

# La radio de Castilla y León en Internet: Análisis de sus desarrollos en el entorno multimedia

Rosario Sacristán Salgado  
Universidad Complutense de Madrid

Miguel Ángel Ortiz Sobrino  
Universidad Complutense de Madrid

Carmen Salgado Santamaría  
Universidad Complutense de Madrid

## Palabras clave

Ciberradio; Castilla y León; Internet; proximidad; *podcasts*; web.

## Resumen

La radio puede utilizar Internet como potente repetidor para hacer llegar sus mensajes a todos los lugares conectados del planeta, pero también para desarrollar un nuevo formato que integre todos los elementos multimedia propios del sistema. Este texto ofrece las principales conclusiones de una investigación que afecta a las emisoras que han aprovechado estas ventajas y sobre todo las que, por primera vez, comenzaron a emitir con formato web desde la Comunidad de Castilla y León. El análisis de las direcciones de radio localizadas en Internet ha permitido conocer cuáles de ellas ofrecían contenido radiofónico adaptado a la web y cuáles se utilizaban para facilitar datos corporativos; si atendían más a la información general o a los contenidos especializados y si, en definitiva, la oferta de radio de esta Comunidad en Internet ayudaba a su reconocimiento más allá de sus límites territoriales, creando al mismo tiempo nexos entre sus habitantes. El trabajo que aquí se presenta da respuesta a todas estas cuestiones, pero los resultados han dibujado una realidad demasiado supeditada y anclada en las estructuras de la radio tradicional; la misma que ha sacrificado la radio local y regional en beneficio de las programaciones nacionales. No obstante, cuando las web de radio no pertenecían a estas grandes estructuras, el esfuerzo por ofrecer en Internet productos interesantes y atractivos era evidente.

## ***The radio of Castilla and Leon on the Internet***

### **Keywords**

*Ciberradio; radio; Castilla y Leon; Internet; proximity; podcasts; web.*

### **Abstract**

*The radio can use the Internet as a powerful repeater to get their messages to all connected places on the planet, but also to develop a new format that integrates all multimedia elements of the system itself. This text offers the main conclusions of an investigation that affects the stations that have taken advantage of these tools and especially those which, for the first time, began broadcasting web format radio from the Community of Castilla y León. The analysis of the radio addresses located in the Internet has allowed to know which of them offered radio content adapted to web, which of them were used to facilitate corporative data, if they attended more general information or specialized content and if, in short, this Internet Community's radio offer helped its recognition beyond its territorial limits, creating at the same time links between its inhabitants. This work provides answers to all these questions, but the results actually show a little ambitious reality, as well as too determined by heavy structures anchored in traditional radio, the same that has sacrificed the local radio for the benefit of national. Nevertheless, when radio webs do not belong to these big structures, the effort for offering interesting and attractive products was evident.*

### **Autor**

Rosario Sacristán Salgado [rosario.sacristan@gmail.com] es periodista e investigadora. Máster en Periodismo Multimedia y ex Responsable de Formación Especializada del Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino [maortiz@ucm.es] es profesor contratado y Doctor de la Universidad Complutense de Madrid.  
Delegado para Medialab-Inforadio de la UCM y periodista.

Dr<sup>a</sup>. Carmen Salgado Santamaría [carmen.salgado@ccinf.ucm.es] es directora del Departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid y periodista.

## 1. Introducción

La situación de la radio hertziana en Castilla y León ha sido objeto de rigurosos y pormenorizados estudios, como el coordinado por el profesor Celso Almuiña (2009) a instancias del Consejo Económico y Social de esa Comunidad, o el editado por la Universidad Pontificia de Salamanca (Badillo et al., 2009). Sin embargo, la presencia de la radio en Internet ha merecido, hasta el momento, menos atención por parte de la comunidad científica.

La primera aproximación empírica al panorama radiofónico online de Castilla y León está recogida en el estudio sobre la radio digital española de Gabino y Pestano (2004) en el que se atribuían a cada provincia un número determinado de radios web<sup>1</sup>. En total, sumaban 49 radios web en toda la región. Posteriormente, un trabajo coordinado en 2005 por Ramón Salaverría, contabilizaba 19 cibermedios en esa Comunidad Autónoma (López, 2005).

Esta contribución se ha decantado por actualizar datos sobre las emisoras de radio que se animan a utilizar Internet para dar una nueva vida a la vieja radio de Castilla y León y por detectar, además, aquellas iniciativas originales de la red surgidas en esa Comunidad antes y durante el trabajo de campo que sustenta esta investigación.

Las conclusiones que se exponen en los siguientes epígrafes responden a una investigación realizada en 2012. La rapidez con la que todo puede moverse en la Red y el hecho de que, según datos del *Estudio General de Medios*,<sup>2</sup> esta región fuera en 2012 una de las que más incrementara el porcentaje de usuarios de Internet, son circunstancias que podrían augurar rápidos cambios en los resultados de futuras investigaciones.

Tanto el análisis de las emisoras que emitían en Internet desde Castilla y León como las principales conclusiones que se muestran a continuación, deben contextualizarse en la actual estructura de la industria radiofónica y la convergencia mediática en la que Internet ha jugado un papel fundamental en la ruptura de barreras de comunicación, y en la nueva reformulación de la concepción geográfica de los contenidos informativos. Por esta razón, antes de ofrecer cualquier resultado de la investigación, conviene hacer referencia al marco estructural de la industria radiofónica en esa Comunidad Autónoma y al marco teórico, con el fin de entender mejor la nueva dimensión del medio radiofónico tras la irrupción de Internet.

