



RADIODIFUSIÓN COMO AGENTE DE PROMOCIÓN Y PRESERVACIÓN CULTURAL EN LEÓN, NICARAGUA: PERCEPCIONES Y EXPERIENCIAS DE ACTORES SOCIALES, 2025.

Lic. José Jerónimo Ocón González

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social/ Licenciado en Derecho

E-mail: prof.josejero1201@uml.edu.ni

ORCID: 0009-0003-5036-1912

Colaboradores:

Br. Rodovaldo Enrique López López

Br. Yahely Carolina Calderón Zapata

Br. Ronald José Sánchez Vallejos

Egresados de la carrera de Periodismo

Universidad Martín Lutero sede León- Nicaragua

Recibido: 15 de abril de 2026.
Aceptado: 30 de junio de 2026
Received: April 15, 2026
Accepted: June 30, 2026

Resumen

La investigación examina la radiodifusión como agente estratégico de promoción y preservación cultural en León, Nicaragua, desde las percepciones y experiencias de actores sociales vinculados al ámbito radiofónico. El objetivo central consiste en analizar las dinámicas mediante las cuales la radio contribuye a la difusión cultural, identificando estrategias, valoraciones y limitaciones en su práctica comunicativa. El estudio se inscribe en un enfoque cualitativo bajo el paradigma interpretativo, orientado a la



comprensión de significados contruidos por comunicadores, productores y gestores culturales. Para la recolección de datos se emplearon entrevistas semiestructuradas, permitiendo una exploración profunda de las prácticas, discursos y experiencias de los participantes en relación con la gestión de contenidos culturales. Los resultados evidencian que las emisoras implementan diversas estrategias de difusión, tales como programas especializados, cobertura de festividades tradicionales y promoción de música local; sin embargo, su sostenibilidad se encuentra condicionada por la disponibilidad de recursos y la jerarquización de la agenda cultural dentro de cada medio. Asimismo, se identifica que la radio mantiene alta legitimidad y accesibilidad comunitaria, aunque su impacto se ve tensionado por la creciente competencia digital y limitaciones institucionales. En conclusión, la radiodifusión en León se consolida como un medio vigente y significativo en la preservación cultural e identidad local. No obstante, se requiere fortalecer alianzas comunitarias, innovar en formatos y garantizar recursos que aseguren la sostenibilidad de la programación cultural.

Palabras clave: Radiodifusión, Cultura Popular, Identidad Cultural, Comunicación Social, Medios de comunicación de masas.

BROADCASTING AS AN AGENT OF CULTURAL PROMOTION AND PRESERVATION IN LEÓN, NICARAGUA: PERCEPTIONS AND EXPERIENCES OF SOCIAL ACTORS, 2025.

Abstract

This research examines radio broadcasting as a strategic agent for cultural promotion and preservation in León, Nicaragua, from the perspectives and experiences of social actors involved in the radio sector. The central objective is to analyze the dynamics through which radio contributes to cultural dissemination, identifying strategies, values, and limitations in its communicative practices. The study employs a qualitative approach within the interpretive paradigm, focused on understanding the meanings constructed by communicators, producers, and cultural managers. Semi-structured interviews were used to collect data, allowing for an in-depth exploration of the participants' practices, discourses, and experiences related to cultural content management. The results show that radio stations implement diverse dissemination strategies, such as specialized programs, coverage of traditional festivals, and promotion of local music; however, their sustainability is contingent upon the availability of resources and the prioritization of the cultural agenda within each station. Furthermore, the study identifies that radio maintains high legitimacy and community accessibility, although its impact is strained by increasing digital competition and institutional limitations. In conclusion, radio broadcasting in León has established itself as a relevant and significant medium for preserving local culture and identity. However, it is necessary to strengthen community



partnerships, innovate in formats, and guarantee resources to ensure the sustainability of cultural programming.

Key Words: *Broadcasting, Popular Culture, Cultural Identity, Social Communication, Mass Media.*

1. Introducción

La radiodifusión en Nicaragua ha desempeñado un papel fundamental en la construcción de la conciencia colectiva y en la preservación de las manifestaciones culturales locales. Desde sus orígenes, la radio se ha consolidado como un medio de comunicación accesible y cercano a las personas, permitiendo que las expresiones culturales encuentren un espacio de difusión y reconocimiento. En este sentido, la radio no sólo transmite información, sino que también actúa como un agente de cohesión social y de fortalecimiento de la identidad cultural (Torrez, 2019).

En Nicaragua, la radio ha sido históricamente un pilar de la vida social y cultural de toda la nación y en especial de comunidades alejadas en las cuales el acceso de otros medios de comunicación tradicional es restringido o nulo. Durante las décadas de auge de la radiodifusión, la radio-teatro, las radionovelas y la música popular no sólo entretenían, sino que también transmitían valores sociales y culturales profundamente arraigados (Lupone, 2018).

Los antecedentes revisados evidencian que la radiodifusión, especialmente en su modalidad comunitaria, constituye un medio estratégico para la promoción, preservación y resignificación de la cultura en diversos contextos latinoamericanos. En el ámbito internacional, estudios como el de Arroyo Salinas (2025) destacan el papel de las radios comunitarias en México como dispositivos de resistencia cultural, capaces de preservar lenguas originarias, saberes ancestrales y memoria colectiva mediante prácticas participativas. De forma similar, en Ecuador, Mullo-López et al. (2018) señalan que, aunque la radio promueve el discurso intercultural, su efectividad se ve limitada cuando no existe una participación de las comunidades en la producción de contenidos, lo que reduce la identificación cultural del público.

En Cuba, Dávila Lorenzo et al. (2018) evidencian que la radio puede ser un medio eficaz para la difusión del patrimonio cultural; sin embargo, identifican debilidades como la escasa participación ciudadana y la falta de estudios de recepción, lo que limita su impacto educativo y comunicativo.



