



Trabajo Fin de Grado

Los abrazos prohibidos en el mundo rural: la radio local como servicio público durante la pandemia del coronavirus

Forbidden embraces in the rural world: local radio as a public service during the coronavirus pandemic

Autora

Alba del Carmen Francés Villanueva

Directora

Tatiana Íñiguez Berrozpe

Facultad de Filosofía y Letras
2021

José Saramago dijo que “siempre acabamos
llegando a donde nos esperan”.

Gracias a todos los que, aunque me vaya,
siempre están esperándome.

Resumen

La comunicación en zonas rurales exige tratamientos informativos diferentes a los que se ofrecen en los grandes núcleos urbanos, lo que conduce a que el periodismo local exponga una serie de características muy particulares y una relación con el oyente basada en el compromiso social y la información de proximidad. Sin embargo, cuando la pandemia de la covid-19 irrumpió en nuestra vida en marzo del 2020, el marco mediático nacional y, por ende, aragonés, también sufrió grandes cambios. Desde entonces, los medios han tenido que hacer frente a nuevas realidades informativas al mismo tiempo que luchaban contra la *infodemia* y se adaptaban a la comunicación en una crisis sanitaria, económica y social sin precedentes. Así pues, este trabajo pretende estudiar la labor de los medios de comunicación durante esta alerta humanitaria y comprobar si el periodismo local actuó como servicio público e informativo a toda la ciudadanía. Para ello, se realizará una revisión documental y un análisis de fuentes científicas e informativas sobre el periodismo local, sus funcionalidades o el panorama mediático aragonés, así como un estudio de caso de la emisora SER Cinco Villas; información que se complementará con varias entrevistas en profundidad a diferentes personajes, periodistas locales, oyentes y profesionales sanitarios para comprobar el servicio público de los medios locales durante la pandemia del coronavirus. Los resultados muestran que la radio local actuó como un servicio público informativo durante la alerta sanitaria y que durante esos meses se magnifican las características del periodismo local, cercanía, proximidad y compromiso social, ejerciendo también un acompañamiento emocional al mismo tiempo que tienen que hacer frente a una adaptación radical al nuevo panorama informativo, impregnado por el contenido sanitario.

Abstract

Communication in rural areas requires different informative treatments than those offered in large urban centers, which leads local journalism to exhibit a series of very particular characteristics and a relationship with the listener based on social commitment and proximity information. However, when the covid-19 pandemic burst into our lives in March 2020, the national and, therefore, Aragonese media framework also underwent major changes. Since then, the media have had to

face new informative realities while fighting against the infodemic and adapting to communication in an unprecedented health, economic and social crisis. Thus, this work aims to study the work of the media during this humanitarian alert and to check whether local journalism acted as a public and informative service to all citizens. For this purpose, a documentary review and an analysis of scientific and informative sources on local journalism, its functionalities or the Aragonese media landscape will be carried out, as well as a case study of the radio station SER Cinco Villas; information that will be complemented with several in-depth interviews to different characters, local journalists, listeners and health professionals to verify the public service of the local media during the coronavirus pandemic. The results show that local radio acted as a public information service during the health alert and that during those months the characteristics of local journalism, proximity and social commitment are magnified, also exercising an emotional accompaniment while having to face a radical adaptation to the new information landscape, permeated by health content.

Índice

1. Introducción.....	1
2. Objetivos.....	5
3. Metodología	7
4. Marco Teórico.....	11
4.1. Comunicar en el Mundo Rural: el Periodismo Local	12
4.2. Características del Periodismo Local: Cercanía, Proximidad y Compromiso Social.....	15
4.3. Evolución de la Presencia de los Oyentes en el Panorama Radiofónico: de la Participación a la Interacción	17
4.4. Los Medios como Servicio Público Informativo durante la Pandemia de la Covid-19	21
4.5. Periodismo Aragonés. El Caso de Cadena SER Aragón y su Emisora Local Radio Cinco Villas	23
5. Resultados De La Investigación.....	28
5.1. Importancia del Periodismo Local	28
5.2. Participación de los Oyentes en las Ondas Locales	30
5.3. La Pandemia de la Covid-19 en el Panorama Mediático Aragonés.....	31
6. Discusión.....	39
6.1. Comunicación en el Mundo Rural y Periodismo Local	39
6.2. Evolución de la Participación en los Medios Locales.....	40
6.3. La Pandemia de la Covid-19 Interrumpe la Realidad Informativa del Panorama Mediático Aragonés	42
7. Conclusiones.....	44
8. Referencias	50
9. Anexos	55
9.1. Guion De Las Entrevistas	55

1. Introducción

El presente trabajo académico corresponde a la asignatura Trabajo de Fin de Grado enmarcada en el Grado de Periodismo 2020-2021 de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Zaragoza. Este proyecto tiene como objetivo conocer y analizar la función social y emocional que expresa el periodismo local, así como comprobar si durante la pandemia del coronavirus se adoptó un carácter de servicio público informativo.

La pandemia del coronavirus irrumpió en la vida de cuarenta y siete millones de españoles de la noche a la mañana. En apenas tres meses, la COVID-19 provocó la pérdida de miles de vidas humanas, destrozando y transformando la realidad de todo el mundo. El resultado: dos Estados de Alarma decretados por el Gobierno de España, casi cien días sin salir de casa y otros tantos privados de la libertad de movimiento, un panorama socioeconómico en declive y consecuencias psicológicas que nos acompañarán durante meses. Fueron varias semanas de aislamiento social que obligaron a consumir información y actualidad en cualquier formato. Y es que, desde principios de marzo del 2020, los medios de comunicación españoles se vieron en la obligación de reinventarse y adaptarse a la nueva realidad pandémica. Rutinas marcadas por cifras, aumento de la curva de contagios, nueva terminología, expertos sanitarios y mucha incertidumbre. Todo esto al mismo tiempo que se pretendía luchar contra la desinformación. Pocas semanas después de empezar a hablar del coronavirus, una nueva epidemia se propagaba con mayor velocidad que el virus letal: la *infodemia*. Unay (citado en Valcárcel Siso, 2020) define *infodemia* como:

la propagación de la desinformación sobre el virus que hace difícil que la gente encuentre recursos fiables para obtener noticias claras por los medios de comunicación tradicionales, ya que la gente se encuentra con un montón de material relacionado con el coronavirus en las redes sociales. (p.62)

Al mismo tiempo que la sanidad y ciencia se unían para salvar vidas y luchar contra el virus respiratorio, la desinformación fue incrementándose con el paso

de los meses, dificultando la verificación de si el bombardeo informativo se ajustaba o no a la realidad. Tinoco y Seixas & Paes (citado en Valcárcel Siso, 2020) reflexionan sobre la rapidez con la que se propaga la desinformación en situaciones de crisis, la cual supone un reto cada vez mayor para toda la sociedad.

Zygmunt Bauman, uno de los sociólogos más notables del siglo XX, acuñó el término de “modernidad líquida” para referirse a la exigua duración de la realidad material, esto es, hemos pasado de una sociedad sólida a un mundo circunstancial, pasajero, donde la realidad efímera es un pleonasmó. Arenas (2011) refiere que este concepto ha ido abriéndose paso hasta instalarse como una de las metáforas más utilizadas por nuestra sociedad para comprender, de forma reflexiva, la vida circundante. Y precisamente esta alegoría se puede trasladar al panorama informativo del año 2020, cuando la realidad de los medios de comunicación obligó a abandonar cualquier tipo de labor externa para ofrecer un nuevo servicio público informativo. Sin embargo, los pequeños medios de comunicación tuvieron que aprender a lidiar con la sobrecarga informativa de la pandemia sin dejar de lado a lo más valioso: la audiencia. Unos oyentes que tenían características diferentes a los de las grandes ciudades. Hombres y mujeres que se encontraban aislados en sus casas, pero cuyo entorno también denotaba cierta soledad. Ya en 2003 el escritor vasco Bernardo Atxaga señaló que “el mundo rural apenas tiene voz y ha sido percibido desde el exterior de forma errónea, a través de estereotipos pobres o negativos (...). Debemos entender el medio rural como un universo, no como un submundo de sabor local” (Foro Rural Mundial, 2003, p.45). En estas zonas, la “modernidad líquida”, esa realidad sólida y asentada del pasado, se desvanece de forma diferente a los grandes núcleos de población. Se trata de medios y formas de vida diferentes y su evolución, por tanto, también lo es. Estamos hablando de espacios rurales, con menor densidad de población y, por consiguiente, menor inversión, por ejemplo, en despliegues tecnológicos y de banda ancha por su baja rentabilidad (Fernández, 2018). Así pues, la brecha digital y las carencias tecnológicas, el perfil envejecido de la ciudadanía y el estallido de una pandemia sin precedentes provocó que la capacidad de reacción de los pequeños medios fuera, por ende, divergente.

