

## Trabajo Fin de Grado

Radio local en Aragón: situación actual y  
perspectiva de futuro

Local radio in Aragón: current situation and future

Autor/es

Alizia Begué Betrián

Director/es

Ana Segura Anaya  
Carmen Marta - Lazo

Filosofía y Letras  
2016



## **Resumen**

La radio local en Aragón cumple una función de cohesión y unión del territorio. En los últimos años se ha visto afectada por la crisis económica y financiera y por los avances tecnológicos, que solo ha incorporado en parte. Este trabajo pretende analizar la situación de la radio local en Aragón teniendo en cuenta este nuevo contexto, su situación actual y las perspectivas de futuro.

Para ello se ha realizado un estudio cuantitativo y cualitativo a partir de una encuesta enviada a los directores de las radios locales aragonesas con programación propia, lo que nos ha permitido dibujar un perfil del mapa de la radio en Aragón.

En su mayoría son emisoras pequeñas de menos de 5 trabajadores ubicadas en las capitales de provincia o cabeceras comarcales. Su principal reto es solventar sus problemas de financiación y adoptar y aprovecharse de los avances tecnológicos que les abrirán a nuevos mercados y fórmulas de producción y emisión.

**Palabras clave:** radio local Aragón emisoras tecnología

## **Abstract**

In Aragon local radios have a key function to create bonds and unite the territory. In the last years they have been greatly affected not only by the economic and financial crisis but also by the new technologies, which haven't been totally accepted yet.

The purpose of this project is to analyse local radios in Aragon in this new context as well as its current situation and future prospects.

A qualitative and quantitative study has been carried out through a survey submitted to directors of local radios in the area which have their own contents. This has allowed us to draw a profile of local radio stations in Aragon.

They are primarily small radio stations with fewer than 5 workers, set in the district's capital city and in major towns. Their main challenge is to find financing sources as well as adopting and making the most of the new technologies which will open new markets and new ways of production and broadcasting.

**Key words:** radio local Aragón broadcasting station technology

## Contenido

1. Introducción .....	1
2. Justificación de la investigación .....	2
3. Definición terminológica .....	4
4. Estado de la cuestión.....	6
5. Metodología.....	9
6. Resultados.....	13
7. Conclusiones.....	27
8. Limitaciones del trabajo y nuevas líneas de investigación .....	28

## 1. Introducción

La radio es un medio de comunicación que tradicionalmente se ha relacionado con la inmediatez, la rigurosidad, la proximidad y la credibilidad. Superó el oscuro futuro que se le pronosticaba tras la aparición de la televisión y ahora diversos factores han hecho que la radio local se enfrente a nuevos retos. Algunos de los más importantes son la proliferación de nuevos medios de comunicación digital en los que los límites entre prensa, radio y televisión se difuminan; la aparición de las nuevas tecnologías de información y comunicación y el reto de la transformación a la emisión digital. Todo ello en un contexto de crisis económica, que ha afectado sensiblemente a los ingresos por publicidad, ha provocado el aumento del paro en el sector periodístico y ha reducido las desconexiones locales de grandes cadenas comerciales. Sin duda estas circunstancias han provocado que la radio se remodele y cambie, sobre todo en el caso de las emisoras locales.

La radio local es aquella cuyo ámbito de influencia es local, comarcal o regional y sus contenidos están relacionados con su ámbito geográfico (Sabés, 2002) Presenta determinadas peculiaridades y diferencias con las emisoras estatales. En muchos casos las emisoras locales son delegaciones de cadenas nacionales que emiten en desconexiones de las cadenas matrices en determinados horarios.

A pesar del escenario descrito en el primer párrafo, los expertos coinciden en que la radio local debe luchar por seguir existiendo, principalmente porque ofrece la información más próxima al ciudadano en un momento en el que el mundo y la información están cada vez más globalizados. La radio local cumple una función de nexo de unión entre los territorios de su ámbito de influencia, fomenta la comunicación entre sus partes, el conocimiento mutuo y el entendimiento debido a la naturaleza de sus contenidos, que son los que se generan precisamente en estos territorios.

Las emisoras locales se enfrentan a un entorno mediático marcado por la hipercompetencia, y por una estrategia operativa de los grandes grupos en la que el dominio de segmentos del mercado muy amplios se convierte en su objetivo básico. Ante esta situación, Martí Martí (2002) entiende que ante cualquier situación de crisis económica, las pequeñas estaciones son absorbidas por la voracidad de las grandes empresas. Frente a un mercado expansionista y ante una indefinición del marco legal, faltan políticas de apoyo de las diferentes administraciones públicas para garantizar su supervivencia.

Como indica Balanza (2001) "La radio es cercanía, ese amigo que siempre va con nosotros contándonos cosas y, por eso, sus contenidos deben ser cercanos a los oyentes. Las radios locales y comunitarias son el nexo más

directo entre el medio y el oyente. Su pequeño tamaño y sus contenidos acentúan la proximidad. Hablan del barrio, de los vecinos, de los problemas que el oyente sufre a diario en su ciudad, y por eso, la radio local es tan importante. Los oyentes demandan cosas cercanas, que conozcan. De ahí el interés de las grandes cadenas por emisoras locales”

Así se demuestra en un estudio del año 2000 del Edison Media Research. Según éste, los oyentes demandan a su emisora una mayor capacidad para sintonizar la frecuencia, información sobre conciertos locales, títulos y artistas de canciones de moda, participar en concursos, listas de ocio, y lugares interesantes para visitar en la comunidad local, oportunidad para votar sobre canciones e información sobre el tiempo local. Como se puede apreciar, tres de los siete contenidos más demandados por los oyentes tienen una relación directa con la radio local (Martínez, 2001).

En un mundo globalizado la radio local cobra cada vez mayor importancia, precisamente porque ‘los escenarios de futuro de las famosas autopistas de la comunicación se dibujan cada vez más con tintes locales, con redes de distribución y de consumo específicas y de ámbito territorial reducido; pero no sólo estamos asistiendo a un cambio a nivel de los aspectos de comunicación, ya que lo social, lo cultural e inclusive lo político parecen reencontrarse de manera prioritaria en el escenario local’ (Martí, 2002)

## **2. Justificación de la investigación**

En el proceso de documentación acerca de esta temática, se plantea la cuestión de que apenas se ha investigado y publicado sobre la radio local en Aragón. Sí que existen artículos, libros y publicaciones que giran en torno al mundo radiofónico, pero no se acercan a esta parcela.

Se han investigado también los elementos a nivel comunicativo de la radio: los mensajes, emisores, receptores, canal y el código. Los contenidos han sido analizados desde multitud de perspectivas y con distintos métodos (Elsa Moreno, 2005; Gutierrez, 2003; Martínez Costa y Herrera, 2007). También se ha indagado y publicado respecto a los géneros que se abordan, comparativas entre emisoras, el modelo de negocio, sobre la digitalización del medio. Encontramos todo este material desglosado, investigado en profundidad a través de comparativas, análisis, ejemplos concretos y con carácter de seguimiento. Sin embargo, la radio local como realidad, como estructura básica organizativa de la radio en España apenas se ha abordado en la investigación académica.

Llama la atención esta carencia de publicaciones y análisis de la radio local en Aragón cuando es un territorio con una amplia red de emisoras de este tipo, que además provocan un gran impacto entre los ciudadanos. Aragón tiene una

superficie territorial muy extensa y una densidad de población muy baja. A excepción de grandes núcleos de población como las capitales de provincia y algunas cabeceras de comarcas, la mayoría de los municipios son muy reducidos y se encuentran dispersos en el territorio con unas infraestructuras y comunicaciones en muchos casos escasas o insuficientes. Las radios comarcales y locales ponen en contacto y mantiene informados a los pueblos de lo que ocurre en sus territorios vecinos a nivel comarcal. Hacen de nexo y de lugar de encuentro de todos ellos. Ayudan a conocer mejor su entorno y a conocerse entre los pueblos.

“Conocemos lo que ocurre en todo el mundo y eso puede crear confusión en el oyente y hacer que a veces se sienta perdido. Esto no es que no haya que da información sobre otros lugares, pero es existe el riesgo de querer mucho informativamente hablando cuando puede que al oyente le interese más que ocurre en su barrio. Por ello, las radios locales deben cubrir ese vacío y ofrecer al oyente una información específica y directa”. (Balanza, 2001)

La crisis económica ha tenido su repercusión en este medio que ha visto como descendían sus ingresos por publicidad, las subvenciones públicas y el tiempo destinado a las desconexiones locales de las grandes cadenas. Según el informe anual de la profesión periodística de 2015, entre 2008 y 2015 se destruyeron 880 empleos. El mismo informe anuncia que el salario base medio de los periodistas con convenio entre 2010 y 2015 descendió un 17%.

La tecnología es una aliada que puede optimizar y maximizar los procesos de producción, creación y distribución de contenidos, pero que no termina de introducirse en la radio local por las limitaciones económicas que sufre, fruto de un descenso de las ayudas públicas y el volumen de negocio. Sin embargo, la apertura de nuevas posibilidades de la mano de las innovaciones tecnológicas y la red es una alternativa que puede relanzar a la radio local. Internet abre las puertas a la radio a la escucha a la carta, la escucha en directo desde cualquier parte del mundo o la descarga de podcast.

‘La radio, que está siendo la última en digitalizar sus procesos de distribución ha encontrado en la Red un camino alternativo y unas perspectivas de futuro que rompen con las tradicionales limitaciones del medio. Esa amplitud y opción sin límites tanto espaciales- al permitir la escucha en cualquier lugar del planeta donde haya acceso a Internet- como temporales – al poder descargar los contenidos en almacenados en podcast en el momento en el que desee el oyente- convierten al medio en una radio a la carta con múltiples posibilidades en la que venimos denominando ‘era del dial infinito’ (Marta – Lazo y Segura Anaya, 2011). Aquí cabría matizar con que ‘los contenidos que puede ofrecer la radio son, independientes respecto a la técnica instrumental utilizada por la emisión’ (Merayo, 2000)

El nuevo contexto radiofónico invita a que sea investigado y conocido, para descubrir sus carencias, puntos fuertes y débiles y las directrices que debe seguir para su prosperidad. La radio local ha tenido que adaptarse al nuevo contexto económico y tecnológico de cambios valiéndose de sus fortalezas y

posibilidades. Este trabajo se plantea abordar la situación que atraviesa la industria radiofónica en Aragón en la actualidad, así como sus perspectivas de futuro.

### 3. Definición terminológica

La RAE no contempla el conjunto de palabras 'radio local'. En una de las acepciones de 'radio' remite a la palabra '**radiofusión**', a la que da tres acepciones, de las cuales nos interesa la siguiente: *'Transmisión pública de programas sonoros a través de las ondas hercianas'*

Además, hemos querido incluir las definiciones de términos relacionados con el estudio que nos ocupa:

- Consideramos necesario partir de dos variables diferenciadas para describir qué entendemos como **medio de comunicación local**. Los dos aspectos son la cobertura geográfica y la oferta de contenidos de proximidad. Como espacio de la comunicación local consideramos el área municipal, comarcal y regional y como contenidos de proximidad que trasmitan espacios con temas propios del campo de cobertura. (Sabés, 2002)
- Las **radios locales**, normalmente, se crean dentro de procesos dinámicos de desarrollo o desde acciones propiciadas por la misma comunidad. Dentro de los objetivos sociales que alientan la creación de estos medios se encuentran la democratización de los procesos de comunicación, la búsqueda de la sociedad civil por gestionar sus propios espacios y el afán de tener medios alternativos a los comerciales o privados. La importancia de las radios locales, como la de otros medios locales de comunicación, radica en que éstos ofrecen la posibilidad de reafirmar y reelaborar las propuestas culturales regionales. Este tipo de emisoras, en últimas, redimensionan el carácter local y público de la comunicación como también el quehacer de los actores sociales que interactúan con y desde ellas (Buendía, A. y Pino, J.C., 2007)

Martí (2002) plantea una posible clasificación de emisoras locales en función de sus estrategias de programación y condicionadas por las limitaciones legales. Estás son:

- a. **El radio repetidor**: Suelen pertenecer o estar asociadas a emisoras de ámbito nacional. Utilizan su imagen de marca y tiene poca programación de elaboración propia. Emite durante las desconexiones de la programación local de la cadena matriz, que no suele ser más de un 30% del horario prime-time.



