechos humanos en Uruguay y fue posible porque el Estado tenía el monopolio de la información de la lucha antisubversiva (Descripción del video, INDDHH, 2021).

Con este panorama de persecución política y censura llegamos a la década de 1980, donde los sucesos nacionales e internacionales hacen que se comiencen a establecer nuevas regulaciones para la radio, lo que posibilitó una mejor asignación de frecuencias y una mayor protección contra interferencias entre estaciones. Esto permitió que la FM creciera y se consolidara como una alternativa a la AM. A mediados de esta década, con la vuelta a la democracia, regresan del exilio personas que habían estado en distintos lugares del mundo trayendo consigo diversas experiencias y reencontrándose con lo que había sucedido en el país en diversos planos, entre ellos la comunicación. Este es un dato no menor para ver cómo llegan, en un momento donde el clima social de reencuentro y participación ciudadana traen, entre otras cosas, las experiencias de las radios libres desde Europa, las populares y educativas en América Latina, impregnado de nuevos bríos a los medios de comunicación.

### *El movimiento de radios comunitarias*

En la década de 1990 se produjeron importantes avances en la tecnología de transmisión de audio, lo que permitió una mayor calidad de sonido y una mejor recepción de señales en

áreas remotas. La introducción de la tecnología digital permitió eficiencia en la gestión de la programación y en la emisión de publicidad.

Todos estos factores influyeron en que, a principios de esa década, surgiera un *boom* de radios comunitarias. Para las radios comerciales representaron competencia y emprendieron una campaña de desprestigio en su contra (las llamaban radios “piratas”), que se endureció hasta mediados de los noventa durante el gobierno de Julio María Sanguinetti.

En 1996, AMARC-UY (Asociación Mundial de Radios Comunitarias-Uruguay) organizó un primer encuentro, entre el 25 y el 27 de abril en Montevideo, llamado *Con los pies en la tierra y la voz en el aire* con el objetivo de aportar al desarrollo de las radios comunitarias en Uruguay. “La organización de éste estaba compuesta por las radios comunitarias El Puente FM, Oxígeno FM (La Paloma, Durazno), Alternativa FM, Emisora de la Villa FM, Radio Feuu, el Centro de comunicación Comcosur, y las organizaciones sociales Grupo Aportes, Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ), Centro de Investigación y Promoción Franciscano y Ecológico (CIPFE), Cotidiano Mujer y Amigas de la Comunicación Alternativa (ACA)” (Giordano, 2018, p. 86).

Dado el contexto, la propuesta de contar con un marco legal para poder emitir (y existir) comienza a tomar fuerza, aunque no sin discusiones e inclusive fracturas a la interna del incipiente movimiento de radios comunitarias en Uruguay. Dicho movimiento, sin apoyos de ningún tipo salvo el de las organizaciones sociales, se constituye como algo heterogéneo dado que, tanto en las formas organizativas, como la frecuencia y calidad de sus emisiones, así como de sus propuestas dan cuenta de una territorialidad y sensibilidad determinada, sino también de las fuerzas de cada grupo u organización para llevar adelante radios que puedan citar lo que acontece y es importante para la comunidad de referencia.

La investigación *Las Radios no son Ruidos: experiencias comunitarias colectivizadas en Uruguay* (Sosa, et al., 2011) narra las dificultades de muchas emisoras y sus particularidades, lo cual lleva a profundizar la búsqueda de apoyo estatal para su sobrevivencia dada la clara desventaja con los medios comerciales. Así, podemos encontrar radios que transmiten una vez a la semana, como es el caso de Viladevoz, mientras otras lo hacen toda la semana, aunque eso implique reproducir música un alto porcentaje de tiempo. Entre las dificultades se señala no contar con la posibilidad de tener trabajadores remunerados para sostener salidas al aire 24 horas o programas en vivo y no tener tecnología adecuada.

Paralelamente a estos movimientos, el Estado siguió otorgando permisos para radios comerciales, tanto en Montevideo como en el interior del país. Esto comenzó a tener algunas repercusiones como las publicadas por Alternativa FM: “viene esquivando desde hace años a las nuevas emisoras legales que milagrosamente aparecen en el dial, a pesar de que el argumento que esgrimen los personajes que se oponen a estas nuevas maneras de comunicación se basa en el supuesto de la escasez de frecuencias en FM” (vecinet-notici@s, 2000, p. 1).

Este tipo de situaciones dio lugar a debates en torno a la democratización de los medios de comunicación, el proceso de legalización y la sustentabilidad de los proyectos comunitarios. La necesidad de un marco legal comenzó a tomar fuerza y generó, a la interna del movimiento de radios comunitarias, algunos puntos de desencuentro entre Asociación Mundial de Radios Comunitarias-Uruguay (AMARC-UY) y la Coordinadora de Radios Comunitarias del Uruguay (ECOS). Las radios nucleadas en AMARC-UY comenzaron un arduo proceso de intercambio con radios comerciales y estatales, que culminó en el reconocimiento —a partir de la aprobación en el 2007 de la Ley de

Radiodifusión Comunitaria 18.232—, de las radios comunitarias como el “tercer sector de la comunicación”. Esto también implicó legitimar la existencia de medios que son de propiedad y gestión colectiva y que no responden a intereses personales, económicos, políticos, partidarios o religiosos.