¿Fue entonces cuando la radio potenció el enlace entre lo informativo y lo social? ¿La pandemia acrecentó la función social que, desde sus inicios, promulgan los medios, especialmente en el medio rural? ¿Esa “modernidad líquida” de la que hablaba Bauman se aceleró con el estallido de la pandemia y se gestionó de forma diferente en los núcleos rurales? El presente trabajo tratará de dar respuesta a alguna de estas preguntas, además de intentar conocer cómo afrontaron esta situación pandémica los medios y emisoras enclavados en zonas rurales, como es el caso de SER Cinco Villas.

La elección de este tema viene impulsada por mi estrecha relación con el mundo rural y también con el periodismo local. Toda mi historia está escrita desde el latido de los pueblos, y mi crecimiento intelectual me ha llevado a emprender una lucha contra el mito colectivo de que el éxito profesional y social solo se da en las grandes ciudades. Por ello, considero que la mejor arma para combatir la desinformación y la ignorancia es la educación y, por consiguiente, la comunicación. Aquí parte, por un lado, el panorama educativo y social que tanto me llama la atención y, por otro, mi breve trayectoria profesional en la comunicación. Durante los meses de verano del año 2020 y también de este 2021 he crecido tanto profesional como personalmente de la mano de periodistas locales, en concreto de Cadena SER Cinco Villas, una emisora enclavada en una de las comarcas¹ más grandes de toda la comunidad aragonesa y cuyos datos de audiencia son estables dentro del panorama autonómico. Así pues, he escogido este tema porque considero que el mundo rural está infravalorado, que la campaña de despoblación se está enfocando de forma errónea porque se debería hablar de repoblación sostenible y, por supuesto, que debemos ser conscientes de que la comunicación no es idéntica si nos trasladamos de una ciudad o capital de provincia hasta una emisora comarcal, donde existen núcleos poblacionales muy fuertes, pero también pequeñas localidades con índices de población muy bajos. Es, pues, una realidad que combina información con el lado más social y humano de los medios y, por ende, de los y las periodistas. Por ello,

¹ La Comarca de las Cinco Villas está formada por 31 municipios. Los que le dan nombre son Tauste, Sádaba, Uncastillo, Sos del Rey Católico y Ejea de los Caballeros, que es la capital comarcal y donde se encuentra la emisora local SER Cinco Villas. Se trata de la comarca más extensa de toda la comunidad autónoma con 3.062,50 km² de superficie.

creo que cuando se habla de radio se suele pensar en un medio con tendencia a la desaparición, un medio puramente informativo incapaz de adaptarse a las nuevas realidades. Sin embargo, si trasladamos la mirada a emisoras locales como SER Cinco Villas somos más conscientes de que el valor informativo en estos casos se combina con la función más social y humana, y que juntas conforman un acompañamiento emocional para todos los oyentes que se encuentran en diferentes puntos del mapa geográfico para ofrecer una información cercana y especializada de esa zona.

Así pues, el trabajo constará de varias partes. En primer lugar, se establece una contextualización y justificación del tema elegido. Posteriormente, se explicarán los objetivos de este trabajo, tanto los generales como los específicos; así como la metodología que se va a utilizar para llevar a cabo esta investigación. Tras conocerlos, tendrá lugar el marco teórico apoyado en bases científicas y teóricas que sirvan como hilo argumentativo para el trabajo, analizando la evolución de la interacción y la participación de los oyentes a lo largo de la historia de la radio, así como las bases del periodismo local y los datos más relevantes de la pandemia. Seguidamente se expondrán los resultados del estudio de caso realizado mediante una metodología eminentemente cualitativa, las entrevistas en profundidad. Finalmente, se expondrá la discusión y las conclusiones.

2. Objetivos

Los objetivos que este Trabajo de Fin de Grado persigue pueden clasificarse en dos tipos: generales y específicos.

OG1: Realizar un estudio teórico del periodismo local y ahondar en la función social que desempeñan los medios de comunicación el medio rural; así como averiguar las características más significativas del mismo.

OE 1.1.: Realizar una revisión de la literatura científica para obtener un contexto teórico sobre los aspectos más relevantes del periodismo local, como sus características, entre ellas la proximidad, la cercanía y la información de compromiso social, requisitos que debe cumplir el contenido informativo de los medios de comunicación.

OE 1.2.: Conocer la evolución histórica de la participación e interacción de los oyentes en medios de comunicación como la radio y ahondar en la transformación de la participación directa en una interactividad con la llegada de la era digital y la aparición de las redes sociales.

OE 1.3.: Descubrir el mapa mediático e informativo aragonés y los nuevos horizontes del panorama periodístico autonómico: profundizar en la presencia del sector público y privado de la radio aragonesa.

OE 1.4.: Recoger las principales aportaciones teóricas sobre la función informativa, divulgativa y social de la radio y comprobar si este comportamiento se acrecentó con la pandemia del coronavirus

OE 1.5.: Investigar si los medios locales adoptaron una función de servicio público en las zonas rurales, especialmente durante la pandemia del coronavirus

OG 2: Proponer un estudio de caso del periodismo local en la comarca de las Cinco Villas, en concreto en la emisora SER Cinco Villas

OE 2.1.: Conocer la realidad del periodismo local en la comarca de las Cinco Villas

OE 2.2: Comprobar si en esta emisora aumentó su función social característica de los medios locales y adoptó una función de servicio público informativo durante la pandemia del

OE 2.3.: Indagar cómo fue la adaptación laboral y personal a la crisis sanitaria y cómo la información sanitaria se ha incorporado en la programación como una fuente primaria

OE 2.4.: Evidenciar si los apuntes teóricos corresponden a la realidad informativa del medio rural

3. Metodología

Para realizar el presente trabajo académico se utilizarán dos metodologías bien diferenciadas: Por un lado, una revisión documental mediante el análisis de fuentes científicas e informativas sobre diferentes términos; y, posteriormente, varias entrevistas en profundidad para descubrir cómo reaccionaron los medios locales y sus oyentes ante la pandemia de la covid-19 y comprobar si el periodismo local ofreció un servicio público durante la alerta sanitaria. Este análisis se afronta combinando una doble metodología para ofrecer un estudio de caso profundo y completo.

En primer lugar, la revisión documental, el estudio de caso y las entrevistas se han realizado desde una vertiente cualitativa. Demarchi, Aguirre, Yela y Viveros (2015) afirman que realizar una investigación cualitativa permite reflexionar e interpretar en profundidad las diferentes realidades sociales, mientras que López y Sandoval (2006) confieren que métodos cualitativos sirven para acercarse a la realidad social porque buscan el diagnóstico, descripción e interpretación de un fenómeno concreto. La búsqueda de la información científica es imprescindible para establecer el estado de la cuestión. Este camino comprende diferentes tareas de identificación, selección de contenidos y análisis crítico de la lectura para extraer los puntos informativos más relevantes mediante la revisión de fuentes secundarias. Estas fuentes implican generalización, análisis, síntesis interpretación o evaluación de las fuentes primarias, y permiten sostener la investigación social al mismo tiempo que establecen cuestionamientos de la crítica científica (Wigodski, 2010)

Por eso, para ser capaces de analizar la realidad social del periodismo local se ha realizado un estudio teórico sobre la evolución de la participación de los oyentes en la radio, el periodismo local y sus características, el mapa informativo aragonés y la función de servicio público informativo durante la pandemia del coronavirus en el medio rural es un ejemplo de la investigación cualitativa. Así pues, para llevar a cabo este estudio se han utilizado diferentes bases de datos, como pueden ser Dialnet y Google Scholar, mediante palabras clave que resumen el contenido informativo. Algunas de ellas han sido: *periodismo local*,

mundo rural, despoblación, medios locales, participación oyentes, periodismo aragonés, medios en Aragón, pandemia, infodemia, función social de la radio. Posteriormente, se establecen una serie de restricciones de contenido, como la necesidad de que sea texto completo para poder leerlo de forma pausada. Los resultados obtenidos han sido libros, capítulos de libro, tesis doctorales y artículos científicos. Su sistematización y análisis han venido dadas por la estructuración temática en la que se ha dividido el marco teórico.

