

Situación de la radio en el Perú

Miriam Larco Siche

Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV)

<https://doi.org/10.26439/puentes.comunicacion2026.8879>

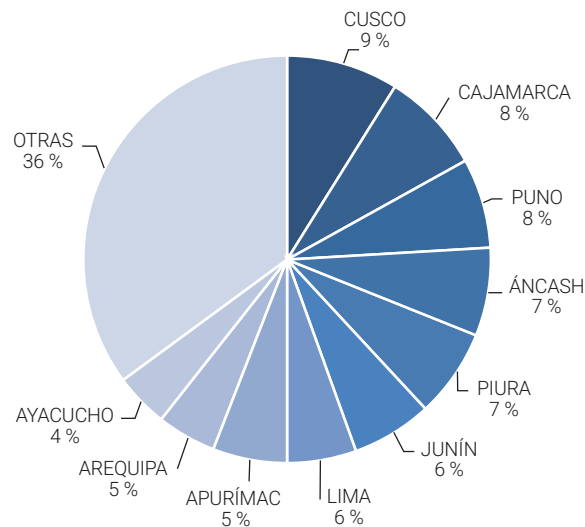
RESUMEN. Esta ponencia ofrece un panorama de la situación actual de la radio en el Perú, a partir de información reciente sobre cobertura, consumo, confianza ciudadana y marco normativo. El texto destaca la vigencia de la radio como uno de los medios con mayor presencia territorial en el país, con 6450 estaciones registradas en 2025 y un consumo sostenido entre la población adulta. Asimismo, subraya su importancia en contextos de diversidad geográfica, cultural y lingüística, así como su papel durante la pandemia mediante la estrategia “Aprendo en casa”. La ponencia revisa también la Ley de Radio y Televisión, la clasificación de los servicios de radiodifusión y las obligaciones éticas de sus titulares. Finalmente, analiza la situación de la radio estatal y pública en el Perú, e identifica desafíos vinculados con la independencia editorial, la sostenibilidad institucional, la participación ciudadana y la necesidad pendiente de una regulación específica para los medios públicos.

La radio en el Perú ha cumplido un siglo. Históricamente es considerada como uno de los principales medios de comunicación en el Perú, tanto por su capacidad de cobertura territorial como por su cercanía con la audiencia. En un país marcado por la diversidad geográfica, cultural y lingüística, la radio ha cumplido un rol fundamental en la difusión de información, la construcción de identidad y la articulación social.

La radio es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en todo el Perú. Según información proporcionada al 2025 por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, existen 6450 estaciones de radio, cifra que ha crecido cerca de 48 % en diez años. Las regiones con mayor número de emisoras son Cusco, Cajamarca y Puno, seguidas por Áncash, Piura, Junín y Lima (Consejo Consultivo de Radio y Televisión [CONCORTV], 2025) (Figura 1).

Figura 1

Regiones con más estaciones de radio



Nota. De TV y radio en cifras 2025, por CONCERTV, 2025, p. 5 (<https://www.concertv.gob.pe/2025-tv-y-radio-en-cifras/>). JUNÍN

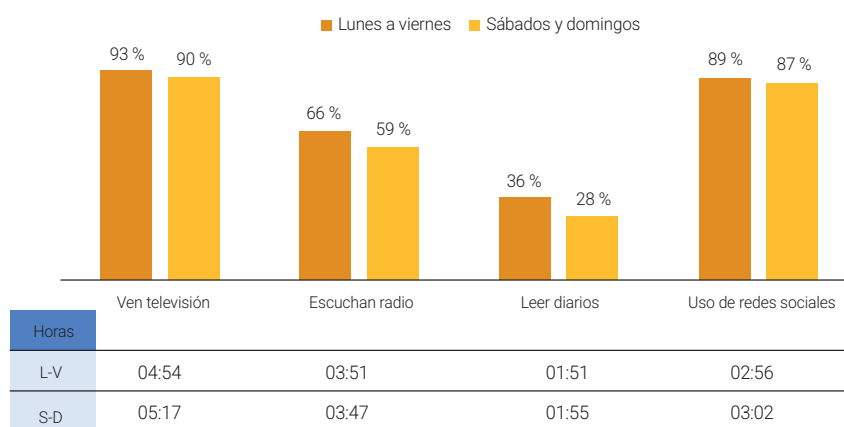
En cuanto a su consumo, el último estudio realizado por The Lima Consulting Group para el CONCERTV en el año 2025¹ evidenció que el 66 % de los peruanos escucha la radio de lunes a viernes, con un promedio diario de 3 horas y 51 minutos por oyente adulto. Los musicales y noticiarios son los programas preferidos por los peruanos. El consumo radial se da principalmente en un 56 %, a través de radios tradicionales (AM/FM) y el 23 % de entrevistados afirma hacerlo a través de celulares (The Lima Consulting Group, 2025, p. 67) (Figura 2).