1 En el estudio de M.A. Gabino Campos y J.M. Pestano se diferenciaba la web de radio como aquella que proporcionaba información de tipo presencial, de la radio web que se asimilaba a la que trasmitía audio en directo o con descarga de archivos.

2 La tercera oleada del Estudio General de Medios, publicada a finales de noviembre de 2012, indicaba que el porcentaje de usuarios de internet en Castilla y León había pasado del 47,9 %, registrado a finales de 2011, al 54,6 % en 2012, según datos en ambas ocasiones recogidos entre los meses de octubre y noviembre.

## 2.1. Marco contextual: la radio de Castilla y León en las ondas

Desde la instauración de las comunidades autónomas en España, a principios de la década de los ochenta, los medios de comunicación se han revelado como imprescindibles colaboradores para profundizar en el hecho regional diferenciado. Con el propósito declarado de que los ciudadanos de las diferentes regiones tuvieran un contacto directo con lo que acontece en su entorno más inmediato, una vez aprobada la constitución de 1978, empezó a generarse la necesidad de que cada comunidad autónoma disfrutara de su propia radio y televisión pública. Las primeras comunidades en disponer de canales autonómicos fueron el País Vasco (1982) Cataluña (1983) y Galicia (1985).

La creación de un servicio regional de radiotelevisión no fue una prioridad para los primeros gobiernos de la Comunidad de Castilla y León. Las cadenas públicas ya existentes –Radio Nacional de España (RNE) y Radiocadena Española (RCE)– asumieron la responsabilidad de informar y colaborar en el fortalecimiento de la nueva identidad territorial, derivada de los acuerdos constitucionales, mediando a veces convenios puntuales.

La cadena pública comercial, RCE llegó a disponer de 75 emisoras repartidas por toda la geografía nacional: 13 de ellas dentro de la Comunidad de Castilla y León. La cabecera autonómica, con sede en Valladolid, participaba en programas nacionales y se encargaba de la programación regional confeccionada con el concurso de los profesionales del resto de las emisoras provinciales y comarcales. Estas a su vez producían una programación local que ocupaba la mayor parte de la parrilla de programación en las horas centrales del día. La situación empezó a cambiar cuando en 1988 el Consejo de Ministros aprobó la fusión de RNE y RCE. Con el pretexto de racionalizar y optimizar recursos, en julio de 1991 se inició un proceso de reducción de emisoras y plantilla que afectó a la cadena Regional Radio 4 –a excepción de las emisoras de Cataluña– y a las emisoras ubicadas en poblaciones de menos de treinta mil habitantes. En Castilla y León supuso el cierre de las emisoras de Aranda de Duero, Miranda de Ebro, Béjar y Benavente, pero se mantuvo la emisora de Ponferrada. Estas estaciones emitían la programación de Radio 5, la cadena que priorizaba los contenidos locales y regionales. Vendría después la conversión de las emisoras locales en unidades informativas y la reducción a quince minutos del tiempo dedicado a la programación de elaboración propia (Chomón, 2011).

A partir de 1991, la Ley de Emisoras Municipales permitió a las corporaciones locales, mediante concesión administrativa de los órganos competentes de la comunidad autónoma, tener su propia emisora de radio. Aunque no puedan emitir en cadena, pueden ser gestionadas por una empresa privada concesionaria. Según datos obtenidos en la web del Ministerio de Industria, en octubre de 2012 Castilla y León disponía de 67 de emisoras municipales.

La radio privada generalista, vinculada a grandes grupos de comunicación multimedia, mantiene en Castilla y León estructuras de diferente envergadura. Así,

en el momento de elaborar este trabajo, la Cadena SER contaba en Castilla y León con 17 emisoras entre propias y asociadas, y la Cadena COPE, con 12.

Las respectivas páginas oficiales en Internet, aclaraban que la cadena esRadio podía sintonizarse en el dial de Salamanca, Ávila, Valladolid y Burgos, mientras que Radio Intereconomía en Burgos, León, Ponferrada y Valladolid. Radio Inter, del mismo grupo de comunicación, se escuchaba en Zamora, Salamanca y en la capital burgalesa a través de Radio Evolución.

Tanto Onda Cero como Punto Radio utilizaban frecuencias asignadas a dos grupos de comunicación vinculados empresarialmente a Castilla y León: PROMECAL y EDIGRUP. Gracias a los acuerdos de este último con el grupo Vocento, sus doce estaciones emitían con el indicativo de ABC Punto Radio. La situación cambió en marzo de 2012 cuando la programación que podía escucharse era la de COPE, después de que este grupo alquilara sus setenta frecuencias a Punto Radio.

Las frecuencias de PROMECAL se explotaban de la mano de Onda Cero. A este mismo grupo pertenecía la fórmula Vive Radio, basada en música y boletines horarios con información local, regional, nacional e internacional. Con sus trece frecuencias, tenía presencia en el dial de las nueve provincias.

El panorama de la radio hertziana en Castilla y León se completaba con las llamadas emisoras comunitarias, también conocidas como libres. Muchas seguían emitiendo de manera ilegal al no haber encontrado amparo en la Ley General de Comunicación Audiovisual de 31 de marzo de 2010.