A nivel nacional, los estudios en Nicaragua refuerzan estas perspectivas. Montoya Ortega y Barbeito Veloso (2023) destacan que la radio comunitaria en la Costa Caribe es clave para el fortalecimiento de la identidad cultural, la comunicación intercultural y el cambio social, al abordar problemáticas comunitarias y promover la educación y la cultura de paz. Por su parte, Calderón Ramírez (2020) aporta una base metodológica relevante al demostrar la importancia de recuperar las voces y experiencias del ámbito radiofónico mediante enfoques cualitativos e históricos. Asimismo, Hernández Arostegui et al. (2019) resaltan el papel de la radiodifusión alternativa en la participación ciudadana, el desarrollo sociocultural y la preservación cultural.

A partir de la revisión de los antecedentes, se identifica un vacío significativo que configura un problema relevante en el campo de la comunicación social y la radiodifusión. La ausencia de análisis profundos sobre el rol contemporáneo de la radio en la vida cultural de León podría derivar en la subvaloración de su potencial como dispositivo sociocultural, particularmente en su capacidad para fortalecer el sentido de pertenencia e incidir en la formulación de políticas y estrategias orientadas a la dinamización de la cultura local.

En consecuencia, se plantea la siguiente interrogante de investigación: ¿Cuál es el papel de la radiodifusión como agente de promoción y preservación de la cultura en Nicaragua, a partir de las percepciones y experiencias de actores sociales vinculados a las emisoras radiales en León?

Este estudio se justifica en la necesidad de fortalecer la radiodifusión como herramienta de preservación cultural en Nicaragua, además al situar el problema de investigación en su dimensión histórica, mediática y social, aporta una base sólida que legitima la elección del enfoque cualitativo y la técnica de la entrevista semiestructurada, que permiten acceder a las experiencias vividas, los significados compartidos y las tensiones reales que atraviesan quienes producen radio en León, y cómo sus prácticas se relacionan con la promoción y preservación cultural local.

El estudio se sustenta en un enfoque teórico integral que articula diversas perspectivas de la comunicación, la cultura y la sociología para comprender la radio como un agente de mediación cultural. Desde la teoría de la comunicación comunitaria (Servaes, 1996), se concibe a la radio como un espacio participativo donde la comunidad no solo recibe información, sino que produce contenidos que reflejan su realidad y fortalecen su identidad cultural (Freire, 1970). A su vez, la teoría de la mediatización cultural plantea que los medios influyen activamente en la



construcción y resignificación de las prácticas culturales, posicionando a la radio como un canal que no solo difunde, sino que transforma la cultura local (Hjarvard, 2008).

En esta misma línea, la teoría de la construcción de la identidad cultural sostiene que la identidad es un proceso dinámico que se construye socialmente a través de discursos y representaciones, siendo la radio un espacio clave para reforzar el sentido de pertenencia y la memoria colectiva (Hall, 1990). Por otra parte, la teoría del aprendizaje social y cultural (Vygotsky, 1978), destaca que la transmisión de conocimientos y valores ocurre mediante la interacción y la mediación simbólica, lo que permite entender a la radio como un instrumento educativo informal que facilita la difusión de saberes, tradiciones y expresiones culturales (Bruner, 1996). Finalmente, la teoría de la convergencia mediática permite analizar la adaptación de la radio en un entorno digital, evidenciando tanto desafíos como oportunidades para ampliar su alcance y relevancia mediante nuevas plataformas (Jenkins, 2006). En conjunto, estas perspectivas teóricas permiten comprender la radiodifusión como un dispositivo clave en la preservación, construcción y proyección de la identidad cultural en contextos contemporáneos.

Como objetivos de esta investigación se planteó analizar el papel de la radiodifusión como agente de promoción y preservación de la cultura en León, Nicaragua, las estrategias utilizadas por las emisoras radiales para difundir contenidos culturales, explorar las percepciones de comunicadores y actores sociales sobre la contribución de la radio en la preservación de manifestaciones culturales locales, y examinar las limitaciones y oportunidades que enfrentan esas emisoras.

Metodología investigativa

La investigación se enmarca en el campo de las Ciencias Sociales, específicamente en Periodismo e Información, según la clasificación CINE (2013) y se articula con las líneas de investigación de la UML vinculadas a las estructuras comunicacionales del periodismo y su influencia en la sociedad (UML, 2023). Asimismo, se alinea con los lineamientos nacionales de desarrollo relacionados con la economía creativa y la formación cultural.

El estudio adopta el paradigma interpretativo (Vasilachis, 1997), el cual permite comprender la realidad social desde los significados construidos por los sujetos (Pérez Serrano, 2004). La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, orientado a analizar discursos, percepciones y experiencias mediante una aproximación profunda al fenómeno (Sánchez,



2019). Se trata de un estudio de tipo básico e interpretativo, que pretende comprender las dinámicas culturales y comunicativas desde la perspectiva de los actores involucrados (Meriam y Tisdell, 2016).

El nivel de profundidad es fenomenológico (Hernández Sampieri et. al., 2014), ya que busca revelar la esencia de las experiencias vividas por los participantes en relación con la radiodifusión cultural (Van Manen, 2014). En cuanto a su temporalidad, el estudio es transversal, al recoger información en un único momento, proporcionando una visión contextual del fenómeno.

Se empleó el método inductivo, que parte de observaciones particulares para generar interpretaciones generales (Jara, 2001). La población está conformada por actores sociales vinculados a la radiodifusión y la cultura en León, incluyendo productores, gestores culturales y académicos, seleccionándose una muestra intencional (Vázquez, 2017) de cuatro participantes bajo un muestreo no probabilístico (Balestrini, 2006).

La técnica principal de recolección de datos es la entrevista semiestructurada, la cual permite explorar en profundidad las percepciones y experiencias de los participantes, combinando estructura y flexibilidad (Fariñas, 2018). Este instrumento fue validado mediante revisión de expertos y pilotaje, asegurando coherencia con los objetivos y constructos teóricos de la investigación.

