

La mediamorfosis de la radio local. Una perspectiva desde el contexto de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal¹

TERESA PIÑEIRO-OTERO

Profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidade da Coruña

Teresa.pineiro@udc.es

Artículo recibido el 21/04/15 y aceptado el 10/06/15

Resumen

El presente artículo trata la expansión de la radio de proximidad en internet desde la perspectiva de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal. A partir de las dos vertientes de la radio local, contenidos de proximidad y medio comunitario-participativo, se ha efectuado un análisis de contenido de los sitios web de 65 emisoras convencionales, 37 gallegas y 28 portuguesas. Este estudio nos ha permitido constatar la limitada adaptación de la radio local a la red en lo que respecta a la multimedialidad e interactividad de sus contenidos, así como a las posibilidades de interacción de sus oyentes-usuarios.

Palabras clave

Mediamorfosis, radio local, contenidos, interacción, Eurorregión.

Abstract

This article focuses on the expansion of proximity radio to the internet from the perspective of the Galicia-Northern Portugal Euro-Region. Starting from both sides of local radio, namely local content and a medium for community participation, a content analysis was carried out of the websites of 65 traditional radio stations, 37 of them Galician and 28 Portuguese. This study has verified the limited adaptation of local radio to the internet in terms of multimedia and interactivity of its content, as well as the possibilities for its listeners-users to interact.

Keywords

Mediamorphosis, local radio, content, interaction, Euro-Region.

1. Introducción

En julio de 2014 Radio Valga se convertía en líder de audiencia *online* en la aplicación radios.net y en su página web. Con más de 1.500 visitas,² la emisora municipal de Valga — un ayuntamiento de Pontevedra de 6.000 habitantes— encabezaba una lista de 427 radios españolas, de diversa tipología y alcance.³

La emisión de *Palco de Estrelas*, espacio musical sobre las orquestas gallegas, situó en diversas ocasiones a Radio Valga entre las veinte emisoras más escuchadas en un *ranking* diario de ámbito global.⁴

La apuesta de esta emisora municipal por difundir su señal en directo a través de este sitio web la convirtió, de forma espontánea, en un ejemplo de *glocalización* tanto desde la perspectiva del mercado como de la cultura (Castells 2005).

Si, como señala Fernet-Betancourt (2002), la *glocalización* constituye una oportunidad única para universalizar lo local y localizar lo universal, es en internet donde se materializa dicho fenómeno (Terol 2014). En la red, los *media* pueden amplificar el alcance de sus contenidos locales a una comunidad mundial, al tiempo que facilitan a sus usuarios el seguimiento de temas de carácter global sin salir de su sitio web.

La irrupción de internet en el ecosistema mediático supuso

el inicio de un proceso de transformación de los medios y sus profesionales para adaptarse a las potencialidades de la web. Este proceso de *mediamorfosis* (Fidler 1997), en el que todavía nos encontramos, ha llevado la radio a buscar nuevas fórmulas comunicativas para adaptarse a este nuevo contexto y desarrollar un lenguaje y una expresividad propios.

Aunque inicialmente las radios utilizaron las páginas web para tener presencia *online* y difundir su emisión en directo o *simulcast* (Franquet 1999), enseguida comenzaron a experimentar con las posibilidades del medio digital, sus concepciones temporales y dispositivos tecnológicos (Alves 2003).

2. Del medio sonoro a la R@dio

En internet la radio perdió la fugacidad que la caracterizaba con la aparición de nuevas fórmulas de distribución *on demand* que permiten personalizar la escucha, así como el momento, lugar y dispositivo de consumo. Si bien el *podcasting* flexibilizó el medio para una experiencia personal y móvil, también en entornos *offline* (Gallego 2012; Sellas 2012), el desarrollo de la banda ancha y la conectividad de los dispositivos portátiles han situado el *streaming* como motor de la radiofonía *online* (Cordeiro 2012).

Las emisoras combinan tecnologías y plataformas de distribución para ampliar su alcance y repercusión, tanto desde la perspectiva de servicio público como de sus beneficios económicos (Bonet y Quijada 2011). En internet la radio ha superado algunas limitaciones del medio convencional, como la restricción geográfica,⁵ determinada por el alcance de emisión, o la ocupación y regulación del espectro radioeléctrico.

El aspecto tecnológico, en este caso, se supedita a la capacidad del propio medio para desarrollar su potencial comunicativo con el sonido como punto de anclaje (Cebrián Herreros 2008; Reis 2014b).

Más allá de las nuevas fórmulas de distribución de contenidos *online*, el traspaso de la radio hertziana a la red ha conllevado la adopción de sus potencialidades multimedia e interactivas, tanto en su mensaje como en la relación que establece con los oyentes-usuarios (Nyre y Ala-Fossi 2008; Priestman 2002).

El medio digital provee a la radio de un escenario idóneo para interactuar y generar nuevas dinámicas con sus radioescuchas, especialmente en el ámbito de las plataformas sociales (Monclús *et al.* 2014). En este contexto los oyentes pueden asumir un papel activo y participar tanto en la creación de los contenidos del medio (*User Generated Content*) como en su distribución a través de sus redes personales (*Used Distributed Content*).

Interactividad, convergencia y *cloud computing* dan lugar a un nuevo concepto de radio o de R@dio, como lo denomina Cordeiro (2012, 503), que conjuga “sonido e imagen, es [más] interactiva, [más] participativa, compartible, asíncrona, repetible, reproducible, inspeccionable, personalizable, discontinua, hipertextual, no lineal, convergente y bajo demanda”.

En la era de la portabilidad (Kischinhevsky 2009) esta r@dio se hace móvil al expandir su universo a *smartphones*, *tablets* y otros dispositivos multimedia a través de aplicaciones que optimizan el acceso a sus contenidos y servicios. Con el salto a los dispositivos móviles la radio gana en conectividad, flexibiliza e intensifica el consumo del medio, multiplica las opciones de personalización e integra nuevas funcionalidades basadas en la tecnología de geolocalización, en una experiencia única perfectamente imbricada.

Conscientes de estas potencialidades, las marcas radiofónicas convencionales muestran un creciente interés hacia la red, sus múltiples canales, plataformas y contenidos, como un medio estratégico para la atracción y consolidación de comunidades de oyentes-usuarios (Martínez Costa, Moreno y Amoedo 2012).