## 2.2. Un marco teórico sobre el desarrollo de la radio de proximidad en Internet

Le sorprendía a Mattelart (2002:41) cómo la información podía difundirse, además de por las ondas hertzianas, «a través de ese extraño dédalo que le permitía recibir informaciones en francés, procedentes de Francia, aunque estuviese de viaje en Australia». La radio, que primero utilizó Internet para distribuir mundialmente la propia señal de directo de sus emisiones tradicionales (Salgado, 2010:132), ha encontrado en Internet un nuevo soporte para distribuir contenidos específicos y producir emisiones alternativas: las denominadas *webcaster*. El término *post-radio* alude a esta nueva situación, que provoca cambios en el modelo radiofónico tradicional y lo concibe como un sistema híbrido de distribución de contenidos con vocación multimedia (Ortiz: 2012). En la actual convergencia mediática, la radio se plantea como reto el destacar en medio de una creciente avalancha de publicaciones online, que no desdeñan la utilización del audio y el vídeo como aderezo de sus informaciones. La radio busca la manera de adaptarse al nuevo ecosistema sin perder su identidad de comunicación sonora (González y Salgado, 2009).

Acostumbrada a acercar a sus oyentes los temas y asuntos de la actualidad que más les afectan, y a conectar con las inquietudes y problemas de su audiencia, la radio puede resultar en la web menos directa y entrañable que la radio convencional, a pesar de que la combinación de sonido, imagen y texto hayan aumentado su riqueza informativa (González y Salgado, 2011: 173). Como parte de ese proceso, cada día son más claras las diferencias e interferencias entre la oferta de la radio tradicional y su variante en Internet. Pero, a veces, la oferta convencional y la específica de la red unifican códigos y mensajes, de tal manera que ambas son similares, no solo en servicios, sino también en contenidos. (López Vidales, 2011:18). Los dos modelos: la radio tradicional y la radio *online*, a tenor de los resultados ofrecidos en 2012 por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, pueden convivir, apoyándose incluso en sus desarrollos. Este estudio de AIMC, que analizaba el consumo de la radio tradicional y el de la radio *online*, ponía de manifiesto como el consumo de ese medio a través de Internet no significaba una disminución del tiempo que se dedicaba a la escucha de radio de forma tradicional. Sus conclusiones apuntaban a que el hogar seguía siendo el centro de consumo de radio, incluso cuando se trataba de radio *online*; un escaso porcentaje del 7% escuchaba la radio online en movimiento y solo un 13% del tiempo dedicado a escuchar radio se hacía a través del teléfono móvil.

En todo caso, como sostiene Salgado (2010), la radio tiene en Internet su principal plataforma de desarrollo y especialización, así como una oportunidad de elevar a la categoría de global los fenómenos locales.

En el esquema fragmentario que caracteriza a la Red, la especialización temática o territorial de los medios de comunicación es una de las soluciones para sobrevivir en este democrático y a la vez competitivo ecosistema. No cabe duda de que las nuevas tecnologías que han hecho posible la globalización de la información han incentivado la multiplicación de los espacios locales de información (Morate, 2012:130). Muchos medios de comunicación reservan algún espacio a la información de proximidad como medio eficaz para conectar con su audiencia, de acuerdo con el principio de que la información verdaderamente útil en el día a día es la que nos ayuda a sentirnos seguros en nuestro entorno más cercano (Cabrera, 2005:320).

En Internet existen cibermedios que dan prioridad a la información más cercana o que se dedican a ella con carácter exclusivo. En el caso de la radio, « el espacio virtual que genera en Internet va más allá de los municipios, autonomías y Estados » (Cebrián 2007:121), pero puede optar por especializarse temáticamente en lo que acontece en todas, o en cada una de esas demarcaciones. Sin embargo, en lo que a España se refiere, las grandes cadenas no parecen por el momento muy dispuestas a trabajar en esta dirección. Según José M<sup>a</sup> Chomón (2011:154), las ciberradios pertenecientes a las cadenas generalistas prestaban muy escasa atención a los contenidos de proximidad. Mientras se realizaba esta

investigación en 2012 se pudo observar que la situación no había cambiado, al menos en lo referido a la Comunidad de Castilla y León.

### 3. Objetivo general y objetivos específicos de estudio

Como método para conseguir obtener una panorámica inicial de la radio en Internet de la Comunidad de Castilla y León, se ha priorizado la localización del mayor número posible de sus direcciones web de radio local y regional. Además, se han fijado otros objetivos secundarios con el objetivo de ayudar a completar de manera cualitativa esa primera instantánea dinámica, centrados en los siguientes puntos:

1. Descubrir la provincia de Castilla y León con más menciones en las direcciones web de radio en Internet.
2. Identificar a la cadena con más direcciones web de proximidad en Castilla y León.
3. Apuntar el papel jugado en Internet por las emisoras públicas, incluidas las municipales.
4. Diferenciar las direcciones web de radio generalistas, de las direcciones temáticas
5. Localizar las emisoras pensadas exclusivamente para Internet, sin ninguna referencia en el dial.

Se plantearon además las siguientes hipótesis de trabajo:

1. Dada la ausencia de reglamentación observada en Internet, las emisoras conocidas como libres o comunitarias, que tantas dificultades encuentran para emitir de manera convencional, serán uno de los colectivos más numerosos de emisoras nativas de Internet.
2. Al no existir ninguna cadena de ámbito regional de tipo generalista operando en la Comunidad, la radio pública o privada aprovechará esta circunstancia para ofrecer webs de carácter regional que satisfagan esta carencia.