Por otro lado, se expondrá un estudio de caso para comprobar las características del periodismo local que se expresan en el marco teórico. En concreto se definirá en la emisora local SER Cinco Villas, una de las emisoras locales de la *Cadena SER Aragón*, para averiguar si existe una relación directa entre aquellos temas que marcan la actualidad de esa zona geográfica -durante la pandemia, por ejemplo, información sanitaria, número de positivos, restricciones de movilidad, repunte de contagios- y los temas que son de interés de la ciudadanía. Así pues, se pretende analizar si la cercanía y la proximidad son dos de las variables que aúnan estos medios de comunicación y el público. Si nos centramos en la pandemia del coronavirus, esta sinergia se podría percibir en que los oyentes de SER Cinco Villas exigen información relativa a su comarca, es decir y ejemplificando de forma breve, podrían anteponer una entrevista con la coordinadora del centro de salud de la capital cincovillesa o información detallada sobre las nuevas restricciones de la zona a cualquier entrevista o noticia de carácter autonómico, nacional o generalista, que, aunque también presente rasgos de cercanía como puede ser contenido sobre la situación de hospitalización en cualquier centro de Zaragoza, sigue estando a la sombra de la información comarcal. Por ello, es interesante descubrir hasta qué punto la cercanía y el contenido especializado son elementos fundamentales del periodismo local, así como que el tratamiento informativo no es equiparable si hablamos de un medio de comunicación comarcal, autonómico o nacional.

Además, se realizarán entrevistas en profundidad para complementar las bases teóricas expuestas anteriormente y contextualizar las entrevistas llevadas a cabo en la parte empírica del presente trabajo. Con esta herramienta se pretende estudiar cuál ha sido el papel del periodismo local durante la pandemia del

coronavirus, y comprobar si la función social del mismo se ha acrecentado, así como conocer si durante esta etapa han actuado como un servicio público informativo para la ciudadanía. En ocasiones, cuando se trabaja en el ámbito cualitativo, realizar entrevistas en profundidad supone un gran sustento informativo (Strauss y Corbin, 1990). Además, la entrevista cumple tres funciones en la investigación científica: la obtención de individuos y grupos, mejora en la accesibilidad a la información y la influencia sobre algunos aspectos conductuales (López y Sandoval, 2006).

Estas entrevistas en profundidad para conocer la visión del medio y realizar una discusión entre los resultados obtenidos y la información expuesta en el marco teórico. Para ello, se contará con la experiencia de una periodista y redactora en SER Cinco Villas de 35 años que lleva trabajando en la emisora desde 2015; así como de la periodista y directora de la emisora, de 59 años. Además, para conocer la perspectiva de la audiencia se contactará con dos oyentes de la cadena que expliquen, bajo su punto de vista, en qué nivel de servicio público se encuentra el periodismo local durante la pandemia de la covid-19. La primera oyente tiene 68 años y escucha SER Cinco Villas a diario desde hace muchos años porque su núcleo informativo se centra en la radio y la televisión. El segundo perfil es una mujer de 58 años que escucha la emisora todos los días dese hace treinta años, fecha en la que se mudó a Ejea para instaurar su negocio. Combina la radio comarcal con la nacional, aunque también consume prensa digital. Esta perspectiva se combinará con la opinión del coordinador del centro de salud de Tauste, la segunda localidad más grande las Cinco Villas, que asumió la carga pandémica en el centro hospitalario del municipio y que colaboró de forma activa con las ondas locales de la Cadena SER desde que comenzó la pandemia hasta enero de 2021, cuando finalizó su cargo. Junto a él se pretende averiguar cuál ha sido el papel de los medios de comunicación no solo a nivel informativo, sino también en lo que a la divulgación se refiere.

El instrumento utilizado para llevar a cabo estas acciones será un guion estructurado en varios bloques de contenido, entre ellos, una breve presentación, la concepción del periodismo local, una contextualización de la situación informativa durante la pandemia del coronavirus y experiencias o

anécdotas personales que sustenten los testimonios y, finalmente, propuestas de mejora. Las conversaciones se llevarán a cabo a través de una entrevista radiofónica, presencial o telemática.

En cuanto al análisis de las entrevistas, una vez realizadas se procederá a una transcripción literaria y se expondrán los resultados de la investigación, teniendo en cuenta la sistematización en bloques temáticos previamente estipulada en el guion y los diferentes participantes. En concreto, en el primer bloque se analizará el concepto del periodismo local, tanto los apuntes científicos y teóricos como las aportaciones de profesionales del medio; así como algunas de las características principales del mismo. Entre ellas, la proximidad o la cercanía de la información, complementado con la visión de varios oyentes que expliquen cuáles son los requisitos que debe cumplir el contenido informativo de la emisora SER Cinco Villas, sin olvidar las diferencias entre la comunicación en zonas urbanas y en medios rurales. En este mismo bloque también se realizará un estudio detenido sobre la transformación de la participación de los oyentes en los medios de comunicación, que con la era digital y la aparición de las redes sociales se ha convertido en interacción. Otro bloque estará destinado y contextualizado en la pandemia de la covid-19, y en la función de las emisoras locales como posible servicio público. También se reflexionará sobre el tipo de contenido más demandado durante la alerta sanitaria y sobre los cambios que la programación de esta emisora sufrió a causa de la pandemia. Finalmente, los últimos bloques servirán para concluir la investigación y comprobar hasta qué nivel de servicio público han llegado los medios locales durante esta pandemia.

4. Marco Teórico

En las siguientes líneas se va a realizar una revisión documental de fuentes científicas y secundarias para la investigación social enmarcado en una perspectiva cualitativa. En primer lugar, se expondrá que el periodismo local se desarrolla en medios rurales, donde el tratamiento informativo es diferente al de los grandes núcleos urbanos. Además, se analizará la evolución histórica de corrientes como la despoblación en el continente europeo, una perspectiva que potenció el crecimiento del mundo rural. Se trata, pues, de una vertiente del periodismo específica y creada para estas zonas, con unas características y necesidades propias, que aúnan la información local con la global para ofrecer la mejor comunicación posible; sin olvidar el estudio de la figura del periodista local desde una perspectiva diferenciadora.

Posteriormente, se dará paso a un análisis en profundidad sobre las principales características del periodismo local, entre ellas, la necesidad de ofrecer información cercana, de proximidad y con tintes de compromiso social. Esto son, pues, requisitos que la audiencia de los medios de comunicación locales demanda y que posicionan a estos medios como líderes en la zona. Siguiendo esta línea, se procederá a un estudio de la evolución histórica de los oyentes en el panorama radiofónico: desde su relación con el medio en el momento de su nacimiento en los años treinta y cuarenta, hasta la posibilidad de participar de forma directa que, con la llegada de la era digital y las redes sociales, ha potenciado nuevas formas comunicativas como la interacción. También se analizará la funcionalidad y efectividad de las redes sociales en el caso de la *Cadena SER*.

Por otro lado, se establecerá una contextualización temporal en la pandemia de la covid-19 para descubrir cómo fue el proceso de adaptación de los medios a esta nueva realidad informativa, así como la función de estos, y en especial de medios locales, cuando se han vivido situaciones claves en la alerta sanitaria, tales como restricciones de movilidad en una zona determinada o nuevas oleadas de contagios. Por último, se procederá al estudio del panorama mediático aragonés mediante un estudio de caso de la Cadena SER Aragón y su evolución histórica, haciendo especial referencia a su emisora local Radio

Cinco Villas, medio de comunicación elegido para centralizar la investigación social sobre el servicio público de los medios durante la pandemia que se realizará a través de entrevistas en profundidad.

4.1. Comunicar en el Mundo Rural: el Periodismo Local

La comunicación y los tratamientos informativos varían si nos movemos por el mapa informativo nacional. En la actualidad, se deben tener en cuenta múltiples factores que influyen en el tipo de acción comunicativa que se expone. La zona geográfica, la actualidad social, el público objetivo o el índice poblacional son algunos de los aspectos que determinarán qué tipo de periodismo ejercer.

En primer lugar, es imprescindible diferenciar los requisitos y la trayectoria del medio rural. Como apunte histórico, cabe destacar que el declive de las poblaciones rurales y agrarias europeas comenzó a mediados del siglo XIX, un proceso que adquirió gran velocidad provocada por la reducción de la nupcialidad y el aumento de los procesos migratorios. Sin embargo, España y otros países de la Europa meridional fueron la excepción y este proceso se vio más ralentizado. El medio rural creció en la segunda mitad del siglo XIX, pero declinó de forma incontrolable tras 1950 por las consecuencias de la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial (Nicolau, 2007). Así pues, se dio paso a un problema demográfico en las áreas rurales, impulsado también por la escasa adaptación a los cambios estructurales del siglo XIX Y XX, como la industrialización y la realidad capitalista. Esta situación fue potenciando grandes desigualdades entre regiones de una misma zona, ya que algunas áreas rurales convivían con la emigración de sus habitantes por la falta de oportunidades laborales, lo que complicaba el desarrollo económico y debilitaba la realidad social (Sáez, Pinilla y Ayuda, 2001). En la actualidad, el saldo migratorio presenta características diferentes: el perfil del emigrante suele ser de joven cualificado que carece de oportunidad laboral en el mundo rural que le permita desarrollar su formación; mientras que el colectivo femenino todavía es más proclive a emigrar a un núcleo urbano porque “su perfil de estudios suele encajar mejor en las actividades del sector servicios, el cual es muy reducido en el medio rural”

(Sáez, Pinilla y Ayuda, 2001). Es, pues, una realidad candente que perdura en la actualidad.