Uno de los factores más relevantes para comprender la vigencia de la radio es el alto nivel de confianza y cercanía que se establece con sus audiencias. En comparación con otros medios, la radio es percibida como una fuente confiable de información, especialmente en el caso de la programación difundida por emisoras locales. Esta percepción se sustenta en el uso de un lenguaje cercano, natural y accesible; en la inmediatez de la información; en el conocimiento y la cobertura de las problemáticas locales; y en el reconocimiento y la proximidad de los periodistas locales.

¹ Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Informe final a nivel nacional (2025), elaborado por The Lima Consulting Group para Concertv. Periodo de campo: junio-agosto del 2025. La cobertura del estudio abarcó a 21 ciudades del Perú: Lima, Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huánuco, Huaraz, Huancayo, Ica, Iquitos, Madre de Dios (Puerto Maldonado), Piura, Pucallpa, Puno, Tacna, Tarapoto, Trujillo y Tumbes. Universo: Hombres y mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E, del área urbana y rural. Diseño muestral: 10 139 encuestas en total. 9 486 del área urbana y 653 del área rural. Margen de error: +/- 0,97 %, asumiendo la máxima dispersión ($p = q = 0,5$) y una confiabilidad de 95 % (<https://www.concertv.gob.pe/2025-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>).

Figura 2

Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas: consumo de medios

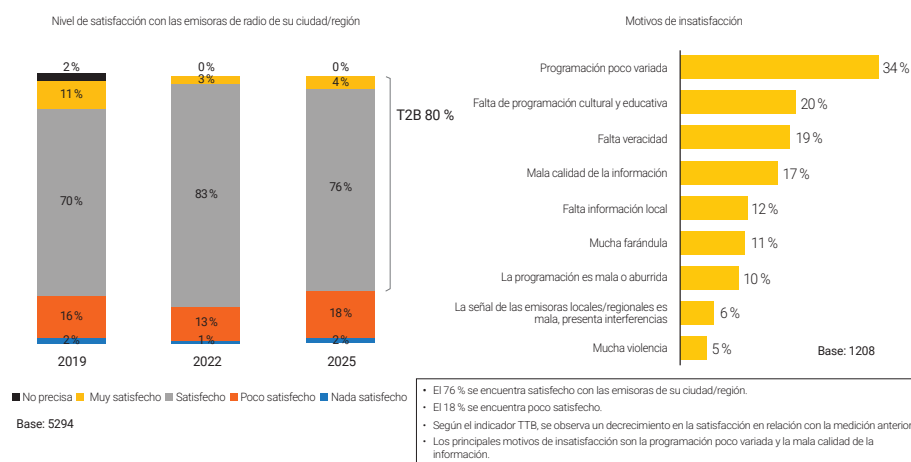


Nota. De Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Informe final a nivel nacional, por Lima Consulting Group, 2025, p. 23 (<https://www.concortv.gob.pe/2025-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>).