Se empleó la triangulación como estrategia de control de calidad, permitiendo contrastar datos y enriquecer la interpretación (Mancillas, 2004). Finalmente, el análisis de la información se realiza mediante el análisis temático, apoyado en procesos de codificación inductiva y deductiva y el uso de software especializado Atlas Ti9, lo que facilita la identificación de categorías y la interpretación rigurosa de los datos (Guba y Lincoln, 1989). Se consideraron principios éticos como el consentimiento informado, la confidencialidad y la veracidad en el manejo de la información.

2. Resultados y discusión

Las entrevistas realizadas a Jacinto Salinas (Gestor cultural y radialista), Miguel Martínez Buitrago (Promotor cultura y director del Museo Rubén Darío), Manuel Salinas (Profesor y productor cultural en radio) y Ronald Madriz (Locutor, productor y director de programas radiales) permite identificar coincidencias y contrastes en torno al papel de la radiodifusión en León como agente de promoción y preservación cultural.



Con relación al Objetivo 1- Identificar las estrategias utilizadas por las emisoras radiales para difundir contenidos culturales”, mediante el procesamiento con ATLAS.ti 9 permitió evidenciar con mayor claridad una correspondencia empírico-analítica robusta, en la que los discursos de los actores no solo respaldan los hallazgos, sino que los densifican hasta alcanzar niveles cercanos a la saturación teórica.

En primer lugar, la categoría de hibridación programática se consolida a partir de la convergencia entre el análisis y los testimonios. Ronald Madriz afirma que en su experiencia “generamos una serie de programas que tenían que ver con el quehacer cultural de León: programas de folclor, historia, de leyendas, programas educativos”, lo cual confirma empíricamente la existencia de contenidos culturales diversos. Sin embargo, esta diversidad no implica autonomía programática, sino que se inserta dentro de estructuras amplias. Esto se refuerza con lo planteado por Manuel Salinas al señalar que “la mayoría de los programas de la radio que están habiendo son de línea musical” y que los espacios culturales “son raros y contados”. Esta aparente contradicción no debilita el análisis, sino que lo profundiza; es decir, la cultura sí está presente, pero subsumida dentro de una lógica de programación dominante, donde predomina lo musical y lo comercial.

El análisis de la categoría permitió identificar una configuración programática caracterizada por la hibridación de formatos comunicativos. Los datos evidencian que las emisoras leonesas integran contenidos culturales a través de revistas radiales, segmentos especializados y programas de corte magazine, estructurados en bloques de entrevistas, cápsulas informativas y difusión musical identitaria. La temporalidad de estos espacios oscila entre emisiones diarias fragmentadas y programas semanales de mayor extensión, lo cual sugiere una lógica de inserción transversal más que una programación cultural autónoma y sistematizada dentro de la parrilla radiofónica. De esta manera, la radio leonesa no carece de cultura, sino que la fragmenta y la adapta estratégicamente a formatos híbridos para garantizar su sostenibilidad.

En cuanto a la participación de actores sociales, la evidencia empírica permite afinar la categoría de “intermitencia participativa”. Miguel Martínez expresa que “he estado invitado en varias radios para tratar temas de Rubén Darío, la Semana Santa y temas de nuestra historia”, lo que evidencia apertura del medio. No obstante, el carácter ocasional de estas invitaciones confirma que no existe una vinculación estructural permanente. Esta idea se complementa con lo dicho por Ronald Madriz, quien menciona que la radio “ha apoyado a muchísimos grupos culturales”, pero sin indicar mecanismos formales de continuidad. A nivel



más crítico, el propio Miguel Martínez señala que “hace falta un plan integral donde todos nos involucremos y que la radio sea ese puente constante”, lo cual coincide directamente con la baja densidad relacional identificada en el análisis de co-ocurrencias.

La codificación axial de la participación de actores sociales revela una convergencia discursiva en torno a la inclusión de locutores, periodistas culturales y actores territoriales como artistas, gestores y portadores de tradición. No obstante, el análisis de co-ocurrencias evidencia que dicha participación se configura predominantemente bajo esquemas de invitación episódica, careciendo de una institucionalización sostenida. Desde la perspectiva de los promotores culturales, esta dinámica limita la consolidación de procesos de mediación cultural continuos, mientras que los comunicadores sociales identifican una débil articulación intersectorial que restringe la coproducción de contenidos culturalmente situados.

En este punto, se evidencia que la radio funciona como espacio de visibilización ocasional, pero no como plataforma estructurada de articulación cultural sostenida.

Respecto al uso del lenguaje, aunque los entrevistados no abordan explícitamente políticas lingüísticas, sus discursos están cargados de referencias culturales que operan como marcadores identitarios. Jacinto Salinas menciona expresiones como “la Purísima, el cabezón, la Gigantona”, mientras Ronald Madriz habla del “quehacer cultural de León” como algo inherente a la radio. Este uso naturalizado del lenguaje confirma que la identidad se transmite de forma implícita. Sin embargo, esta misma espontaneidad evidencia la ausencia de una intencionalidad estratégica. Esto se refuerza indirectamente con la preocupación de Miguel Martínez sobre la desinformación, cuando advierte que “hay poca información veraz porque no van directamente a una verdadera fuente documental”.

Respecto al uso de la lengua, los resultados muestran una hegemonía del español estándar nicaragüense, matizado por la incorporación de modismos y giros lingüísticos propios del habla leonesa. A nivel interpretativo, esta dimensión se categoriza como una estrategia implícita de anclaje identitario, aunque no deliberadamente instrumentalizada como recurso de preservación cultural. Los actores coinciden en que el potencial performativo del lenguaje local permanece subexplotado, evidenciando una ausencia de políticas lingüísticas dentro de la producción radiofónica orientadas a la revitalización de expresiones de lenguaje cotidiano, informal y propio de una región leonesa. Lo anterior permite interpretar el lenguaje como un recurso identitario no



sistematizado, que contribuye a la cultura, pero sin una planificación consciente orientada a su preservación.