- b. **La radio complementaria:** Se base en programación local y la complementa con programas de información general, retransmisiones deportivas o alguna emisión específica para el prime time.
- a. **La radio fotocopia:** No pertenecen a otra cadena ni reciben contenidos complementarios. Lo que hacen es copiar o versionan géneros popularizados en cadenas de proyección nacional a pesar de operar en un medio local.
- b. **La radio de desarrollo propio:** Toma sus propias decisiones en materia de programación y busca innovar en los géneros. Es camaleónica, se adapta a su entorno tanto en formato como en contenido y es generadora de grades aciertos y fracasos.

Incluimos dos citas que definen el concepto radio de forma que se aproxima a lo que entendemos que es la radio local:

- Entendemos que la **radio**, más que un medio masivo de comunicación, es un entramado de interrelaciones: culturales, sociales, estéticas y técnicas. Igualmente, asumimos que la radio es "un fenómeno social y cultural, un modo de decir y de contar cosas, y un sistema tecnológico (Buendía y Pino, 2006)
- Todo esto en el marco de una industria cultural que crece permanentemente e impacta con mayor consistencia a la sociedad. Pese a que la **radio** es "un medio —a medio camino— entre la cultura popular y la cultura de masas" (Buendía, 2006)

Para terminar este recorrido, hemos considerado necesario apuntar dos nuevos términos sobre radio acuñados recientemente y que definen la nueva realidad de la radio.

- La **radio digital** queda definida de la siguiente manera 'Estaciones de radio que tienen web, la presencia en portales web, como las redes sociales, el streaming de audio a través de redes IP fijas o inalámbricas para ordenadores o a través de redes UMTS a los teléfonos móviles 3G, la descarga de contenidos radiofónicos (en podcast) o la presencia en otros dispositivos conectados como videoconsolas (IP)' (Huerta, Amiega de la Vega y Bolea de Anta, 2013)
- La "**ciberradio**" se caracteriza por la ruptura de los límites espacio-temporales. Por un lado, a través del "podcasting", los contenidos quedan almacenados en fragmentos que se pueden descargar en cualquier momento, sin coincidir el tiempo de emisión con el de recepción. Esta opción permite contar con un repositorio que almacena contenidos que pueden escucharse "a la carta" cuando y donde el oyente desee. (Cebrián, 2009)

## 4. Estado de la cuestión

### 4.1 Breve historia de la radio en España

La historia de la radio local en España comienza desde el nacimiento de la radio. La primera estación de radio oficial, con su correspondiente licencia fue la EAJ – 1 Radio Barcelona el 24 de noviembre de 1924. Ese mismo año se aprueba el Reglamento de Radiodifusión y sucesivamente se van otorgando las concesiones de emisión: EAJ-2 Radio España de Madrid, EAJ-4 Estación Castilla, EAJ-6 Radio Ibérica... La radio emerge en España en plena dictadura de Primo de Rivera y se desarrolla en la primera mitad del siglo XX, marcado por los conflictos bélicos tanto en España como en el exterior, por lo que sus primeras funciones fueron como difusora de propaganda.

El panorama radiodifusor en España fue transformándose, tanto en cantidad como en calidad. Crecía el número de emisoras a la vez que la programación iba mejorando. Durante la dictadura franquista, se limita el derecho a emitir información únicamente a Radio Nacional, que monopoliza la información nacional hasta 1977. No obstante las emisoras logran abrir un camino, desde la creación del programa Matinal Cadena SER, de Antonio Calderón. Afirma Ángel Faus (2007) que fue “el primer relato informativo de la radio privada española desde 1939, con todas sus carencias. Calderón aplica al producto la técnica narrativa de la radio espectáculo que él mismo ha creado” para burlar la censura a la radio, ya que en régimen franquista permitía informar sobre asuntos nacionales e internacionales.

Tras la dictadura la radio informativa va tomando más forma. Sufre cambios en su narrativa y formatos, las emisoras crean sus estructuras informativas y producen los boletines e informativos que profundizan en el análisis de la actualidad. En el año 1977 comienza la apertura de la radio informativa privada. Ese año Radio Nacional perdió el monopolio en los servicios informativos y el resto de emisoras comienzan a emitir sus propios espacios de información. Al mismo tiempo tuvo lugar el paso de la emisión de Onda Media a Frecuencia Modulada. Hasta entonces la Onda Media era la banda predominante. En 1979, el 89.5% de las emisoras ya emitía a través de la FM. (Merayo, 2000)

La Constitución de 1978 a través de sus artículos 20 y 38 acerca de las libertades de expresión y de empresa, creó unas condiciones que propiciaban un desarrollo más estable de las empresas periodísticas iniciadas en los años de la transición. (Dobón – Roux, 2015)

En los 80 proliferan las conocidas como radios independientes que con pocos recursos sacan adelante programación semanal. Es una herramienta de la que se valen asociaciones sin ánimo de lucro, grupos de estudiantes y organizaciones políticas. La llegada de Internet y las nuevas tecnologías hace que se incrementen estas emisoras independientes y prolifere la creación radiofónica *on-line*.

La tecnología influye en el presente y en el futuro del periodismo. La radio, como todos los medios, está sometida a los cambios tecnológicos. Las innovaciones en los procesos de distribución en la web han multiplicado la acción radiofónica y el mensaje –también el informativo– se ha fragmentado. Estas innovaciones han transformado las estrategias de comunicación y participación entre los oyentes y el medio gracias a la conectividad de la red (Amoedo, 2015)

En este sentido, la radio es el medio más ha tardado en adoptar la renovación tecnológica y, además, lo ha hecho de forma desigual entre las emisoras. Merayo (2000) afirma que aunque la radio se valió de Internet como plataforma de emisión, se trata de un medio que comenzó a transformar sus estructuras tecnológicas mucho más tarde que la prensa. En el caso de las estaciones locales y regionales el retraso ha sido siempre más patente, porque al principio se limitaron solo a mejorar algunos de sus equipos de producción debido entre otras causas, a la persistencia de estructuras empresariales inadecuadas y a gestiones económicas deficientes.

#### **4.2 Situación actual de la radio en Aragón**

Según el informe ‘Datos básicos de Aragón’ elaborado por el Instituto Aragón de Estadística con datos del Marco General de los Medios en España de 2016, la radio presenta una penetración del 63.1%, tres puntos por encima de España con un 60.1%. El mismo estudio en su oleada de 2010 reflejó una penetración del 59.3%, por lo que los oyentes radiofónicos han aumentado en 6 años en un 3.8%. Los porcentajes corresponden a la audiencia acumulada diaria, en población de 14 años y más.

Por lo tanto, Aragón es una comunidad en la que se escucha radio, más que en la media de España y además el número de oyentes en 6 años ha crecido casi un 4%.

Como ya se ha mencionado, la radio local se perfila como un nexo de unión y ente que mantiene en contacto y con información actualizada sus territorios de influencia. Además, fomenta la unión y el sentimiento de pertenencia de esas áreas. “España es un país plural; cada comunidad autónoma tiene sus costumbres, tradicionales y un fuerte sentimiento localista. Nos sentimos de nuestra región, nos emocionamos con sus costumbres y su gastronomía. Este carácter hace todavía más importante a la radio local porque nos acerca a nuestro entorno, nos ayuda a conocerlo e incluso a quererlo “ (Balanza, 2001)

Las principales cadenas comerciales cuentan con delegaciones en las provincias aragonesas. Esradio, Onda Cero, Cadena COPE, Cadena SER... Existen en las tres cabezas de provincia y además en determinadas cabeceras comarcales.

En Aragón, Radio Zaragoza fue la pionera y abre su primera emisora en Zaragoza en 1938. La Cadena Cope llega a Aragón en 1961 y Radio Nacional se incorpora a la Comunidad con un centro territorial propio en 1968. Hace 11

años que nació la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y con ella la primera emisora de radio autonómica de la comunidad. Aragón Radio, con delegaciones en Huesca y Teruel y una cobertura poblacional del 99,5% da cobertura a casi todo el territorio aragonés con contenidos de proximidad, programación variada con diversidad de formatos

Hay que diferenciar entre las emisoras de titularidad privada (comerciales) y titularidad pública (municipales, autonómicas o estatales). Hecha esta división, cabe diferenciar entre emisoras cuya área de influencia es local, comarcal, provincial o autonómica.

El departamento de Presidencia del Gobierno de Aragón divide las emisoras de Aragón atendiendo a su titularidad. En el anexo 1 se adjunta el listado de licencias otorgadas por la DGA de las frecuencias de emisión radiofónicas. El ejecutivo aragonés es el encargado de otorgar la concesión de licencias de emisión, es decir, se encarga de asignar los canales de emisión que existen en el espectro radiofónico. Nuestro trabajo se centra en aquellas que sí que tienen licencia de las autoridades para emitir.

Figura 1. Clasificación de las emisoras en Aragón

#### **Clasificación de las emisoras de radio. El caso aragonés**

- Con licencia: Concesiones autorizadas por las AAPP
  - Públicas: titularidad municipal, autonómica o estatal
  - Privadas: delegaciones grandes cadenas o privadas individuales
- Sin licencia. Sin concesión de frecuencia, fuera de la legalidad
  - Libres
  - Culturales y educativas
  - Asociativas
  - Comerciales sin licencia

Fuente: Sabés 2013

La radiodifusión en Aragón ha estado regulada por distintas leyes, desde que en 1978 se aprueba el primer plan técnico. En 1987 se aprueba la ley que supone la creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

En 1998 el Gobierno de Aragón aprueba el Plan de por el que concedió un total de 32 frecuencias de radio destinadas a emisoras comerciales privadas. Fernando Sabés (2003) cuestiona esas concesiones y apunta que 'después de algo más de cuatro años se ha comprobado cómo las 32 frecuencias han ido a parar a grandes grupos mediáticos de forma directa o mediante acuerdos de colaboración, mientras que no se ha creado ningún operador que apueste claramente por una parrilla propia. Incluso hay algunas redes que todavía no

han comenzado a emitir y otras que lo hacen únicamente como postes repetidores.’

El último concurso público fue convocado por la Orden del 5 de noviembre de 2014 publicada en el Boletín Oficial de Aragón del 28 de noviembre. Se otorgaron 39 licencias para la prestación de servicios de comunicación audiovisual por ondas hertzianas terrestres (TDT local y FM), con ánimo de lucro, en la Comunidad Autónoma de Aragón. Se licitaron 7 licencias de frecuencia modulada en el conjunto de las tres provincias (véase figura 2) con un plazo de presentación de solicitudes hasta el día 8 de enero de 2015. Los criterios de valoración para estas concesiones fueron la viabilidad económica, emisión y programación, fomento del empleo, programación de carácter local y experiencia profesional.

Figura 2. Asignación de las concesiones de licencias de emisión FM DGA 2014

Licencia	Licitador
<b>FM Belchite</b>	IXEIA 2000, SL
<b>FM Boltaña</b>	Alejandro Ballesteros
<b>FM Grañén</b>	Radiofusiones Altoaragón, SL
<b>FM Alcalá de la selva</b>	Radio Zaragoza, SA
<b>FM Monreal del campo</b>	Inversiones Radiofónicas Digitakes, SL
<b>FM Montalbán</b>	Nelcy Sther Delgado Londoño
<b>FM Mora de Rubielos</b>	Gestión de Redes y Equipamientos Audiovisuales, SL

Fuente: Elaboración propia

En el anexo número 1 se incluye como queda la lista de las adjudicaciones de las frecuencias para emitir en Aragón tras estas últimas adjudicaciones.