No obstante, en la actualidad, los medios locales se enfrentan a limitaciones estructurales, tales como problemas económicos —debido a la escasa publicidad—, falta de profesionalización, insuficiente inversión tecnológica y desconocimiento legal. A pesar de ello, los estudios muestran que el nivel de satisfacción de los oyentes con la radio local supera el 80 %, lo que evidencia su relevancia social (The Lima Consulting Group, 2025, p. 11) (Figura 3).

Figura 3

Frecuencia en la que ven radio y televisión local



Nota. De Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Informe final a nivel nacional, por The Lima Consulting Group, 2025, p. 44 (<https://www.concortv.gob.pe/2025-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>).

En este contexto, es importante reconocer la experiencia de “Aprendo en casa” desarrollada en la época del COVID-19, en la que los servicios de radio local, sobre todo en el sector rural, jugaron un papel fundamental en la educación a la distancia, frente a la falta de acceso a internet y a la falta de cobertura de la señal de televisión abierta.

Ante la situación de emergencia por la pandemia de COVID-19 en el país, desde marzo de este año, que supone confinamientos obligatorios de poblaciones como las de niños y adolescentes, entre otras medidas, el Gobierno dispuso por resolución ministerial el inicio del año escolar vía la implementación de la estrategia “Aprendo en casa”, obligatoria para las instituciones educativas públicas, que se inició el 6 de abril del 2020, y que entre las plataformas que implementó incluye radio y televisión. (Alarcón, 2020, p. 8)

Implementada y centralizada desde un portal web dedicado (www.aprendoencasa.pe), la estrategia “Aprendo en casa” abarca los niveles generales de inicial, primaria, secundaria, básica especial y básica alternativa. Incluyendo, en cada uno, los distintos grados de enseñanza. La radio y la televisión públicas nacionales peruanas —a las que se suman algunas emisoras privadas— se utilizan mediante programas temáticos definidos para los tres primeros niveles generales (inicial, primaria y secundaria), mientras que únicamente la radio atiende a los otros dos niveles (básica especial y básica alternativa). La estrategia contempla, además, la combinación de estos medios tradicionales con otros recursos, incluidos los digitales, para reforzar el aprendizaje (Alarcón, 2020).

MARCO LEGAL

La norma que regula los servicios de radiodifusión de señal abierta es la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, y es el Ministerio de Transportes y Comunicaciones la entidad encargada de la regulación y fiscalización del cumplimiento de las disposiciones allí establecidas. Los servicios de radiodifusión son servicios de interés público que pueden ser prestados por una persona natural o jurídica, privada o pública, y cuyas emisiones son recibidas directamente por el público en general. La autorización de los servicios de radiodifusión es de diez años, pero este plazo puede renovarse de manera automática.

El artículo 4 del libro primero de dicha Ley define la finalidad del servicio de radiodifusión:

Los servicios de radiodifusión tienen por finalidad satisfacer las necesidades de las personas en el campo de la información, el conocimiento, la cultura, la educación y el entretenimiento, en un marco de respeto de los deberes y derechos fundamentales, así como de promoción de los valores humanos y de la identidad nacional.

En cuanto a los principios y valores que deben guiar los servicios de radiodifusión, el artículo 33 de la segunda sección señala que “deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la presente Ley”.

La norma clasifica los servicios de radiodifusión de acuerdo con sus fines: servicios de radiodifusión comercial, educativa y comunitaria.

Los servicios de radiodifusión, en razón de los fines que persiguen y del contenido de su programación, se clasifican en [los siguientes]:

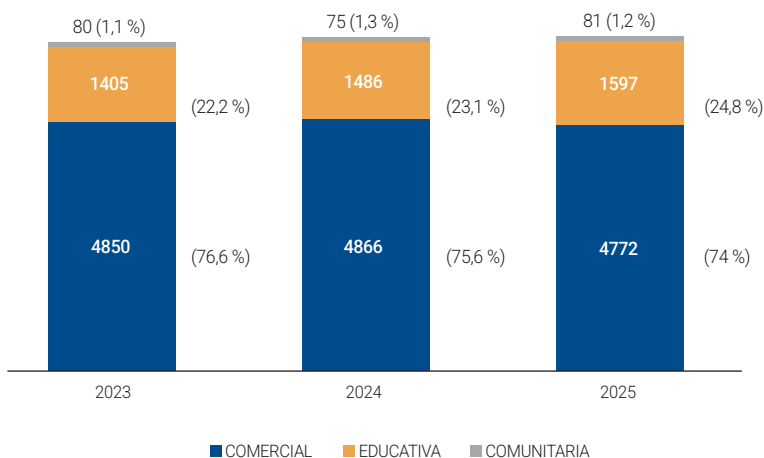
a) Servicios de radiodifusión comercial: son aquellos cuya programación está destinada al entretenimiento y recreación del público, así como a abordar temas informativos, noticiosos y de orientación a la comunidad, dentro del marco de los fines y principios que orientan el servicio.

b) Servicios de radiodifusión educativa: son aquellos cuya programación está destinada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas. En sus códigos de ética incluyen los principios y fines de la educación peruana. Las entidades educativas públicas solo pueden prestar el servicio de radiodifusión educativa.

c) Radiodifusión comunitaria: es aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional. (Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, primera sección, artículo 9)

Figura 4

Estaciones de radio según finalidad



Nota. De TV y radio en cifras 2025, por CONCERTV, 2025, p. 14 (<https://www.concertv.gob.pe/2025-tv-y-radio-en-cifras/>).

La Ley de Radio y Televisión establece que todo titular del servicio de radiodifusión tiene la obligación de elaborar un código de ética y publicarlo. Asimismo, se establece un horario familiar (de 6 p. m. a 10 p. m.), durante el cual debe evitarse la difusión de contenidos violentos, obscenos o que puedan afectar los valores inherentes a la familia, a los niños y a los adolescentes. Es importante señalar que no existen propietarios del espectro electromagnético; en su lugar, existen titulares que acceden a este recurso natural y, por tanto, deben cumplir obligatoriamente con las disposiciones establecidas en la Ley de Radio y Televisión, bajo la amenaza de sanción en caso de incumplimiento.

Ante el incumplimiento de las disposiciones establecidas en el código de ética y del horario familiar, los titulares del servicio de radiodifusión están obligados a implementar un sistema de

autorregulación, recogiendo las quejas de cualquier persona o institución y resolverlas en un plazo no mayor de treinta días. De no emitir una resolución en el plazo establecido o en caso esta no sea satisfactoria para quien presenta la queja, se puede presentar una denuncia ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, e iniciar un procedimiento administrativo sancionador.

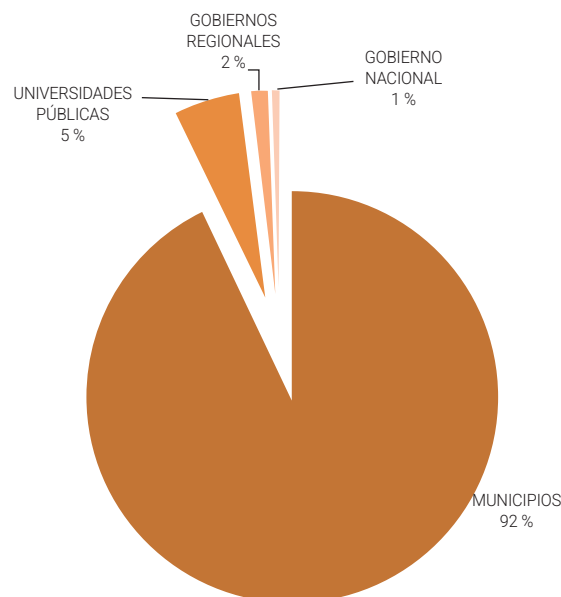
SITUACIÓN DE LA RADIO ESTATAL/PÚBLICA EN EL PERÚ

La radio estatal o pública en el Perú se refiere a los medios radiales cuya titularidad y gestión responden al Estado, los gobiernos regionales y locales y las universidades públicas. Su finalidad es servir al interés público, promover la pluralidad, ofrecer contenidos educativos y culturales, y facilitar el acceso a la información pública. Es importante señalar que no deben ser concebidos como medios del gobierno de turno, sino como medios de comunicación al servicio de la población, para lo cual deben brindar información relevante, educativa, cultural y que fomente la identidad nacional.