En la dimensión de promoción de eventos culturales, se alcanzan más altos niveles de consistencia. Miguel Martínez aporta una perspectiva histórica al afirmar que “las radios jugaron un papel muy importante divulgando e integrándose directamente a eventos como el centenario de Rubén Darío”, lo que evidencia una tradición de compromiso cultural. Ronald Madriz complementa esta visión señalando que la radio “ha apoyado a grupos de teatro, grupos de danza, que han encontrado en la radio ese espacio para promocionar sus actividades”. A su vez, Jacinto Salinas reafirma que la radio permite que las tradiciones “no se queden solo en la calle, sino que se lleven al hogar de cada leonés”. No obstante, la saturación teórica se alcanza al identificar un patrón común: esta promoción depende de eventos específicos. Miguel Martínez lo expresa claramente al señalar que debería existir presencia “no solo cuando hay un evento grande, sino de forma permanente”.

El análisis temático de la promoción de eventos culturales identifica esta función como uno de los nodos de mayor densidad en la red categorial. Las emisoras operan como plataformas de amplificación simbólica de festivales, ferias, celebraciones patronales y actividades artístico-culturales, mediante estrategias como cuñas radiales, entrevistas y coberturas en vivo. Sin embargo, las fuentes indican que dicha promoción responde mayoritariamente a dinámicas reactivas y coyunturales, más que a una planificación estratégica orientada al fortalecimiento del ecosistema cultural local. Esto valida la interpretación de que la radio actúa como amplificador cultural coyuntural, más que como un agente estratégico continuo.

En cuanto al uso de medios complementarios, se evidencia una convergencia clara entre discurso y análisis. Jacinto Salinas afirma que la tecnología permite “sintonizar una radio en cualquier parte del mundo” y que “no viene a relegar la radio, más bien se complementa”. Ronald Madriz, por su parte, señala que “yo utilizo todo lo que es la tecnología, las redes sociales”, reconociendo la necesidad de adaptación. Sin embargo, ambos introducen una dimensión crítica que enriquece el análisis: Jacinto Salinas advierte que “el espectro es tan grande que te llega cualquier información... y puede distorsionar tu formación”, mientras Miguel Martínez señala el riesgo de “tergiversar la historia” por falta de fuentes.

Asimismo, los hallazgos reflejan un proceso incipiente de convergencia mediática. Las emisoras incorporan herramientas digitales como redes



sociales, plataformas de streaming y archivos sonoros, configurando prácticas de extensión transmedia que amplían el alcance de los contenidos culturales. No obstante, el análisis comparativo entre actores revela brechas en la apropiación tecnológica, lo que deriva en una implementación heterogénea y limitada en términos de impacto, especialmente en la captación de audiencias juveniles.

Esta coincidencia teórica permite identificar que la convergencia digital es necesaria pero ambivalente, ya que amplía el alcance, pero también puede debilitar la calidad y rigurosidad del contenido cultural.

En la categoría de misión cultural, se revela con profundidad la existencia de una disonancia estructural. Ronald Madriz, plantea una visión ideal al afirmar que la radio es “un bastión importante en la promoción de la cultura” y que debe ser “un espacio para la comunidad”. No obstante, esta visión entra en tensión con los discursos de otros actores. Manuel Salinas es contundente al afirmar que “el esquema empresarial es el que domina” y que “si no tenés patrocinio, el programa va a tener deficiencias”. Jacinto Salinas refuerza esta idea al señalar que el periodismo cultural es “el pariente pobre del periodismo”, evidenciando su baja prioridad dentro del sistema mediático. Ronald Madriz, reconoce esta contradicción cuando admite que “la radio también tiene que sobrevivir económicamente y muchos espacios se comercializan”.

Por lo que se puede afirmar que la definición de la misión cultural emerge como una categoría discursiva tensionada entre lo normativo y lo operativo. Mientras los productores radiales articulan narrativas orientadas al servicio comunitario, la educación cultural y la preservación de tradiciones, los promotores culturales y comunicadores sociales problematizan la falta de correspondencia entre estos postulados y las prácticas institucionales. El análisis en ATLAS.ti 9 evidencia una disonancia estructural influenciada por condicionantes económicas y lógicas de mercado, que inciden en la subordinación de los contenidos culturales frente a imperativos comerciales dentro del campo radiofónico local.

Esta convergencia demuestra que la misión cultural existe en el plano ideológico, pero en la práctica está condicionada, limitada y muchas veces subordinada a lógicas de mercado.

En síntesis, la profundización de la triangulación no solo valida los resultados iniciales, sino que los robustece mediante la incorporación de evidencia empírica directa. La saturación teórica alcanzada permite afirmar que la radiodifusión en León opera bajo una lógica dual: es



simultáneamente un espacio de resistencia cultural y un sistema condicionado por estructuras económicas, donde la cultura persiste, pero en formas adaptadas, fragmentadas y estratégicamente negociadas dentro del campo mediático.

Con relación al Objetivo 2- “Explorar las percepciones de comunicadores y actores sociales sobre la contribución de la radio en la preservación de manifestaciones culturales locales”, mediante el procesamiento realizado con ATLAS.ti 9, permite evidenciar una alta densidad interpretativa en torno al papel de la radio como agente de preservación cultural, alcanzando niveles de saturación teórica a partir de la reiteración y convergencia de los discursos de los actores.

En primer lugar, la categoría de radio como agente de mediación sociocultural se robustece significativamente al contrastar los hallazgos con los testimonios. Jacinto Salinas afirma de manera categórica que “la radio en León ha sido históricamente el vehículo principal de la cultura”, lo que, no solo valida el resultado analítico, sino que le otorga un carácter histórico-estructural. Esta idea se complementa con su afirmación de que la radio permite que las tradiciones “no se queden solo en la calle, sino que se lleven al hogar de cada leonés”, lo cual evidencia su función de mediación entre el espacio público y el espacio privado. En la misma línea, Ronald Madriz señala que la radio “sirve para democratizar el acceso a la cultura” porque “no todo el mundo puede ir a un teatro... pero todo el mundo tiene una radio”.