Sin embargo, como plantearon representantes de la AMARC-UY en el evento organizado para conmemorar los 100 años de la radio en el país:

El reconocimiento de los medios comunitarios quedó en eso, ya que no han existido políticas reales de promoción y fortalecimiento del sector. Los medios comunitarios siguen siendo discriminados en el acceso a la publicidad oficial, lo que se constituye en un mecanismo de censura indirecta, a pesar de haber planteado la problemática en más de una ocasión en este Parlamento (AMARC, 2022, s.p.).

### ***Radios hoy***

Según datos de la Unidad Reguladora de Servicios (URSEC), en 2020 nos encontramos en el mundo de la FM con un total de 356 estaciones FM, de las cuales 273 son comerciales —del área metropolitana y de lo que se conoce como el *interior*—, 6 son públicas-estatales, 1 universitaria y 74 comunitarias. El proceso de adjudicación oficial de frecuencias para las radios comunitarias incluyó la realización de un censo en el 2009 con el objetivo de adjudicar frecuencias a aquellos medios acordes a los lineamientos de la Ley e implicó la creación del Consejo honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria cuya función, entre otras, realizó el estudio de las propuestas y la regularización de lo existente.

Es interesante destacar que en la actualidad existen algunas propuestas como que las estaciones sean presentadas bajo la figura de Asociación Civil sin fines de lucro en vez de grupos de personas, dado los costos que implica es posible que un número importante de propuestas no puedan cumplir con dicho requisito y dejen de existir como emisoras con frecuencia, pasando en muchos casos a transmitir vía internet o simplemente desaparecerán.

Es importante destacar que, en algunas localidades de Uruguay, contar con una radio comunitaria es la única manera de comunicarse, comunicar y generar un acervo cultural local importante. Esto último es un aspecto de gran trascendencia dado que muchas veces las emisoras comerciales, si bien pueden y deben producir contenidos de calidad, dado el atravesamiento de intereses económicos, tienden a reproducir los contenidos para un público masivo direccionando desde la música y las noticias, así como aportando a reforzar una subjetividad centrada en la producción de un sujeto consumidor.

Las radios comunitarias, como dicen en el Puente FM (radio comunitaria de La Teja, Uruguay), “tienen olor a barrio” y se posicionan desde la producción de ciudadanía aportando contenidos que hacen a la identidad del lugar, así como a sus problemáticas y la forma de resolverlas. Muchas de ellas, además, aportan a la generación de tramas colectivas y espacios de referencia social donde se da batalla por construir lo común en tiempos de individualismo y miedo por el otro.

Son lugares de encuentro y resolución de las problemáticas locales, por ejemplo, Radio Ulmá (radio comunitaria de Punta de Diablo, Uruguay) comenzó a trabajar sobre el tema del suicidio en esa zona, dado el aumento de vecinos preocupados y afectado por el tema. También tenemos una radio comunitaria local: Vilardevoz, que transmite una vez a la semana

con fonoplatea abierta al barrio y dada su trayectoria de 25 años no solo ha posibilitado aportar al cambio del imaginario social sobre la locura en general, sino que logró ingresar al circuito comunicacional la voz, en primera persona, de aquellos señalados como “locos”, “locas” o “loques”.

Ser parte de la sociedad, producir contenidos locales y de las cosas que pasan en nuestro lugar, lograr que en los medios se tome la voz y no sentir, como canta Joaquín Sabina, que “en la radio no se habla de mí” ni de lo que nos preocupa. Si algo hemos aprendido de los medios comunitarios es que realizan un aporte significativo para generar comunicación crítica y sujetos comprometidos con su entorno y la vida, rompiendo formatos, creando puentes y llenando silencios.

## Referencias

- AMARC. (2016). *Informe*. Recuperado de <https://amarc-alc.org/>
- Baroni, C. (2019). *Una historia de locos. Aportes de Radio Vilardevoz al proceso de desmanicomialización en Uruguay (1997-2017)* [Tesis de doctorado]. Universidad de la República.
- Giordano, M. (2018). *Al mundo le falta un tornillo: procesos de salud y transformación social en la Radio Comunitaria Espika FM* [Tesis de maestría]. Universidad de la República.
- Lagos, L. (2023, 2 de febrero). Cien años de radio: Prendidos al dial: las radios en Uruguay desde la periferia al centro de la cultura (1922-1940). *La diaria*.
- INDDHH. (2021). *Mentiras armadas: Operaciones de prensa de la dictadura uruguaya*.
- Sosa, M. N., Garofali, Á., Hansen, P. y Davoine, F. (2011). *Las radios no son ruido*. Montevideo. AMARC-Uruguay y Universidad de la República.

Vecinet-notici@s 280. (2000). *Radios Comunitarias: un fenómeno que crece*. Recuperado de <http://www.chasque.net/vecinet/noti280.htm>

## **Venezuela: la radio FM**

*Johana Castillo*

### ***Antecedentes***

#### ***La radio comenzó en una dictadura***

“La primera radio sonó en una dictadura, era el 23 de mayo de 1926 cuando la amplitud modulada, AYRE *Broadcasting Central*, de Caracas hizo su primera emisión con programación variada, en medio de las estrecheces, que eran innumerables” reseña Armas (1975, p. 10). La hazaña comunicativa fue promovida por Luis Roberto Scholtz y Alfredo Moller en una alianza denominada Empresa Venezolana de Radiotelefonía quienes, en plena dictadura de Juan Vicente Gómez, la activaron con una potencia de 1kw y una programación que integraba informaciones, musicales y algunas obras teatrales.