En este marco han sido diversos los autores que han estudiado la transposición del medio sonoro a la plataforma web y —en menor medida— móvil, así como su impacto en las emisoras convencionales de radio. Unas aproximaciones que abordaron diversos aspectos de la *mediamorfosis* —la transformación del paradigma comunicativo, la distribución de contenidos o la participación de la audiencia, entre otros— desde la perspectiva de las principales marcas radiofónicas de cobertura estatal o autonómica.

Pero ¿qué sucede con la radio local? ¿Qué impacto tiene la *mediamorfosis* en las emisoras de proximidad?

El presente trabajo ha tenido por objeto analizar la transposición de las radios locales de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal a la plataforma web y móvil, especialmente en lo que se refiere a la *multimedialidad* de los contenidos y a la interacción-participación de sus públicos.

Partimos de la concepción de la Eurorregión como una estructura de cooperación transfronteriza de dos territorios, pertenecientes a diferentes estados, con características comunes que exigen la colaboración más o menos institucionalizada de ambas regiones.

La zona de cooperación Galicia – Norte de Portugal⁶ favorece el encuentro económico, social y cultural de las entidades, empresas y ciudadanos a ambos lados de la frontera.

La proximidad real entre estos territorios favorece la recepción de la señal de emisoras del país vecino. Si bien este desbordamiento estimula la familiaridad cultural y aproxima ambos territorios, también puede generar un conflicto transfronterizo en un contexto de espectro radioeléctrico limitado. Este conflicto desaparece en el ámbito de la radiodifusión *online*.

3. Una breve aproximación a la radio local en España y Portugal

Cuando hablamos de radio local nos referimos a un conjunto heterogéneo de emisoras de diversa gestión, estructura y contenidos, entre las que se encuentran las estaciones municipales, asociativas, libres, educativas, etc. Todas estas emisoras cuentan con un denominador común: una cobertura limitada que restringe su ámbito de actuación desde una perspectiva geográfica, aunque amplía sus potencialidades en lo que respecta a la dinamización social (Bonet 2004). Como señala Flichy (1981), estas radios cuentan con un papel relevante en el estímulo de la vida social y las iniciativas locales y, por extensión, en la cohesión de la comunidad y el estímulo del sentimiento de pertenencia.

En este sentido, Bonet (2004) propone el empleo de la denominación de “radio de proximidad”, nomenclatura que remite a uno de los aspectos clave de esta tipología de emisoras: la lógica de difusión de sus contenidos y su proyección en la programación e información. Las radios locales se centran en la información de proximidad y abordan determinados temas y perspectivas de interés para la comunidad a la que dan servicio (Bonixé 2006).

El otro aspecto es el de la radio local como medio comunitario o participativo. Estas radios se conciben como una plataforma plural, alternativa a los medios *mainstream*, que dota de voz a la ciudadanía en el debate social y político, integrando a los diversos colectivos (Buendía y Pino 2008). Siguiendo a Del Barco (2014), la radio de proximidad constituye un pilar para el empoderamiento de la ciudadanía y contribuye a la vertebración territorial y la construcción de una comunidad participativa.

El origen de las radios locales suele situarse en procesos

dinámicos de desarrollo ciudadano o en iniciativas particulares dentro de la comunidad. No obstante, la estructuración y desarrollo de estas iniciativas presentan divergencias atendiendo a sus objetivos y el contexto en el que se enmarcan. En este sentido el estudio de la radio local en la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal exige efectuar una breve aproximación a las particularidades del sector radiofónico español y luso.

En España la radio tiene una fuerte base local pero con vocación estatal. Desde sus inicios la radio española se caracterizó por su esencia local debido a condicionamientos tecnológicos (escaso alcance de las frecuencias) y políticos. A partir de la década de los ochenta se inició un proceso de concentración que resultó en un oligopolio estatal sustentado en una red de emisoras locales. Más que por la consecución de licencias, las principales marcas radiofónicas han incrementado su alcance e influencia a través de acuerdos concretos con radios locales. Se establece así un sistema de emisión en cadena con desconexiones (locales, autonómicas) para determinados contenidos.

Paralelamente, a finales de la década de los setenta se produjo una eclosión de emisoras de proximidad de diversa índole —municipales, comunitarias, educativas, asociativas— que asumieron el servicio a la comunidad local (Franquet 2008). Algunas de estas radios, que *okuparon* las ondas, pudieron regularizar su situación gracias a la creación de un marco legislativo específico y la concesión de licencias. No obstante, otras han sido discriminadas en el reparto de frecuencias, como sucedió en el concurso desarrollado por la Xunta de Galicia entre 2011 y 2013, que abocó a las emisoras no comerciales a la ‘piratería’ (Calvo 2011).

En Portugal, la radio local vivió tres fases diferentes de desarrollo. La primera se corresponde con la eclosión de la radiofonía portuguesa, momento en que aparecen emisoras locales de dimensiones estructurales y financieras reducidas (Reis 2014a). Esta etapa finalizó en 1975 con el decreto de nacionalización de la radio.⁷

Desde este momento y hasta 1988, con el inicio del proceso de regularización, se crearon diversos tipos de emisoras “pirata” respaldadas por pequeñas empresas, iglesia, periódicos locales,

clubs deportivos, asociaciones culturales, administraciones locales, etc. (Bonix 2014). En enero de 1989, después del apagón de las emisoras pirata (24 de diciembre de 1988), comienza una nueva etapa en la radiofonía lusa con un importante peso de la radio de proximidad (Reis 2014a). De hecho, la radio portuguesa cuenta con una fuerte base local “real” en la que la emisión en cadena apenas tiene incidencia.

Más allá de las diferencias en la estructura de los sectores radiofónicos ambos contextos, español y luso, tienen en las emisoras de proximidad su principal baza para redimensionar “el carácter local y público de la comunicación, como también el quehacer de los actores sociales que interactúan con y desde ellas” (Buendía y Pino 2008, 86). Una función que acompañará a la radio local en su traspaso a la radiofonía *online*.

4. Materiales y método

Para analizar la transposición de las radios de proximidad de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal (en adelante Eurorregión) a la red se ha efectuado un estudio exploratorio, de carácter cuantitativo, de sus páginas web y su oferta de aplicaciones móviles utilizando el análisis de contenido como método de investigación. Este método permite examinar, de forma sistemática, los ‘significados’ y ‘significantes’ (análisis de procedimientos, de las convenciones, de los rasgos formales) de cualquier texto (Igartua Perosanz 2006).