El análisis de la categoría “Percepciones de comunicadores y actores culturales sobre la contribución de la radio en la preservación de manifestaciones culturales locales”, evidencia una valoración altamente significativa de la radio como dispositivo sociocultural de resguardo simbólico. A partir de la codificación selectiva, se identifica que los actores atribuyen a la radio un rol de mediación intergeneracional que posibilita la continuidad de tradiciones orales, prácticas festivas y expresiones artísticas locales. En este sentido, la radio es conceptualizada no solo como un medio informativo, sino como un agente activo en la reproducción cultural, particularmente en contextos donde otras plataformas presentan limitaciones de acceso.

Esta convergencia discursiva permite alcanzar saturación teórica al identificar a la radio como un dispositivo de circulación cultural inclusivo, que reduce barreras de acceso y amplifica el alcance de las manifestaciones culturales.



En términos del fortalecimiento de la identidad cultural, se revela una correspondencia directa entre los referentes simbólicos mencionados por los actores y las categorías emergentes del análisis. Jacinto Salinas recurre a ejemplos concretos como “la Purísima, el Pepe cabezón, la Gigantona”, elementos profundamente arraigados en la identidad leonesa, para explicar cómo la radio contribuye a su permanencia. Esta dimensión se complementa con la experiencia de Ronald Madriz, quien relata que en sus programas invitaban a “los viejos de León, a los historiadores locales, a que contaran esas historias que no están en los libros”. Este tipo de prácticas evidencia un proceso activo de reconstrucción de la memoria colectiva.

El fortalecimiento de la identidad leonesa en los discursos analizados converge en reconocer a la radio como un vector de construcción identitaria territorial. Los productores radiales destacan que la difusión de contenidos vinculados a la historia local, la religiosidad popular y las expresiones artísticas autóctonas contribuye a la consolidación de un sentido de pertenencia colectiva. Por su parte, los actores culturales subrayan que la radio legitima simbólicamente las manifestaciones culturales al otorgarles visibilidad en el espacio público mediático, lo que refuerza su reconocimiento social y su valor patrimonial dentro de la comunidad. Múltiples actores coinciden en que la radio no solo difunde cultura, sino que legitima y resignifica los elementos identitarios, consolidando un sentido de pertenencia territorial.

En relación con la dimensión fenomenológica, los testimonios aportan una carga significativa de evidencia experiencial que profundiza el análisis. Ronald Madriz describe cómo “la gente llamaba a la radio emocionada porque estaban recordando cosas de su infancia o aprendiendo cosas de su ciudad que no sabían”, lo que evidencia una respuesta emocional directa del público. Esta experiencia es clave, ya que demuestra que la radio no opera únicamente a nivel informativo, sino también afectivo. Por su parte, Miguel Martínez confirma esta interacción desde su rol como invitado al señalar que ha participado en programas donde se abordan temas históricos y culturales, contribuyendo a la difusión del conocimiento local.

Estas experiencias personales reafirman la revalorización identitaria mediadas por la radio. Los participantes reportan haber experimentado procesos de reconocimiento de sus raíces culturales a través de programas que difunden música tradicional, relatos históricos y cobertura de festividades locales. Estas vivencias son interpretadas como formas de apropiación cultural que fortalecen la memoria colectiva, evidenciando la



capacidad del medio radial para activar procesos subjetivos de identificación cultural.

Estas narrativas permiten identificar que la radio genera procesos de revalorización cultural mediada, donde los oyentes no solo reciben información, sino que reconstruyen su identidad a partir de ella.

En cuanto a la transmisión cultural hacia nuevas generaciones, se evidencia una tensión que enriquece la interpretación analítica. Manuel Salinas es explícito al afirmar que “el sector juvenil... no capta mucho lo que es la promoción cultural artística” y que los jóvenes se orientan más hacia “la música del momento”. Esta percepción es reforzada por Jacinto Salinas, quien advierte que el acceso masivo a contenidos digitales puede ser problemático, ya que “si uno no sabe seleccionar qué es lo que quiere escuchar... puede distorsionar tu formación”. Sin embargo, esta visión crítica se equilibra con la postura de Ronald Madriz, quien reconoce que la radio puede adaptarse a estos nuevos contextos mediante el uso de tecnologías, señalando que la cultura puede llegar “a través de su celular”.

Respecto a la transmisión cultural hacia nuevas generaciones, los hallazgos muestran percepciones ambivalentes. Si bien se reconoce que la radio continúa siendo un canal relevante para la difusión de contenidos culturales, especialmente en sectores con acceso limitado a tecnologías digitales, también se señala una disminución en su incidencia entre audiencias jóvenes. No obstante, algunos actores destacan que la incorporación de estrategias digitales complementarias permite extender el alcance de la radio, facilitando su adaptación a nuevos consumos mediáticos y potenciando su función educativa-cultural. Esto permite evidenciar que la radio enfrenta una pérdida relativa de centralidad en audiencias jóvenes, pero conserva un potencial de adaptación si logra integrarse a los nuevos ecosistemas digitales.

En lo referente a los contenidos más relevantes para la preservación cultural, los testimonios confirman de manera reiterada la centralidad de ciertos formatos y temáticas. Ronald Madriz menciona programas de “historia, leyendas, folclor”, mientras Miguel Martínez hace referencia a espacios donde se abordan temas como “Rubén Darío, la Semana Santa y nuestra historia como ciudad”. Manuel Salinas, por su parte, destaca la importancia de programas que integren “declamación, actividades religiosas” y una visión amplia de la cultura general. Esta coincidencia empírica valida los nodos identificados en la red de códigos, particularmente aquellos vinculados a tradición oral, historia local y manifestaciones religiosas. A su vez, los relatos sobre la interacción con oyentes, como los mencionados por Ronald Madriz, evidencian una



recepción activa, donde el público no solo consume contenido, sino que participa emocional y cognitivamente en él.