No cabe duda de que el tema elegido podría admitir otros puntos de estudio como el análisis de contenido de las web de radio seleccionadas, sus posibilidades como modelos de negocio, la utilización de las redes sociales y de *micro-blogging* o un ejercicio de análisis comparativo con otras regiones, entre otros. Pero, como ya se ha indicado, la pretensión de esta primera contribución no sobrepasaba la consecución de los objetivos planteados, suficientes para cuantificar y ofrecer unas primeras conclusiones sobre esa presencia de la radio de Castilla y León en Internet, una extensa región en la que la radio siempre ha sido imprescindible para mantener informados y entretenidos a sus ciudadanos.

#### 4. Diseño metodológico

Debido a la necesidad de obtener el mayor y más profundo conocimiento del objeto de estudio, la metodología empleada se ha basado en la utilización de técnicas cuantitativas y cualitativas.

La elección de estas técnicas de observación reclamó después el diseño de los elementos más apropiados para la recogida de datos (Sierra Bravo, 2007:365). En este caso, toda la información recabada se consignó en nueve tablas, las cuales incluían los siguientes descriptores:

1. Provincia e indicativo de la emisora
2. Dirección web nacional, regional y local, las tres direcciones definidas por su ámbito de contenido y no de difusión (López García, 2005:63).
3. Tipología de la web: generalista o especializada
4. Naturaleza de la web: publica, privada, municipal, comunitaria o nativa Internet
5. Número de frecuencias en AM, FM y canales TDT

La información necesaria se ha obtenido a través de entrevistas realizadas a los responsables de la Dirección de Comunicación, o profesionales de este departamento, de los ayuntamientos de las nueve capitales de provincia y de las respectivas diputaciones. Además, hay que reseñar la colaboración de la Oficina del Portavoz y Relaciones con los medios de la Junta de Castilla y León, y de las direcciones de comunicación de las Cadenas SER, COPE, Onda Cero y Punto Radio. La observación directa de la oferta de radio en Internet y la colaboración de *diexistas* como Juan Carlos, *el Escucha*, ha servido de manera adicional para la obtención de resultados sobre los que se han realizado exhaustivas y necesarias comprobaciones, con el fin de garantizar su idoneidad como parte de la muestra.

##### 4.1. El trabajo de campo y la selección de la muestra final

A pesar de que la revisión de las direcciones web se ha mantenido hasta el momento de concluir el informe escrito, el periodo de recogida de datos se prolongó desde el 22 de febrero al 30 de mayo de 2012.

Para la selección de la muestra se han tenido en cuenta todas las direcciones web de radio localizadas territorialmente en la Comunidad de Castilla y León, o que tuvieran como ámbito temático esa misma Comunidad. Las condiciones básicas para formar parte de la muestra eran su actividad y su intención manifiesta de prestar servicio a una colectividad con criterios profesionales.

Es pertinente precisar que la unidad estadística de análisis aplicada a la radio tradicional de carácter local ha sido la emisora en funcionamiento, independientemente del número de frecuencias o canales de TDT de los que dispusiera en esa demarcación. Para la radio en la Red sirvió la web activa, con las características ya descritas.



## 5. Análisis de la radio de Castilla y León en Internet

Los resultados que ilustran este análisis empiezan por especificar el número de direcciones web que supusieron la muestra definitiva, objeto de este estudio. Así, de las 326 emisoras de AM y FM activas en la región, 260 tenían representación en la Web. Es decir, casi el 80% de las emisoras distribuidas por las nueve provincias de Castilla y León tenían en Internet alguna dirección nacional, regional o local.

Entre esas direcciones web localizadas:

- 150 direcciones tenían referencias locales, provinciales y comarcales de la Comunidad de Castilla y León
- 8 direcciones hacían referencia a su ámbito autonómico
- El resto eran direcciones web sin ninguna alusión territorial a esa Comunidad

La muestra final, por tanto, quedó constituida por las 158 direcciones web referenciadas local y regionalmente en la Comunidad Autónoma. Su análisis cuantitativo y cualitativo ha permitido extraer los resultados que se detallan a continuación, y que se han referenciado en los diferentes descriptores ya comentados en la metodología del trabajo.

### 5.1. Distribución de las webs de radio regionales y locales de Castilla y León

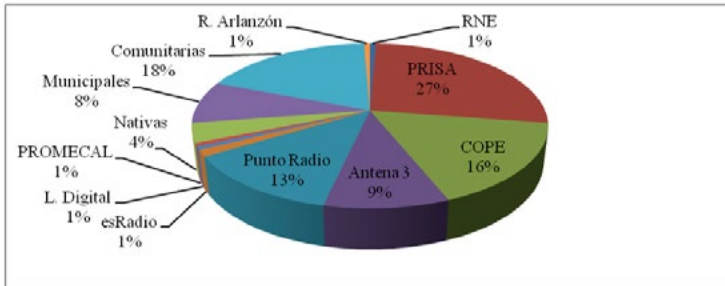
El grupo PRISA, con un 26%, y el colectivo formado por las emisoras comunitarias, con un 18%, se atribuían los mayores porcentajes de direcciones web de radio local de esta Comunidad. En el gráfico número 1 se ofrece en detalle la distribución de las 158 direcciones de radio local y regional de Castilla y León detectadas en Internet. Resultaba evidente que el conjunto reproducía el modelo de concentración alimentado por las sucesivas ampliaciones del mapa radiofónico español, donde la radio local e independiente era la gran derrotada (Arboledas, 2011:375) en beneficio de las cadenas y grupos de comunicación.