## 5 Metodología

### 5.1 Definición y justificación de la metodología

La metodología que hemos utilizado en la presente investigación es una encuesta cuantitativa en la que se plantean 15 cuestiones con múltiples opciones de respuesta y la posibilidad de añadir manualmente una respuesta personalizada. Esta encuesta ha sido distribuida en formato electrónico a través del correo personalizado con un enlace a la encuesta online a los directores o responsables de las radios locales de Aragón porque se ha considerado una forma rápida y directa de contacto. Al efecto se preparó una base de datos actualizada de las emisoras locales operativas en la comunidad autónoma y su contacto a partir del listado existente en la web de la Asociación de la Prensa de Aragón. Se ha optado por esta metodología por distintas cuestiones: su inmediatez, su forma de difusión masiva y porque se ha

considerado que su carácter anónimo aportará rigurosidad a los resultados. El software utilizado para la elaboración de la encuesta y la obtención de los resultados ha sido SurveyMonkey, una plataforma web para la creación y publicación de encuestas online y la obtención de los consiguientes resultados.

La encuesta se preparó al efecto de valorar diferentes ítems:

1. Titularidad y tipología dentro de esa clasificación
2. Perfiles profesionales
3. Modelos de negocio
4. Percepción sobre los valores y debilidades de la radio local
5. Cambios tecnológicos
6. Los cambios positivos y negativos que ha sufrido
7. Perspectivas de futuro

En el anexo 2 se adjunta la encuesta con las cuestiones planteadas y las opciones de respuesta, y en el anexo 3 la tabla de emisoras de Aragón y su contacto a los que se remitió el documento.

## 5.2 Selección de encuestados

Entre los encuestados, se ha asegurado la respuesta de los directores o responsables de al menos uno de los siguientes tipos de emisoras de radio:

Figura 3. Tipos de emisoras cuyos responsables respondieron la encuesta

### RADIO de TITULARIDAD PRIVADA

- **Gran cadena comercial.** Buscamos el responsable de una emisora aragonesa que fuese delegación de una empresa privada. Por ejemplo Radio Zaragoza, Onda Cero o Cadena Cope en sus delegaciones provinciales de Huesca, Teruel y Zaragoza.
- **Local comercial.** Una emisora cuyo ámbito geográfico de influencia sea un municipio o varios próximos, como puede ser una comarca. Puede pertenecer a una gran cadena comercial, como Cadena SER Calatayud o a una iniciativa privada como el caso de radio Matarraña.

### RADIO de TITULARIDAD PÚBLICA

- **Autonómica.** Una emisora cuya área de influencia sea todo el territorio aragonés. Es el caso de Aragón Radio y sus delegaciones en Huesca y Teruel
- **Delegación territorial de una emisora pública.** En esta categoría se enmarca el centro territorial de la emisora pública estatal Radio Nacional Aragón.
- **Municipal o comarcal.** Una emisora pública y de titularidad municipal o comarcal y a su vez misma área geográfica. Es el caso de Sobrarbe o radio Binéfar.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a este planteamiento se contactó con los directores de los medios seleccionados, tanto por correo electrónico como a través del teléfono para asegurar la recepción del mensaje. En total, se respondieron de forma correcta (entendiendo como tal la encuesta completa) 22 encuestas, con la siguiente distribución geográfica.

Figura 4. Localización geográfica de las emisoras participantes en la encuesta



Fuente: Elaboración propia

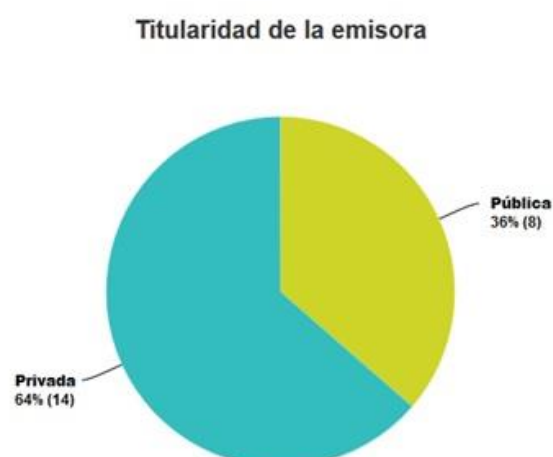
Entendemos que la distribución geográfica de las respuestas refleja la realidad del mapa de la radio local en Aragón, con una mayor concentración en Zaragoza y la provincia de Huesca, donde las emisoras comerciales han apostado históricamente por abrir delegaciones en ciudades como Jaca, Barbastro, Fraga o Monzón.

La mayoría de los que han respondido la encuesta desempeña el cargo de director de la emisora a la que pertenecen (59%). El resto de respuestas corresponden a propietarios o redactores que ejercen el papel de delegados.

Respecto a la titularidad de la emisora, más del 60% de las respuestas corresponden a radios comerciales y el resto a públicas, lo que también refleja la realidad de la titularidad de las concesiones en la radio aragonesa.



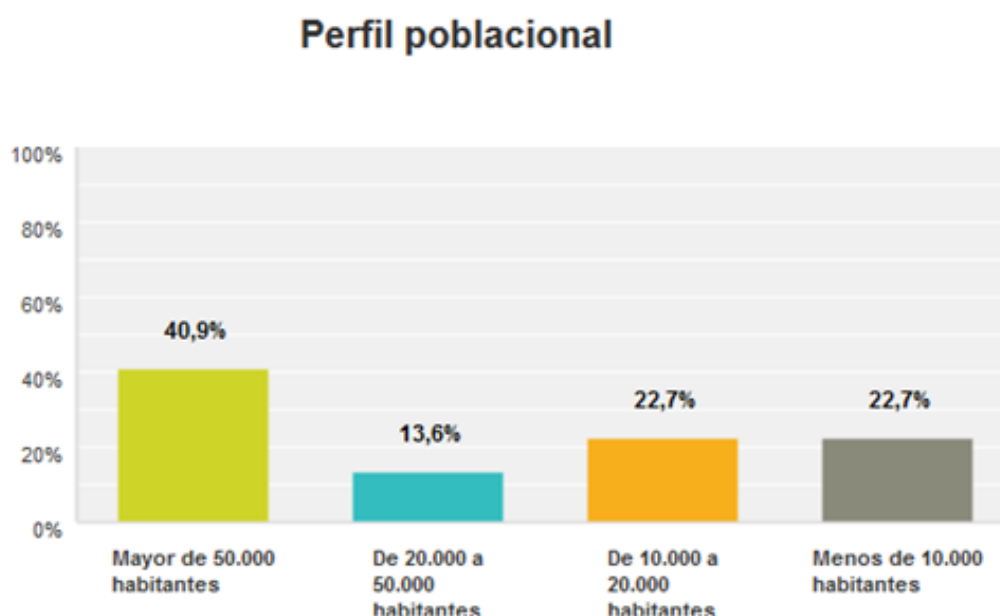
Figura 5. Titularidad de las emisoras



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al perfil poblacional que cubren las emisoras participantes en la encuesta, nos encontramos con que el 40.9% atienden a más de 50.000 habitantes, el 13.6% a una población de entre 20.000 y 50.000 personas y un 45.4% menos de 20.000. Finalmente, en localidades de 10.000 a 20.000 habitantes el 22.7% y de menos de 10.000 otro 22.7%. Estos datos corresponden a la realidad de la cobertura de la FM, con un centro emisor en capitales de provincia y cabeceras de comarca y un alcance poblacional incrementado por la extensión de la señal de las emisiones.

Figura 6. Perfil poblacional de las emisoras



Fuente: Elaboración propia



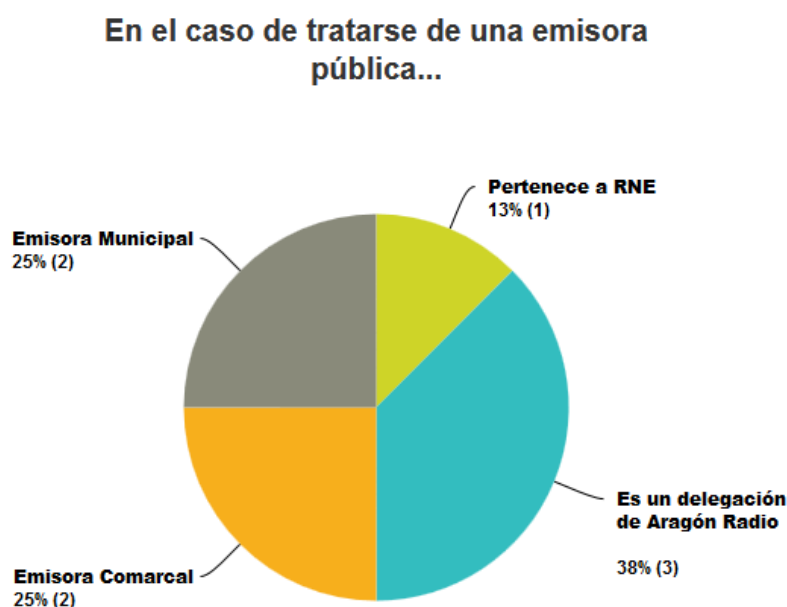
## 6 Resultados

A través de las preguntas planteadas hemos pretendido analizar varios aspectos de la radio local: sus fortalezas y debilidades, los cambios que ha sufrido en los últimos años, cómo le ha afectado la tecnología, los principales problemas que enfrenta y cuál es su proyección de futuro.

### 6.1. Titularidad de la radio local en Aragón

Como indicábamos al principio de este trabajo Aragón tiene la peculiaridad de contar con un tejido radiofónico muy amplio y que refleja todos los tipos de emisoras existentes. La propia organización territorial de Aragón en comarcas, propicia la existencia de emisoras de titularidad pública dependientes no solo del Gobierno Central (RNE), Autonómico (Aragón Radio), sino también de los ayuntamientos y en este caso de las comarcas. Esta realidad queda reflejada en los datos de nuestra encuesta.