Como afirma Mata (1993), la radio, además de un medio de comunicación, puede plantearse como una práctica significativa y una experiencia cultural. Esta perspectiva se reflejó en la elección de la radiofonía local de la Eurorregión como objeto de estudio. Además de la proximidad a la muestra de análisis y el interés por comparar dos contextos estatales diferentes, consideramos para esta elección la existencia de una cultura común [gallega-portuguesa] con un fuerte peso de la oralidad.

4.1. Acotación de la muestra

La acotación de la muestra de estudio constituyó una de las partes más complejas de este trabajo debido a lo genérico de la denominación *radio local* y a las particularidades del sector radiofónico español. Si bien la selección de las radios portuguesas se basó en los datos de la Autoridade Nacional de Comunicações,⁸ eliminando aquellas emisoras inactivas en octubre de 2014, en el caso de las radios gallegas este proceso se complicó por la limitada correspondencia entre la asignación de frecuencias y la ocupación real del espectro radioeléctrico.⁹

Esta falta de correspondencia nos llevó a contrastar los datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo con información de prensa, páginas web de ayuntamientos, cadenas radiofónicas estatales y autonómicas, *sites* como *Guía de la Radio* o *Info de la radio* y nuestra propia experiencia como radioyentes, para determinar qué radios (con o sin frecuencia adjudicada) contaban con emisión regular en noviembre de 2014.

El siguiente paso, en la selección de la muestra, fue la

Tabla 1. Tipología de radio local por contenidos-cobertura

Tipos de radio local por contenidos-cobertura	
Auténticamente local, por cobertura y/o contenidos	
Local por desconexión	De la red autonómica De la red estatal
Local por desconexión publicitaria	
Por conexión	
Por compra o intercambio de programas producidos por otras radios locales	

Fuente: Bonet 2004.

acotación del concepto *local*. Si bien muchas de las radios estatales y de emisión autonómica con cobertura en Galicia ofrecen desconexiones locales —para informativos y otros contenidos—, optamos por limitar el objeto de estudio a las radios de proximidad de cara a promover su comparabilidad (entre ellas y con las radios portuguesas).

Esta acotación no implica la supresión total de la emisión en cadena. En efecto, resulta reseñable el proyecto *Radiofusión*, iniciativa de la Asociación de Emisoras Municipales Galegas (EMUGA) para el desarrollo común y eficiente de contenidos, de vocación local, con los que ocupan una parte importante de su programación. Asimismo, resulta destacable la existencia de dos cadenas locales —de iniciativa privada— que tienen su principal ámbito de actuación en la provincia de Pontevedra: Si Radio (con emisoras en las comarcas de Salnés, Condado, Paradanta y los concellos de Crecente y Arbo) y Vía Radio (con presencia en Vigo, Pontevedra, Pontearreas, A Guarda y Ourense). Estas cadenas cuentan con una única página web para todas sus emisoras, por lo que abordamos su análisis como si se tratase de una única radio.

En el caso de *Radiodifusión*, su sitio web cuenta con espacios individuales para las emisoras asociadas a EMUGA, lo que nos llevó a considerarlos unidad de análisis en aquellas emisoras municipales carentes de web propia.

Una vez acotada la muestra de radios de proximidad de la Eurorregión activas en octubre-noviembre (tabla 2), y atendiendo al objeto de estudio, seleccionamos aquellas emisoras con un espacio en la red para la distribución de sus contenidos sonoros. Basamos esta selección en el hecho de que el sonido constituye el elemento característico de la radio, también en la web (Reis 2014b).

Finalmente, el último paso fue acotar la muestra atendiendo al contenido de la radio. Si, como señalan Chantler y Harris (1997), la información constituye el elemento diferenciador de la radio local en un contexto de saturación mediática, consideramos más relevante conocer cómo se está adaptando a la red la radio hablada de proximidad que su homóloga musical.

Tabla 2. Tipología de emisoras de proximidad Galicia – Norte de Portugal

Tipología de emisoras	Galicia	Norte de Portugal
Educativas	3	2
Religiosas	1	0
Libres	8	0
Municipales	28	0
Locales	3	55
Musicales	3	4
Cadena local	2	0
Regional	0	2
Otras	2	0
Total	50	63

Fuente: elaboración propia.

En definitiva, este proceso de acotación múltiple llevó a la selección de una muestra de análisis de 65 radios convencionales (37 gallegas y 28 portuguesas), habladas, que distribuyen sus contenidos sonoros en la red.

4.2. Herramientas

Para estudiar la adaptación de las radios de proximidad de la Eurorregión a la radiofonía *online* estructuramos una ficha de trabajo en torno a los dos aspectos clave de la radiomorfosis (Prata 2008): el ámbito de los géneros y la interactividad. Además de ambos aspectos, que remiten a las dos vertientes de la radio local (contenidos y participación), se efectuó una aproximación básica a la oferta de aplicaciones móviles.

- Géneros: difusión de contenidos sonoros (*directo, streaming, podcast*), empleo de texto, imagen, vídeo, integración de *plugins* de otras plataformas, expansión a otras plataformas, etc.
- Interactividad: posibilidades de interacción en contenidos del medio (valoración, voto, comentario, formulario), previsión de mecanismos de participación (*User Generated Content*), compartibilidad (*User Distributed Content*), integración de redes sociales (*plugin, icono*), etc.
- Oferta de aplicaciones para dispositivos móviles.

En una segunda fase, desarrollamos una clasificación de estas emisoras en función de su grado de adaptación a la radiofonía *online*. En este sentido han sido diversos los autores que han propuesto una clasificación de las marcas radiofónicas convencionales atendiendo a su desarrollo en el medio *online*. La de Bulck y Hermans —la única específica de la radio local— señala tres posibles fases de evolución de la radio que no conllevan la distribución de contenidos sonoros.

Las restantes clasificaciones se refieren a la evolución de la radio *online* en términos de su adaptación a la *multimedialidad* (géneros) e interactividad del medio digital. Una dualidad que hemos trasladado a nuestra propia clasificación.

Para evaluar el grado de apropiación de la plataforma web por parte de las radios de proximidad, hemos efectuado una doble escala de valoración atendiendo al ámbito de los géneros y la interactividad.