La duración de AYRE (A es primera letra del abecedario, Y es indicativo internacional de Venezuela, R es radiodifusión, E de experimental) fue muy corta; apenas dos años, cuando el dictador Gómez ordenó su cierre después de descubrir la participación de su hijo José Vicente Gómez, de su edecán y del coronel Arturo Santana.

Esa misma frecuencia pasó a llamarse Radio Caracas Radio; esta vez, de índole comercial relacionando a Edgar Anzola, ex empleado de AYRE y el empresario William Phelps, quien creó el emporio comunicacional Grupo 1BC. El número 1 corresponde al primer permiso otorgado en el país y las siguientes siglas son las iniciales de la estación.

¡Vinieron más! Según el sitio *web* [cvir.com.ve](http://cvir.com.ve), otras emisoras obtuvieron concesiones en la capital venezolana, mientras que en la zona rural la radiodifusión adquiría más importancia con el nacimiento de *Broadcasting* Caracas, cuya inauguración oficial se efectuó el 11 de diciembre de 1930, ya en 1937 cambió su nombre a Radio Caracas Radio.

El 29 de mayo de 1932 surgió la estación Radiodifusora Venezuela con antecedentes en otra estación YV9BC; duró menos de un año, hasta el 20 de enero de 1933. Difundía programación musical en la que incluía la participación de artistas y animadores. El general Gómez aún se mantenía en el poder, de 1908 a 1935.

Tras la muerte del presidente surgieron nuevas propuestas, como la primera emisora perteneciente al Estado: La Radio Nacional, el 29 de julio de 1936; inició sus emisiones el 1 de octubre con Ondas del Lago, en Maracaibo, capital del estado Zulia y zona fronteriza con Colombia.

El auge de la radiodifusión, al morir el General Gómez y durante los gobiernos de Eleazar López Contreras e Isaías Medina Angarita, dio pie a una legislación sobre el uso de los medios radioeléctricos. Así surgió la Ley de Telecomunicaciones, aprobada por el Congreso Nacional el 12 de julio de 1940, que derogó la ley anterior del 27 de julio de 1936 y el Reglamento de Radio Comunicación, promulgado el 7 de febrero de 1941. Esta ley consideró a la radio como actividad económica para que fuera regulada por el Estado; permitía o no las habilitaciones, además de controlar sus actividades. Asimismo, sancionaba de acuerdo con la norma. También definió el espectro radioeléctrico y su división de las bandas de frecuencias.

La radiodifusión siguió los avances de la técnica internacional y en los años cuarenta surgió la radio Estudios Universos

que pasó a Ondas Populares, filial de Radio Caracas; en la década de los setenta, se convirtió en Radio Visión, luego cambió a Radiorama y finalmente se quedó como YVKG, Radio Popular 950.

Radio Nacional de Venezuela (RNV), la radio oficial del Estado venezolano es la estación más longeva y la red de emisoras con mayor cobertura en el país, 80 diales suenan entre los canales: juvenil, informativo, clásico y musical. Fue creada el 29 de julio de 1936 en el gobierno de Eleazar López Contreras. Desde el 2016, la dirige Isbemar Jiménez; ofrece servicios por vía de señal abierta, cable operadora de suscripción satelital e internet y funciona como una multiplataforma radial.

La Emisora Cultural de Caracas, en la frecuencia 97.7 MHz, fue ideada por el ingeniero petrolero Humberto Peñaloza, quien propició la sinergia entre el patrocinio de las primeras grabaciones digitales, las cuales tomaron auge a mediados de 1975, lo cual permitió combinar la música culta, con el quehacer.

### ***La FM llega a Venezuela***

La frecuencia modulada arribó a Venezuela el 1 de enero de 1975 con la Emisora Cultural de Caracas; además de transmitir programación cultural, incluyó una propuesta informativa, con alianzas de agencias informativas nacionales e internacionales. Posteriormente proliferó una propuesta comercial en la década de los años ochenta, la cual se extendió a otras regiones del país para consolidar un modelo comercial de radio. Su desarrollo se dio durante el gobierno del presidente Luis Herrera Campins, entre 1979 y 1984.

A partir de los años noventa se precisan algunos datos descriptivos del comportamiento económico-cultural de los

medios de comunicación en Venezuela. La Fundación Empresas Polar en su área de acción cultural realizó una investigación denominada *Anuario estadístico cultural. Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela* (2006). Allí registra en una gráfica cómo evolucionaron 756 radios a nivel nacional, desde el año 1986 hasta el 2003. Los estados Distrito Federal, Bolívar y Zulia son los que más se incrementaron con 50, 60 y 78, respectivamente. Se sumaron emisoras FM y comunitarias con habilitaciones aprobadas ese año. De 1999 al 2003, el estudio arrojó que existían 209 emisoras de AM y 409 de FM; del 2001 al 2003, el Estado aprobó 50 habilitaciones de estaciones de radio comunitarias en Venezuela.