Figura 7. Tipos de emisoras públicas

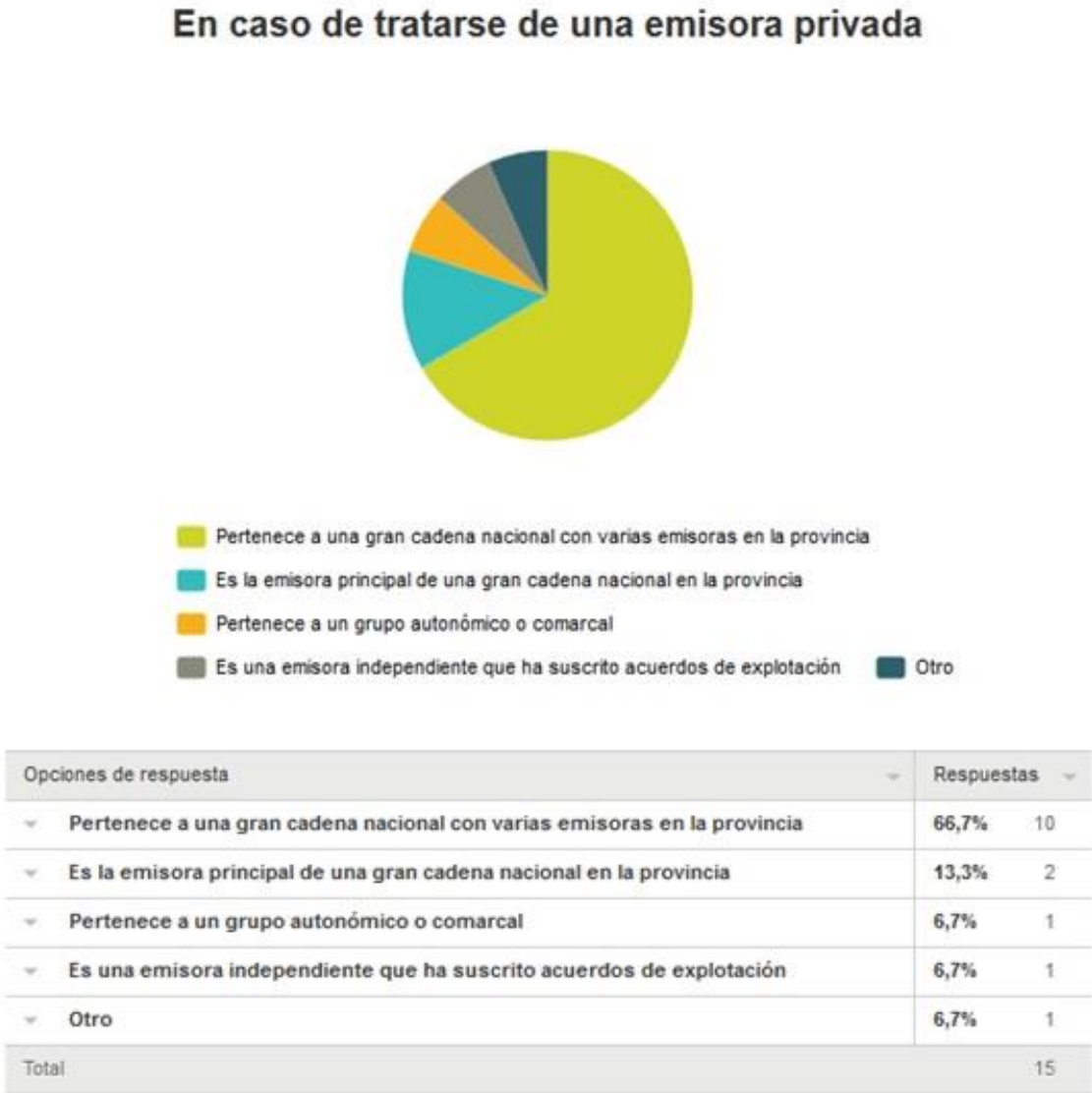


Fuente: Elaboración propia

Dentro de las emisoras públicas, se observa diversidad en cuanto a su titularidad. La mayoría son delegaciones de la emisora autonómica (se puede adivinar que una de cada capital de provincia). También queda reflejado el Centro Territorial de la cadena estatal en Aragón, así como las pertenecientes a ayuntamientos o a comarcas.

En el caso de las emisoras privadas, la mayoría (66.1%) pertenecen a un grupo comercial nacional que tiene varias emisoras en la comunidad. El segundo grupo más numeroso es una emisora principal de una gran cadena nacional en la provincia (13.2%). Las tres emisoras restantes indican que una es una emisora independiente local (indicado de forma manual en un comentario) otra pertenece a un grupo autonómico o comarcal y la última es una emisora independiente que se ha adscrito a un contrato de explotación.

Figura 8. Tipos de emisoras privadas



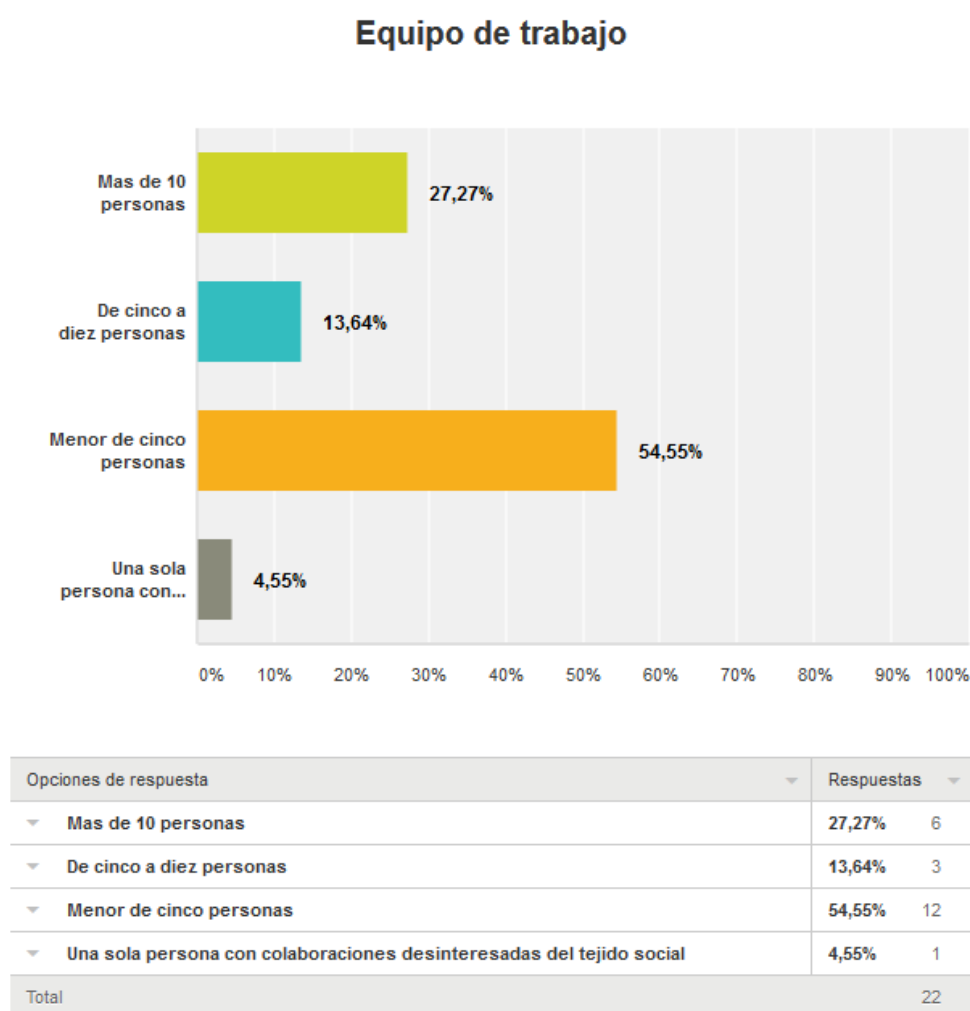
Fuente: Elaboración propia

## 6.2. Perfiles profesionales en la radio local aragonesa

Una vez conocemos los datos más básicos de las emisoras con las que hemos trabajado, vamos ahora a analizar su equipo de trabajo. Por lo general en las emisoras locales los equipos de trabajo son reducidos y en muchas ocasiones una misma persona se hace cargo de varias tareas, como por ejemplo el director que además actúa como comercial.

Las emisoras estudiadas en este trabajo presentan diferencias en cuanto a su volumen de plantilla. El grupo más numeroso es el de redacciones menores de 5 personas (el 54.6%), le siguen las de más de 10 personas (en un 27.3% de los casos), después emisoras de 5 a 10 trabajadores (13%) y por último redacciones de solo una persona (4.56%).

Figura 9. Volumen de las plantillas de las emisoras



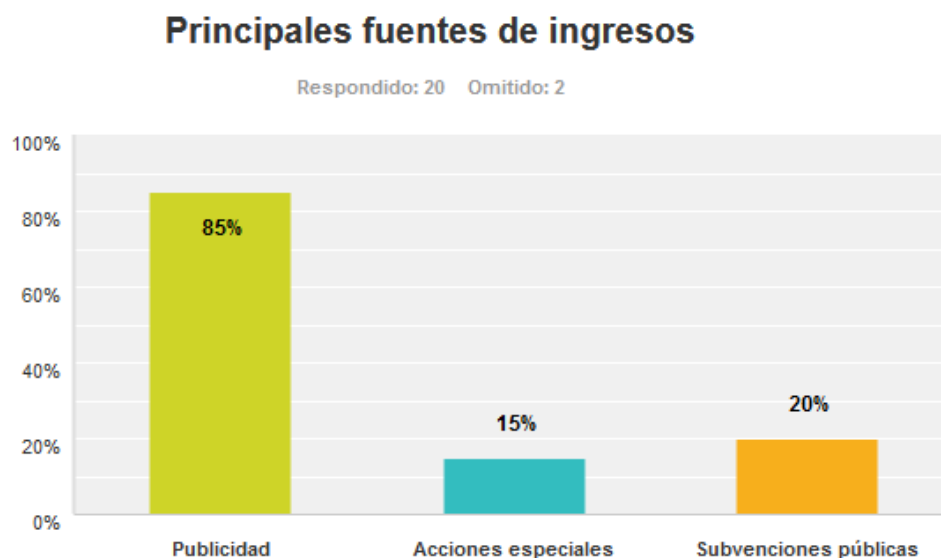
Fuente: Elaboración propia

### 6.3 Modelo de negocio de la radio en Aragón

Tanto las emisoras privadas como públicas en Aragón, a excepción de RNE, comercializan espacios publicitarios. Algunas de ellas, como es el caso de Aragón Radio lo hacen en forma de patrocinio cultural o vinculas a actividades desarrolladas por distintas administraciones. Además, las emisoras comerciales, comarcales y municipales, cuentan con ayudas públicas de distinta índole y comercializan publicidad y organizan eventos y acciones especiales. Como cualquier empresa, las emisoras locales buscan ingresos para desarrollar su actividad y obtener beneficios que les permitan mantener el modelo productivo. En el caso de la radio, la crisis económica ha provocado que varíe el volumen y el origen de la financiación

Los ingresos de las emisoras locales provienen mayoritariamente de la publicidad, así lo han indicado el 85% de las respuestas a esta pregunta. Las subvenciones públicas son la principal fuente de ingresos del 20% de las emisoras participantes en la encuesta y las acciones especiales del 15% de ellas.

Figura 10. Fuentes de ingresos



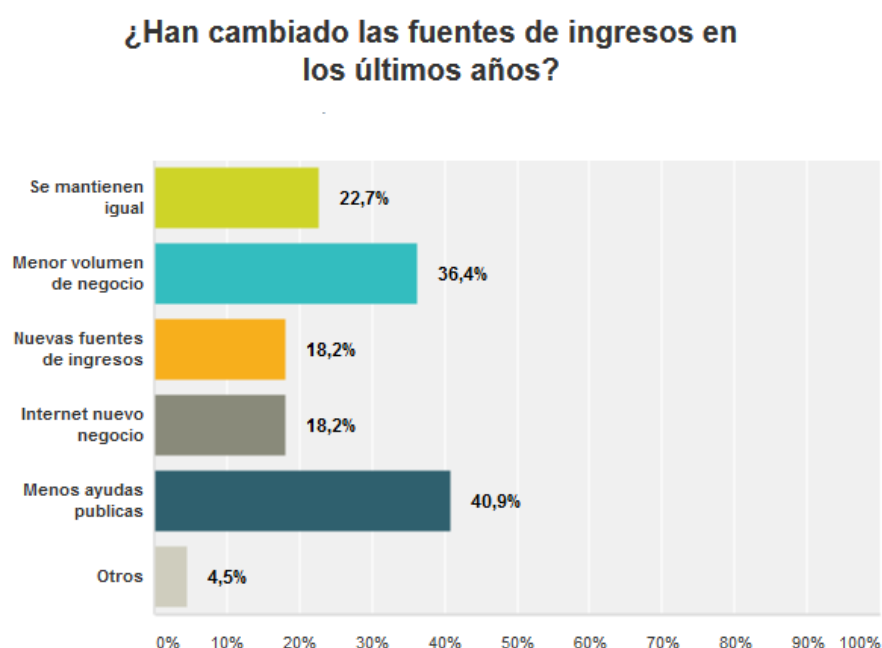
Fuente: Elaboración propia

Además esta pregunta ha generado tres comentarios por parte de los entrevistados. Uno hace referencia a aportaciones de la Comarca, otro señala que depende directamente del ayuntamiento y el tercero indica que recibe financiación por parte del Ayuntamiento e ingresos por publicidad, pero que éstos últimos suponen un porcentaje muy bajo del presupuesto anual.

La publicidad constituía el grueso de los ingresos de las emisoras. La crisis económica provocó el descenso de la actividad comercial y trajo dificultades económicas. A pesar de su descenso, la encuesta refleja que a día de hoy la publicidad sigue siendo la mayor fuente de ingresos de estas emisoras. Las consecuencias de este cambio fueron las reducciones plantillas, la reducción del tiempo que las emisoras matrices destinaban a las desconexiones locales y en muchas ocasiones también trajo un descenso de la calidad de los contenidos. Por ejemplo en los casos en que los colaboradores expertos que antes participaban en la radio han sido sustituidos por colaboraciones desinteresadas.