En lo que se refiere al ámbito de los géneros, hemos considerado la emisión en directo como la fórmula básica de comunicación de las radios en la web. El grado máximo de apropiación, en este caso, lo hemos acotado a la incorporación de diversos contenidos en formato de imagen, texto o vídeo, además del acceso a todos —o prácticamente todos— sus programas *on demand*.

Respecto a la interactividad, nos hemos basado en la clasificación de Chung (2008), quien señala tres categorías de cybermedios: de interactividad baja (guardar y descargar contenidos), media (valorar, responder a encuestas, otro tipo de interacciones automatizadas) y alta (redistribuir contenido, comentarios, chats, etc.). Asimismo, basándonos en la idea de la participación como un paso más en la relación de los oyentes

Tabla 3. Clasificación de las radios atendiendo al grado de apropiación de la plataforma

Bulck y Hermans (2011)	Portela (2006)	Cordeiro (2004/2011)	Franquet (1999)	Cebrián Herreros (2008)
Sin sitio web				
Con sitio web de contenidos limitados. <i>Homepage</i> o estructura sencilla. Sin sonido	Nivel mínimo. No tiene emisión o la emisión es en una plataforma externa	Testimonial	<i>Sites</i> de radios	
Con sitio web de contenidos avanzados. Estructura más avanzada, contenidos en diversos lenguajes				
Con contenido en vivo	Nivel básico. Sitio web con <i>homepage</i> o estructura sencilla. Escuchar la emisión en directo	Multimediatío	<i>Bitcaster</i> en directo	Radio por internet (solo emisión)
<i>Streaming</i> <i>Podcast</i>	Nivel medio. Multiplican contenidos en diversos lenguajes (imagen, texto, vídeo, archivo de programas, contacto por correo electrónico y cuestionarios)		<i>Bitcaster</i> bajo demanda	Radio en internet (incorpora herramientas de interacción y permite acceso a la programación)
	Nivel avanzado. <i>Multimedialidad</i> e interactividad completa	R@dio	<i>Bitcaster</i> integral (directo y bajo demanda)	Ciberradio

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Categorías de valoración de la apropiación de la web —géneros e interactividad— por parte de las emisoras locales

	Géneros	Interactividad-participación
0	<i>Autoplay</i> directo	No
1	Conectar directo	Valorar, votar, “Me gusta”
2	Incorporación de contenidos en texto, imagen, vídeo	Comentarios, foro, <i>plugin</i> RSS o <i>shareability</i> (interacción en el medio o participación en distribución de contenidos)
3	Acceso a audio en <i>streaming</i>	Comentarios, foro, <i>plugin</i> RSS + <i>shareability</i> (ambos)
4	Radio <i>on demand</i> (principales programas en <i>streaming</i> o <i>podcast</i>)	Participación en los contenidos del medio

Fuente: elaboración propia.

con los productores del medio, que requiere un mayor nivel de compromiso, fijamos la máxima valoración para aquellas radio-webs con mecanismos para el *User Generated Content*. Una funcionalidad que adquiere particular relevancia en el ámbito de la radio de proximidad dado su componente comunitario y participativo.

Cada una de estas categorías se considera un paso más en la apropiación de la radio-web, que integra el anterior, pero incorporamos una valoración intermedia (0,5) para marcar particularidades. Por ejemplo, aquellas radio-webs que cuentan con distribución de audio en *streaming* pero no en directo.

5. Las radios de proximidad en la web. Géneros

En su salto a la web las radios de la Eurorregión cuentan con una importante base sonora. Todas las radios analizadas difunden algún tipo de contenido de audio, ya sea en directo (un total de 57 radio-webs, 27 gallegas y 30 lusas) como bajo demanda (49 emisoras, 28 gallegas y 20 portuguesas).

El *streaming* se refrenda como el formato más habitual de distribución de contenidos bajo demanda. El 75% de las webs analizadas (41 desde la propia web, 22 gallegas y 19 lusas, y 7 emisoras más a través de *plugins* externos, 6 gallegas y 1 portuguesa) integran algún tipo de contenido en este formato, un empleo que contrasta con la limitada presencia de *podcasts* (3 emisoras, 1 gallega y 2 portuguesas). Sin embargo, la asociación del consumo no lineal con el *podcasting* ha llevado a identificar como tal otra tipología de archivos sonoros que, si bien permiten su descarga, no son contenidos sindicados (característica definitoria del *podcasting*).

Pese a la importante implantación de los contenidos bajo demanda, solamente ocho de las páginas analizadas se corresponden con una verdadera radio a la carta, al distribuir tanto la información de actualidad como sus principales programas *on demand*. El resto de las emisoras se limitan a vehicular algunos contenidos, sean noticias, programas, entrevistas, fragmentos de competiciones deportivas e —incluso— plenos municipales.

Además de los tipos de distribución previstos desde sus propias web, 33 de las emisoras analizadas (22 gallegas y 11 portuguesas) han ampliado su universo *online* a otras plataformas web de audio. Herramientas como TuneIn (empleada por 6 emisoras gallegas y 9 lusas) o iVox (empleada por 10 emisoras gallegas) permiten a las radios replicar su emisión en la red, generar una biblioteca con sus contenidos para su consumo en *streaming*, su descarga, o la automatización del proceso a través de *podcasts*. En menor medida, también se ha registrado el empleo de otros servicios sonoros como Livestream (4 emisoras gallegas), MixCloud (2 emisoras gallegas), SoundCloud, MySpace o Cotonete (presentes en 1 emisora lusa cada una), para la distribución de audio en *streaming*.

La gratuidad de dichas herramientas, su facilidad para la integración dentro de un determinado sitio web (como *plugin* o contenido embebido) y sus posibilidades de socialización,

constituyen una oportunidad para las emisoras de proximidad en la red, tanto desde la perspectiva de los contenidos como de la interactividad de sus públicos.

Respecto al empleo de otros lenguajes, se puede señalar una importante integración de contenidos de texto e imagen en los sitios web analizados. El 80% de la muestra (52 emisoras, 24 gallegas y 28 portuguesas) incorporan textos e imágenes en sus *sítes*, ya como introducción de los contenidos de audio, la emisora o los locutores (21 radio-webs, 8 gallegas y 13 lusas) ya como contenidos independientes (31 emisoras, 16 gallegas y 15 portuguesas).

