

# Disrupción radiofónica: transición de la AM al *streaming* en el sur andino. El caso de Pachamama Radio en la Región Puno

Luigi Hedrik Rodriguez Rocha

Universidad Nacional del Altiplano

<https://doi.org/10.26439/puentes.comunicacion2026.8882>

RESUMEN. Esta ponencia analiza la transformación de la radio en el sur andino peruano a partir del tránsito desde la transmisión tradicional en AM y FM hacia formatos digitales, multimodales y en streaming. El texto sostiene que, lejos de desaparecer frente al avance de internet, la telefonía móvil y las redes sociales, la radio regional ha logrado reinventarse mediante nuevas formas de producción, circulación e interacción con sus audiencias. Para ello, examina los cambios en la cabina radiofónica, hoy convertida en un espacio de producción multimedia que integra audio, video, redes sociales, inteligencia artificial y transmisión en vivo. Asimismo, revisa la vigencia de la radio local en el Perú y su papel en la articulación de voces sociales, culturales y políticas en la región Puno. El caso de Pachamama Radio permite mostrar cómo una emisora con vocación social y comunitaria puede adaptarse al entorno digital sin perder su identidad, fortaleciendo la participación ciudadana, la comunicación en español, quechua y aimara, y la presencia pública de comunidades históricamente excluidas.

## LA RADIO EN EL SUR ANDINO

Durante décadas, la radio ha sido el medio de comunicación con mayor sintonía en el Perú, lo que la convirtió en la principal fuente de información en oficinas, hogares y zonas rurales. Era habitual ver a los productores radiofónicos en intensas reuniones organizando estrategias para posicionar su programación y aumentar la sintonía, especialmente en audiencias tradicionales donde amas de casa, servidores administrativos, jóvenes y comerciantes representaban algunos de los principales segmentos. Las estaciones en amplitud modulada (AM) dominaban gracias a su gran cobertura y comunicación de la agenda regional a través de sus noticieros, mientras que las radios en frecuencia

modulada (FM) brillaban por su buen sonido y programación musical; ambas frecuencias vieron nacer y crecer talentosos presentadores y locutores cuyas voces siguen liderando espacios mediáticos en el Perú.

Con la presencia del internet, la telefonía móvil y los *smartphones*, muchos especialistas creyeron que el fin de la radio era inminente; sin embargo, esta se adaptó y evolucionó desde la programación y la configuración de la cabina de radio hasta el estilo de conducción de sus locutores. Esta adaptación al nuevo entorno tecnológico hizo que la radio se reinventara a sí misma, convirtiendo a locutores, periodistas y productores en comunicadores multitarea o *multitasking*, con funciones que exigían el aprendizaje del manejo de nuevos equipos de transmisión, así como creatividad e innovación para producir contenido en diversas plataformas, además de generar un discurso radiofónico competitivo capaz de posicionarse en las frecuencias hercianas y en redes sociales. Es decir, la radio hizo una disrupción mediática que se posicionó en el espacio digital, lo que atrajo una nueva audiencia y demostró que la radio sigue vigente.

## RADIO MULTIMODAL

El cambio tecnológico hizo que la tradicional cabina de radio con micrófonos y audífonos se transformara en un pequeño estudio de producción digital multimedia, donde se cuenta con *chroma key*, *switchers*, aplicativos de inteligencia artificial, bases de datos de sonidos ambientales, clips de noticias, audios de testimonios y entrevistas, además de *software* de programación publicitaria. Los operadores de cabina, que usualmente tenían que concentrarse solamente en el audio y las llamadas telefónicas, pasaron a integrar video, transmisión en vivo, interacciones en redes sociales, además de contar con el usual productor radiofónico, cada vez más atareado y eufórico (Moemeka, 1994). En otras palabras, el lenguaje radiofónico no era suficiente, por lo que se integró el lenguaje visual y un lenguaje escrito fusionado a pictogramas como los *emojis*, con los que la audiencia interactúa a lo largo de la programación. Este nuevo flujo de trabajo actualmente genera una comunicación multimodal, es decir, aquella que permite el uso simultáneo y coordinado de múltiples modos semióticos (lenguaje, imagen, sonido, gesto, movimiento, espacialidad) para crear un nuevo significado capaz de captar la atención de la audiencia. En palabras de Carey Jewitt et al. (2025), la multimodalidad consiste en crear y comunicar significado mediante diversas formas y lenguajes.