En cuanto a la variación del origen de la financiación, casi el 41% coinciden en que han disminuido las ayudas públicas y el 36% en que el volumen de negocio ahora es menor. Para un 22.7% las fuentes de ingresos se mantienen igual y para el 18.2% respectivamente se han abierto nuevas formas de ingresos y ven en Internet un nuevo modelo de negocio.

Figura 11. Variación de las fuentes de ingresos



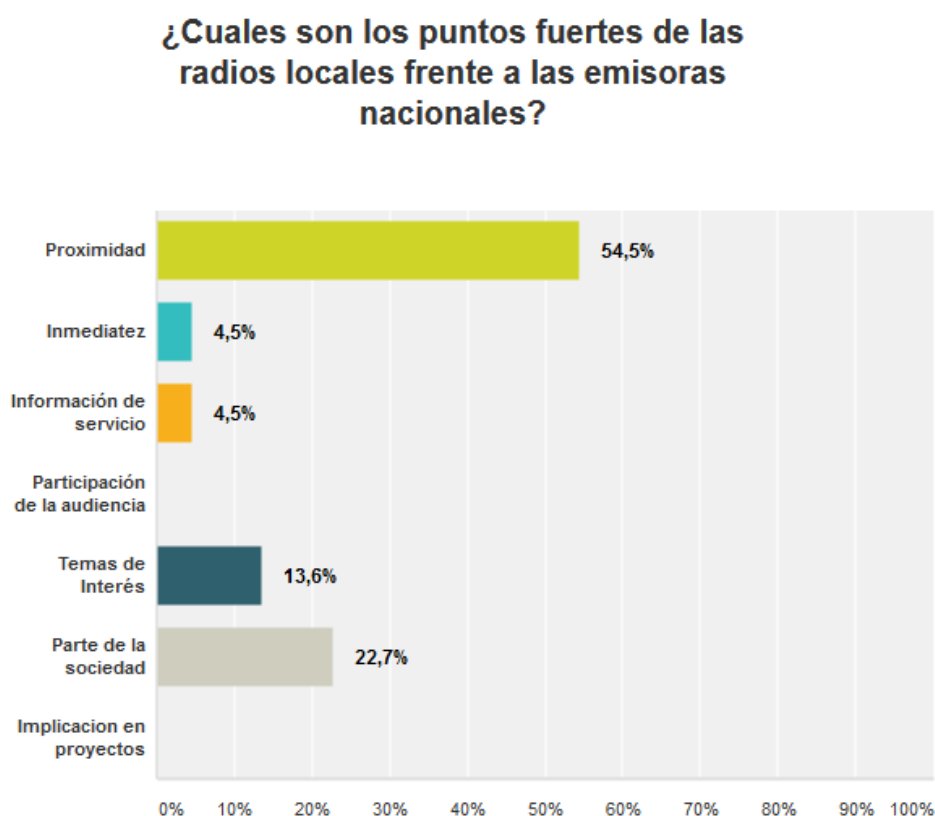
Fuente: Elaboración propia

#### 6.4. Percepción sobre los valores y debilidades de la radio local

Como vemos las radios locales hacen frente a importantes cambios. Es necesario conocer y ser consciente de sus debilidades para corregirlas y tratar de fortalecerlas, así como de sus aspectos positivos, para mantenerlos y sacarles partido. Identificando puntos fuertes y débiles se podrá trazar una estrategia adecuada para solucionar los problemas que presenta la radio local.

En cuanto a los puntos fuertes de las radios locales con respecto a las nacionales destacan dos valores. La proximidad es la mayor ventaja para un 54.5% de los encuestados. Que forma parte de la sociedad y los contenidos de interés para el público son la segunda y tercera opción más elegida con un 22.7 y 13.6% respectivamente. En último lugar se encuentran la inmediatez y sus contenidos de información de servicio con un 4.5% de las respuestas cada una.

Figura 12. Puntos fuertes de las radios locales



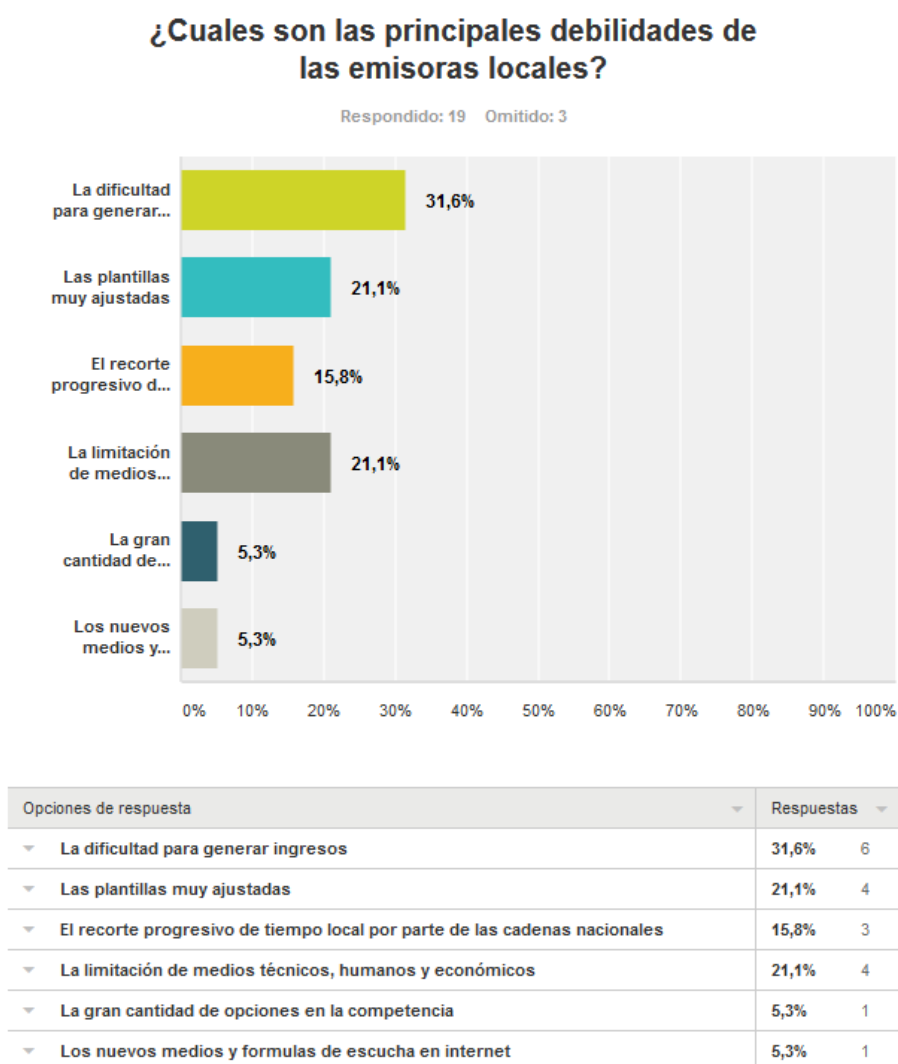
Fuente: Elaboración propia

Llama la atención que la participación de la audiencia solo es elegida por un encuestado, que indica en la opción de respuesta personalizada que selecciona todas las opciones. Además en otro comentario se indica *‘somos un medio social, con proximidad, inmediatez, servicio público, participación*

ciudadana, temas de interés para el oyente, con implantación en el tejido social’.

En cuanto a las debilidades de la radio local, la opción más repetida es la dificultad para generar ingresos. Le siguen las ajustadas plantillas y las limitaciones de medios técnicos y económicos (ambas con un 21.1%). Después, el recorte progresivo de desconexiones locales por parte de las cadenas nacionales (15.8%). En último lugar se encuentran las opciones que señalan a la gran oferta de la competencia y los nuevos medios y fórmulas de escucha en Internet. Un encuestado señala las cuatro primeras y otro selecciona todas.

Figura 13. Debilidades de las radios locales



Fuente: Elaboración propia

Una respuesta personalizada señala también a las radios ilegales y alegales y otra de ellas pone el foco en las colaboraciones: *‘Buena parte de la programación con colaboraciones desinteresadas de personas ajenas a la*

*plantilla de la radio y las consecuencias en algunos casos son poca calidad técnica, falta de profesionalidad, contraprogramación debido a la escasez de temas, falta de compromiso’.*

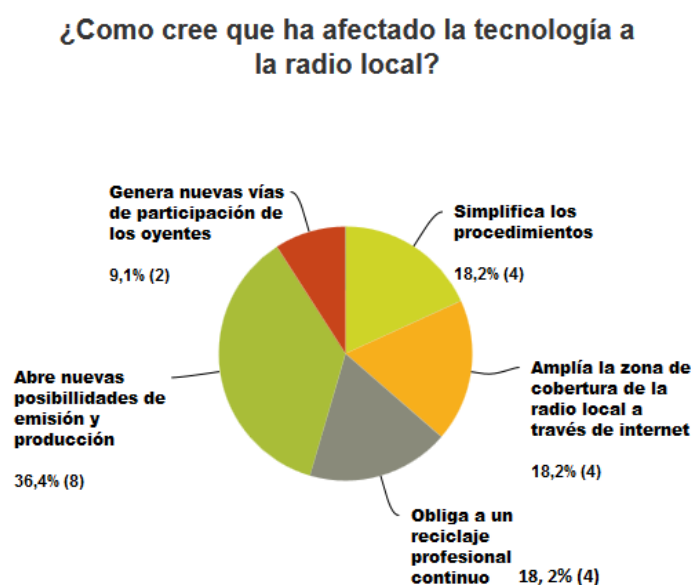
Figura 14. Resumen de las fortalezas y debilidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>Proximidad</b>	Dificultad para generar ingresos
<b>Formar parte de la sociedad</b>	Plantillas muy ajustadas
<b>Contenidos de interés para el público</b>	Limitación de medios técnicos, humanos y económicos

## 6.5. Cambios tecnológicos

La acogida de la tecnología entre los profesionales de la radio local encuestados es muy positiva. La respuesta mayoritaria entre ellos es que abre nuevas posibilidades de emisión y producción. En segundo lugar, con la misma proporción, indican que simplifica los procedimientos, amplía la zona de cobertura a través de internet y obliga a un reciclaje profesional continuo. Por último, se indica que las nuevas tecnologías generan nuevas vías de participación de los oyentes.

Figura 15. Efectos de la tecnología



Fuente: Elaboración propia



Llama la atención que ninguno ha seleccionado las siguientes opciones: abarata la producción de contenidos, permite acceder a otras fuentes y recursos, difumina los horarios laborales de los redactores y permite mejor calidad de sonido.

## 6.6 Percepción sobre los cambios sufridos por la radio local en Aragón

Entre los cambios positivos destacan entre las respuestas de los encuestados la adaptación tecnológica y las nuevas posibilidades que ofrece: ubicuidad, visibilidad o promoción. Otros de los factores a los que se ha aludido en menor proporción son la profesionalización de los trabajadores, la cercanía con el oyente o la proliferación de emisoras más allá de las sedes regionales de las cadenas nacionales.

En los aspectos negativos muchas respuestas coinciden en los recortes de presupuestos y plantilla que en muchas ocasiones producen un descenso en la calidad de los contenidos, la reducción del tiempo destinado a programación local (es decir, las desconexiones locales de las emisoras matrices) y la falta de apoyo por parte de instituciones y grandes cadenas. Además, algunos encuestados apuntan a las radios ilegales o alegales y la disminución de ingresos publicitarios.