En total los principales Grupos de Comunicación nacional: PRISA, COPE, Onda Cero y Punto Radio disponían en Internet de 109 direcciones web de radio local y regional referenciadas en Castilla y León.

Las emisoras comunitarias tenían 29 webs activas, las municipales 13 y las nativas de Internet, 6. Estas últimas representaban el 4%, un porcentaje muy reducido en relación con los obtenidos por las cadenas, las emisoras comunitarias y las emisoras municipales.

La única emisora privada generalista, Radio Arlanzón, que inició sus emisiones en FM en la ciudad de Burgos en el año 2000, y que en el momento de redactar este texto no había sucumbido a la tentación de formar parte de una cadena, disponía de una página web dedicada sobre todo a la información local, provincial y regional, sin obviar la actualidad nacional e internacional.

**Gráfico 1. En porcentaje, naturaleza y pertenencia de las direcciones web de radio de Castilla y León en Internet**



Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de las 8 direcciones regionales pertenecían también a cadenas nacionales: RNE, COPE, Onda Cero, Europa FM y Punto Radio. El sitio web del grupo regional PROMECAL, Vive Radio, era el único que no formaba parte de una cadena nacional. La representación de las emisoras regionales nativas de Internet corría a cargo de: Radio Castilla y León, y Net Radio.

## 5.2. Procedencia geográfica de las direcciones web de radio local, comarcal y provincial

No todas las emisoras convencionales registradas en este estudio tenían una o varias direcciones locales en Internet. En el cuadro 1 se ofrecen datos al respecto.

**Cuadro.1 Por provincias, emisoras convencionales y direcciones web locales**

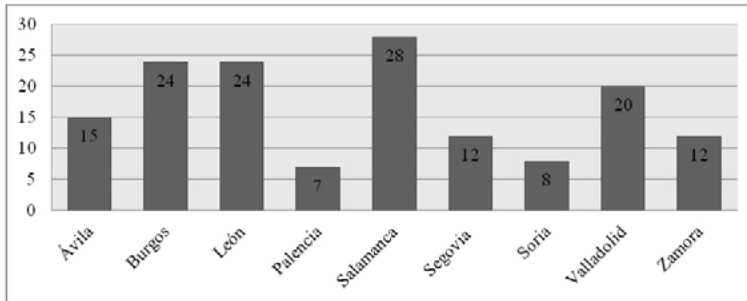
Provincia	Emisoras AM y FM	Direcciones web locales
Ávila	37	15
Burgos	34	24
León	27	24
Palencia	31	7
Salamanca	39	28
Segovia	26	12
Soria	23	8
Valladolid	44	20
Zamora	22	12

Fuente: Elaboración propia

La radio convencional de León era la que más había aprovechado la posibilidad de tener una dirección en Internet: lo hacían 24 de las 27 emisoras registradas en este estudio (Cuadro 1). En el análisis de los datos referidos a esas direccio-

nes webs radiofónicas por provincias (Gráfico 2), destacaba Salamanca con 28 webs radiofónicas que situaban a esta provincia en el primer lugar del *ranking*. Curiosamente, la capital de la Comunidad, Valladolid, quedaba relegada a una cuarta posición tras Burgos y León. Palencia era la provincia menos nominada en esas direcciones web, y eso a pesar de no ser la provincia con menos emisoras de AM y FM (Cuadro 1).

**Gráfico 2. Por provincias, total direcciones web de radio local, comarcal y provincial de la Comunidad de Castilla y León**

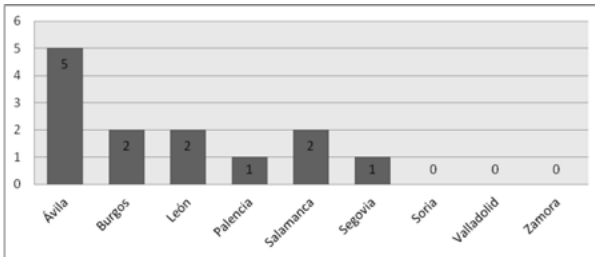


Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Las webs de las emisoras municipales

De las 43 emisoras municipales con emisión en FM detectadas en este sondeo, solo 13 —el 30%— (Gráfico 3) disponían también de página web, lo que suponía el 8% de las direcciones web de la muestra. La continuidad de estas emisoras, tanto en el terreno convencional (Delgado y Saiz, 2009) como en Internet, no parecía ser fácil a tenor de las páginas que habían sido abandonadas, es decir, que estaban sin actualizar. No obstante, había webs radiofónicas municipales más elaboradas que algunas de las alojadas en los portales de las grandes cadenas. Sirvan como ejemplo los sitios web de Radio Guijuelo, Radio Aguilar o Radio Adaja. La provincia de Ávila era la que más web de radio municipal ofertaba.

**Gráfico 3. Distribución por provincias de los sitios web de las emisoras municipales de Castilla y León**



Fuente: Elaboración propia

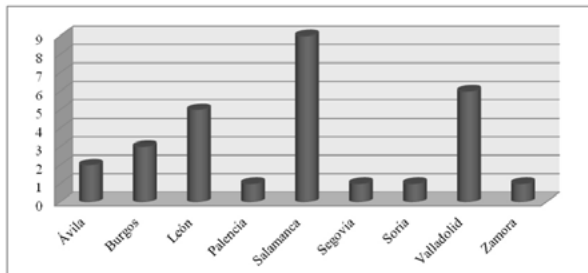
#### 5.4. Las webs de radio libre o comunitaria

Salamanca era la provincia con más menciones relacionadas con este tipo de radio. Las webs de las radios libres y comunitarias representaban el 18% del total de direcciones localizadas. Este colectivo tenía en Internet 29 sitios webs de radio (Gráfico 4) que, como ya se ha comentado, le situaban en la segunda posición del *ranking* total de direcciones de radio web, tras el grupo formado por las direcciones locales y regionales de las cadenas de radio públicas y privadas, pero solamente superado de manera aislada por el grupo PRISA.