Según el tipo de propiedad de los principales grupos de radiodifusión (Cadena) hay 43 grupos o circuitos que conglomeran a 288 emisoras, entre AM y FM. Con respecto a los contenidos radiales, predominan los noticieros, programas de opinión y los espacios de música.

### ***Los medios comunitarios y alternativos***

En Venezuela, los medios comunitarios definidos por la identidad y diversidad cultural son una opción comunicacional y periodística, desde la óptica popular y ciudadana, con fundamento en la comunicación popular y protagónica lejana de las formas tradicionales de comunicar e informar, refiere Villalobos (2015).

Autores como el brasileño Paulo Freire o el argentino-uruguayo Mario Kaplún, de *El comunicador popular*, han estudiado la concepción bancaria de la educación o la idea de participación para la educación liberadora; ambas tesis propician el diálogo horizontal y de doble vía.

En Venezuela, la comunicación comunitaria se ha venido desarrollando y ya constituye una referencia necesaria. Radios, televisoras, impresos y cybermedios son parte del paisaje y de la realidad comunicacional. Un buen trecho se ha recorrido y hoy día el aporte al mundo comunicacional comunitario resulta imprescindible para adelantar acciones políticas ciudadanas que se propongan el cambio social y la transformación del país (Villalobos, 2015, p. 106).

Villalobos es promotor de los medios alternativos, comunitarios y populares en Venezuela. Ha investigado sobre los medios comunitarios en el periodo de 1998 hasta la actualidad: “se empezó hablar formalmente y aceptándose la definición o denominación de medios populares y comunitarios [...] En Venezuela, primero se aprobó el reglamento para los medios comunitarios y posteriormente, se aprobó la ley que está vigente, Ley para la comunicación popular” (2015). En este sentido, se observa la modificación del nombre pasando de comunicación comunitaria a comunicación popular.

Hasta este momento (abril de 2023), la Gerencia de Acompañamiento Técnico de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) de Venezuela caracteriza a 280 medios comunitarios habilitados en 24 estados de la nación, regida por la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

### *Espectro radioeléctrico regulado*

El país sudamericano dispone de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) de 1999 y de leyes que blindan a los medios de comunicación social, como la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios, Electrónicos (LRSRTME), aprobada en 2006 y reformada en 2010.

Consta de siete capítulos y 37 artículos. Esta ley establece específicamente tipos y bloques de horarios, tipos de programas, usuarios y también apela a la democratización en sus servicios.

Otra ley que protege la radiodifusión venezolana es la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL), aprobada en 2000 y reformada en 2010. Cita doce títulos y 189 artículos, igualmente, el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisiva Abierta Comunitaria de Servicio Público (RRSTACSP), creada en 2002. En otros ámbitos, también se consideran varios artículos que rigen la radio, como en la Ley Orgánica de Educación (LOE) y la Ley para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA).

### *Estructura de la radiodifusión en Venezuela*

El espacio de la radiodifusión y la televisión pertenece a la República, según estipula la LOTEL. El Cuadro Nacional de Atribución de Bandas de Frecuencia (CUNABAF) del Servicio Universal de Telecomunicaciones de CONATEL aprobó y publicó la habilitación administrativa o concesión en todo el espacio geográfico venezolano de 466 emisoras FM privadas. De ellas, 82 pertenecen al Estado venezolano y 243 son de índole comunitaria; en radio AM, 172 privadas y 25 estatales; y en la TV abierta son 61 privadas, 13 del Estado y 37 comunitarias. Esta lista publicada por CONATEL incluye, en 2023, también a los medios alternativos comunitarios televisivos. El estado Zulia, zona fronteriza con Colombia, es el que cuenta con más medios de este tipo.

En marzo de 2023, CONATEL habilitó a 52 medios comunitarios en el país, según su portal en internet, aunque este dato no se ha actualizado.

### ***Un sistema de medios públicos que incluye principalmente a la radio***

Una de las consideraciones que se debe hacer en esta descripción de medios existentes en Venezuela es el intento de fortalecer al Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria (SPNCPAC) por parte del Estado. Entre diciembre de 2013 y enero de 2014 se realizaron dos encuentros nacionales de medios alternativos y comunitarios, a través del Ministerio de Comunicación.

El SPNCPAC cuenta, además de RNV, con Yvke Mundial, un sistema radial con más de 70 años de experiencia cuya primera emisión se realizó el 16 de junio de 1944 en AM y en 2012 en FM. Radio del Sur cuenta con una red de emisoras de alcance internacional, inició sus emisiones el 25 de febrero de 2010 con el objetivo de integrar comunicacionalmente a países de América Latina, África, Asia e incluso Estados Unidos, Canadá y Europa.

El gobierno nacional lanzó al aire el 10 de octubre de 2016 la señal de Radio Miraflores, La voz de la verdad, con transmisión desde sus estudios ubicados en el Palacio de Miraflores, sede del despacho del presidente Nicolás Maduro.

### ***Mediática que golpea. 2002, 2003 y 2004***

La historia contemporánea de Venezuela se dividió en dos, entre 2002 y 2003, cuando los medios propiciaron un golpe de Estado: “en Venezuela no hace falta este asalto: los golpistas son los medios de comunicación”, afirma Britto (2008, p. 81).