## SINTONÍA DE LA RADIO EN EL SUR ANDINO

En el artículo 9 de la Ley de Radio y Televisión del Perú, Ley 28278, se clasifica la radiodifusión en (a) comercial, aquella cuya programación está destinada al entretenimiento y recreación del público; (b) educativa, dedicada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas; y (c) comunitaria, aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social, y cuya programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integridad nacional.

Para los comunicadores sociales del interior del país, resulta interesante analizar que los especialistas en derecho y comunicación que redactaron esta norma en el año 2004 creyeran que la radio comunitaria solo era un medio de comunicación propio de comunidades campesinas, nativas o indígenas en zonas rurales sin un objetivo específico en particular. Por el contrario, casi la mayoría de las radios comunitarias en la región Puno están ubicadas en localidades y ciudades que cada día van creciendo. Además, estas emisoras en Puno son las que tienen mayor sintonía por la gran diversidad de contenido en su programación y, a pesar de sus limitados recursos económicos, son la principal competencia de las emisoras de cobertura nacional. En otras palabras, la mencionada ley no pronosticó que su clasificación de radiodifusión sería ampliamente superada por el fenómeno mediático en el Perú, donde la diversidad de programas y contenidos que existen en la actualidad no pueden clasificarse ni considerarse exclusiva de la tradicional categorización de comercial, educativa o comunitaria; por el contrario, la comunicación supone la integración de diversos enfoques y voces que se van adaptando a los fenómenos sociales. Por ello, la creatividad e innovación de los comunicadores sociales ha permitido que las radios regionales puedan tener desde noticieros periódicos y espacios participativos de opinión hasta radionovelas y espacios para cuentos andinos en quechua y aimara, programas políticos y religiosos, programas musicales, programas de salud, espacios para audiciones radiales en vivo, programas de activismo feminista y social, programas de derechos humanos, espacios que promueven la protección del medio ambiente y hasta programas jurídicos que asesoran en vivo sobre temas judiciales. Todo esto y más ha hecho que la radiodifusión en el Perú sea diversa, plural y principalmente interesante de escuchar. No sorprende que como resultado de toda esta producción la gente siga confiando, escuchando y participando activamente en la radio.

Así lo demuestran las estadísticas del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), el cual, en su informe *TV y radio en cifras 2025*, indica que solamente en el sur del Perú existen 1648 estaciones de radio entre las regiones de Arequipa, Cusco, Moquegua, Puno y Tacna, lo que representa el 25,5 % de un total de 6450 radio emisoras en Perú. Asimismo, el estudio indica que el crecimiento de emisoras es generalmente en frecuencia modulada y son de carácter comercial (CONCORTV, 2025). La llegada del internet no solamente cambió la popularidad de la radio, sino que la potenció, sin importar si su finalidad era comercial, educativa o comunitaria, especialmente aquellas que en las zonas rurales tenían limitaciones de cobertura, y que en la actualidad han logrado posicionarse en redes sociales, orientando sus contenidos a audiencias más diversas. Hoy, sobre todo, el nombre de la región Puno se ha mediatizado, porque, después de décadas de postergación por parte de los diferentes gobiernos de turno, los ciudadanos de esta región exigen equidad, justicia y compromiso del Estado para el logro de sus aspiraciones y procesos de desarrollo económico y social, respetando su idiosincrasia y el medio ambiente. La radio ha sido el medio de comunicación que ha canalizado estas voces, permitiendo que sean escuchadas a nivel nacional.

## INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS

En el 2023, el consumo diario de radio local aumentó de 27 % a 31 % con relación al 2022. (CONCORTV, 2025). Esto demuestra la vigencia de la sintonía de la radio en la población peruana. Sin embargo,

es importante distinguir la audiencia que escucha radio de forma tradicional con aquella que utiliza el internet y dispositivos móviles para seguir a las emisoras en *streaming* o transmisiones en vivo en redes sociales. Esta nueva audiencia se caracteriza por ser urbana y joven, además de tener un consumo difuso a lo largo de la programación. Sin embargo, en el sur andino, la mayor sintonía se da en los horarios de programas informativos en la mañana, mediodía y tarde. Otra característica, es que esta nueva audiencia interactúa a través de comentarios y compartiendo la transmisión en sus cuentas personales de redes sociales, lo que genera algoritmos que permiten visualizar diversos medios de comunicación similares en redes sociales (Curran, 2002). Es decir, la oferta de comunicación es más grande y diversa en el mundo digital, lo que hace que la competencia en producción de contenido sea más intensa. Por tal motivo, los productores radiofónicos han visto la necesidad de capacitar a sus equipos de trabajo en edición de video y uso de aplicativos de creación de contenido en dispositivos móviles para mejorar su contenido y posicionarse ante nuevas audiencias y comunidades virtuales.

Sin embargo, volviendo a los años ochenta, todo radialista recuerda las audiciones radiales, que eran transmisiones de actividades conmemorativas donde integrantes del barrio o la comunidad iban a la radio más sintonizada para celebrar su aniversario en una pequeña ceremonia, durante la cual, por una o dos horas y generalmente en la noche, demostraban su talento y arte en una reunión muy amena dirigida por un maestro de ceremonias que usualmente era un locutor de la emisora. En la región Puno, esta actividad continúa y ya no es la comunidad la que va a la radio; por el contrario, es la radio la que viaja hasta la localidad y transmite la actividad conmemorativa utilizando *streaming* por internet, difundiendo el evento en vivo con mejor calidad de sonido e incorporando video e interacciones. Entonces, podemos afirmar que el *streaming* ha consolidado la dinámica de participación de la población de zonas alejadas, acercando la realidad y las tradiciones locales a nuevas audiencias que, sorprendidas, descubren la cultura de comunidades remotas en el Perú.

### El caso de Pachamama Radio

En la región Puno, uno de los casos de adaptación tecnológica más importante es el de Pachamama Radio, emisora que pertenece al Instituto de Desarrollo, Educación y Asesoría Legal, y que, bajo el lema “La voz del sur andino”, inició su labor mediática hace veintidós años. Uno de sus directivos indicó lo siguiente:

Pachamama radio recoge la experiencia y realidad de la población de Puno, que es lo más importante al margen de cualquier opción política; lo importante es que el pueblo de Puno a través de sus líderes, dirigentes, profesionales y todos en conjunto, tengan la libertad de decir lo que piensan, solo así se puede construir democracia.

Pachamama Radio fue fundada en agosto del 2003 por un colectivo independiente de periodistas con experiencia previa en diversas estaciones. La emisora transmite desde la ciudad de Puno a toda la región y está ubicada a una altitud aproximada de 3827 metros sobre el nivel del mar, en el denominado espacio surandino. Una de las principales características de esta región es su diversidad cultural y geográfica. Según el censo del 2025, el Perú cuenta con 10 584 comunidades indígenas, de las cuales 3282 son comunidades nativas de la Amazonía y 7302 son comunidades campesinas

en costa, sierra y selva; la región Puno cuenta con 1352 comunidades campesinas donde se habla español, quechua y aimara. La emisora está administrada por el Instituto de Desarrollo, Educación y Asesoría Legal, organización de abogados especialistas en derechos humanos, y cuyos objetivos son el fortalecimiento educativo y jurídico de las comunidades, especialmente en asuntos legales y gubernamentales.