Por lo que se puede inferir que, respecto a los contenidos y acciones más relevantes para la preservación cultural, la red de códigos identifica como nodos centrales aquellos programas que integran entrevistas a portadores de tradición, difusión de música autóctona, narrativas históricas y promoción de eventos comunitarios. Estos formatos son valorados por su capacidad de documentar y visibilizar prácticas culturales en riesgo de desaparición. Asimismo, se reconoce la importancia de las transmisiones en vivo de festividades y celebraciones religiosas como mecanismos de registro y difusión cultural en tiempo real.

El análisis de testimonios de oyentes y comunidad, expresado por los entrevistados permite evidenciar la existencia de una recepción activa y significativa de los contenidos culturales radiales. Los relatos recopilados reflejan percepciones de orgullo, pertenencia y aprendizaje cultural derivados de la escucha radiofónica. Estos testimonios funcionan como indicadores empíricos de la contribución de la radio a la preservación cultural, al evidenciar cómo los contenidos difundidos impactan en la construcción de significados compartidos y en la continuidad de prácticas culturales dentro del contexto local.

La saturación teórica se consolida al observar que todos los actores, desde distintas posiciones, coinciden en que estos contenidos no solo informan, sino que preservan, transmiten y resignifican la cultura, posicionando a la radio como un actor clave en la continuidad de las manifestaciones culturales locales.

En síntesis, la triangulación confirma que la radio en León no es únicamente un medio de comunicación, sino un espacio simbólico de reproducción cultural, donde convergen memoria, identidad y participación comunitaria.

En relación con el Objetivo 3- "Examinar las limitaciones y oportunidades que enfrentan esas emisoras en la promoción de la identidad cultural leonesa", mediante el procesamiento con ATLAS.ti 9, permitió evidenciar con mayor densidad interpretativa que la precariedad operativa no es un hallazgo aislado, sino una condición estructural ampliamente confirmada por los discursos de los actores, alcanzando así niveles de saturación teórica.

En primer lugar, la categoría de limitación de recursos se valida de manera contundente a partir de los testimonios. Miguel Martínez expresa



claramente que “el museo... siempre ha trabajado con muchas limitaciones económicas” y que “el personal es poco, pero con mucha mística de trabajo”, lo cual refleja una lógica de sostenimiento basada más en compromiso que en recursos. Esta precariedad se extiende al ámbito técnico cuando señala que “hace falta mucho recurso económico para poder digitalizar, para poder tener mejores equipos”. En la misma línea, Manuel Salinas afirma que “recursos humanos tenemos... lo que hace falta es el recurso económico y el recurso técnico”, reforzando la idea de que el problema no radica en la capacidad humana, sino en las condiciones materiales. Ronald Madriz, complementa esta visión desde su experiencia al indicar que anteriormente existían ciertos apoyos institucionales, pero que “nos cortaron todo eso... y hemos andado a la deriva”.

El análisis de la categoría “Limitaciones y oportunidades que enfrentan las emisoras radiales en la promoción de la identidad cultural leonesa”, permite identificar una estructura de recursos caracterizada por la precariedad operativa y la gestión adaptativa. A partir de la codificación abierta, se evidencia que las emisoras disponen de recursos humanos limitados, generalmente compuestos por locutores multifuncionales y productores con formación empírica. En términos técnicos, se reporta la existencia de equipamiento básico para transmisión, aunque con restricciones en actualización tecnológica. Asimismo, el presupuesto destinado a la producción de contenidos culturales es reducido, lo que condiciona la calidad, frecuencia y sostenibilidad de este tipo de programación dentro de la parrilla radial.

La reiteración de estas condiciones en distintos actores permite alcanzar saturación teórica al identificar una estructura de funcionamiento basada en la escasez, donde la producción cultural depende de esfuerzos individuales más que de sistemas institucionalizados.

En cuanto a los obstáculos derivados de la lógica comercial, se evidencia una convergencia crítica particularmente fuerte. Manuel Salinas es explícito al señalar que “el esquema empresarial es el que domina” y que “si no tenés patrocinio... el programa va a tener deficiencias”. Además, añade que los dueños de emisoras “lo que quieren es vender tiempo, no les interesa si el programa es educativo o cultural”, lo cual evidencia una subordinación directa de los contenidos a criterios de rentabilidad. Esta perspectiva se refuerza cuando afirma que la promoción cultural está “limitada por los efectos meramente de la subsistencia”. Ronald Madriz, por su parte, coincide al señalar que “la radio también tiene que sobrevivir económicamente y muchos espacios se comercializan”. Incluso Jacinto



Salinas aporta una visión estructural al afirmar que el periodismo cultural ha sido históricamente “el pariente pobre del periodismo”.

Los actores coinciden en que la necesidad de captar publicidad incide directamente en la priorización de contenidos de mayor rentabilidad, relegando los espacios culturales a horarios marginales o formatos secundarios. Adicionalmente, se identifican factores como la percepción de baja audiencia para contenidos culturales y el desinterés de ciertos sectores, lo que refuerza un círculo de invisibilización. Desde una perspectiva analítica, estos elementos configuran un campo de tensiones entre sostenibilidad económica y compromiso sociocultural. Se evidencia que existe un consenso transversal, porque la radio cultural en León opera dentro de un campo de tensión permanente entre mercado y cultura, donde la lógica comercial condiciona, reduce o reconfigura la presencia de contenidos culturales.

Respecto a la influencia de los medios digitales, los discursos permiten profundizar en la categoría de reconfiguración mediática. Jacinto Salinas plantea que la tecnología “permite sintonizar en cualquier parte del mundo una radio” y que “no viene a relegar la radio, más bien se complementa”, lo que evidencia su potencial expansivo. Sin embargo, introduce una dimensión crítica al advertir que “el espectro es tan grande... que te llega cualquier información” y que esto puede “distorsionar tu formación ciudadana”. Ronald Madriz coincide en esta ambivalencia al señalar que ahora las personas prefieren consumir contenido en sus dispositivos porque pueden “oírlo a cualquier hora”, lo que obliga a la radio a “cambiar y modernizarse a la realidad que vivimos”.