Por ello, debemos tener en cuenta estas realidades alejadas del mundo urbano cuando hablamos de comunicación. En concreto, los medios locales garantizan el derecho fundamental a la información en zonas que antes solían estar desatendidas por los medios masivos, nacionales o autonómicos. Así pues, podemos admitir que no todas las áreas se nutren del mismo núcleo informativo, lo que conduce a que el periodismo local adquiera cada vez más relevancia y fuerza (Segura-Anaya, Iniesta-Alemán y Marta-Lazo, 2020). Si hablamos del éxodo rural o de zonas no urbanas, la forma de comunicar radica en el periodismo local, que presenta unas características especiales, como se estudiará próximamente, y que se diferencia de otras variantes como el infoentretenimiento, la comunicación política o la corporativa. Además, si enmarcamos esta situación en el panorama actual, Mederos Cruz (2013) asume que el periodismo local ha adquirido más protagonismo durante la era digital por múltiples factores, uno de ellos la importancia que tiene la información de proximidad para los ciudadanos, unos requisitos específicos de este tipo de periodismo que también están relacionados con la evolución de la participación, vinculación e interacción con los oyentes, como se comentará en el siguiente apartado. Por otro lado, el periodismo local se ve limitado por la urgencia del tiempo y la escasez de personal, factores que pueden dificultar el análisis y la reflexión de contenidos tras su publicación (Tamarit, 2006).

Lo local no solo se caracteriza por su etnocentrismo, sino que también tenemos que fijarnos en la apertura informativa que engloba. Sin duda uno de los retos más relevantes a los que se enfrentan los medios locales es rescatar el sentimiento de lo público, algo que suele ser abstracto pero que el ciudadano podría comprender mejor en el ámbito local. Además, estos medios tienen que entrelazar y mantener un vínculo con lo global, porque hablar de periodismo local, de comunicación en el medio rural, no es aislarse del contexto general, sino aprender a convivir con ambas realidades y encontrar lo universal en lo pequeño, en el ámbito local (Miralles, 2006). Por su parte, Caldevilla (2013), también evidencia esta relación entre lo genérico y lo específico, ya que asume

que lo global contribuye en el desarrollo de lo local, dos conceptos que no pueden separarse si hablamos de comunicación en el medio rural. En este sentido, el periodismo local se caracteriza por la localización del medio de comunicación en una zona geográfica determinada, que reúne a unos habitantes con una unicidad cultural y tradicional que favorezcan la necesidad de información por unos intereses comunes; así como por contenidos elaborados a partir de una realidad social, económica, política, cultural, de ese espacio en concreto (Martínez Juan, citado en Caldevilla, 2013).

Finalmente, cabe destacar la figura del periodista local como elemento imprescindible de la comunicación en las zonas no urbanas. Hoy en día el periodista es el encargado de ejercer una influencia directa en la selección de contenidos y la elaboración del mensaje, acciones magnificadas en el ámbito local. En el año 2006, esta profesión local exponía una equidad de sexos y confirmaba que el perfil se establece en jóvenes con un nivel social y cultural medio o medio alto. En cuanto a la formación académica del periodista local en Castilla y León, el 86% tienen una formación universitaria, en su mayor parte en Periodismo, aunque también destacan licenciaturas en Filosofía, Filología inglesa y española y Economía (Tamarit, 2006). Esta realidad se repite en las diferentes comunidades autónomas del país, a diferencia del País Vasco, donde el perfil del periodista local suele ser masculino (Cantalapiedra, 1997). Finalmente, en Latinoamérica, la mayor parte de periodistas locales son licenciados en Comunicación Social (un 69% del estudio realizado), con poca presencia de las titulaciones de periodismo o comunicación (que representan un 19% y un 12%, respectivamente) (Rivera y Yaguache, 2010). A esto hay que añadir que la digitalización y la aparición de nuevas formas de trabajo han dado lugar a nuevos conceptos como el del periodista multimedia, que debe trabajar en la integración de todos los soportes y relacionarse con el público para garantizar la comprensión de los contenidos (Rivera y Yaguache, 2010).

4.2. Características del Periodismo Local: Cercanía, Proximidad y Compromiso Social

Segura-Anaya, Iniesta-Alemán y Marta-Lazo (2020) refieren que, por primera vez, se ha creado una estructura de medios locales cercanos a los habitantes de pueblos y comarcas, con contenidos destinados al servicio público y a la información de proximidad. Y es que la cercanía y la información especializada se asientan como los pilares fundamentales de la comunicación local. Sánchez Trever y Sánchez Gonzales (2011) confirman que los espacios locales se relacionan y articulan en las axiologías del ciudadano, introduciendo una nueva perspectiva informativa que se basa en las experiencias del individuo y en los temas que más le suscitan interés y preocupación. Además, debemos tener en cuenta que el periodismo de cercanía se reproduce a través del canal local, especialmente si nos encontramos una sociedad hiperinformada y digitalizada, aspectos estrictamente relacionados con la interactuación y velocidad con la que se reproduce la información.

Si hablamos de proximidad, Mederos Cruz (2013) añade que la necesidad de información de proximidad es una realidad que demuestran los datos sobre consumos informativos. La ciudadanía exige este tipo de relación comunicativa, porque no podemos dejar a un lado que el objetivo de estas labores, basándose en una relación de la cercanía, es el servicio a los usuarios. La proximidad espacial es para el periodismo local como el sonido para la radio: un elemento imprescindible para su correcto desarrollo y también para garantizar el éxito de este. Debemos tener en cuenta que el periodismo ha evolucionado de forma incontrolable durante los últimos años y que ahora la realidad está marcada por un acceso casi instantáneo a la información, la rapidez de comunicación y el uso de Internet que sitúan al oyente con un perfil diferente al del siglo pasado (Caldevilla, 2013). Realmente es la información de proximidad la que determina cómo los ciudadanos conciben su realidad, porque comparten temas de interés social que los medios de comunicación de la zona estudian, analizan y comparten (Tamarit, 2006). En este sentido, la audiencia local está caracterizada

“por la cercanía entre el ciudadano y las instituciones del gobierno” (Martínez Juan, citado en Caldevilla, 2013).

Siguiendo esta línea, Mederos Cruz (2013) refiere que la cercanía dota a ciertos acontecimientos una relevancia superior al suceder en el mismo territorio en donde se mueven los receptores de este tipo de mensajes o, en el caso de emisoras locales, los oyentes. Y precisamente ese enlace de proximidad ha resultado imprescindible para que los ciudadanos sean capaces de participar en los espacios públicos, disponiendo de la información útil en el territorio, lo que facilita la integración como miembros de esa comunidad. Sin embargo, gracias a la aparición de Internet la distribución del periodismo local ha adoptado nuevos horizontes y ha conseguido romper la barrera fronteriza del espacio físico, llegando a ser accesible en cualquier parte del mundo pero manteniendo ese sentimiento de cercanía con la información que se ofrece (Caldevilla, 2013). Así pues, la necesidad de proximidad e información especializada podría situarse como una de las principales características de esta vertiente del periodismo, porque “la comunicación local es dinámica, próxima a emisores y receptores, e implicada con lo que identifica y diferencia a los habitantes de ese espacio geográfico y social” (Mederos, 2013).

Por otro lado, los medios de comunicación locales basan su contenido en la relación espacial con los mismos, pero no por ello abandonan las informaciones de ámbito general, nacional, autonómico o internacional. Se trata de conseguir una combinación entre estos factores, primando la información de cercanía, pero sin alejarse del contexto general informativo. Es, pues, una labor que aúna todas estas vertientes. Siguiendo esta perspectiva, Mederos (2013) resume en seis criterios los medios locales: “la sede territorial, el ámbito de difusión y cobertura, vocación e intencionalidad, tratamiento de los contenidos, percepción del usuario de la información y relación con las fuentes de información institucionales” (p.11).

Si nos centramos ahora en la función social de los medios de comunicación, Toledano y Ardévol-Abreu (2013) sugieren que esta perspectiva social es especialmente importante ante ciertos acontecimientos de gran impacto social, dentro de los cuales podríamos incluir la alerta sanitaria que se instauró en marzo del 2020 por el avance imparable del coronavirus. Por su parte, Gascón (citado

en López-Noguero, 2001) asume que los nuevos medios participan en el proceso de promoción de actitudes dinamizadoras que fomentan la sensibilidad y la concienciación sobre los asuntos sociales. Como consecuencia, la participación e interacción del público y los medios contribuye a que la función social se desarrolle.