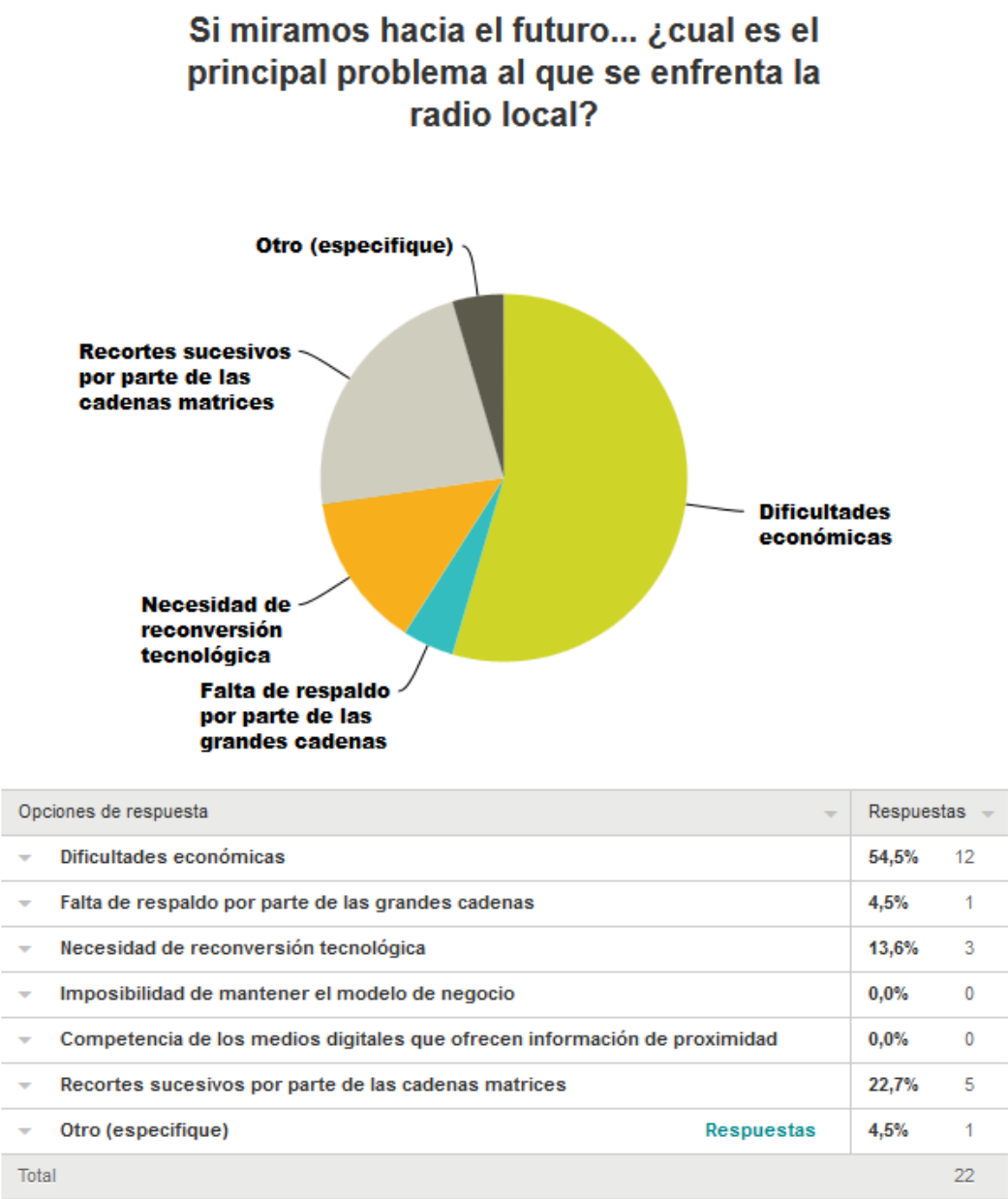
Figura 16. Respuestas de los encuestados en torno a los cambios positivos y negativos

CAMBIOS POSITIVOS	CAMBIOS NEGATIVOS
<i>‘La cooperación entre medios, bien entre comarcas bien entre otras comunidades, es algo a tener en cuenta. La pérdida de valores y el exceso de servilismo político no ayudan a la radio local. La irrupción de medios en lenguas minoritarias de Aragón, algo impensable en el territorio hace años, genera y proximidad’</i>	<i>‘El aumento de emisoras abre la oferta como oyentes, pero también disminuye el número de ingresos con la fragmentación de la tarta publicitaria, a lo que hay que añadir a un alto número de emisoras alegales o ilegales, que hacen competencia desleal.’</i>
<i>‘Con internet interactuamos más con los oyentes, y llegamos a todo el mundo con los podcast’.</i>	<i>‘Menos programación, menos medios. Más alejamiento competitivo de las emisiones nacionales.’</i>
<i>‘La proliferación de emisoras más allá de las sedes regionales de las cadenas nacionales’.</i>	<i>Recortes presupuestarios, menos recursos humanos, dificultad para llenar la parrilla.’</i>

<i>‘La implantación de las nuevas tecnologías dimensionando nuevos horizontes para los oyentes y profesionales’.</i>	<i>‘Los oyentes de radio convencional son menos cada día, las opciones de escucha de radio con los jóvenes se difuminan ante tanta variedad a excepción de la temática musical’</i>
<i>‘Más emisoras, y mejor sonido’</i>	<i>‘La supresión de puestos de trabajo que ha ido en detrimento de la calidad de programas e informativos en muchas radios locales así como la ‘reducción del tiempo destinado a la información local.’</i>
<i>‘La incorporación nuevas tecnologías’.</i>	<i>‘Recortes de medios y personal’.</i>
<i>‘Posibilidad de conexión global, podcast de audio, conectividad cuándo y cómo quieras’.</i>	<i>‘Falta de posibilidades económicas para incorporarse a las nuevas tecnologías y compra de equipos adecuados que faciliten el trabajo’.</i>
<i>‘Modernidad y tecnología’.</i>	<i>‘Se ha reducido el volumen de negocio y la plantilla’.</i>
<i>‘Como positivos la relación cercana con el público en general’</i>	<i>‘Dificultad de asentarse proyectos locales de radio independientes de los grandes grupos.’</i>
<i>‘Mejor formación de los profesionales que trabajan en ellas.’</i>	<i>‘La reducción de plantillas ha sido en líneas generales lo más negativo</i>
<i>‘Por fin se apuesta por la creencia de descentralizar la información, todas las emisoras tienen un centro emisor en la capital. Desde mi punto de vista esto es un error. Lo importante es unir sinergias y descentralizar las cabeceras’.</i>	<i>‘No hay una apuesta clara por parte de las empresas de comunicación en la formación de su personal y en trabajar ideando nuevas acciones que mantengan las audiencias de la radio a largo plazo.’</i>
<i>‘Internet nos hace visibles’.</i>	<i>‘La supresión de puestos de trabajo que ha ido en detrimento de la calidad de programas e informativos en muchas radios locales así como la ‘reducción del tiempo destinado a la información local.’</i>

Las dificultades económicas son según la mayoría de los encuestados (54.5 %) el principal problema al que deben hacer frente de cara al futuro. En segundo lugar, también en relación con los recursos económicos, los recortes por parte de las cadenas matrices (22.7%) y en tercero la necesidad de reconversión tecnológica (13.6%). Por debajo aparece la falta de respaldo por parte de las grandes cadenas.

Figura 17. Problemas de la radio local



Fuente: Elaboración propia

## 6.7 La radio del futuro

La cuestión de cómo imaginan la radio en un futuro próximo se dejó abierta para que los encuestados respondieran con sus ideas. Las respuestas fueron muy variadas. Sólo una persona afirmó con rotundidad que la radio será *‘muy parecida’*. Otras, aventuraron que en un futuro este medio conservará algunos de sus rasgos distintivos:

*‘Evidentemente la radio seguirá siendo un medio cercano que llegará hasta el último rincón del mundo por muy pequeño que sea su ámbito local’.*

*‘Sin lugar a dudas, mejor, ya que este medio de comunicación siempre ha sabido acomodarse a los tiempos. Surgirán nuevos soportes, pero la radio estará ahí’.*

*‘Más inmediata, más multimedia, muy especializada y con los contenidos más fragmentados. Existirán dos canales, el directo y el diferido. Aumentará la circulación de contenidos radiofónicos de manera exponencial’.*

Muchas de las respuestas coinciden al valorar que la tecnología influirá mucho en los procesos radiofónicos del futuro:

*‘Creo que las nuevas tecnologías continuarán irrumpiendo con fuerza, pero siempre será necesario una voz al frente de un micrófono para contar lo que sucede a los oyentes’.*

*‘La radio experimentará un cambio muy importante vinculado a las nuevas tecnologías que permitirá un cambio en el modo de escuchar la radio pasando a contenidos a la carta que el usuario escucha cuando quiera, para lo que habrá que captar a esos oyentes en redes sociales para que los escuchen. Tecnológicamente veremos la desaparición de los transistores y las frecuencias por ondas’.*

En concreto, la mayoría de los encuestados opina que la modalidad de escucha *‘a la carta’* a través de portales web, será una de las tendencias:

*‘Debido a los continuos cambios es difícil prever, pero cada día los oyentes buscan más sus programas favoritos a la carta’*

*‘A la carta, muy diferente, aunque siempre se necesitará una continuidad en antena real en el tiempo. Pero se hará con menos gente y mucha más tecnología.’*

*‘Parecida a la de ahora pero con más soporte digital y la posibilidad de conectarse a la carta más potenciada que ahora.’*

*‘Es la radio que consumen nuestros jóvenes de ahora, una radio a la carta.’*

Otras respuestas son más escuetas y escépticas:

*‘Me gustaría pensar que será una radio de calidad como en la actualidad’, ‘Difícil de imaginar’*

*‘Imposible. La radio, sin duda, sobrevivirá solo cuidando al oyente y tratando con sentido común las novedades tecnológicas y redes.’*

*‘Es demasiado aventurar, quizá más especializada por temas que por ámbito territorial de emisión. Es una tendencia que veo creciente. Eso y la ligazón cada vez más profunda a los nuevos soportes de escucha’.*

En este grupo de respuestas, destacamos una más crítica que hace referencia a la intromisión del poder político:

*‘Servicio de proximidad, aunque manchado por el servilismo político. Cuarto poder, primer poder, dan lo mismo’.*

## 7. Conclusiones

-El panorama radiofónico local en Aragón presenta variedad en cuanto a emisoras públicas y privadas, ambos grupos con diferentes tipologías.

-La proximidad informativa es el rasgo diferenciador y característica más valorada de las radios locales por quienes trabajan en ella. La implantación de estas radios en la sociedad y los contenidos de interés que ofrece son otros puntos destacados. Refuerza la idea de que la radio local fomenta y mantiene el contacto entre los territorios.

-Las nuevas tecnologías e internet inciden favorablemente en las radios locales. Les permiten crecer y mejorar en la producción y distribución de sus contenidos. Fomenta la ubicuidad de la radio, permite la escucha de sus contenidos locales a los que viven fuera y vertebrar todo su territorio de influencia en el sentido de la penetración informativa en los territorios más dispersos.

-Los recortes de presupuesto y la escasez de recursos económicos son el principal lastre y obstáculo para estas emisoras. Reciben menos ayudas públicas, su volumen de negocio es menor y son minoría las que han encontrado nuevos modelos de negocio o se sirven de Internet para ello.

-Los problemas económicos afecta a su vez a la limitación de medios técnicos y humanos (despidos y escasez de personal) y a la renovación tecnológica, que se produce de forma desigual entre las emisoras. Estos son los tres principales retos a los que se deberá de enfrentar la radio local en Aragón.

La síntesis última de este trabajo es que la prosperidad de la radio local pasa por el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, para lo cual se necesitan de más recursos económicos.

## **8. Limitaciones del trabajo y nuevas líneas de investigación**

En cuanto a las limitaciones del trabajo el primer obstáculo encontrado en la realización de este trabajo fue la definición de 'radio local'. Apenas se encontró documentación en cuanto a la acotación del término.

Otro de los aspectos más problemáticos de la realización de este trabajo tiene que ver con las fuentes de información que se han necesitado para la investigación. Por una parte, las bases de datos existentes (en portales del Gobierno de Aragón y la Asociación de Periodistas de Aragón) estaban desactualizadas, con direcciones que ya no existen o emisoras que no emiten. Por ello fue necesario un trabajo de comprobación de las emisoras, actualizarlas y buscar sus direcciones de contacto.