Los temas de las webs radiofónicas de esta tipología eran diversos (Gráfico 6). Las Universidades de Salamanca y León ofrecían en Internet sus webs de radio. Otras como Radio Valdivieso se ocupaban de la actualidad social de su comarca. Las había musicales, como Locafm de Valladolid, y reivindicativas, como Onda Expansiva que emitía desde Burgos.

Todas las webs comunitarias localizadas mantenían su emisión convencional, es decir, ocupaban una frecuencia en el dial, a excepción de las nativas de Internet que, por su propia naturaleza, carecían de matriz convencional.

**Gráfico 4. Total de direcciones web de emisoras comunitarias**



Fuente: Elaboración propia

## 5.5. Direcciones y sitios webs de las emisoras generalistas y especializadas de Castilla y León

El número de direcciones web de contenido generalista de la radio de Castilla y León en Internet representaba el 57% de la oferta, mientras que el de emisoras especializadas se situaba en el 43 %. En total, sesenta y nueve direcciones de radio web de carácter especializado se referenciaban en esta Comunidad Autónoma, frente a las ochenta y nueve direcciones locales y regionales de contenido general.

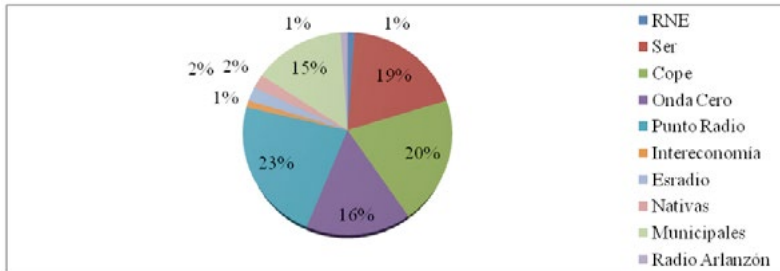
Estos resultados tienen mucho que ver con el carácter territorial del estudio y con la necesidad de los sitios de radio generalista de habilitar páginas para la información de proximidad, con referencias concretas locales o regionales. Las emisoras temáticas pueden prescindir de esta localización geográfica o temática.

Para discriminar la radio web generalista se ha seguido el mismo criterio aplicado a la radio convencional. Se entendió como radio generalista a aquella que integraba todo tipo de contenidos y se dirigía a grupos heterogéneos, y como especializada a la que adaptaba su narrativa a un tipo de oyente que podía, o no, ser especializado, pero que sí estaba previamente segmentado por la emisora (Moreno, 2005).

### 5.5.1. Las direcciones web de radio generalista

El análisis del porcentaje de emisoras webs con contenidos generalistas arrojaba en esta investigación un dato sorprendente: la desaparecida cadena Punto Radio era la que disponía de más direcciones webs de radio generalista, seguida de las cadenas COPE, SER y Onda Cero (Gráfico 5). Curioso dato si se tiene en cuenta que se trataba de una de las cadenas de ámbito nacional con menor cobertura y número de frecuencias asignadas. La explicación es sencilla y tiene que ver con la metodología diseñada para la elaboración de este trabajo: la cadena Punto Radio tenía su propio portal regional, y acceso desde el mismo a las webs de sus emisoras locales pero, al mismo tiempo, en el sitio nacional de ABC.es/radio se ubicaban páginas con información sobre las frecuencias, y otras cuestiones relacionadas con la escucha de esa cadena en la comunidad de Castilla y León. La cadena SER era la que disponía de un mayor número de direcciones, la mayor parte de ellas con información corporativa exclusivamente. COPE era la cadena que en sus páginas web locales ofrecía más cantidad de contenido radiofónico multimedia.

**Gráfico 5. En porcentaje, direcciones webs de radio generalista de Castilla y León**



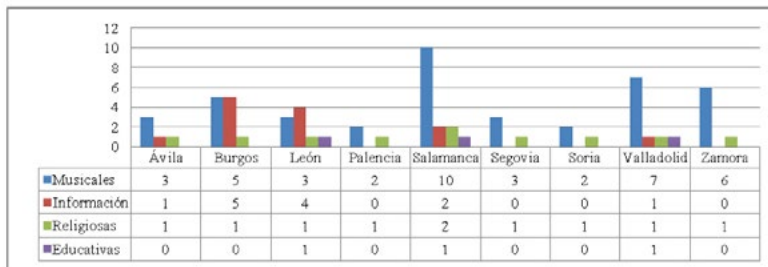
Fuente: Elaboración propia

Siguiendo el criterio de Cebrián (2007), en la investigación se consideraron emisoras generalistas las webs de emisoras municipales, ya que utilizaban en su programación los mismos criterios de selección, valoración y tratamiento que la radio de cobertura nacional. Las direcciones web municipales representaban el 15% de las emisoras de esta tipología.

### 5.5.2. Las direcciones de radio especializada

Las emisoras musicales de Castilla y León eran las que más direcciones webs de carácter especializado tenían en Internet (Gráfico 6), y Salamanca la provincia más mencionada en esas direcciones.