4.3. Evolución de la Presencia de los Oyentes en el Panorama

Radiofónico: de la Participación a la Interacción

Si nos detenemos ahora en estudiar cómo es la relación entre los oyentes y el medio, Herrera (citado en Ramos del Cano, 2014) asume que la participación de la audiencia radiofónica siempre ha sido una de las principales herramientas de comunicación en toda la historia de la radio. Además, confiere que hay más de setenta modalidades participativas entre la audiencia y el propio medio, estableciéndolas a partir de cinco variables, que serían “su finalidad, contenido o criterio temático, código lingüístico, realización técnica y planificación temática” (p.2).

Martínez Martín (2017) concluye que la participación de los oyentes en la radio es un elemento que ha estado presente desde los inicios de esta labor periodística. Y es que esta voluntad de formar parte del discurso narrativo no fue entendida por las élites científicas que, desde finales del s.XIX, trabajaban en la perspectiva de la comunicación. Con la implantación de la telegrafía, la comunicación comenzó a desarrollarse, pero no fue hasta la llegada de la radio cuando el paradigma cambió radicalmente. Este nuevo medio de comunicación permitió que la clase media se comunicara, a través de las ondas, una opción que con el paso del tiempo se convirtió en prioritaria, no solo en el ámbito informativo sino también en el social, funcionando como un enlace entre personas que se encontraban en diferentes entornos del planeta (Martínez Martín, 2017).

Así pues, la participación se ha ido integrando como un elemento más del lenguaje radiofónico, como podrían ser los valores informativos, los sonidos, el silencio o las propias palabras del periodista. Durante los primeros momentos de la historia de la radio, entre los años treinta y cuarenta, este medio se percibe como una herramienta de comunicación unidireccional, que empieza a tener en cuenta al público con la creación de programas de entretenimiento y espectáculos que requerían su presencia, aunque fuera de forma breve. El siguiente paso fue incentivar y solidificar esta participación, con concursos, rondas de preguntas o intervenciones en programas musicales, lo que se conoce bajo el término de “participación inducida”. Ya en los años ochenta y gracias a los avances técnicos y tecnológicos, estas variables se afianzan en los medios y permiten una comunicación más ligera e instantánea, por ejemplo, con el uso del teléfono o con las conexiones a Internet que llegarán años más tarde (Martínez, 2017). Un desarrollo virtual que concluye con la aparición de la interactividad.

Por su parte, Segura-Anaya et. al (2020) aseguran que los medios locales facilitan más la interacción con el público objetivo y los vecinos, en comparación con otros medios de mayor alcance; un hecho que durante los meses de confinamiento permitió que los habitantes de zonas despobladas pudieran nutrirse de la información más cercana y especializada, sin olvidar el factor interactivo, que les permitía ahondar en la actualidad sanitaria combinando estas labores con el lado más social y humano. En este sentido, Gascón (citado en López-Noguero, 2001) exhibe que la radio puede albergar temas muy variados, desde la salud hasta la preocupación por el medio ambiente, pero que gracias a este medio la participación de los oyentes está garantizada. Así, pues, esta perspectiva participativa se instaura desde los inicios de la radio y se ha visto beneficiada gracias a la digitalización y la aparición de redes sociales, que permiten que el oyente participe de forma cómoda y diferente. Por su parte, Piñeiro-Otero (2014) afirma que la integración de las plataformas *social-media* y redes sociales supone una oportunidad única para que la audiencia se implique en la programación de los medios. Gallego (citado en Piñeiro- Otero, 2014) asegura que los productores deben aprovechar esta oportunidad para atender las necesidades del público objetivo e integrar sus demandas, facilitando así la nueva interacción. Como consecuencia, los periodistas deben asumir un papel

activo para establecer y mejorar las relaciones con la audiencia, abriendo la puerta a nuevos horizontes informativos y a un cambio drástico en los modelos convencionales.

Si hablamos de participación, debemos diferenciar los tipos que existen. Por ejemplo, la participación directa es aquella que facilita un contacto e intercambio provisional entre el emisor y el receptor, es decir, que hace posible que los oyentes intervengan, de forma opinativa o informativa, en el contenido de las emisiones (Herrera Damas, citado en Martínez-Martín, 2017). Sin embargo, esta participación directa ha ido perdiendo protagonismo en las emisiones locales y, gracias a la aparición de las redes sociales y las nuevas plataformas que ofrecen un nuevo tipo de comunicación, ha dado lugar a la creación de una interacción mediática indirecta. La principal diferencia entre ambas interacciones sería que la participación directa supone un mayor grado de implicación por parte del oyente, mientras que la indirecta obedece a una escucha más pasiva (Fernández Asís, citado en Martínez-Martín, 2017). Ramos del Cano (2014) también comparte que “una de las mayores aportaciones de la convergencia entre el medio radiofónico e Internet es su potencial como promotor de una mayor interactividad de sus oyentes” (p.3). Así pues, la tradicional fórmula participativa ha sido superada con la llegada de las redes sociales, estableciendo nuevas directrices de comunicación, entre ellas, la interacción.

Si aplicamos este camino hacia la interacción y las redes sociales en el caso de la *Cadena SER*, en 2009, “A vivir que son dos días” fue el primer programa que creó un perfil en Facebook. Un año después, llegarían los de “Hora 25” o “La Ventana”. El proceso contrario ocurría en Twitter: en esta red social, “Hora 25” y “La Ventana” fueron los primeros en crear una cuenta en 2008, y ahora la cifra de seguidores asciende a 1 millón 300 mil seguidores. Por su parte, Radio Zaragoza creó su perfil de Twitter en 2011 y en la actualidad cuenta con 11,1 mil seguidores; mientras que la cuenta en esta red social de SER Cinco Villas nace en 2013 y acumula 1.208 seguidores, frente a los más de cuatro mil que presenta en Facebook. A través de sus publicaciones, los redactores de la *Cadena SER* informan, en un 48%, sobre el contenido de actualidad, aunque también tienen gran presencia las declaraciones de invitados o colaboradores, como se muestra

en las imágenes. Por otro lado, muchos post son dedicados, en un 17%, al avance de los contenidos de los próximos programas. El 26% restante es dedicado a espacios publicitarios o despedida del programa, entre otros (Ramos del Cano, 2014).

Figura 1

Ejemplificación en Twitter sobre avance de la programación



Nota. El 17% de las publicaciones son destinadas a la promoción de nuevos contenidos

Figura 2

Ejemplificación en Twitter de la reproducción literal de citas de personalidades



Nota. Entre el 48% de las publicaciones se encuentran aquellas destinadas a la reproducción de citas textuales de periodistas, colaboradores o personalidades

Si nos centramos en la provincia de Zaragoza, concretamente en la participación de los oyentes en Radio Zaragoza (*Cadena SER*), observamos cómo la interacción copa gran parte de la programación. En este caso, supone el 22,33%, con un programa de lunes a viernes titulado *Estudio de Guardia* que permite a los oyentes de la Cadena SER preguntar sobre los temas o aspectos que les preocupan (Turmo Sabés, 2002).

4.4. Los Medios como Servicio Público Informativo durante la Pandemia de la Covid-19

Según la Información Científica-Técnica de la Enfermedad por coronavirus, publicado por el Ministerio de Sanidad, el virus SARS-CoV-2 es de la familia de los coronavirus que afecta a las vías respiratorias y cuyos síntomas son similares al resfriado común. La primera información sobre casos de esta nueva enfermedad data del 31 de diciembre de 2019, cuando desde Wuhan, en China, dieron a conocer 27 casos de neumonía de origen desconocido (Ministerio de Sanidad, 2020a, p.2-3).

La aparición de esta enfermedad ha supuesto un punto de inflexión en la historia del mundo y ha marcado un hito en todo el sector informativo. La COVID-19 ha copado las portadas de los medios desde hace meses, especialmente desde febrero de 2020, cuando todos los medios de comunicación comenzaron a priorizar los nuevos datos que llegaban desde Wuhan y empezaron a hacer eco del avance imparable del virus hasta el continente europeo. Por otro lado, el 31 de enero la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la emergencia sanitaria y el 11 de marzo afirmó que estábamos ante una pandemia mundial, tan solo tres días antes de que España adoptara en Estado de Emergencia e impusiera un confinamiento domiciliario a toda la población. Si nos trasladamos hasta el 4 de agosto de 2021, la cifra de fallecidos por coronavirus asciende a 81.844 y la de contagiados a 4.545.184 personas. Por comunidades autónomas, más de 149.510 aragoneses y aragonesas se han contagiado de COVID-19 (Ministerio de Sanidad, 2020b, p.1). En concreto, la Comarca de las Cinco Villas

es una de las zonas más señaladas en el mapa epidemiológico autonómico, situándose como una de las zonas aragonesas más afectadas por la pandemia: por ejemplo, la capital cincovillesa, Ejea de los Caballeros, refleja 2584 personas contagiadas o Tauste, 1438 casos durante toda la pandemia y hasta el 5 de agosto de 2021 (Gobierno de Aragón, 2021), habiendo sufrido ambas localidades varios confinamientos perimetrales que restringían la libre movilidad de los ciudadanos por el territorio y que han mermado la situación sanitaria y económica de toda la zona, pero también la salud mental de todos los vecinos y vecinas.