Resulta destacable la relación de interdependencia que se establece entre los textos y las imágenes. Los textos de introducción o sumarios suelen acompañarse por imágenes estilo icono, para identificar programas, locutores, secciones dentro de la página web, etc., mientras que las noticias o contenidos de mayor entidad integran fotografías que complementan dichas informaciones. Por su parte, los contenidos en formato audiovisual cuentan con una menor presencia en las radio-webs de proximidad, especialmente en las emisoras gallegas (2 radio-webs frente a las 14 portuguesas).

Finalmente, el análisis de la oferta de aplicaciones para dispositivos portátiles nos ha permitido señalar una escasa implantación de la radio móvil entre las emisoras de proximidad. Solamente 9 radios (6 gallegas y 3 lusas) han ampliado su presencia a los dispositivos móviles, a través de la oferta de una aplicación propia. Estas aplicaciones son muy sencillas, con una mayor incidencia de las web-apps que permiten el acceso desde los diversos sistemas operativos móviles a la emisión de la radio en directo.

6. Las radios de proximidad en la web. Interactividad

En lo que se refiere a la interactividad, debemos señalar un empleo limitado de las posibilidades de interacción, participación en los contenidos y compartibilidad prevista por el medio digital.

Prácticamente la mitad de las emisoras analizadas (34 radios, 17 gallegas y 17 lusas) prevén alguna opción de interacción con sus contenidos, siendo más habituales las opciones automatizadas (valorar, votar, me gusta) que los comentarios (posibles en 13 radio-webs gallegas y 9 lusas).

La incorporación de las redes sociales al ámbito de la radiofonía *online* ha permitido complementar las posibilidades de interacción de los sitios web, con la incorporación de *plugins* sociales o iconos que facilitan el acceso del oyente-usuario a la conversación social. En este sentido, el 44% de las radio-webs analizadas (29 emisoras, 12 gallegas y 17 lusas) integran un acceso a sus canales sociales en la web, especialmente en lo que respecta a Facebook (12 radio-webs gallegas y 17 portuguesas) y —en menor medida— Twitter (8 emisoras gallegas y 9 lusas).

Este número de emisoras se reduce notablemente si atendemos

a la participación de los usuarios en los contenidos del medio. Solamente cinco emisoras, todas ellas españolas, prevén algún tipo de funcionalidad para facilitar y estimular el *User Generated Content*. Si bien la incorporación de un apartado de contacto con un formulario web o el correo electrónico de la emisora permite la participación de los oyentes-usuarios, ésta no suele ir acompañada de un *call to action* que estimule su actividad y los anime a enviar sus propios contenidos.

La incorporación de fórmulas de interacción a través de la red, como el correo electrónico o los formularios web, ha sustituido el contacto telefónico en 12 de las radios analizadas (9 gallegas y 3 portuguesas). Esta circunstancia, que puede explicarse por la limitada infraestructura con la que cuentan algunas de estas radios, elimina la fórmula de participación radiofónica por excelencia. En efecto, siguiendo a Tolson (2006), la llamada telefónica constituye el modo más poderoso de participación, dado que limita el control e injerencia de los productores del medio en el mensaje del oyente.

Además de la interacción con los contenidos de la radio, el 47% de las páginas (31 radio-webs, 14 gallegas y 17 lusas) incorpora opciones de compartibilidad que facilitan la distribución de sus contenidos entre la red social de los oyentes-usuarios. Las opciones de *User Distributed Content* que prevén estas emisoras son bastante básicas, y principalmente permiten la redifusión de sus contenidos textuales a través del correo electrónico, Facebook y Twitter.

7. La *radiomorfosis* web de las emisoras gallegas y portuguesas

Los datos recabados en el análisis de contenido nos permitieron valorar el grado de adaptación de las emisoras de proximidad

a la plataforma web. Esta valoración ha permitido señalar divergencias en la *mediamorfosis* de la radiofonía local gallega y lusa.

En cuanto a la adaptación de las radios gallegas al medio digital, podemos señalar cierta convergencia entre emisoras (gráfico 1). En su mayoría, las webs analizadas (25 emisoras) integran contenidos en diversos formatos (texto, imagen y audio) e incluso prevén diversas fórmulas de interacción o compartibilidad (17 y 14 emisoras, respectivamente).

Más concretamente, el 59% de las radio-webs gallegas (un total de 19) cuentan con una valoración superior a 2 en el ámbito de los géneros, algo que solamente sucede en el 30% de las emisoras (un total de 11) si atendemos a la interactividad-participación.

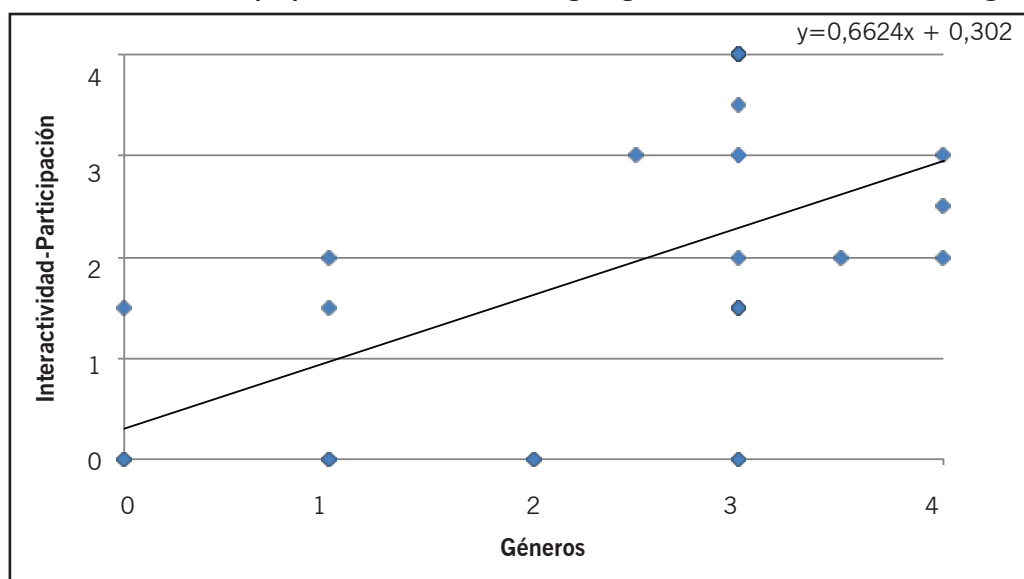
En este sentido podemos hablar de un nivel medio-alto de apropiación de la plataforma digital por las emisoras gallegas, aunque con algunas divergencias.