**Gráfico 6. Distribución por provincias y por temas de las webs de radio especializada**



Fuente: Elaboración propia

De esta tipología se localizaba la única página de Castilla y León producida por el grupo de comunicación regional PROMECAL: Vive Radio. Una radio fórmula musical, dirigida a un público juvenil que incluía información internacional, nacional, regional y local.

Se han considerado en este estudio como especializadas a las emisoras comunitarias porque, según el profesor Cebrián (2007), se expresan en Internet con ac-

titudes, enfoques y planteamientos diferentes a los que caracterizan a las webs de radio generalista. Las webs de radios comunitarias constituían el conjunto más numeroso dentro de las direcciones web de esta naturaleza con 29 páginas en total. Le seguía el Grupo PRISA que, gracias a las páginas de los 40, Cadena Dial y M80 Radio, se hacía con el segundo puesto de la lista al disponer de 25 direcciones especializadas.

Con una dirección estaban Cadena100, del grupo COPE; Europa FM y Radio Marca de Unidad Editorial.

Tan solo el 5% de esas web se había creado exclusivamente para emitir en Internet: Más Radio, Burgos Deporte, y las comunitarias de Burgos y Valladolid: Onda Expansiva.

### 5.6. Las emisoras nativas de Internet

A pesar de que buena parte de la metodología empleada se diseñó pensando en la localización de este tipo de emisoras, los resultados no han sido equiparables a los obtenidos por las versiones web de radio convencional. Ha resultado evidente su rareza. Como ya se ha comentado más arriba, sólo un pequeño 4% de las direcciones de la muestra —6 en total— resultaron corresponder a sitios de radio nativos de Internet:

- Dos emisoras de ámbito regional con la particularidad de que una de ellas, Castilla y León Net.radio, se elaboraba en Málaga. La empresa Edicosma, que se refería a sí misma como «Grupo líder en medios digitales», era la encargada de su confección. La otra web regional: radiocastillayleon.com, emitía desde Valladolid en *streaming*, aunque también contaba con recursos como la audioteca y enlaces directos a las páginas del diario *Marca*, el *Norte de Castilla* o la Junta de Castilla y León.
- Las especializadas: Burgos Deporte y Más Radio, que emitía música y anunciaba la puesta en marcha de una nueva programación que incluiría actualidad de Salamanca y la región.
- Dos emisoras comunitarias, ambas con la marca: Onda Expansiva Radio, una de ellas elaborada en Valladolid y la otra en Burgos. A pesar de tener el mismo indicativo, no compartían tema ni objetivos.

## 7. Conclusiones y discusión

Después de examinar los primeros resultados, se puede afirmar que la oferta web con contenidos de proximidad de la radio de Castilla y León en Internet nos ha devuelto una imagen desvaída, sin señas de identidad y, en general, poco elaborada.

La presencia de emisoras nativas de Internet, sin matriz convencional, entre las direcciones web de radio de esa Comunidad, era realmente anecdótica.

Del análisis realizado se ha podido deducir que la radio de gestión pública en Internet, relacionada con esta Comunidad, era menos frecuente que la radio privada. Seguramente, la falta de una cadena pública de ámbito regional ha sido determinante para la obtención de este resultado.

Se ha echado de menos un sitio web de radio regional público o privado, con denominación de origen Castilla y León, con suficiente desarrollo de contenido informativo multimedia para que esta Comunidad Autónoma pudiera ser identificada desde fuera como una realidad autonómica diferenciada. La oferta regional de la radio pública de ámbito nacional, RNE, era insuficiente para satisfacer la necesidad de información regional de cualquier usuario interesado en contenidos multimedia, y no sólo de escucha en directo. La radio privada, que situaba los contenidos regionales en la página de Valladolid, tampoco colabora en el reconocimiento de esa identidad. No se ha podido, por tanto, confirmar la hipótesis de que la ausencia de una cadena autonómica de tipo generalista operando en la Comunidad fuera aprovechada por la radio pública o privada para ofrecer webs de carácter regional.

Las páginas que las cadenas de radio generalistas dedicaban en la web a las emisoras locales —contenidos de proximidad— eran pocas y aunque en diseño y colores mantenían una coherencia con la página nacional de la cadena, a simple vista y sin entrar en el análisis de contenido, la diferencia de recursos y volumen de contenido era más que notable. La cadena COPE era la que más desarrollaba sus páginas de radio con contenidos de proximidad, y Punto Radio la que disponía de más direcciones web.

La radio web especializada, local y regional, se nutría sobre todo de las páginas habilitadas por las emisoras comunitarias.

Salamanca resultó ser la provincia más nominada en las direcciones web de radio local de Castilla y León.

No eran muchas las emisoras municipales de esa Comunidad que habían llegado a la Red, pero las que lo habían conseguido se esforzaban por ofrecer condiciones arquitectónicas y de contenido, en ocasiones con mejores resultados que las páginas locales de las cadenas nacionales.

Tras la investigación llevada a cabo, la impresión general era que donde había recursos suficientes no existía interés por ampliar y acondicionar la información de proximidad de su oferta radiofónica y que, donde los medios escaseaban, sus responsables se esmeraban en ofrecer radio con todos los recursos multimedia y de interactividad propios de un cibermedio, bien con el empeño de apoyar un proyecto por razones altruistas o por la posibilidad de hacerlo rentable.