La comunicación durante la pandemia ha cambiado, los medios han tenido que reinventarse y abandonar viejas costumbres para adoptar un nuevo papel informativo, ya que, en algunos casos, han ejercido un servicio público. Y es que este tipo de crisis económicas y sociales exigen una transformación radical en la comunicación, acciones que permiten adaptarse a las nuevas realidades e informar sobre ellas. Toledano y Ardévol-Abreu (2013) afirman: "Las crisis humanitarias no pueden ser vistas como otro acontecimiento informativo que relatar al público y, por tanto, exigen un compromiso social de medios y periodistas" (p.2). Por otro lado, el acceso a la información durante la pandemia se vio beneficiado gracias a internet y las redes sociales, herramientas clave si hablamos de búsqueda informativa sanitaria o política, pero también para otros aspectos como el infoentretenimiento o las relaciones sociales. Una de las plataformas más utilizadas para obtener contenido respecto a la pandemia ha sido Youtube, la plataforma mundial de videos que permite la difusión de información a la comunidad, así como la interacción con la audiencia. En el caso de la pandemia de la Covid-19, un estudio realizado en Latinoamérica para comprobar las fuentes de información de la ciudadanía demostró que el 95% de los vídeos de habla hispana fueron informativos sobre la enfermedad respiratoria, siendo tan solo un 0,85% clasificados como contenido engañoso o fraudulento; una relación que contrasta con epidemias anteriores, cuando la información engañosa superaba a la informativa y sanitaria contrastada (Nieves, Espitia y Moreno, 2021).

4.5. Periodismo Aragonés. El Caso de Cadena SER Aragón y su Emisora Local Radio Cinco Villas

La reconversión del modelo informativo en los medios de comunicación, así como la aparición de medios digitales y la adaptación a la crisis sanitaria del coronavirus, han contribuido a que empecemos a dibujar nuevos horizontes en el panorama mediático aragonés (Segura- Anaya et al., 2020). En primer lugar, se debe señalar que Aragón actúa como una comunidad autónoma líder en despoblación y, por ende, posee importantes núcleos rurales. Y es que de los 731 municipios que hay en la comunidad aragonesa, solo 20 de ellos tienen una población que supera los 50.000 habitantes. Por el contrario, 526 localidades presentan un censo poblacional menor a 500 habitantes. Se trata, pues, de una tendencia a la despoblación en todo el panorama autonómico que no deja de aumentar (Segura-Anaya et. al, 2020). Con estos niveles de densidad demográfica en ciertas zonas, la comunicación no puede funcionar en una sola línea, sino que se deben plantear diferentes perspectivas que mejoren y favorezcan el acceso a una información especializada en cada rincón de Aragón.

Si nos centramos en el panorama radiofónico aragonés, Segura- Anaya et al. (2020) refieren que Aragón Radio es la Radio Autonómica de Aragón, con una cobertura territorial del 99,4%; sin embargo, admiten que cadenas nacionales como SER, COPE y ONDACERO también forman parte del mapa mediático porque han tejido una red en el territorio con la creación de emisoras locales y acuerdos de concesiones de frecuencias en algunos municipios, acciones que han aumentado estos últimos años. Así pues, entre las de onda media y frecuencia modulada, existen 183 frecuencias de radio en Aragón. De ellas, 88 están distribuidas en Zaragoza (lo que supone un 48,09%), 54 en la provincia altoaragonesa (29,51%) y 41 en Teruel (un 22,4% de la repartición). 67 frecuencias se centran en programación pública, 40 de ellas emiten Radio Nacional de España y 27 emisoras municipales, a las que se añaden algunas sin licencia entre las que encontramos radios libres, educativas-asociativas y comerciales sin autorización; frente a 65 que lo hacen en la privada. En este ámbito, destacan las cadenas nacionales mencionadas anteriormente, así como

Radio Huesca en la capital oscense que gestiona gran parte de la programación de *Cadena SER* en toda la provincia, sin olvidar las emisoras musicales (40 Principales, Cadena Dial, M80, Rock&Gol, Kiss FM, Radiolé y Cadena 100). Se debe tener en cuenta que este mapa informativo ha variado con la aparición en 2005 de la radio autonómica aragonesa, *Aragón Radio*, cuya evolución ha marcado tendencia en el horizonte informativo de la comunidad (Sabés Turmo, 2007).

Posteriormente se realizará un estudio de caso basado en Radio Cinco Villas, emisora local correspondiente a la Cadena SER. Por ello, es necesario realizar una breve contextualización histórica de esta cadena y su evolución en el panorama mediático nacional. En primer lugar, desde su nacimiento la radio ha sufrido períodos de control y censura como sistema de transmisión de información en potencia. Montoro Bermejo (citado en Legorburu y Martín, 2018) explica que la radio llega como medio de comunicación a nuestro país en los inicios de los años 20, aunque es regulada mediante la Ley de Radio de 1923 y el Reglamento de 1924, legislaciones vigentes durante la dictadura de Miguel Primo de Rivera. Así pues, para cuando la Guerra Civil protagoniza la realidad española en 1936, este medio ya se ha convertido en una herramienta imprescindible, universal y popular. En este sentido, Ventín (citado en Legorburu y Martín, 2018), ejemplifica que cuando se produjo el alzamiento militar el 18 de julio, la intención de los sublevados era controlar todas las emisoras que había en su territorio. Sin embargo, el balance fue muy negativo para los nacionales porque solo poseían 16 de las 67 emisoras del momento.

Tras el final del conflicto bélico, se instaura un nuevo régimen dictatorial que afectó, entre otras cosas, al panorama radiofónico. En estos momentos, *Radio Nacional de España* se sitúa como la cadena líder al mismo tiempo que la conocida *Unión Radio* resurge bajo el nombre *Sociedad Española de Radiodifusión (SER)*, coincidiendo con la creación de varias cadenas vinculadas al Régimen, como la *Red de Emisoras del Movimiento (REM)*, *Cadena Azul de Radiodifusión (CAR)* y *Cadena de Emisoras Sindicales (CES)*. A pesar de convivir con una censura y un control de contenidos permanente, en los años 40 la radio intenta apoyar a la sociedad española y devolver la rutina informativa y

la ilusión mediante la combinación radio-espectáculo. A partir de la década siguiente, en los 50, la radio dependerá del Ministerio de Información y Turismo, llegando así a los años 60, cuando la *Cadena SER* se posiciona como emisora líder en toda la geografía española. Destaca, pues, el nacimiento de los espacios y programas de esta cadena que sobrevivieron durante la Dictadura, luchando contra la censura y que han sido capaces de perdurar en el tiempo. Entre otros, “Matinal *Cadena SER*” y “Hora 25”, que nace en la medianoche de 1972 de la mano de Antonio Calderón (Legorburu y Martín, 2018).

Tras la muerte del dictador Francisco Franco en 1975, la censura persiste en el periodismo español. No es hasta 1977 cuando el Gobierno de Adolfo Suárez, de la Unión de Centro Democrático (UCD), retira “la obligatoriedad de conectar con RNE y liberaliza la emisión de información a través de la radio” (Legorburu y Martín, 2018, p.385). Así pues, podríamos decir que la *Cadena SER* intentó, a través de estos programas, esquivar la legislación de los años 60 y 70, introduciendo un cambio social que suponía nuevas rupturas estructurales del Régimen.

Si nos centramos en la actualidad, la Cadena SER Aragón tiene diferentes emisoras locales y delegaciones, entre ellas Radio Caspe, Radio Cinco Villas, Radio Zaragoza, SER Alagón, SER Calatayud o SER Teruel. La emisora presente en la comarca de las Cinco Villas es Radio Cinco Villas, que se encuentra en la frecuencia de emisión 94.1 FM y está afincada en la calle Libertad de Ejea de los Caballeros (Cadena SER, 2021). Este medio de comunicación nace en abril de 1983 bajo el nombre de “Radio Aragón Cinco Villas”, aunque la emisora tendrá que esperar 3 años hasta su inauguración oficial.

Figura 3

Inauguración oficial de Radio Cinco Villas en 1986

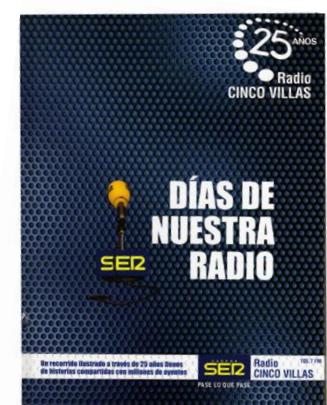


Nota. Inauguración de la emisora Radio Cinco Villas [Fotografía], por Cinco Villas Editor, 2008, Cinco Villas (<https://www.cincovillas.com/los-25-anos-de-radio-cinco-villas/>)

El 24 de octubre de 2008, Radio Cinco Villas celebró el 25 aniversario con la presencia de la directora de la emisora, Lucía Liso, el subdirector de Operaciones de la Cadena SER Ramón Gabilondo, el entonces alcalde de Ejea y presidente de la Diputación Provincial Javier Lambán y el presidente de Multicaja José Antonio Alayeto, así como todo el equipo de la emisora, periodistas y comerciales, que han participado en la historia de esta emisora (Cinco Villas Editor, 2008).