En la influencia de las dinámicas de mercado y la irrupción de medios digitales, los hallazgos reflejan un proceso de reconfiguración del ecosistema mediático local. Los productores de contenidos culturales señalan que la competencia con plataformas digitales y redes sociales ha modificado los hábitos de consumo, especialmente en audiencias jóvenes, generando una disminución en la centralidad de la radio tradicional. No obstante, también se identifica que estas dinámicas abren posibilidades de convergencia mediática, donde la radio puede reposicionarse mediante estrategias transmedia que integren contenidos culturales en entornos digitales, ampliando así su alcance e impacto. Esto permite identificar que la digitalización no es simplemente una amenaza o una oportunidad, sino un proceso complejo de convergencia y desplazamiento simultáneo, donde la radio debe redefinir su lugar dentro de un ecosistema mediático ampliado.



En relación con las oportunidades, existe un consenso claro en torno a la necesidad de articulación interinstitucional. Miguel Martínez plantea que “se debe crear alianzas entre los museos, las universidades y los dueños de medios” para establecer “espacios fijos”, lo cual apunta a una institucionalización de la cultura en la radio. Manuel Salinas refuerza esta idea al proponer “buscar alianzas entre el sector educativo, el sector artístico y los medios de comunicación”, mientras Ronald Madriz coincide en que es necesario que “los artistas, los escritores y los promotores culturales sientan la radio como su casa”. Estas propuestas no solo coinciden con el análisis, sino que lo profundizan al evidenciar que los propios actores reconocen la necesidad de pasar de dinámicas aisladas a modelos colaborativos sostenidos.

En contraste con las limitaciones, el análisis axial permite visibilizar un conjunto de oportunidades estratégicas basadas en la articulación interinstitucional. Los actores destacan la posibilidad de establecer alianzas con organizaciones culturales, instituciones educativas, gobiernos municipales y colectivos juveniles, orientadas a la coproducción de contenidos y la dinamización de la agenda cultural. Estas sinergias son interpretadas como mecanismos potenciales para fortalecer la legitimidad social de la radio y diversificar sus fuentes de apoyo, tanto en términos económicos como simbólicos, contribuyendo a una mayor sostenibilidad de las iniciativas culturales. Se alcanza al observar que todos los informantes, desde diferentes posiciones, convergen en que la solución pasa por la coordinación estructurada entre actores culturales y mediáticos.

En cuanto a las barreras estructurales y estrategias de mejora, los testimonios permiten consolidar una visión integral del problema. Manuel Salinas señala la necesidad de formación al afirmar que “debería existir capacitaciones tanto para los locutores como para los que manejan el equipo técnico”, criticando que “cualquiera agarra un micrófono... y eso no es así”. Esta preocupación se complementa con Jacinto Salinas, quien advierte que las nuevas generaciones deben “leer, investigar y enamorarse de su ciudad”, enfatizando la importancia de la formación cultural. Asimismo, Ronald Madriz destaca su propia trayectoria formativa al mencionar que “estudié actuación dramática, estudié periodismo... la voz también es académica”, evidenciando la necesidad de profesionalización en el campo.

Respecto a las barreras estructurales, se identifican limitaciones de carácter social, generacional, económico y de infraestructura que inciden en la participación comunitaria. Entre ellas destacan la brecha digital, las desigualdades en el acceso a tecnologías de información, la escasa



formación en producción mediática comunitaria y la limitada inclusión de juventudes en procesos radiofónicos. Estas condiciones restringen la construcción de espacios participativos amplios y diversos, afectando la representatividad de las voces culturales dentro de la radio local y su capacidad de incidir en la preservación de la identidad colectiva.

En términos de estrategias, los actores coinciden en la importancia de la adaptación tecnológica, la capacitación y el apoyo institucional. Ronald Madriz propone “unificar al gremio” y que el Estado “diera una oportunidad de darle publicidad a periodistas independientes”, mientras Manuel Salinas enfatiza la necesidad de una “política cultural que integre a la radio como un elemento fundamental en la educación del pueblo”. Miguel Martínez, por su parte, insiste en la articulación y en el uso de fuentes confiables para garantizar calidad cultural.

En el plano propositivo, los actores plantean estrategias orientadas a la resignificación del rol cultural de la radio. Entre las principales propuestas emergen la profesionalización del personal en producción cultural, la incorporación de formatos innovadores (podcasts, narrativas digitales), el fortalecimiento de alianzas comunitarias y la gestión de financiamiento alternativo mediante proyectos culturales. El análisis evidencia que estas estrategias se configuran como rutas viables para superar las limitaciones identificadas, posicionando a la radio como un agente dinámico en la promoción y preservación de la identidad cultural leonesa en un contexto mediático en transformación. Es decir, estas propuestas no son aisladas, sino recurrentes y complementarias, permitiendo afirmar que la radio en León posee un alto potencial transformador, pero condicionado por limitaciones estructurales. La radiodifusión cultural se encuentra en un punto crítico; sostenida por la vocación de sus actores, limitada por factores económicos y estructurales, pero con oportunidades claras de fortalecimiento a través de formación, articulación institucional y adaptación tecnológica.

3. Conclusiones

Los resultados evidencian que la radiodifusión en León configura una programación cultural de carácter híbrido y fragmentado, en la que la participación de actores sociales se presenta de forma intermitente y con limitada articulación institucional. Si bien el lenguaje radiofónico opera como un marcador identitario implícito, y la promoción de eventos culturales junto al uso de plataformas digitales amplían el alcance de manera coyuntural, la misión cultural se encuentra condicionada por lógicas comerciales y restricciones económicas. Esto revela una tensión



estructural entre el discurso cultural y su materialización en la práctica mediática local.

