

## 13 DE FEBRERO: DÍA MUNDIAL DE LA RADIO

(Actualización: febrero 2024).

En 2008, la Academia Española de la Radio propuso a la UNESCO la idea de un Día Mundial de la Radio, por su aportación al desarrollo de la humanidad. La idea fue bien recibida, y en 2011, la UNESCO instituyó el 13 de febrero como Día Mundial de la Radio, fecha que conmemora el establecimiento de la Radio de las Naciones Unidas, creada el 13 de febrero de 1946.

El objetivo de esta conmemoración es destacar y difundir el compromiso de la UNESCO de promover el entendimiento mutuo a través del impulso a la comunicación entre las sociedades del mundo. Sobre esta premisa, el organismo mundial trabaja para garantizar el libre desarrollo de una radio independiente y plural, impulsando el acceso a la información y al conocimiento.

En 2024, con el lema "Un siglo informando, entreteniéndolo y educando", que arroja luz sobre el notable pasado, el presente relevante y la promesa de un futuro dinámico de la radio, la UNESCO convoca a las radiodifusoras de todo el mundo a celebrar con orgullo las amplias virtudes y la potencia continua de este medio de comunicación, destacando su imborrable y trascendente historia, su gran valor utilitario y democrático.

La radio fue el primer medio que permitió la difusión de una comunicación dirigida hacia grupos a través de las ondas hertzianas con la posibilidad de penetrar en la intimidad del radio escucha. Históricamente, se atribuye al físico italiano Guillermo Marconi el primer uso oficialmente registrado de la radio en el mundo, realizado en 1896. Diversas fuentes atribuyen la primera transmisión radiofónica del mundo al inventor canadiense Reginald Aubrey Fessenden, quien en la Nochebuena de 1906 transmitió una pieza de violín desde Massachusetts. Las primeras transmisiones por radioemisoras se registraron en 1912, y para 1920 se establecía en Estados Unidos la primera radioemisora comercial en la historia.

En México, los primeros registros de comunicaciones radiotelefónicas se dieron en 1908, y la primera emisora se instaló en 1919, pero el pleno desarrollo de la radiodifusión mexicana inició a partir de 1923. En Sonora, la radiodifusión comercial inició en los años treinta. En la actualidad, aunque no existe un dato exacto, se estima que hay alrededor de 2400 millones de aparatos receptores y 51 mil emisoras en el mundo. Se registra un crecimiento exponencial de la radio a través de internet y la telefonía móvil. En los países en desarrollo, alrededor de 75 por ciento de sus habitantes tienen acceso a este canal de comunicación, y es de destacar el crecimiento de radioemisoras indígenas, en un esfuerzo por proteger y promover la diversidad en los medios de comunicación.

En una era marcada por vertiginosos avances tecnológicos y la rápida obsolescencia de una nueva y brillante plataforma tras otra, la radio está comenzando su segundo siglo de servicio como uno de los medios de comunicación más confiables y ampliamente utilizados en el mundo. Hoy, la radio es un instrumento valioso en la promoción de la democracia, la diversidad, la tolerancia y la construcción de la paz. En el Día Mundial de la Radio, reconozcamos el papel fundamental de este medio de comunicación para hacer posible el derecho humano a la paz y al acceso a la información.

Fuentes:

ONU. 2020. Día Mundial de la Radio. 13 de febrero. En <https://www.un.org/es/observances/radio-day>

UNESCO. 2024. Día Mundial de la Radio. En <https://www.unesco.org/es/days/world-radio?hub=66636>

Wikipedia. 2022. Día Mundial de la Radio. En [https://es.wikipedia.org/wiki/Día\\_Mundial\\_de\\_la\\_Radio](https://es.wikipedia.org/wiki/Día_Mundial_de_la_Radio)

Rodríguez, Héctor (2015) "Historia de la radiodifusión comercial en Hermosillo". En <http://www.contactox.net/vernoticias.php?artid=16317&cat=235>

Fernández Roldán, Alma Delia (2017) *Calidad en radiodifusoras de México: modelo de indicadores orientado desde la cultura del compromiso solidario*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II. En <http://eprints.ucm.es/42035/1/T38617.pdf>