Por otra parte, resultó laborioso el proceso de contestación de encuestas. Fue necesaria una labor de llamadas de teléfono a las diferentes emisoras para pedir que realizaran las encuestas.

En la interpretación de los datos obtenidos es evidente que solo corresponden a las emisoras que han respondido nuestro cuestionario. Se trata de una muestra incluye las tres provincias y reúne a todas las tipologías de emisoras, por lo que es representativa del panorama radiofónico aragonés, aunque sus resultados no pueden ser del todo extrapolables al total de las emisoras.

La radio local es una modalidad de radio implantada en la sociedad en la que opera y que tiene muchas emisoras. No obstante apenas existen publicaciones, investigaciones o estudios descriptivos que se ocupen específicamente de la radio local como concepto. Es un campo amplio y profundo en el que se podría indagar acerca de sus contenidos, modelos de negocio, fuentes de información o el trabajo multidisciplinar de sus trabajadores.

## 8. Bibliografía

Amoedo, A. (2015) Periodismo radiofónico en el contexto digital. Actas congreso SEP 2015, Zaragoza, junio 2015

Balanza, S. Martínez, M. (2001) *Reinventar la radio*. Actas XV Jornadas internacionales de la Comunicación, Ediciones Aunate.

Belau, A. F. (2007). *La radio en España (1896 - 1977) Una historia documental*. Madrid: Taurus.

Buendía, A. & Pino J. C. (2007) *Radio local, opinión pública y participación ciudadana*. Popayan, Colombia. Universidad de Cauca.

Cebrián Herreros, M (2012) *Información en radio*. Editorial Síntesis, Madrid.

Cebrián, M. (2009). *Expansión de la radio*. Enl@ce. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento. Venezuela: Universidad de Maracaibo.

Díaz, L. (1997). *La radio en España*. Madrid: Alianza Editorial.

Dobón Roux, P. (2015) Antena 3 radio. *Un inesperado éxito radiofónico y empresarial a la espera de una televisión privada*. Artículo recogido en las Actas del Congreso SEP 2015, Zaragoza.

Gutiérrez, M., & Bailén, A. H. (2003). La programación de las radios generalistas en España. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (15), 7.

López Lita, R. Vilar Moreno, F. Fernández Beltrán, F. (2003). *Radio y televisión en al ámbito local*. Edirado por Universitat Jaume I. Servicio de publicaciones

Marta – Lazo, C. (Coord) (2014) *La Comunicación digital en Aragón*. Salamanca. Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Martínez, M P. (2002) *Reinventar la radio*. Actas de las jornadas Internacionales de la Comunicación. Pamplona, Ediciones Eunete.

Merayo, Arturo. (1992) *Para entender la radio*. Salamanca, Imprenta KADMOS

Rodero Antón, E. y Sánchez Serrano, Ch. (2007). Radiografía de la radio en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200714RoderoySanchez.htm>

Sabés, F. (2002). *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida, Milenio.

Sabés, F. (2003). *Radio aragonesa y el fracaso del plan de adjudicaciones de 1998*. Revista Ámbitos.

Turmo, F. S. (2003). *La radio aragonesa y el fracaso del Plan de Adjudicación de Frecuencias de 1998*. Sevilla. Universidad de Sevilla.







# Anexo 1. Listado de las concesiones de las frecuencias de emisión del Gobierno de Aragón

## EMISORAS COMERCIALES

Provincia de Huesca (31):

Municipio	Frecuencia	Licenciario
Aínsa- Sobrarbe	94.0	Radio Zaragoza, S.A.
Barbastro	91.2	Radio Huesca, S.A.U.
Barbastro	106.9	Radio Popular, S.A.
Benabarre	101.1	Brualla Arsac, José Luis
Benasque	98.0	Radio Huesca, S.A.U.
Benasque	103.1	Antena del Pirineo, S.A.
Binéfar	92.3	Radio Zaragoza, S.A.
Boltaña	100,4	Alejandro Ballesteros Cucurull
Canfranc	90.3	Radio Popular, S.A.
Castejón de Sos	101.7	Sebastián Galindo, M <sup>a</sup> Dolores
Fraga	93.1	Radiofonía Aragonesa, S.L.
Fraga	93.8	Radio Amanecer, S.A.
Grañen	91,9	Radiodifusiones Altoraragón, SI
Graus	95.1	Radio Huesca, S.A.U.
Huesca	88.9	Antena 3 Radio, S.A.
Huesca	91.6	Emisión 7, S.A.
Huesca	95.8	Heraldo de Aragón, S. A.
Huesca	96.9	Radio Huesca, S.A.U.
Huesca	98.2	Radio Popular, S.A.
Huesca	99.3	Radio Publi, S.A.
Huesca	100.8	Uniprex, SAU
Huesca	102.0	Radio Huesca, S.A.U.
Huesca	106.0	Publicidad 3, S.A.
Jaca	92.3	Radio Huesca, S.A.U.
Jaca	106.6	Radio Popular, S.A.
Monzón	93.8	Ixalencas, S.L.
Monzón	103.3	Radio Monzón, S.L.

<b>Sabiñánigo</b>	<b>89.1</b>	<b>Antena 3 Radio, S.A.</b>
<b>Sabiñánigo</b>	<b>99.5</b>	<b>Uniprex, S.A.</b>
<b>Sariñena</b>	<b>104.6</b>	<b>Radio Huesca, S.A.U.</b>
<b>Tamarite de Litera</b>	<b>105.7</b>	<b>Radio Zaragoza, S.A.</b>

**Provincia de Teruel (21):**

<b>Municipio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Licenciataro/Prestador</b>
<b>Alcalá de la Selva</b>	<b>92.3</b>	<b>Radio Zaragoza, S.A.</b>
<b>Alcañiz</b>	<b>92.5</b>	<b>Factoría de Contenidos, S.A.</b>
<b>Alcañiz</b>	<b>95.9</b>	<b>Antena 3 Radio, S.A.</b>
<b>Alcañiz</b>	<b>102.9</b>	<b>Promotora Cultural de Bajo Aragón, S.L.</b>
<b>Andorra</b>	<b>95.1</b>	<b>Radio Huesca, S.A.U.</b>
<b>Andorra</b>	<b>105.3</b>	<b>Radio Amanecer, S. A.</b>
<b>Calamocha</b>	<b>87.6</b>	<b>Uniprex, S.A.</b>
<b>Monreal del Campo</b>	<b>92.0</b>	<b>Inversiones Radiofónicas Digitales, SL</b>
<b>Monreal del Campo</b>	<b>94.7</b>	<b>Radio Publi, S.A.</b>
<b>Montalbán</b>	<b>104.1</b>	<b>Nelcy Sther Delgado Londoño</b>
<b>Mora de Rubielos</b>	<b>95.8</b>	<b>Radio Amanecer, S. A.</b>
<b>Mora de Rubielos</b>	<b>102.6</b>	<b>Gestión de Redes y Equipamientos Audiovisuales S.L.</b>
<b>Teruel</b>	<b>90.6</b>	<b>Uniprex, SAU</b>
<b>Teruel</b>	<b>91.6</b>	<b>Radio Zaragoza, S.A.</b>
<b>Teruel</b>	<b>93.0</b>	<b>Heraldo de Aragón, S. A.</b>
<b>Teruel</b>	<b>97.4</b>	<b>Antena 3 Radio, S.A.</b>
<b>Teruel</b>	<b>99.6</b>	<b>E-Media Punto Radio, S.A.U.</b>
<b>Teruel</b>	<b>101.6</b>	<b>Servicios Informativos del Mediterráneo, S.A.</b>
<b>Teruel</b>	<b>104.2</b>	<b>Radio Popular, S.A.</b>
<b>Teruel</b>	<b>106.7</b>	<b>Radio Popular, S.A.</b>
<b>Utrillas</b>	<b>103.1</b>	<b>Promotora Cultural de Bajo Aragón, S.L.</b>

Provincia de Zaragoza (33):

Municipio	Frecuencia	Licenciatario/Prestador
Alagón	87.9	Factoría de Contenidos, S.A.
La Almunia de Doña Godina	98.3	Radio Zaragoza, S.A.
Belchite	87.9	IXEIA 2000, S.L.
Calatayud	91.8	Emisión 7, S.A.
Calatayud	101.0	Radio Zaragoza, S.A.
Calatayud	101.0	Radio Zaragoza, S.A.
Calatayud	105.4	Comunicación Calatayud, S. L.
Cariñena	95.7	Radio Media Aragón, S. L.
Caspe	105.5	Radio Huesca, S.A.
Ejea de los Caballeros	94.1	Heraldo de Aragón, S. A.
Ejea de los Caballeros	98.1	IXEIA 2000 SL
Ejea de los Caballeros	105.7	Radio Zaragoza, S.A.
Fuentes de Ebro	102.1	Promociones Radiofónicas Aragonesas, S.A.
Mequinenza	95.5	Onda Ramblas, S.A.
Tarazona	91.8	Radio Zaragoza, S.A.
Tarazona	99.1	Antena de Radiodifusión, S.A.U.
Tauste	101.3	Heraldo de Aragón, S. A.
Utebo	87.6	Actividades Radiofónicas, S.L.
Villanueva de Gállego	90.5	Radio Zaragoza, S.A.
Zaragoza	89.7	Radio Publi, S.L.
Zaragoza	91.4	Kiss Radio, S.A.
Zaragoza	92.0	Antena 3 Radio, S.A.
Zaragoza	93.5	Heraldo de Aragón, S. A.
Zaragoza	94.0	Factoría de Contenidos, S.A.
Zaragoza	95.3	Radio Zaragoza, S.A.
Zaragoza	97.1	Sociedad Española de Radiodifusión, S.A.
Zaragoza	97.5	Radio Popular, S.A.
Zaragoza	97.9	Radio Popular, S.A.
Zaragoza	98.6	Antena 3 Radio, S.A.
Zaragoza	99.4	Uniprex, SAU
Zaragoza	100.5	Publicidad 3, S.A.
Zaragoza	105.8	Radio Comunitaria, S.A
Zuera	103.2	Radio Amanecer, S.A.

