

## ACTUALIDAD

## AM, SIN FUTURO

El cierre de Radio Trece es un mal presagio para la Amplitud Modulada.



RADIO

# LA MUERTE LENTA DE LA AM

La transmisión de Radio Trece — que salió del aire en junio — salía más cara que tener apagada la estación, según su director Carlos Quiñones.

POR OSO OSEGUERA

Los 50 empleados de la estación Radio Trece en Amplitud Modulada (AM) apagaron *switches* de los equipos y la antena transmisora el pasado 31 de mayo. A partir de ese día, la estación únicamente se escucha vía internet. Al sintonizar la frecuencia de 1290 en AM, hoy sólo se escucha estática.

La transmisión salía más cara que tener apagada la estación, explica Carlos Quiñones, presidente y director general de Radio SA, empresa concesionaria de 23 estaciones de radio, incluyendo a Radio Trece, que transmitía desde la capital del país.

“Transmitir nos cuesta 1.2 millones de pesos y estar fuera, apenas 300,000 pesos al mes”, dice.

La innovación tecnológica rebasó la frecuencia AM y la hizo obsoleta. El mercado publicitario la abandonó. El futuro está en FM, pero, sobre todo, en la radio digital y de *streaming*.

“Los fabricantes de aparatos receptores de radio para casa y auto o de teléfonos celulares ya no incluyen desde hace unos años la opción de captar la señal de AM”, explica Aleida Calleja, coordina-

dora de Advocacy del Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom). “FM es menos eficiente, pero se escucha mejor y se puede captar en la ciudad sin tantos problemas”.

Además de que la transmisión de señales en AM requiere grandes extensiones de terreno, el presupuesto publicitario ha caído en los últimos años, según Quiñones y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). *Expansión* consultó a otras estaciones sobre este mismo tema, pero hasta el cierre de esta edición no habían dado su respuesta.

## EL SALTO A FM

En todo el país diversas estaciones de AM paulatinamente han migrado a la banda FM, vía el acuerdo de transmitir durante un año en ambas frecuencias y luego quedarse en FM, algo conocido en la industria como “combo”. En FM, la calidad de audio es mejor y los costos de transmisión son hasta 50% más económicos.

“AM ha venido a la baja respecto al número de radioescuchas y, por supuesto, a la capacidad publicita-

ria que tiene”, explica Alejandro Navarrete, titular de la Unidad Espectro Radioeléctrico del IFT.

A pesar de esto, en el primer trimestre de 2016, la dependencia publicará las bases de la licitación para concesionar 66 nuevas estaciones AM. En los estados aún juega un papel importante para las comunidades muy alejadas, ya que AM tiene mejor alcance.

Antes de licitar nuevas estaciones, las autoridades deben determinar la viabilidad, según Gonzalo Rojas y José Carlos Méndez, analistas de The Competitive Intelligence Unit (CIU-Net).

“Otorgar nuevas frecuencias de radio en localidades pequeñas, donde ya existen algunas estaciones de radio, no necesariamente promueve la competencia”, explican Rojas y Méndez. “Existe el riesgo de que se genere una saturación de mercado y de depredación de las estaciones ya establecidas”.

Además, “los radiodifusores quieren mantener el mismo modelo de negocios, como si no estuviera transformándose el panorama del sector”, dice Calleja, al referirse a la digitalización.



Pese a las nuevas licitaciones, el futuro de la radio en México está en el FM, explica Homero Ruiz, analista de Signum Research. “La publicidad, la audiencia y la posibilidad de multiprogramar que brinda la radio digital están ahí”, dice.

En México, tres cuartas partes de la población emplea con regularidad los servicios de la radio, y para la población que carece de variedad de plataformas de conectividad, sigue representando el principal medio de acceso a contenidos de información, educación, cultura y entretenimiento, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

México ocupa el séptimo lugar entre países con la mayor proporción de estaciones de radio (un total de 1,637 instaladas), que se traduce en 1.4 estaciones por cada 100,000 habitantes, según cifras oficiales.