La reserva de frecuencias por parte del Estado se realiza a favor del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), tal como lo establece el artículo 11 del Decreto Legislativo 005-2005-MTC. Dicho artículo dispone que el Estado se reserva dos frecuencias en cada una de las bandas asignadas al servicio de radiodifusión sonora por localidad.

Figura 5

Titulares de radio pública/estatal según origen



Nota. De TV y radio en cifras 2025, por CONCERTV, 2025, p. 23 (<https://www.concertv.gob.pe/2025-tv-y-radio-en-cifras/>).

Radio Nacional es gestionada por el Instituto de Radio y Televisión del Perú. Actualmente, cuenta con setenta y dos estaciones FM y dos estaciones AM, con las cuales llega a todas las regiones del Perú, difundiendo contenidos tanto en zonas urbanas como en comunidades rurales. Es valorada como un medio confiable y con una buena programación, según las encuestas de opinión pública nacional realizadas por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, lo que refuerza el reconocimiento de los medios públicos dentro del ecosistema mediático.

De acuerdo con los datos manejados por CONCORTV, a nivel de los gobiernos regionales, municipalidades (provinciales y distritales) y universidades, hay un total de 152 entidades públicas/estatales que operan radios con licencia a nivel nacional (2025, p. 22).

DEBILIDADES Y DESAFÍOS

- Independencia editorial. De manera incorrecta, muchos medios públicos pueden ser utilizados con fines políticos. Es necesario contar con medios estatales que funcionen bajo una lógica democrática y no gubernamental, a fin de promover un trabajo informativo y periodístico libre de censura previa, con personal contratado en función de sus competencias profesionales y no por motivos políticos.
- Es necesario contar con una normativa que regule los espacios de difusión destinados a la información de los poderes del Estado, especialmente cuando se trate de información de interés público y de relevancia para la sociedad.
- Existen limitaciones presupuestales que restringen la capacidad de los medios para innovar, expandirse y mejorar su programación.
- La sostenibilidad en la gestión institucional requiere garantizar la continuidad de las operaciones, con el fin de mantener y fortalecer el posicionamiento de los medios en el mercado mediático.
- Se requiere promover la participación ciudadana mediante representantes que integren los consejos editoriales.

LEY PENDIENTE

La Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, en su tercera disposición complementaria y final, encomendó al Poder Ejecutivo la elaboración de un proyecto de radiodifusión estatal con la participación del CONCORTV y de la sociedad civil. En 2008 se entregó al Poder Ejecutivo el anteproyecto de la Ley de Radiodifusión Estatal; sin embargo, hasta la fecha no se ha presentado ni promulgado una regulación específica sobre los medios estatales o públicos en el Perú.

REFERENCIAS

- Alarcón, L. R. (2020). *La radio y la televisión en “Aprendo en casa”. Análisis comunicacional y evaluación cualitativa desde los actores centrales de la estrategia*. ConcorTV. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2021/03/Estudio-Cualitativo-Aprendo-en-casa-2020.pdf>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. (2025). *TV y radio en cifras 2025*. <https://www.concortv.gob.pe/2025-tv-y-radio-en-cifras/>
- Decreto Supremo 005-2005-MTC [Ministerio de Transportes y Comunicaciones]. Por el cual se aprueba el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión. 11 de febrero de 2005. <https://www.gob.pe/institucion/mtc/normas-legales/9985-005-2005-mtc>
- Ley 28278 de 2004. Ley de radio y televisión. 15 de julio de 2004. <https://www.concortv.gob.pe/ley-28278-ley-de-radio-y-television/>
- The Lima Consulting Group (2025). *Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo - informe final a nivel nacional*. <https://www.concortv.gob.pe/2025-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>