En este contexto de crisis económica en el que los ingresos por publicidad descienden en todas las cadenas comerciales, la opción de aprovechar las páginas web locales para este fin no es descabellada. Nadie mejor que los gestores locales para conseguir publicidad en entornos siempre complicados, pero que conocen a la perfección. Las webs locales de radio, muchas de ellas infrutilizadas, deberían al menos ofertar contenidos radiofónicos de proximidad adaptados a la web.

Más complicada parecía resultar la creación y subsistencia de las emisoras apoyadas exclusivamente en la plataforma de Internet. Como tendencia, se ha observado la concentración, en grupos de ámbito local o regional, de iniciativas mediáticas de distinta naturaleza que durante un tiempo crecieron separadas en la Red, pero que luego aunaron esfuerzos para ofrecer un producto multimedia más completo. Otra de las prácticas habituales era la utilización de las redes sociales como intermediarios necesarios y principales en la relación con sus oyentes y usuarios, también en la radio web local y comarcal.

El hiperlocalismo marca tendencia en la Red, y la radio de Castilla y León tiene cuerpo para ir a la moda.

## **8. Referencias bibliográficas y recursos electrónicos**

Almuíña, Celso et al (2008). La relevancia de los Medios de comunicación en Castilla y León. Valladolid: CES, Consejo Económico y Social.

Arboledas, Luis (2011). Poder político y estructura radiofónica en la convergencia de medios: el referente andaluz. En: Ortiz Sobrino Miguel Ángel y López, Nereida. (Editores) Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Madrid: Editorial Fragua.

AIMEC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2012). Radio Tradicional versus Radio Online. Disponible en: <http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradicional-vs-Online,196-.html> (10 de junio de 2012).

Badillo, Ángel, Pedrero, Luis y Fuertes, Marta (2009). La radiodifusión en Castilla y León. En: Badillo, A. et al. (Eds.) La industria audiovisual y publicitaria en Castilla y León. Salamanca: Universidad de Salamanca.

Cabrera, M<sup>a</sup>. Ángeles, (2005). Retos éticos del ciberperiodismo. En: Salaverría, Ramón. Cibermedio. El impacto de internet en los medios de comunicación españoles. Sevilla: Comunicación Social.

Campo, Manuel y Gallego, María (Directores) (2010). La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital. Madrid: Academia TV.

Cebrián, Mariano (2007). Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Madrid: Fragua.

Chomón, José. M<sup>a</sup>. (2011). Evolución y transformaciones de Radio 5 Todo Noticias. Una radio menos cercana. Madrid: Fragua.

Delgado, Oscar y Saiz, Jesús (2009). Radiografía de las emisoras de radio municipales de la Comunitat Valenciana. IV Congreso de la Cibersociedad: Crisis Analógica, Futuro Digital. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/radiografia-de-las-emisoras-de-radio-municipales-de-la-comunitat-valenciana/728/> (29 de febrero de 2012)

Díaz, María Jesús, Cornejo, F. Ignacio y Anguita, Concepción (2005). La radio en Castilla y León política y estructura desde el Estatuto de Autonomía. Segovia SEK-IE. Disponible en: [www.aeic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/355.pdf](http://www.aeic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/355.pdf). GONZAL (15 de enero de 2012).

Estudio General de Medios (EGM). Dispñible en: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> (15 de diciembre de 2012)

González Conde, Julia y Salgado Santamaría, Carmen (2011). Perspectiva de la comunicación radiofónica dentro de la evolución mediática. La figura del comunicador de información. En: Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y López Vidales, Nereida. (Ed) Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Madrid: Editorial Fragua.

González, Julia y Salgado, Carmen (2009). Redes de participación e intercambios en la radio pública: Los podcasting. En: Comunicar. Revista Científica de Educomunicación, n<sup>o</sup>. 33, 45-54.

López García, Xosé et al. (2005). Tipología de los cibermedios. En: Salaverría, Ramón (coordinador). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla, Comunicación Social.

López Vidales, Nereida (2011). La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos y nuevos perfiles para el medio más cercano. En: Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y

López Vidales, Nereida (editores). Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Madrid: Editorial Fragua.

Mattelart, Armand (2002). Ideología de la cultura global. En: Ramonet, Ignacio (ed). La post-televisión. Multimedia, Internet y Globalización Económica. Barcelona: Icaria-Antrazy, 83-109.

Morate, Ignacio (2012). Medios y cibermedios en la perspectiva autonómica: situación actual y tendencias en Castilla la Mancha. Tesis doctoral inédita. Madrid: Biblioteca

Histórica Marqués de Valdecilla. Moreno, Elsa (2005). La Radio y los modelos de programación radiofónica en Comunicación y Sociedad, Vol. XVIII, n<sup>o</sup>. 1, 61-111.

Ortiz Sobrino, Miguel Ángel (2011). La radio española en el umbral de la web 3.0. En: Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y López Vidales, Nereida. (ed). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era*. La democratización de los contenidos. Madrid: Editorial Fragua.

Salgado, Carmen (2010). Presencia innovación y estrategias de producción de los podcasting en la radio pública y privada a través de su convergencia multimedia. En: Cebrián, Mariano (Director) *Desarrollos del periodismo en internet*. Zamora: Comunicación Social (1ª edición).

Sierra Bravo, Restituto (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid, Thomson.

### **Referencia de este artículo**

Sagristán Salgado, Rosario, Ortiz Sobrino, Miguel Ángel, y Salgado Santamaría, Carmen (2013). La radio de Castilla y León en Internet. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº5. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 91-109. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.7>