## EMISORAS MUNICIPALES

### Provincia de Huesca (7):

Municipio	Frecuencia	Concesionario
Ballobar	107.9	
Binéfar	107.1	Ayuntamiento
Castejón de Puente	98.3	Ayuntamiento
Fraga	107.7	Ayuntamiento
Graus	107.5	Ayuntamiento
Labuerda	107.0	Ayuntamiento
Peraltilla	107.4	Ayuntamiento

### Provincia de Teruel (5):

Municipio	Frecuencia	Concesionario
Alcañiz	107.9	Ayuntamiento
Calaceite	107.8	Ayuntamiento
Escucha	107.3	Ayuntamiento
Gea de Albarracín	107.5	Ayuntamiento
Utrillas	107.8	Ayuntamiento

### Provincia de Zaragoza (14):

Municipio	Frecuencia	Concesionario
Alagón	107.4	Ayuntamiento
Alhama de Aragón	107.4	Ayuntamiento
Borja	107.0	Ayuntamiento
Calatayud	107.5	Ayuntamiento
Cuarte de Huerva	107.0	Ayuntamiento
Daroca	107.4	Ayuntamiento
Épila	107.5	Ayuntamiento
Gallur	107.3	Ayuntamiento
La Almolida	94.7	Ayuntamiento
La Muela	107.8	Ayuntamiento
La Puebla de Alfindén	107.9	Ayuntamiento
Mequinenza	107.2	Ayuntamiento
Tarazona	95.1	Ayuntamiento
Utebo	101.1	Ayuntamiento



## Anexo 2. Encuesta - Radio local en Aragón

### 1. Localización geográfica:

Huesca capital

Huesca provincia

Teruel capital

Teruel provincia

Zaragoza capital

Zaragoza provincia

### 2. Perfil poblacional

Mayor de 50.000 habitantes

De 20.000 a 50.000 habitantes

De 10.000 a 20.000 habitantes

Menos de 10.000 habitantes

### 3. Titularidad de la emisora

Pública

Privada

**4. En el caso de tratarse de una emisora pública...**

Pertenece a RNE

Es un delegación de Aragón Radio

Emisora Comarcal

Emisora Municipal

**5. En caso de tratarse de una emisora privada**

Pertenece a una gran cadena nacional con varias emisoras en la provincia

Es la emisora principal de una gran cadena nacional en la provincia

Pertenece a un grupo autonómico o comarcal

Es una emisora independiente que ha suscrito acuerdos de explotación

Otro

Otro (especifique)

**6. Su cargo en la emisora local es...**

Propietario

Director

Redactor

Locutor



Comercial

Colaborador

**7. Equipo de trabajo**

Mas de 10 personas

De cinco a diez personas

Menor de cinco personas

Una sola persona con colaboraciones desinteresadas del tejido social

**8. Principales fuentes de ingresos**

Publicidad

Acciones especiales

Subvenciones públicas

Otro (especifique)

**9. ¿Han cambiado las fuentes de ingresos en los últimos años?**

No, se mantienen

Las fuentes son las mismas pero ha cambiado el volumen de negocio

La situación económica nos ha obligado a buscar nuevas fuentes de ingresos

Las nuevas tecnologías abren nuevas posibilidades

Hemos notado descenso en las ayudas y subvenciones públicas

Otro (especifique)

**10. ¿Cuales son los puntos fuertes de las radios locales frente a las emisoras nacionales?**

Proximidad

Inmediatez

Información de servicio público

Participación de la audiencia

Temas de interés para los oyentes

Implantación de la emisora en el tejido social

Participación en proyectos ciudadanos

Otros

**11. ¿Cuales son las principales debilidades de las emisoras locales?**

La dificultad para generar ingresos

Las plantillas muy ajustadas

El recorte progresivo de tiempo local por parte de las cadenas nacionales

La limitación de medios técnicos, humanos y económicos

La dependencia de la línea editorial de las cadenas nacionales

La gran cantidad de opciones en la competencia

Los nuevos medios y formulas de escucha en internet

Otro (especifique)

**12. ¿Como cree que ha afectado la tecnología a la radio local?**

Simplifica los procedimientos

Permite mejor calidad de sonido

Amplía la zona de cobertura de la radio local a través de internet

Obliga a un reciclaje profesional continuo

Difumina los horarios laborales de los redactores

Permite acceder a nuevas fuentes y recursos

Abarata la producción de contenidos

Abre nuevas posibilidades de emisión y producción

Genera nuevas vías de participación de los oyentes

Otro (especifique)

**13. ¿Cuáles son los principales cambios positivos o negativos que ha experimentado la radio local en Aragón en los ultimos años?**

**14. Si miramos hacia el futuro... ¿cuál es el principal problema al que se enfrenta la radio local?**

Dificultades económicas

Falta de respaldo por parte de las grandes cadenas

Necesidad de reconversión tecnológica

Imposibilidad de mantener el modelo de negocio

Competencia de los medios digitales que ofrecen información de proximidad

Recortes sucesivos por parte de las cadenas matrices

Otro (especifique)

**15. ¿Se atrevería a aventurar cómo será la radio en España dentro de 20 años?**

### Anexo 3. LISTADO DE CONTACTOS RADIOS LOCALES EN ARAGÓN

PROVINCIA	MEDIO	CADENA	CORREO ELECTRÓNICO	CONTACTO
HUESCA	Aragón Radio Huesca	Aragón Radio	<a href="mailto:rse@cartv.es">rse@cartv.es</a>	Roland Sesé
TERUEL	Aragón Radio Teruel	Aragón Radio	<a href="mailto:jmmelendez@cartv.es">jmmelendez@cartv.es</a>	José Miguel Meléndez
HUESCA	COPE Barbastro	Cadena COPE	<a href="mailto:direccion.barbastro@cope.es">direccion.barbastro@cope.es</a>	María Añaños
HUESCA	COPE Huesca	Cadena COPE	<a href="mailto:direccion.huesca@cope.es">direccion.huesca@cope.es</a>	Ignacio Gracia
HUESCA	COPE Jaca	Cadena COPE	<a href="mailto:jaca@cope.es">jaca@cope.es</a>	Pablo Barrantes
HUESCA	COPE Pirineos	Cadena COPE	<a href="mailto:antenadelpirineo@telefonica.net">antenadelpirineo@telefonica.net</a>	Jorge Lombarte
TERUEL	COPE Teruel	Cadena COPE	<a href="mailto:teruel@cadenacope.net">teruel@cadenacope.net</a>	Nicolás Szlagowski
ZARAGOZA	COPE Zaragoza	Cadena COPE	<a href="mailto:informativos.zaragoza@cadenacope.net">informativos.zaragoza@cadenacope.net</a>	Angel Herrero
ZARAGOZA	Radio Comarcal COPE Calatayud	Cadena COPE	<a href="mailto:palcalde@lacomarcacalatayud.com">palcalde@lacomarcacalatayud.com</a>	Paloma Alcalde
HUESCA	Radio Benabarre	Cadena SER	<a href="mailto:jose-luis-brualla@hotmail.com">jose-luis-brualla@hotmail.com</a>	Pilar Borruel
TERUEL	Radio La Comarca Alcañiz	Cadena SER	<a href="mailto:jvilchez@lacomarca.net">jvilchez@lacomarca.net</a>	Javier Vílchez
ZARAGOZA	Radio Zaragoza	Cadena SER	<a href="mailto:informativos.zaragoza@cadenaser.com">informativos.zaragoza@cadenaser.com</a>	Jorge Lombarte
ZARAGOZA	SER Calatayud	Cadena SER	<a href="mailto:slacarc@prisaradio.com">slacarc@prisaradio.com</a>	Silvia Lacárcel
ZARAGOZA	SER Tarazona	Cadena SER	<a href="mailto:esanchez@prisaradio.com">esanchez@prisaradio.com</a>	Elena Sánchez
ZARAGOZA	SER Cinco Villas	Cadena SER	<a href="mailto:lliso@prisaradio.com">lliso@prisaradio.com</a>	Lucía Liso
TERUEL	SER Teruel	Cadena SER	<a href="mailto:mcibarz@prisaradio.com">mcibarz@prisaradio.com</a>	Camino Ibarz
HUESCA	Radio Barbastro	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:radio-barbastro@radiohuesca.com">radio-barbastro@radiohuesca.com</a>	Jorge Lombarte
HUESCA	Radio Benasque	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:rahusa@radiohuesca.com">rahusa@radiohuesca.com</a>	Ana Ventura
HUESCA	Radio Graus	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:radio-graus@radiohuesca.com">radio-graus@radiohuesca.com</a>	M <sup>º</sup> Ángeles González
HUESCA	Radio Huesca	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:direccion@radiohuesca.com">direccion@radiohuesca.com</a> / <a href="mailto:redaccion@radiohuesca.com">redaccion@radiohuesca.com</a>	Eduardo Villendas
HUESCA	Radio Huesca OM	Radio Huesca	<a href="mailto:redaccion@radiohuesca.com">redaccion@radiohuesca.com</a>	José Luis Rodrigo
HUESCA	Radio Jaca	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:radiojaca@radiohuesca.com">radiojaca@radiohuesca.com</a>	Antonio Lecuona
HUESCA	Radio Monzón	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:radio-monzon@radiohuesca.com">radio-monzon@radiohuesca.com</a>	José Luis Barrio
HUESCA	Radio Sabiñánigo	Cadena SER Radio Huesca	<a href="mailto:radio-sabi@radiohuesca.com">radio-sabi@radiohuesca.com</a>	José Manuel Fonseca

<b>ZARAGOZA</b>	Radio Caspe	Cadena SER – La Comarca	<a href="mailto:sercaspe@radiohuesca.com">sercaspe@radiohuesca.com</a>	Nieves Aduara
<b>ZARAGOZA</b>	Onda Cero Calatayud	Onda Cero Calatayud	<a href="mailto:ylarpa@lacomarcacalatayud.com">ylarpa@lacomarcacalatayud.com</a>	Cristina Alcalde
<b>TERUEL</b>	Onda Cero Radio Calamocha	<a href="#">Onda Cero</a>	<a href="mailto:redaccion.ondacero@radiocalamocha.es">redaccion.ondacero@radiocalamocha.es</a>	José Luis Capos
<b>HUESCA</b>	Onda Cero Radio Huesca	<a href="#">Onda Cero</a>	<a href="mailto:huesca@ondacero.es">huesca@ondacero.es</a>	Fernando Herce
<b>TERUEL</b>	Onda Cero Radio Teruel	Onda Cero	<a href="mailto:teruel@ondacero.es">teruel@ondacero.es</a>	Ana Belén Vicente
<b>HUESCA</b>	Onda Cero Ribagorza	Onda Cero	<a href="mailto:ondaceroribagorza@wanadoo.es">ondaceroribagorza@wanadoo.es</a>	María Dolores Sebastián
<b>ZARAGOZA</b>	Onda Cero Zaragoza	Onda Cero	<a href="mailto:noticias.zaragoza@ondacero.es">noticias.zaragoza@ondacero.es</a>	Daniel Pérez
<b>ZARAGOZA</b>	Onda Local Gallur		<a href="mailto:ondalocal@gallur.es">ondalocal@gallur.es</a>	Isabel Saucó
<b>ZARAGOZA</b>	Radio Alagón		<a href="mailto:radioalagon@alagon.org">radioalagon@alagon.org</a>	Sara Giménez
<b>HUESCA</b>	Radio Sobrarbe		<a href="mailto:radio@sobrarbe.com">radio@sobrarbe.com</a>	Alba Fité
<b>HUESCA</b>	Radio Ribagorza		<a href="mailto:antenadelpirineo@antenagraus.es">antenadelpirineo@antenagraus.es</a>	Aurelio Mora
<b>ZARAGOZA</b>	RNE Zaragoza	RNE	<a href="mailto:direccion.aragon@rtve.es">direccion.aragon@rtve.es</a>	Jara Abella
<b>TERUEL</b>	RNE Teruel	RNE	<a href="mailto:emisora.te.rne@rtve.es">emisora.te.rne@rtve.es</a>	Lourdes Gata
<b>HUESCA</b>	RNE Huesca	RNE Huesca	<a href="mailto:emisora.hu.rne@rtve.es">emisora.hu.rne@rtve.es</a>	M <sup>º</sup> -Jesús Lera
<b>HUESCA</b>	Radio Monegros la Almolda	Radio Monegros	<a href="mailto:radio@monegros.net">radio@monegros.net</a>	Elena Villallas
<b>ZARAGOZA</b>	Radio Moncayo		<a href="mailto:radiomoncayo@yahoo.es">radiomoncayo@yahoo.es</a>	Cristina Ochoa
<b>ZARAGOZA</b>	Radio intereconomía Zaragoza	Radio intereconomía	<a href="mailto:redaccion@intereconomiazaragoza.com">redaccion@intereconomiazaragoza.com</a>	Manuel Escolá
<b>ZARAGOZA</b>	Radio Ebro		<a href="mailto:informativos@radioebro.es">informativos@radioebro.es</a>	Salvador Asensio
<b>ZARAGOZA</b>	Radio Comarca de Daroca		<a href="mailto:rcomarcadedaroca@gmail.com">rcomarcadedaroca@gmail.com</a>	José Manuel Fidalgo
<b>HUESCA</b>	Radio Cinca 100		<a href="mailto:radiocinca100@radiocinca100.com">radiocinca100@radiocinca100.com</a>	Carlos Ansaldó
<b>HUESCA</b>	Radio Cinca Deportes		<a href="mailto:deportedemonzon@yahoo.es">deportedemonzon@yahoo.es</a>	Juan Alamán
<b>TERUEL</b>	Radio Matarraña		<a href="mailto:radiomatarraña@telefonica.net">radiomatarraña@telefonica.net</a>	Rubén Lombarte