Por una parte, aunque se pueden señalar tres radio-webs que presentan una máxima adaptación desde la perspectiva de los géneros —configurándose como verdaderas radios multimedia a la carta— y otras cinco emisoras que prevén fórmulas para el *User Generated Content*, ambas perspectivas no llegan a confluir. No existe ninguna radio de proximidad gallega que presente el máximo grado de desarrollo en la web.

Por otra parte, todavía debemos reseñar la existencia de seis emisoras gallegas que, aunque han adaptado sus contenidos al medio digital (dos de ellas incluso presentan una adaptación media-alta en el ámbito de los géneros), no han prestado atención a las posibilidades de interacción. Estas emisoras obvian una de las oportunidades de la radio de proximidad para conformar y cohesionar una comunidad de radioyentes activa y participativa.

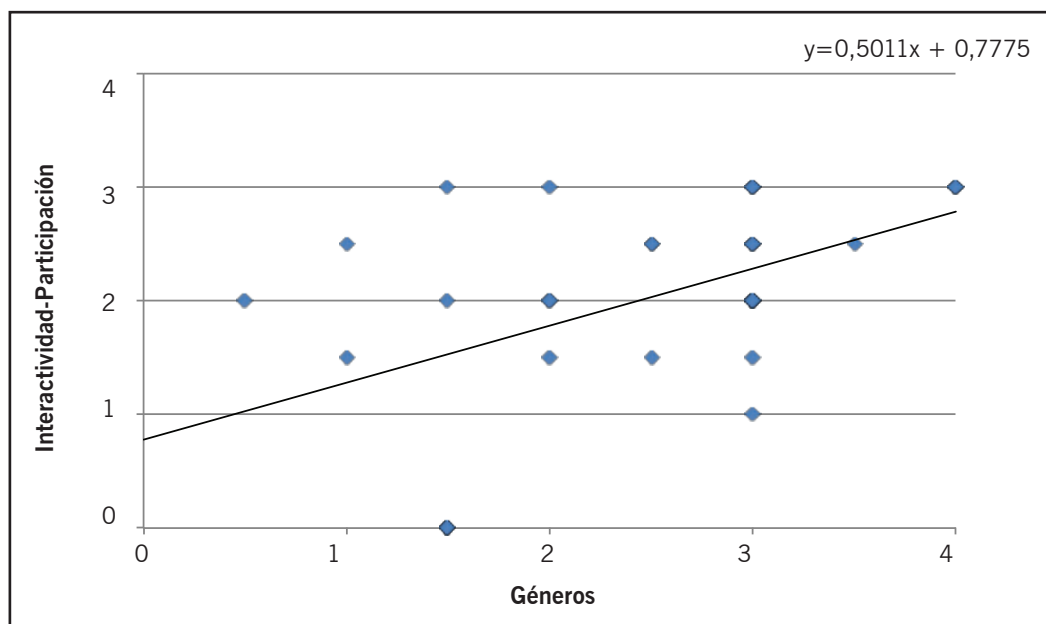
En su adaptación a la web, las emisoras portuguesas presentan

Gráfico 1. Grado de apropiación de las emisoras gallegas de la web atendiendo a los géneros-interactividad



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2. Grado de apropiación de las emisoras portuguesas de la web atendiendo a los géneros-interactividad



Fuente: elaboración propia.

una mayor heterogeneidad que sus homólogas gallegas. En efecto, como refleja el gráfico 2, existen importantes fluctuaciones en lo que respecta a los géneros. Las radios de proximidad portuguesas presentan una morfología y estructura diversa que va desde páginas muy simples, en las que la emisión en directo se efectúa a través de un *plugin* de otra plataforma web (2 radio-webs), a auténticas radios a la carta que no solo incorporan contenidos en formato texto, imagen o vídeo, sino que permiten el acceso a toda —o prácticamente toda— la emisión bajo demanda (3 radios). En cualquier caso, la configuración más habitual es la de una radio que conjuga emisión en directo con algunos contenidos informativos en formato texto, imagen o audio en *streaming* (13 sitios web, que suponen el 46%).

En el ámbito de la interacción-participación debemos hablar de una fase intermedia en la apropiación de la plataforma web por las emisoras lusas, situándose el 71% de la muestra (20 emisoras) en el intervalo comprendido entre el 1,5 y el 2,5. Ninguna de las radio-webs analizadas prevé fórmulas para estimular la intervención de los oyentes-usuarios en los contenidos del medio. Asimismo, resulta destacable el hecho de que once emisoras (49%) suplan las posibilidades de interacción de la propia web (valoración, encuestas, comentarios) con la integración de un *plugin* o *plugins* sociales. La integración de esta pantalla social, aunque se corresponde con un nivel de interactividad alto (Chung 2008), traspasa la conversación a una plataforma externa a la propia radio-web.

8. Conclusiones

El proceso de concentración radiofónico vivido en las últimas

décadas ha puesto en manos de los grandes grupos multimedia el devenir de la radio y su *mediamorfosis*. Al igual que las grandes marcas, las emisoras de proximidad han orientado su desarrollo al medio digital con la creación de sus propios espacios en la red. En lo que respecta a la plataforma móvil, el desarrollo de la radio local se encuentra en una fase preliminar.

En el contexto de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal, seis de cada diez radios locales con emisión convencional han ampliado su presencia en la red a través de la creación de un sitio web propio. El salto de la radiofonía hertziana a la web ha tenido mayor relevancia en el contexto gallego, donde el 80% de las emisoras de proximidad cuentan con un espacio en internet frente al 51% de las portuguesas. Una diferencia que se minimiza si atendemos a la adaptación de estas emisoras a la plataforma web.

El 59% de las emisoras gallegas y el 46% de las lusas combinan en su sitio web la distribución de la señal en directo con contenidos en formato texto, imagen y audio para un consumo personalizado. Asimismo, el estudio desarrollado ha permitido registrar seis radio-webs (distribuidas equitativamente) que han logrado una apropiación real de la plataforma en lo que se refiere a la distribución de contenidos. Pese a que las emisoras analizadas presentan una adaptación media-alta a la web, aún no podemos hacer referencia a una radio multimedia a la carta (ciberradio, bitcaster integral o R@dio), en tanto que la multimedialidad es limitada, así como el tipo de contenidos *on demand* que dichas radio-webs ofrecen.