El autor describe a Venezuela como: “el país de mayor libertad de expresión (2008, p. 427) y Rangel expone la aplicación ilimitada de una política editorial e informativa obsesiva

y radicalmente opositora ejercida sin restricción, como nunca había sucedido en Venezuela y como, seguramente, no ocurre en ningún país hispanoamericano” (2018, p. 50).

Los dueños de las televisoras también dominan los más importantes circuitos de radiodifusión: 1. La Organización Diego Cisneros (ODC) conglomerada Venevisión y el Grupo 1BC; 2. Familia Bottome y Granier dominan Radio Caracas Televisión y Radio Caracas Radio en marzo de 2009 la concesión de RCTV expiró y no se le renovó, de acuerdo al artículo 7 de la Ley de Telecomunicaciones), y 3. Orlando Castro, empresario del Grupo Empresas Latinoamericanas y exbanquero del Banco Progreso en Venezuela y en otros países, era propietario de 40 emisoras.

Así, muchos otros grupos de empresarios diversificaron sus propiedades que incluían principalmente los medios de radiodifusión, todos ellos llegaron a controlar el 94% de cobertura nacional en contraposición al sector público con tan solo el 15% restante (Britto, 2008, p. 81).

### ***CONATEL toma medidas***

Varias emisoras de radio del país acataron la orden de CONATEL<sup>1</sup> para el cese de sus transmisiones por no cumplir con lo estipulado en el Título III de la Ley de Telecomunicaciones y en la providencia que rige desde el año 2018. Esta medida es apoyada

---

<sup>1</sup> El proceso de revisión del espectro radioeléctrico continúa hasta la fecha por parte de CONATEL. La CVIR denunció ante este órgano de Estado las incursiones que invaden el espectro radioeléctrico y solicitó la revisión de las renovaciones y habilitaciones de sus emisoras afiliadas.

por la CVR por considerarlas “clandestinas”, según un comunicado publicado y escrito por su presidente Iván Messori.

En todo caso, luego de una verificación, en el estado de Zulia cerraron algunas estaciones como Radio Valencia 103.5 FM. Play Top (antes Lago 91.5 FM), mientras que en el municipio de Colón fueron seis: Sur del Lago Estéreo 91.1; Zulianísima 102.9 FM; Fantástica 88.3 FM; Piragua 99.9 FM; Somos 95.5 FM y Gustosa 98.7 FM.

El Colegio Nacional de Periodistas (CNP) también se pronunció cuestionando el reporte de 2022, con el mayor número de cierres de emisoras de radio, 53 en total.

### ***Retos en el siglo XXI en convergencia digital***

Como retos a futuro, siguen activos los procedimientos de la LOTEL de revisión de concesiones, solvencia con el cumplimiento de la declaración y pago de los tributos activos que operan dentro de los parámetros técnicos establecidos en sus respectivos títulos habilitantes, permite la constante revisión del espectro radioeléctrico. Hace falta explorar en zonas fronterizas con otros países. Es importante la observación en la convergencia de los medios radiales-digitales con el internet, por ser totalmente revolucionario e inevitable su uso. En Venezuela, las radios se consideran un medio privilegiado por la facilidad de socializar con la inclusión del elemento tecnológico, aplicado en sus diferentes procesos de producción, permitiendo al usuario tenerla cada vez más fácil y cercana.

Actualmente, con la vorágine de las nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's), la radio no desaprovecha su uso, por el contrario, se entremezclan y se aplican para la producción de sonidos, mensajes, programaciones, su difusión

y comercialización con el uso del internet. En general, se emplea en todos los procesos internos y externos de la radio.

Las distintas plataformas digitales y las redes sociales también se incluyen en la producción radial, pues, su convergencia es lo que dinamiza a la radio, permitiendo que no sea estática, que cada vez sea más interactiva y dispuesta a ir ampliando sus patrones de producción acorde la evolución de las TIC's, así como para ampliar las ofertas de sus programaciones y la cantidad de sus usuarios que ahora se convertirían, de acuerdo con el propio lenguaje, en ciberseguidores. La ciberradio incorpora: "los *podcasting*, los *audioblogs* y otras manifestaciones interactivas. Si la radio apostaba por la participación, la ciberradio da entrada a la plena interactividad e incluso en alguna de sus manifestaciones se llega a la creación de las ciberradios personales y ciberradios cívicas construidas por la sociedad civil", explica exhaustivamente Cebrián (2009, p. 15).

Inevitablemente, como en todo proceso globalizado, la radio en Venezuela está viviendo una transformación compleja, se habla de radio por internet, cambios en las formas de consumo, las ofertas de programación, la técnica del *streaming*, descargas, suscripciones y más.

¡Viva la radio!

## Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (2013). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Gaceta Oficial 5.453. Extraordinaria. Vadell Hermanos Editores, Caracas.
- Britto, L. (2008). *Dictadura mediática en Venezuela. Investigación de unos medios por encima de toda sospecha*. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información, Caracas.

- Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión. (2022). Recuperado el 16 de septiembre de 2022 de <https://cvir.com.ve/>
- Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión. (2022, 1 de noviembre). *Casi todas las emisoras cerradas son clandestinas*. Comunicado de prensa.
- Cebrián, M. (2009). *Expansión de la ciberradio*. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6(1), 11-23.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones. (2023, 22 de marzo). *Conatel fortalece al Poder Popular con la entrega de títulos administrativos a 52 Medios Comunitarios*. Recuperado el 03 de abril de 2023, de <http://radiomundial.com.ve/conatel-fortalece-el-poder-popular-con-la-entrega-de-titulos-administrativos-a-52-medios-comunitarios/>
- Congreso Nacional de la República de Venezuela. (1955). *Ley de Aviación Civil*. Gaceta Oficial No. 24.766.
- De la Plaza, S. (2012). *Historia y retos del petróleo en Venezuela. Volumen I y II*. Fondo Editorial Darío Ramírez. Primera Edición, Caracas.
- Díaz Rangel, E. (2018). *Periodismo, medios y comunicación*. Monte Avila Editores Latinoamericana C.A.
- Espinasa, R. (2006). *El auge y el colapso de Pdvs a los treinta años de la nacionalización*. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 12(1), 147-182. Recuperado en 03 de abril de 2023 de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-64112006000100010](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-64112006000100010)
- Fundación Empresas Polar. (2006). *Anuario estadístico cultural. Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela*.
- Fundación Empresas Polar. (1988). *Diccionario de la historia de Venezuela*.
- Armas, J. A. (1975). *Historia de la Radiodifusión en Venezuela*. Edición especial de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión.

- La Historia de los Medios. (2023, 30 de marzo). *La radio en Venezuela (II)*. Agosto 21, 2010.
- Prieto, I., et al. (2008). *Experiencia educativa de la radio en América Latina*. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 63-72. Recuperado el 25 de junio de 2023 de <https://doi.org/10.31876/rcs.v14i1.25387>
- República Bolivariana de Venezuela. (2001, 07 de noviembre). *Decreto con Fuerza de Ley de Zonas Costeras*. Gaceta Oficial No. 37.319.
- República Bolivariana de Venezuela. (2001, 22 de noviembre). *Decreto con Fuerza de Ley Orgánica de los Espacios Acuáticos e Insulares*. Gaceta Oficial N°37.330.
- República de Venezuela. (2023, 30 de marzo). *Ley de Telecomunicaciones*. Gaceta Oficial N°20.248.
- Villalobos Finol, O. (2015). *Los medios comunitarios en Venezuela: presencia, conflictos y retos actuales*. *Revista Comunicación*, N°156, 39-45.
- Villalobos Finol, O. (2015). *Reinventar la Comunicación*. Editorial Galac. Caracas.

## Testimonios

- Chirinos, E. (2023). Profesor de Administración Pública y Magíster en Economía y Política Petrolera, Universidad del Zulia.
- Villalobos, O. (2023). Periodista. Profesor de Comunicación Social, Magíster en Ciencias de la Comunicación, Doctor en Ciencias Humanas, Universidad del Zulia. Escritor.



## COORDINADORES

***Tito Ballesteros López.*** *titoballesteros@gmail.com*

Comunicador Social y periodista por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB). Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional por la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB). Es productor e investigador, ha sido coordinador de encuentros centro y sudamericanos de productores de radio, así como conferencista y formador radiofónico en países de América Latina. Coordinador y coautor de los libros *100 claves para la radio en línea*, *¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro*, *Enseñar y aprender la radio en América Latina y el Caribe*, *La AM en el ecosistema mediático de América Latina y el Caribe*, entre otros. Sus trabajos se pueden descargar en el blog <https://titoballesteros.blogspot.com.co/>

**Lenin Martell Gámez.** *lrmartellg@uaemex.mx*

Defensor de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR). Coordinador del Centro de Cultura Digital (CCD) y académico de tiempo completo en la FCPYS de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNI). Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), maestro en Estudios de Comunicación por la Universidad de Boston, licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva por la UNAM. Su más reciente libro es *El imaginario de lo público en la radio* (uv, 2021).

## COLABORACIONES

**Jorge Arabito.** *jarabito@gmail.com*

Docente investigador y extensionista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN).

**Cecilia Baroni.** *cecibaroni@gmail.com*

Docente e investigadora, doctora en Historia de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República (UDELAR), Uruguay.

**Salustiana Caballero.** *tiana.py@gmail.com*

Socióloga y comunicadora social, integrante de la Asociación para la Comunicación y Educación Radiofónica ACER y del Instituto Latinoamericano de Comunicación Juan Díaz Bordenave.

**Olmedo Carrasquilla Águila.** *radioplaneta77@gmail.com*

Abogado y comunicador social. Promotor de los Derechos Humanos y ambiente. Cineasta independiente. *Freelancer*.

**Johanna Castillo.** *castillojohanam@gmail.com*

Periodista, semióloga, productora radial en Radio Nacional de Venezuela 91.7 FM y productora de varios programas de radio en Metrópolis 103.9 FM. Investigadora de la Línea de Investigación en Semiótica en el Doctorado de Ciencias Humanas de La Universidad del Zulia (LUZ).

**Zenaida Costales Pérez.** *costaleszenaida@gmail.com*

Doctora en Ciencias de la Comunicación, profesora titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, profesora adjunta de la Cátedra de Radio del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, integrante del Grupo Asesor del Instituto Cubano de Radio y Televisión y periodista de la emisora nacional Radio Rebelde.