Figura 4

Cartel promocional del 25 aniversario de Radio Cinco Villas



Nota. Cartel del 25 aniversario de Radio Cinco Villas [Fotografía], por Cinco Villas Editor, 2008, Cinco Villas (<https://www.cincovillas.com/los-25-anos-de-radio-cinco-villas/>)

En conclusión, la emisora local SER Cinco Villas ha proyectado desde sus inicios una labor de servicio público informativo a la población. Sin embargo, con la llegada de la pandemia de la covid-19, todos los medios de comunicación tuvieron que adaptarse a esa nueva realidad y se vieron en la obligación de modificar sus contenidos para abordar al competo la crisis sanitaria. Por ello, a continuación, se estudiará si el periodismo local, en concreto la emisora citada anteriormente, incrementó su servicio público durante la alerta sanitaria y cómo fue el acompañamiento emocional que desempeñaron, al mismo tiempo que se pretende estudiar cuáles son los principales elementos que caracterizan la comunicación en el mundo rural.

Por otro lado, debemos ser conscientes de que la crisis sanitaria irrumpió en marzo del 2020, y poco más de un año y medio después, todavía no hay muchos estudios sociológicos ni investigaciones sociales que sirvan como fuente de información para seguir ahondando en esta nueva realidad en la que estamos sumergidos y que también ha afectado a la forma de comunicar. Por eso, la escasez de contenido informativo, la carencia de estudios que investiguen acerca del confinamiento domiciliario y la situación de alerta sanitaria que se instauró o la falta de informes y evidencias de cómo cambió la comunicación en el mapa mediático español y, en concreto, aragonés, han sido algunas de las dificultades a la hora de hacer frente a este trabajo académico. Por ello, se intentará hacer una aportación a este tema enmarcado en la actualidad del momento mediante una investigación social y estudios cualitativos que implican, entre otras cosas, cinco entrevistas en profundidad a diferentes perfiles protagonistas durante la pandemia de la covid-19.

5. Resultados De La Investigación

Para llevar a cabo el estudio de caso de SER Cinco Villas, se realizaron 5 entrevistas a diferentes perfiles para comprobar si el periodismo local ha actuado como servicio público durante esta crisis sanitaria. Así pues, en las siguientes líneas se procederá a un comentario y análisis de la información obtenida a través de estas entrevistas en profundidad, enmarcadas en la investigación cualitativa que permiten ahondar más sobre la realidad social.

5.1. Importancia del Periodismo Local

En primer lugar, uno de los aspectos más destacados es que la comunicación en el medio rural no es equiparable a la de un núcleo urbano. El periodismo local tiene unas características que lo diferencian de cualquier otro tipo de comunicación, y estas se magnifican si nos movemos por el mapa mediático español: “en las ciudades es todo mucho más impersonal. Yo creo que el periodista conecta menos con las personas, con los oyentes” (periodista local, 59 años). Por ello, la rutina informativa varía en las zonas urbanas y así se refleja en el tratamiento informativo, que es “mucho más despersonalizado, mientras que en los núcleos pequeños la comunicación es más cercana” (oyente, 58 años). La cercanía podría ser uno de los elementos de distinción en este tipo de comunicación, como se comentará posteriormente, porque según el coordinador del centro de salud de Tauste, “en el mundo rural conoces más a la gente, la población lo vive más de cerca porque les llega la noticia de forma más próxima que en una gran ciudad”. El trabajo de discernir cómo informar al público radica también en la búsqueda de la información, porque es importante “saber qué es lo que verdaderamente le interesa a ese oyente más próximo” (periodista local, 35 años).

Si hablamos de comunicar en el medio rural, tenemos que hablar de periodismo local. Cercanía, compromiso social y proximidad serían las características que más lo representan, porque este tipo de periodismo puede ser entendido como “la acción de facilitar información a la gente sobre las cosas de su propia comunidad, su pequeña comunidad” (oyente, 58 años). La misma opinión

comparte el coordinador del centro de salud de Tauste, que entiende por esta vertiente periodística “un medio cercano con la población con el que consigues llegar porque lo interpretan como algo más suyo, más próximo, más cercano”. Además, el público de los medios locales también es diferente al de grandes medios:

La comunicación local es esa información que llega a esas personas con las que te encuentras en el día a día, en la calle, que te miras a los ojos y que entiendes mucho más allá de lo que puede ser en un medio mucho más amplio, de ámbito nacional. (Periodista local, 59 años)

Al fin y al cabo, cada persona elige voluntariamente qué tipo de información quiere recibir y cuáles son los temas que copan su interés, aunque cabe destacar que casi siempre radican en lo cercano, en lo próximo. Eso se refleja en las preferencias de los oyentes, “particularmente prefiero recibir información de Ejea y la comarca, cosas cercanas, y ya después cosas más amplias” (oyente, 68 años). Por eso, se antepone el consumo de comunicación local antes que genérica, porque dejando a un lado la perspectiva del infoentretenimiento y de los contenidos básicos generalistas, el vecino de una zona determinada prefiere conocer su alrededor antes que la realidad que se está viviendo en otro punto geográfico, porque al recibir esa información sobre su territorio, pueblo o ciudad, se le está permitiendo participar en el espacio público y analizar la realidad bajo su criterio. Por eso, el oyente demanda voluntariamente esa información para satisfacer sus necesidades: “Cuando yo escucho Radio Cinco Villas estoy esperando conocer las noticias de aquí de la zona, es lo que me interesa en ese momento” (oyente, 58 años).

Sin embargo, la lucha por la información cercana y próxima no deja a un lado la perspectiva de la actualidad global. El periodismo local debe establecer una síntesis entre lo local y lo general para ofrecer un servicio completo y extenso a su público. “Tampoco puedes perder la perspectiva de lo que está pasando en España y en el mundo” (periodista local, 59 años), un trabajo que aúna lo pequeño y lo grande para crear contenido informativo que represente la actualidad y satisfaga las necesidades de los oyentes, que demandan

información local pero que necesitan contextualizar la realidad global del momento. Se trata de una síntesis, que, en ocasiones, puede resultar complicada pero que nunca hay que abandonarla porque “debemos trabajar del mismo modo las noticias locales que nacionales, con objetividad. Sería un error concebir el periodismo local como un cajón de sastre donde todo tiene cabida, sin ningún tipo de criterio periodístico” (periodista local, 35 años). Y es precisamente esa sinopsis la que conduce a un compromiso social total con los oyentes, que reciben la información que demandan y que, gracias a ese servicio informativo, conocen y analizan su entorno. Una relación que también se ve modificada si el periodista trabaja en una zona rural, porque ese compromiso social “lo tienes con las personas que conoces, con las que te saludas cada mañana e incluso te llaman por tu nombre en la calle” (periodista local, 59 años), porque el contacto es más estrecho con los oyentes y también con los personajes que protagonizan la información. “No es solo entrevistar a gente, sino conocer a gente con la que convives todos los días para conocer desde dentro cuáles son los problemas de la localidad” (oyente, 58 años).

5.2. Participación de los Oyentes en las Ondas Locales

Con la llegada de la digitalización y la aparición de las redes sociales, la participación y la relación de los oyentes con los medios de comunicación ha cambiado. Antes, la “relación era mucho más directa” (periodista local, 59 años), y, aunque con el paso de los años la participación evolucione hacia una interacción más digital, “la radio siempre facilita más participar” (oyente, 68 años) en comparación con otros medios de comunicación. Los espacios informativos han evolucionado, “ahora la radio no es ese lugar donde se llamaba para desahogarse, quizás porque irrumpió con fuerza otros canales de comunicación como las redes sociales” (periodista local, 35 años).