Dos factores motivaron la creación de Radio Pachamama: primero, la poca presencia de medios de comunicación, cuyos objetivos eran articular e integrar a la población en una agenda regional; y, segundo, los limitados espacios mediáticos para que líderes sociales y políticos pudieran participar y dar a conocer sus perspectivas a nivel regional.

La programación posee un marcado contenido social que busca facilitar un espacio de comunicación para poblaciones históricamente excluidas de la esfera pública, combinando programas educativos, informativos y espacios deliberativos. La participación directa de la audiencia en idioma español, quechua y amara es una de las principales características de esta emisora. La gestión de la emisora se estructura mediante un comité directivo colegiado, donde se definen la línea editorial, las acciones estratégicas, los contenidos y las actividades periodísticas. Las decisiones se adoptan por consenso, reflejando un modelo horizontal característico de la radio comunitaria (Sreberny-Mohammadi, 1997; La Tribu, 2000).

## PÓDCAST Y NUEVOS CONTENIDOS

Años atrás la única forma de tener un programa en vivo era contratando un espacio en la emisora local y transmitiendo el programa desde la cabina o las instalaciones de la radio. Hoy en día, cualquier ciudadano con acceso a internet y una laptop puede crear un pódcast en vivo en diversas redes sociales, especialmente en Facebook. Este avance tecnológico se convirtió en una alternativa para difundir contenidos en audiencias más diversas y lejanas, logrando posicionar comunicadores en diversas regiones del país. De esta forma, una nueva generación de comunicadores crea contenido en vivo desde sus colegios, universidades y hogares, transmitiendo y explicando actividades culturales y educativas en vivo. Es el caso de muchas instituciones educativas en la región Puno que, desde sus escuelas de periodismo de la secundaria, forman comunicadores que transmiten sus programas en Facebook Live y que son integrados a la programación radiofónica de las estaciones locales cercanas, por lo general en frecuencia modulada. Este fenómeno ha hecho que cada vez más jóvenes estén interesados en la comunicación, especialmente en lugares alejados, porque han visto que el poder de la comunicación puede persuadir y, más aún, motivar el consenso y la acción. Tal vez, las redes sociales y la radio se han unido para abrir el camino y dar paso a las propuestas e ideas de los nuevos líderes sociales y políticos de la región Puno y el Perú.

## CONCLUSIONES

La radio en el sur andino ha integrado la multimodalidad y la transmisión en continuo (*streaming*) en la creación de contenido a lo largo de su programación, lo que ha dado lugar a procesos más

complejos y competitivos. Asimismo, los equipos de prensa han desarrollado competencias multi-tarea como la producción audiovisual, transmisión en directo para redes sociales, edición de video, diseño gráfico digital y la verificación de datos asistida por inteligencia artificial, lo que ha incrementado la interacción con diversas audiencias.

La experiencia de Pachamama Radio en la Región Puno es una muestra de la adaptabilidad del equipo humano al cambio tecnológico, sin perder la personalidad y estilo radiofónico que la caracteriza.

## REFERENCIAS

- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. (2025, 18 de febrero). *TV y radio en cifras 2025*. <https://www.concortv.gob.pe/2025-tv-y-radio-en-cifras/>
- Curran, J., (2002). *Media and Power*. Routledge: London. <https://doi.org/10.4324/9780203417744>
- Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. (2025). *Introducing Multimodality* (2.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- La Tribu (Dir.). (2000). *La tribu. Comunicación alternativa*.
- Ley 28278 del 2004. Por la cual se establece la Ley de Radio y Televisión. 16 de julio del 2004. Diario Oficial El Peruano. <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H870310>
- Moemeka, A., (1994). *Communicating for Development. A New Pan-Disciplinary Perspective*. State University of New York Press: US.
- Sreberny-Mohammadi, A., Winseck, D., McKenna, J., & Boyd-Barrett, O. (1997). *Media in Global Context. A reader*. Arnold.