**Yenny Viviana Cruz Pérez.** *yvcruzp@gmail.com*

Comunicadora Social-Periodista. Especialista en desarrollo comunitario. Magíster en Comunicación. Directora del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium-Unicatólica de Cali, Colombia.

**María Eugenia del Pozo.** *mariaeugeniadelpozo@gmail.com*

Comunicadora Social de profesión. Se formó en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), y realizó una maestría en Comunicación Corporativa, en la Universidad APEC, en Santo Domingo. En la actualidad realiza su investigación doctoral (PhD) en Estudios del Español: Lingüística y Literatura, en la PUCMM. En esta última se ha desarrollado en el área de pedagogía, con más de siete años de experiencia.

**Juan Carlos Duarte Sequeira.** *direccion@radiocamoapa.com*

Abogado, periodista y director de Radio Camoapa, ha colaborado en estudios colectivos sobre comunicación, marco jurídico y medios. Actualmente es representante de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC Nicaragua y es autor de libros de poesía política como *Versos Azules* y *Rimas Blancas*, surgido en el contexto que vive Nicaragua desde abril 2018, *Los Amores del Sol* y *Verso y Pluma*, otras dos obras poéticas que muestran su sensibilidad frente a una variedad de temas. Su trabajo periodístico ha merecido varios reconocimientos. Tiene diplomados superiores en producción radiofónica y periodismo cívico, además de una especialidad en Gerencia y Liderazgo Estratégico en la Universidad Centroamericana UCA. Actualmente es parte de la Cámara Nicaragüense de Radio (CANIRA) y es un entusiasta incansable de la radiodifusión.

**Sebastián Fournier.** *sebas@sebastianfournier.com*

Máster en Producción del Lenguaje Audiovisual y Multimedia de la Universidad de Costa Rica, Máster en Medios de Comunicación para el Desarrollo de la University of East Anglia, Inglaterra y Licenciado en Publicidad de la Universidad Internacional de las Américas. Ha ocupado roles de coordinador en el proyecto Medios UNED y Onda UNED de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Miembro fundador de la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa (RedMICA). Ha participado en presentaciones y publicaciones sobre temas como TV Digital y comunicación regional. Además, representa al Consejo Nacional de Rectores en el Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) y la Comisión Mixta de TV Digital.

**Julio César Mac-Kay Gonza.** *mackaycesar@gmail.com*

Conductor, locutor, programador, productor y director de programas y emisoras radiales. Actualmente es jefe de programación de medios radiales. Litoral 105.9 FM y Stereo Oyón 98.5 FM. Docente de la especialidad de radio durante 23 años.

**Miguel Antonio Martínez Martínez.** *miguel.martinez1@ujcv.edu.hn*

Licenciado por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Catedrático universitario. Ha sido director de carreras de Periodismo y de Proyectos educativos para comunicadores. Director de cine y televisión, fundador y productor del *Minuto Cultural Sabatino* en radio América, desde 1988.

**Erick Méndez Díaz.** *emendez.periodista@gmail.com*

Licenciado en Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. *Podcaster*. Periodista de la emisora nacional Radio Rebelde.

**Carlos Montenegro Armijo.** *cmontene@uc.cl*

Magíster en Ciencias de la Comunicación con mención en Periodismo Digital por la Universidad de Santiago de Chile y periodista formado en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Desde 2006 es docente de periodismo radial y de otros cursos de la Facultad de Comunicaciones de la PUC, así como también en otras instituciones. Es creador y profesor-editor del medio-escuela *RadioUC.cl*. En el ejercicio de estas labores ha puesto especial atención a la docencia en el contexto de medios universitarios, la edición periodística y, de modo particular, al análisis de la adaptación de la radio al entorno digital.

**Fernando Morgado.** *fernandomorgado@gmail.com*

Maestro en Gestión de la Economía Creativa por la Escuela Superior de Propaganda y Marketing de Río de Janeiro (ESPM Río). Profesor de la ESPM Río y de las Facultades Integradas Hélio Alonso. Fue coordinador adjunto del Núcleo de Estudios de Radio de la Universidad Federal de Río Grande do Sul (UFRGS) e investigador asociado del Laboratorio de Estudios de Memoria Brasileña y Representación de la ESPM Río. Publicó *Blota Jr.: a elegância no ar, Silvio Santos: a trajetória do mito y Comunicadores S.A.*

**Alex Mullo López.** *alex.mullo@utc.edu.ec*

Docente investigador, magíster en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial, máster en Marketing Digital, master en Evaluación de la Calidad y Procesos de Certificación en Educación Superior Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Norma Ramírez Bernal.** *norma.ramirez14@gmail.com*

Periodista, comunicadora, educadora salvadoreña y apasionada de la radio. Formada, principalmente, en radios comunitarias de El Salvador. Comunicadora, ha participado en la facilitación de procesos de formación sobre radiodifusión, lucha contra la desinformación y vocería comunitaria en El Salvador y América Latina.

**José Howard Rivera Fernández.** *josehrivera@gmail.com*

Nacido en Potosí, es licenciado en Ciencias de la Comunicación Social con Maestría en Digital Business Manager. Ha trabajado por varios años como secretario ejecutivo de la Comisión de Comunicación de la Conferencia Episcopal de su país y como profesor en la Universidad Católica Boliviana. Sus campos de interés son la formación de la opinión pública, la planificación estratégica, la educomunicación y la tecnología aplicada.