La radio en el futuro será mucho más específica, sobrevivirán pocas en la transición y se segmentará por nichos, coinciden los analistas. La radio no va a desaparecer, cambiará el usuario y se irá especializando. ■



Fecha <b>26.08.2015</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>3-24-25</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

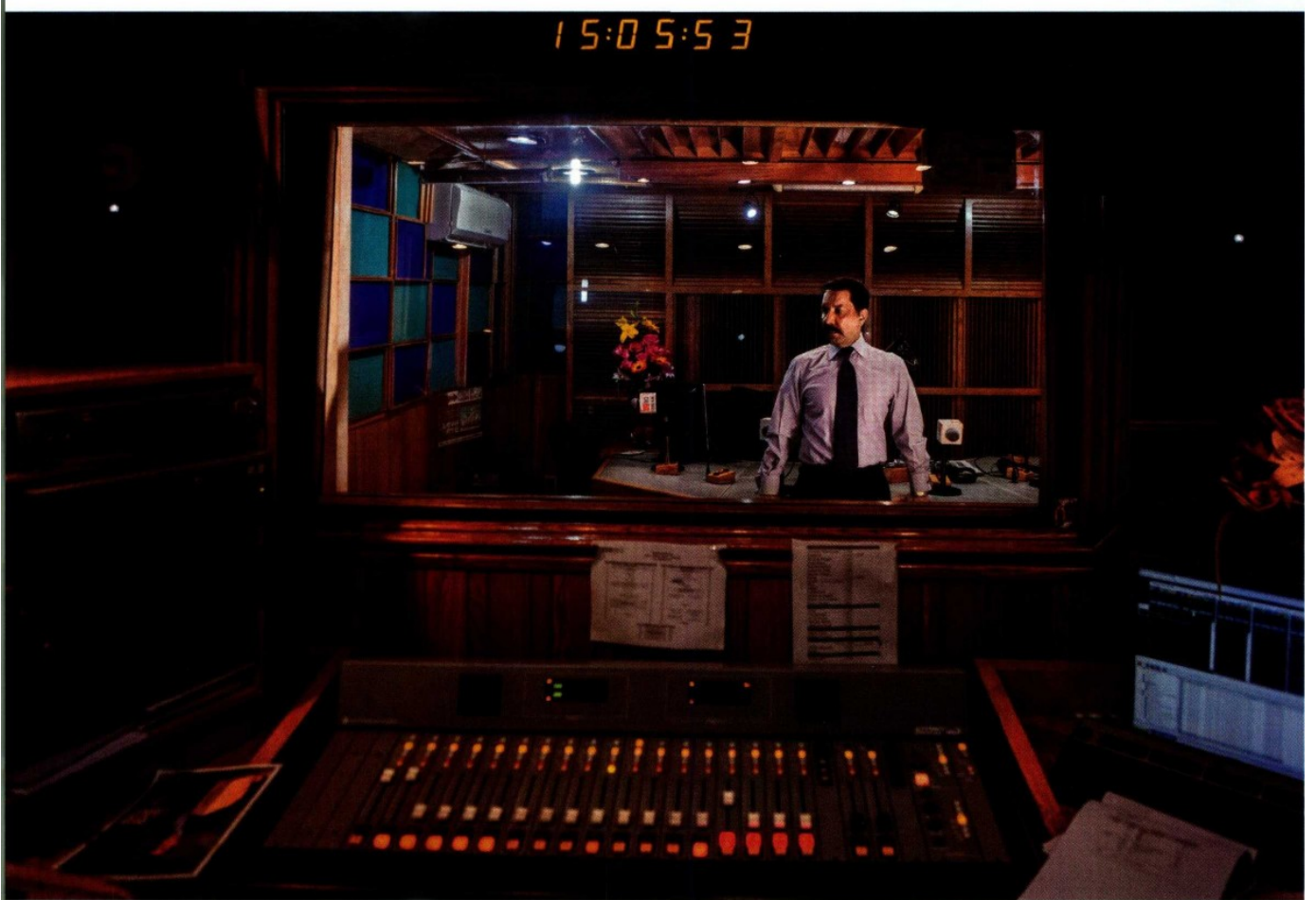


**1.** Catalina González lleva trabajando 22 años en Radio Trece, que ya no está al aire.

**2.** Colección de micrófonos de radio de Carlos Quiñones.

**3.** La señal de Radio Trece se transmite únicamente por internet.

**4.** María Luisa Lozano es una de las tres telefonistas que sigue trabajando en la estación.



**Radio por internet.** Carlos Quiñones, presidente y director general de Radio SA, en la cabina de Radio Trece que solo se transmite por internet.