En lo que se refiere a la interactividad-participación, las emisoras de proximidad han incorporado diversas fórmulas para la interacción de los oyentes-usuarios con el medio y sus contenidos. Sin embargo, éstas difieren bastante de las posibilidades reales que brinda la web. El 35% de las radio-

webs gallegas y el 32% de las portuguesas no incorporan la opción de comentar sus contenidos, limitándose a otras fórmulas de interacción automatizadas que requieren un menor compromiso de y con los oyentes-usuarios. Respecto a la participación, solamente el 8% de las emisoras analizadas — todas ellas gallegas— prevén posibilidades de intervención en los contenidos del medio de forma directa.

En esta línea, una de cada dos emisoras locales portuguesas ha intentado paliar la carencia de mecanismos de interacción-participación de sus sitios web con la integración de *plugins* de otras plataformas sociales.

El salto de las emisoras de proximidad de Galicia y Norte de Portugal al medio interactivo por excelencia, así como la incorporación de múltiples herramientas y canales sociales, no se ha reflejado en una radio más participativa. Como señalan Willians (2013) y Tolson (2006), la intervención telefónica —una fórmula desaparecida en el 18% de las radios de la muestra (9 gallegas y 3 portuguesas) — constituye el modo más inmediato y espontáneo de participación en la radio, un tipo de interacción que dota a los oyentes de mayor control que el correo electrónico, las redes sociales o WhatsApp.

Así como los servicios de distribución de audio 2.0 constituyeron una oportunidad para la *mediamorfosis* de las radios de proximidad, las emisoras de la Euroregión Galicia – Norte de Portugal deben apropiarse de las herramientas de interacción social y emplearlas de forma estratégica para la consecución de una radio más participativa. En definitiva, la construcción de una radio por y para la comunidad local.

Notas

1. Estudio desarrollado en octubre-noviembre de 2014 durante una estancia en el Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade de la Universidade do Minho, financiada por el Programa IACOBUS de la Agrupación Europea de Cooperación Territorial Galicia – Norte de Portugal.
2. Estas plataformas computan como visitas aquellos accesos al reproductor de una determinada radio que se prolonguen por más de un minuto.
3. Seguida por Cadena SER Madrid AM y Radio Cadena COPE AM con 1.226 y 853 visitas, respectivamente.
4. Ranking de 18.000 emisoras de todo el mundo, excepto Brasil.
5. No obstante, se ha constatado que algunas radio-webs aplican restricciones en el acceso a determinados contenidos si éste se efectúa desde una IP extranjera.
6. La NUTSIII (Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas) del Norte de Portugal abarca las regiones de Minho-Lima, Cávado, Ave, Grande Porto, Tâmega, Entre Douro e Vouga, Douro y Alto Trás-os-Montes.
7. Decreto-Lei nº 674-C/75 de 2 de Dezembro de 1975 por el que se nacionalizaban todas las emisoras de radio excepto Rádio Renascença y las radios locales: Rádio Altitude de

Guarda y la Rádio Pólo Norte en el Caramulo. *Cfr.*

<<http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/decreto-lei-n-674-c75-de-2-de-dezembro.pdf>>

8. Datos de emisoras locales con cobertura en la NUTSIII del Norte de Portugal. ANACOM Servicios de Radiodifusión Sonora. <<http://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=1646#VTQeEmYxZJM>>
9. Espectro radioeléctrico. <<http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/FM/Paginas/radiodifusionFM.aspx>> Esta página recoge un total de 112 frecuencias de radiodifusión sonora en el territorio gallego, pudiéndose registrar un total de 261 emisoras activas. Este desajuste se hace más patente si partimos del hecho de que algunas de las radios adjudicatarias en el reparto de frecuencias de la Xunta de Galicia (2013) no las habían ocupado en noviembre de 2014.

Referencias

ALVES, R. “Rádio no Ciberespaço–Interseção, Adaptação, mudança e Transformação”. En: Intercom. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais [en línea]. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_alves.pdf> [Consulta: 12 de marzo de 2015].

BONET, M. “¿Quién teme a la radio local?” [en línea]. *Quaderns del CAC* (2004), n.º 18. pp. 39-47. ISSN 2014-2242.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q18bonet_ES.pdf> [Consulta: 12 de marzo de 2015].

BONET, M. “Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico” [en línea]. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (2007), n.º 73, pp.27-35. ISSN 0213-084X. <<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idarticulo=1&rev=73.htm>> [Consulta: 30 de marzo de 2015].

BONET, M.; FERNÁNDEZ-QUIJADA, D.; RIBES, X. “The Changing Nature of Public Service Radio: A Case Study of iCat FM”. *Convergence*. Vol. 17 (2011), n.º 2, pp. 177-192. ISSN 1354-8565.

BONIXE, L. “As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico”. *Comunicação e Cultura* (2006), n.º 1, pp. 157-169. ISSN 1646-4877.

BONIXE, L. “O local como especialização - as rádios locais portuguesas enquanto espaço para a comunicação de proximidade” [en línea]. En: I Congresso de Estudos Rurais do Norte Alentejano, “O Futuro do Mundo Rural em Questão” (2014). <<http://comum.rcaap.pt/handle/123456789/5287>> [Consulta: 30 de marzo de 2015].