Asimismo, se constata que la radio actúa como un agente activo en la preservación cultural, al mediar la circulación de tradiciones, memoria histórica y expresiones artísticas propias del contexto leonés. Su contribución se manifiesta en el fortalecimiento de la identidad territorial y en la generación de procesos de apropiación cultural y participación comunitaria. Aunque se identifica una disminución relativa en la incidencia sobre audiencias jóvenes, la incorporación de entornos digitales abre oportunidades de adaptación y expansión. En este marco, la priorización de contenidos vinculados a la historia, el folclor, la música autóctona y las festividades consolida a la radio como un dispositivo inclusivo y legitimador de la cultura local.

Finalmente, el análisis permite identificar limitaciones estructurales que inciden en la gestión cultural radiofónica, tales como la escasez de recursos, la subordinación a dinámicas comerciales y las brechas tecnológicas. No obstante, emergen oportunidades estratégicas relacionadas con la articulación interinstitucional, la profesionalización del recurso humano y la integración de herramientas digitales. En conjunto, estas dinámicas reflejan un escenario de tensiones y potencialidades, donde el fortalecimiento del rol cultural de la radio depende de la implementación de estrategias colaborativas y adaptativas que permitan superar las barreras operativas e institucionales existentes.

4. Agradecimientos

Se expresa un sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron al desarrollo de esta investigación, especialmente a los comunicadores, productores radiales y gestores culturales de León que compartieron sus experiencias y conocimientos. Asimismo, se reconoce el apoyo académico e institucional brindado, así como el acompañamiento de quienes hicieron posible la culminación de este estudio.

5. Referencias bibliográficas

Arroyo Salinas, C. (2025). Patrimonio, memoria cultural y resistencia de las radios comunitarias. *Revista Internacional de Filosofía y Teoría Social*, 30(111).



<https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/e17241131/53026>

Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora un proyecto de investigación. BL Consultores asociados. Servicio Editorial.

Bruner, J. (1996). La cultura de la educación. Harvard University Press.

Calderón Ramírez, W. (2020). La historia oral como método y metodología para el estudio del periodismo radiofónico y la libertad de expresión en la región histórica de Managua (1936–1979). Raíces: Revista de Ciencias Sociales y Políticas, 3(7).
<https://doi.org/https://doi.org/10.5377/raices.v3i7.9701>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2014). Clasificación Internacional Normalizada de la Educación. CINE 13 Instituto de estadística de la UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229320>

Dávila, González y Preciado. (2018). La radio como medio de comunicación del patrimonio cultural. Fernandina Radio: un estudio de caso. Revista Universidad y Sociedad, 10(5), 416-423.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500416&lng=es&tlng=es.

Fariñas, A. (10 de noviembre de 2018). Metodología de la Investigación.
<https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

Guba y Lincoln. (1989). Fourth Generation Evaluation. SAGE Publications.
https://www.researchgate.net/publication/249675142_Fourth_Ge



neration_Evaluation_of_Health_Services_Exploring_a_Methodolog
y_That_Offers_Equal_Voice_to_Consumer_and_Professional_Stake
holders

Hall, S. (1990). Identidad cultural y diáspora. En J. Rutherford.
Identidad: Comunidad, cultura, diferencia Lawrence & Wishart.,
222–237.

Hernández Sampieri et. al. (2014). Metodología de Investigación. Sexta
Edición. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE
C.V.

Hjarvard, S. (2008). La mediatización de la sociedad: una teoría de los medios
como agentes de cambio social y cultural. Nordicom Review, 29(2),
105–134.

Jara, M. (2001). Las Revoluciones de paciencia o una ciencia revolucionaria.
Convergencias y contrapuntos, antes y después de kuhm. Moebio.

Jenkins, H. (2006). Cultura de la convergencia: donde chocan los medios
antiguos y nuevos. New York University Press.

Lupone, C. (2018). Historia de la Radio en Nicaragua. Temas de
Nicaragüenses- Revista digital (127).
<https://doi.org/http://www.temasnicas.net/>

Mancillas, C. (2004). La construcción de la intimidad, la identidad y los roles
de género en parejas del valle del Chalco. Universidad Iberoamericana.

Meriam y Tisdell. (2016). Qualitative research: A guide to design and
implementation (4th ed.). Jossey-Bass.

Montoya y Barbeito. (2023). El cambio social y su relación con la radio
comunitaria y la comunicación intercultural: el caso de la Costa Caribe
de Nicaragua. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 28, 67-
81. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/ciyc.87850>

Mullo-López, Ulloa Enríquez y Balseca Mera. (2018). La radio como estrategia
mediática para la promoción del discurso intercultural de los pueblos
ancestrales de Cotopaxi – Ecuador. Universidad Técnica de Cotopaxi
(Ecuador).



- Pérez Serrano, G. (2004). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Métodos, Madrid, España: La Muralla.
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 13(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Servaes, J. (1996). Comunicación participativa (investigación) desde una perspectiva freiriana. Journal of Communication, 46(1), 73–91.
- Torrez, F. (2019). Radiodifusión alternativa para desarrollo social en los procesos de comunicación comunitaria y participativa en radio base del Mercado Roberto Huembes. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua- UNAN Managua.
<https://doi.org/https://repositorio.unan.edu.ni/id/ep>
- Universidad Martín Lutero (UML) (2023). Líneas y sub líneas de investigación (2022-2026). Dirección de Investigación Universidad Martín Lutero.
- Vasilachis, I. (1997). El pensamiento de Habermas a la luz de una metodología propuesta de acceso a la teoría. Revista Estudios Sociológicos Colegio de México, XV(43).
codex.colmex.mx:8991/F/?func=service&doc
- Vázquez, M. (2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. Ixtepec.
- Vygotsky, L. (1978). La mente en la sociedad: El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Harvard University Press.