**Juan Francisco Romero Martínez.** *jfromero@correo.url.edu.gt*

Licenciado en Ciencia de Comunicación Social. Doctor en Ciencias Políticas y Sociología. Comunicador social con 25 años de experiencia en prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. Actualmente es académico y docente en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar.

**Karina Sánchez García.** *ksgsanchez@gmail.com*

Docente de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Maestra en Sociología Política por el Instituto de Investigaciones Doctor José María Luis Mora y licenciada en Comunicación por la UAEMEX. Sus líneas de investigación son Poder y Medios de Comunicación; Políticas de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

# Así suena la **FM**

## Historia de la radio en América Latina y el Caribe

coordinado por Tito Ballesteros López y Lenin Martell Gámez,  
se terminó de editar el 02 de octubre de 2024 en la editorial Cigome S.A. de C.V.,  
Alfredo el Mazo No. 1524, col. La Magdalena, C.P. 50010, Toluca, Estado de México.  
En su composición se utilizaron las fuentes *Fira Sans* y *Roboto Serif*.

La edición estuvo a cargo de la Dirección de Difusión y Promoción de  
la Investigación y los Estudios Avanzados, mediante el Departamento  
de Producción y Difusión Editorial, y consta de 300 ejemplares.

*Análisis e interpretación del sistema antiplagio*  
María de los Ángeles García Moreno

*Corrección de estilo y ortotipográfica*  
Guadalupe Álvarez Martínez

*Diseño de forros e interiores*  
Juan Manuel García Guerrero

*Coordinación editorial*  
Patricia Vega Villavicencio

Por disposición del Reglamento de Acceso Abierto  
se publica la versión PDF de este libro en el Repositorio Institucional  
de la Universidad Autónoma del Estado de México.

## Publicaciones UAEMEX



### **Diez autores clave para comprender la comunicación como metadisciplina**

Gustavo Garduño Oropeza  
Lenin Martell Gámez  
(Coordinadores)



### **Ética de la Investigación Universitaria, Perspectivas multidisciplinares**

Antonio Arellano Hernández  
Lorena Romero Salazar  
Jorge Loza López  
(Coordinadores)



### **Televisión y poder (tres ensayos desde la teoría de las élites)**

Jaime Enrique Cornelio Chaparro

Consulta éstos y otros títulos en el catálogo de Producción Editorial de la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados:

[bit.ly/4eFBC0S](https://bit.ly/4eFBC0S)



Tito Ballesteros López

Es comunicador Social y periodista por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB). Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional por la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB). Es productor e investigador, ha sido coordinador de encuentros centro y sudamericanos de productores de radio, así como conferencista y formador radiofónico en países de América Latina. Coordinador y coautor de los libros *100 claves para la radio en línea*, *¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro*, *Enseñar y aprender la radio en América Latina y el Caribe*, *La AM en el ecosistema mediático de América Latina y el Caribe*, entre otros. Sus trabajos se pueden descargar en el blog <https://titoballesteros.blogspot.com.co/>



Lenin Martell Gámez

Es defensor de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR). Coordinador del Centro de Cultura Digital (ccd) y académico de tiempo completo en la FCPYS de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNI). Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), maestro en Estudios de Comunicación por la Universidad de Boston, licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva por la UNAM. Su más reciente libro es *El imaginario de lo público en la radio*.

**E**scribir la historia de la radio FM en América Latina y el Caribe ha sido complicado pues es un medio poco estudiado. Este libro pretende resarcir tal vacío.

Los autores, provenientes de diversos países latinoamericanos y caribeños, hacen un recorrido por el desarrollo de la radio FM, discuten cómo ha impactado a las audiencias mediante los distintos sistemas de radio (comercial, pública, cultural, comunitaria, universitaria, etc.) y realizan proyecciones sobre su futuro.

Abordar la historia de la radio de frecuencia modulada en América Latina y el Caribe permite explicar cómo ésta se ha convertido en parte de la identidad cultural de las naciones de la región; las comunidades alejadas de las capitales, por ejemplo, recurren a la FM para informarse sobre el acontecer nacional y local, así como para educarse, entretenerse o escuchar otras voces del mundo.

Asimismo, el libro ahonda en la importancia de la FM en el desarrollo sociocultural, así como su relación con la política y el Estado, igualmente se analiza el estatus profesional de los trabajadores creativos.

*Gabriel Kaplún*  
*Jorge Arabito*  
*José Howard Rivera Fernández*  
*Fernando Morgado*  
*Carlos Montenegro Armijo*  
*Yenny Viviana Cruz Pérez*  
*Sebastián Fournier Artavia*  
*Zenaida Costales Pérez*  
*Erick Méndez Díaz*  
*Alex Mullo López*  
*Norma Ramírez*

*Juan Francisco Romero Martínez*  
*Miguel Antonio Martínez Martínez*  
*Karina Sánchez García*  
*Juan Carlos Duarte Sequeira*  
*Olmedo Carrasquilla*  
*Salustiana Caballero*  
*Julio César Mac-Kay Gonza*  
*María Eugenia del Pozo*  
*Cecilia Baroni*  
*Johana Castillo*



Secretaría de Investigación  
y Estudios Avanzados