- BUENDÍA, A.; PINO, J. C. "Radio local, opinión pública y participación ciudadana" [en línea]. *Signo y Pensamiento*. Vol. 27 (2008), n.º 52, pp. 84-96. ISSN 0120 4823. <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232008000100007&lng=es&nrm=iso> [Consulta: 30 de marzo de 2015].
- CALVO, E. "Las radios comunitarias tras la nueva Ley de Comunicación Audiovisual" [en línea]. *Derecom* (2011), n.º 7, 11 p. ISSN 1988-2629. <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3734528>> [Consulta: 30 de marzo de 2015].
- CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 2005. ISBN 9788420677002.
- CEBRIÁN HERREROS, M. *La radio en Internet*. Buenos Aires: La Crujía, 2008. ISBN 9789876010634.
- CHANTLER, P.; HARRIS, S. *Local radio journalism*. Oxford: Focal, 1997. ISBN 9780240514222.
- CHUNG, D. S. "Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers". *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13 (2009), n.º 3, pp. 658-679. ISSN 1083-6101.
- CORDEIRO, P. "A rádio de modelo multimidiático e os jovens: a convergência entre o FM e a Internet" [en línea]. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2004. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-modelo-multimidiatico.pdf>> [Consulta: 30 de septiembre de 2014].
- CORDEIRO, P. "Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective". *Participations*. Vol. 9 (2012), n.º 2, pp. 492-510. ISSN 1749-8716.
- DEL BARCO, V. "La radio pública local en Andalucía: Una oportunidad para la participación ciudadana". *Historia y Comunicación Social* (2014), n.º 18, pp. 257-270. ISSN 1137-0734.
- FIDLER, R. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1997. ISBN 978-0803990869.
- FLICHY, P. "La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa Occidental". En: BASSETS, L. *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. ISBN 978-8425210334.
- FORNET-BETANCOURT, R. "Aproximaciones a la globalización como universalización de políticas neoliberales, desde una perspectiva filosófica" [en línea]. *Pasos* (2002), n.º 83. <<http://deicr.org/IMG/pdf/pasos83.pdf>> [Consulta: 12 de marzo de 2015].
- FRANQUET, R. "La radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo". En: BUSTAMANTE, E.; FRANQUET, R.; GARCÍA, M. T.; LÓPEZ, X.; PEREIRA, X. *Alternativas en los medios de comunicación digitales*. Madrid: Fundación Alternativas, 2008. ISBN 9788497844291.
- FRANQUET, R. "Radio y televisión en la Red: el primer asalto". En: FRANQUET, R.; LARRÉGOLA, G. *Comunicar a l'Era Digital*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 1999. ISBN 84-7283-180-8.
- GALLEGO, J. I. "La distribución de contenidos de audio. Relaciones entre podcasting, radio y movilidad" [en línea]. *Telos* (2012), n.º 92. ISSN 0213-084X <<http://goo.gl/7pWrVZ>> [Consulta: 10 de febrero de 2015].
- IGARTUA, J. J. *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación, 2006. ISBN 9788497902717.
- KISCHINHEVSKY, M. "Cultura da portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora". *Observatorio (OBS*) Journal*. Vol. 3 (2009), n.º 1, pp. 223-238. ISSN 1646-5954.
- MARTÍNEZ, M. P.; MORENO, E.; AMOEDO, A. (2012). "La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional". *Anagramas*. Vol. 10 (2012). n.º 20, pp. 165-180. ISSN 692-2522.
- MATA, M. C. "La radio. Una relación comunicativa" [en línea]. *Diálogos de la Comunicación* (1993), n.º 35, pp. 10-13. ISSN 1813-9248. <http://palabraradio.org/media/uploads/documents/la_radio_una_relacion_comunicativa.pdf> [Consulta: 30 de septiembre de 2014].
- MONCLÚS, B.; GUTIÉRREZ, M.; RIBES, X.; FERRER, I.; MARTÍ, J. M. "Listeners, social networks and the construction of talk radio information's discourse in the 2.0". En: BONINI, T.; MONCLÚS, B. *Radio audiences and participation in the age of network society*. Nueva York: Routledge (Studies in European Communication Research and Education), 2015. ISBN 978-0-415-73915-3
- NYRE, L.; ALA-FOSSI, M. "The next generation platform: Comparing audience registration and participation in digital sound media". *Journal of Radio & Audio Media*. Vol. 15 (2008), n.º 1, pp. 41-58. ISSN 1937-6529.

PORTELA, P. *Rádio na Internet em Portugal. A abertura á participação num meio em mudança* [en línea]. Tesis de máster. Braga: Universidade do Minho, 2006. <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6251/1/pedro%20portela.pdf>> [Consulta: 30 de marzo de 2015].

PRATA, N. *Webradio: novos géneros, novas formas de interação* [en línea]. Tesis de doctorado. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2008. <http://www.dominio-publico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=101837> [Consulta: 30 de septiembre de 2014].

PRIESTMAN, C. *Web Radio: Radio production for Internet streaming*. Oxford: Focal Press, 2002. ISBN 978-0240516356.

REIS, A. I. “As rádios piratas em Portugal, contributos para um percurso” [en línea]. En: REIS, A. I.; PORTELA, P.; RIBEIRO, F. *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais*. Braga: Universidade do Minho, 2014a. ISBN 978-989-8600-33-2. <<http://www.lasics.uminho.pt/netstation/wp-content/uploads/2015/04/ReisRibeiroPortela.pdf>> [Consulta: 30 de marzo de 2015].

REIS, A. I. “Radio News on the Internet: is sound still dominant?”. En: OLIVEIRA, M.; STACHYRA, G.; STARKEY, G. *Radio: the Resilient Medium*. Sunderland: University of Sunderland, 2014b (Research in Media and Cultural Studies). ISBN-13 978-0992980.

SELLAS, T. “A two-dimensional approach to the study of podcasting in Spanish talk radio stations”. *The Radio Journal*. Vol. 10 (2012), n.º 1, pp. 7-22. ISSN 2040-1388.

TEROL, R. “La relación de la radio con Internet, amenazas y oportunidades para un medio que se adapta al cambio” [en línea]. En: SABÉS, F.; VERÓN, J. J. *Universidad, investigación y periodismo digital*. Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón, 2014. ISBN 978-84-87175-50-3. <<http://www.congresoperiodismo.com/pdf/libro2014.pdf>> [Consulta: 12 de marzo de 2015]

TOLSON, A. *Media talk. Spoken discourse on TV and radio*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2006. ISBN 9780748618262.

VAN DEN BULCK, H.; HERMANS, B. “The future of local radio in the digital era. Opportunity or Threat?”. En: GAZI, A.; STARKEY, G.; JEDRZEJEWSKI, S. *Radio content in the digital age*. Chicago: Intellect, 2011. ISBN 978-1-84150-423-0.

WILLEMS, W. “Participation– in what? Radio, convergence and the corporate logic of audience input through new media in Zambia”. *Telematics and Informatics*. Vol. 30 (2013), n.º 3, pp. 223-231. ISSN 0736-5853.