En Radio Cinco Villas se sigue manteniendo la posibilidad de participar de forma activa, especialmente para el perfil poblacional más envejecido: “A mí siempre me ha gustado mucho Estudio de Guardia porque no soy muy amiga de las redes.” (oyente, 68 años). Pero es una realidad que las redes sociales poco a poco aumentan el abanico de comunicación hacia una forma más interactiva e

indirecta. Ahora, los oyentes de SER Cinco Villas pueden comunicarse por diferentes formas, vía telefónica, por WhatsApp o a través de las redes sociales (Facebook Instagram y Twitter), una alternativa que facilita la participación porque “quizá es más fácil hacer un audio de WhatsApp o mandar un comentario a través de Facebook que llamar en directo para expresar algo” (periodista local, 35 años). El perfil de personas que se comunican a través de plataformas digitales suele ser más joven que aquellas personas que lo hacen a través de métodos tradicionales. Por otro lado, cada 15 días hay un espacio dedicado a repasar la actualidad de la capital cincovillesa con la alcaldesa Teresa Ladrero². Son 30 minutos en los que los micrófonos de esta emisora están abiertos a la participación telefónica de los oyentes, que pueden exponer en directo sus dudas, preguntas o inquietudes; así como dejar un mensaje de voz o escrito en el WhatsApp de la cadena. Un espacio informativo que se mantiene con el paso de los años y que permite que personas que no tienen acceso a las redes sociales puedan interactuar y participar de forma directa: “agradezco mucho que cada 15 días acudan a la radio porque los tenemos más cercanos para hacerles preguntas” (oyente, 68 años).

Otra de las novedades de la era digital es la posibilidad de conectar y escuchar la emisora a través de la aplicación de la Cadena SER, una herramienta que beneficia a toda la comarca porque “la orografía es muy irregular, hay sitios en los que no nos escuchan, y en eso la digitalización ha hecho grandes avances” (periodista local, 59 años). Esto se ve reflejado en la opinión de los oyentes: “yo tengo la aplicación para poder escuchar la emisora esté donde esté, y me parece muy útil” (oyente, 58 años).

5.3. La Pandemia de la Covid-19 en el Panorama Mediático Aragonés

La pandemia de la covid-19 irrumpió en la vida de todos, exigiendo una adaptación rápida y eficaz a los profesionales de la comunicación, que vieron

² Desde 2014, Teresa Ladrero es alcaldesa de Ejea de los Caballeros, capital de las Cinco Villas. Combina la alcaldía con la Vicepresidencia de la Diputación Provincial de Zaragoza y cada 15 días protagoniza el espacio “Línea Directa” en SER Cinco Villas para conocer la actualidad de la localidad.

cómo sus rutinas de trabajo e incluso su programación sufrían cambios por la crisis sanitaria. En concreto, en Radio Cinco Villas tuvieron que alternar los días que acudían de forma presencial a la emisora. Mientras una de las periodistas teletrabajaba y preparaba contenidos desde su casa, la otra acudía a la emisora para emitir los espacios informativos en directo. Unos cambios que afectaron también a la programación, porque en el tramo de 12.30 a 13.00 se crea un nuevo espacio conocido como “Hoy por Hoy Aragón”, suprimiendo la información local durante esa media hora y regionalizando el contenido. Así pues, las diferentes emisoras locales de Huesca, Zaragoza y Teruel intervenían para comentar cómo estaba la situación sanitaria de la zona (periodista local, 35 años).

La alerta sanitaria también afectó a los contenidos. Antes de la pandemia, la información cultural e informativa encabezaba la lista de preferencias de los oyentes. Sin embargo, con la imposición del Estado de Alarma, los medios de comunicación tuvieron que hacer frente a un cambio en la rutina informativa. Por ejemplo, durante las primeras semanas “fue un goteo constante de eventos suspendidos, necesitaban saber qué se suspendía, (...) quién podía salir de casa, quien no, qué horarios había.... Había que traducir las normas, y por supuesto cómo estaba la actualidad epidemiológica de la zona” (periodista local, 35 años). Fueron semanas en las que la gente consumía más información y escuchaba más la radio porque “en ese momento necesitábamos esa información sobre la pandemia, sobre cifras, protocolos” (oyente, 58 años). Una necesidad que se incrementó con el confinamiento domiciliario, porque “había muchas personas que no podían salir de casa y que a través de la radio estaban intentando conocer que estaba pasando fuera, en la comarca, en España y en el mundo” (periodista local, 59 años). Por eso, se incorporan nuevos horizontes informativos y se pasa a informar exclusivamente sobre la pandemia, porque el oyente demanda ese tipo de contenido. “La gente quería saber que es lo que estaba pasando en su zona, aunque el medio rural partía con una desventaja y es que hasta julio del 2020 no pudimos ofrecer las cifras exactas de personas contagiadas en la comarca” (periodista local, 35 años).

Para hacer frente a nuevos retos informativos, se vieron en la obligación de crear un equipo de profesionales y buscar nuevas fuentes de información. El grupo estaba formado por el Inspector Jefe de la Policía Local de Ejea, con amplios conocimientos en Derecho para traducir las leyes, la coordinadora del centro de salud de Ejea y representantes de otros centros de salud de la comarca, la doctora Teresa Oliván³, una médico internista colaboradora y que trabajaba en el Hospital de Alcañiz y Huesca y que aportaba una visión más profunda sobre cómo era enfrentarse día a día a la COVID; y también dos psicólogos que aportaban esa perspectiva de ayuda, sobre todo durante los meses de confinamiento domiciliario. A esto se suma el apoyo en fuentes institucionales como “ayuntamientos, entidad de la Comarca⁴, Gobierno de Aragón” (periodista local, 35 años). En ese momento se buscan nuevas fuentes primarias que, en condiciones normales, no se habrían precisado. “Te voy a confesar, no sabíamos ni siquiera quién era la persona que estaba al frente de los centros de salud de los diferentes pueblos de la comarca” (periodista local, 59 años). Con la voz de estos expertos se hacía pedagogía, se informaba y se visibilizaba la situación que atravesaba cada zona de salud en cada momento. Un apoyo imprescindible según el coordinador del centro de salud de Tauste: “Al principio, cuando todo explotó y durante esas primeras conexiones fueron meses de caos, de miedo, de restricciones, instrucciones cada día nuevas... entonces en ese primer momento el contenido sanitario fue imprescindible”. Con ellos se mantenía contacto de forma semanal para repasar la actualidad sanitaria, para insistir en los protocolos y recomendaciones sobre las cosas que había que hacer y los hábitos que debíamos mantener. “Al principio la gente no sabía cómo actuar y escuchaban por la radio cómo había que hacerlo (...) y entonces te das cuenta de que la gente sí sigue las recomendaciones de la radio” (oyente, 58 años). Se trata de una rutina informativa que se mantiene hoy en día, con más de un año y medio de pandemia, porque se ha demostrado que ese tipo de contenido sigue

³ Teresa Oliván Usieto es médico internista en el Hospital San Jorge de Huesca y también ha trabajado en el Hospital Comarcal de Alcañiz. Es colaboradora de SER Cinco Villas y cada quince días participa en el espacio sanitario “Cuídate con la doctora Oliván”, centrado desde marzo de 2020 en la pandemia de la covid-19.

⁴ Hace referencia a la Comarca de las Cinco Villas, entidad cuyo presidente es Santos Navarro Giménez del PSOE.

siendo demandado por los oyentes. “La doctora Oliván creo que se ha convertido en la médica de cabecera de todos los oyentes de Radio Cinco Villas, con sus consejos, pautas, recomendaciones” (periodista local, 59 años).

Con esas conexiones se buscaba descifrar los protocolos, los discursos sanitarios y la realidad cambiante a través de la voz de un profesional, de sanitarios en su mayoría. Una relación que, según el coordinador del centro de salud de Tauste, fue muy útil y positiva:

Contactar con ondas locales permitía transmitir mensajes que nos interesaba a la población y sabíamos que les llegaba más de cerca (...) Yo me sentía como un portavoz porque (...) la información no les llega de alguien que no conoce, y esa proximidad nos ha venido muy bien.
(coordinador del centro de salud de Tauste, 50 años)

La gente demandaba contenido informativo sanitario, en su mayor parte referente a su zona geográfica. Y es que la crisis sanitaria mantuvo esa preferencia por lo cercano, por lo próximo, porque “a la gente le da igual que en Aragón suban o bajen los contagios, lo que te preguntan es cómo estamos aquí... interesa esto, por eso la información es tan útil” (coordinador del centro de salud de Tauste, 50 años). Ese interés por el entorno se reproducía cuando la curva de contagios ascendía. “Cuando se incrementa la curva de contagios, aumenta la demanda de información y el interés” (periodista local, 35 años). Un claro ejemplo está en el fuerte repunte de contagios que sufrió la capital cincovillesa como consecuencia de las no fiestas de septiembre de 2020. Una semana que desencadenó en un mes de confinamiento perimetral y más de dos mil personas confinadas. En esos momentos, la actividad de la emisora se volvía a poner en valor y recuperaba cifras de los primeros meses de la pandemia: “no podíamos salir, no podían entrar, la radio nos tenía informados de cómo iba la cosa cada día porque estábamos aislados completamente y la radio nos comunicaba con el exterior” (oyente, 68 años). Otro ejemplo podría estar en el rebrote que sufrió Tauste por sus no fiestas patronales en abril del 2021, porque “cada vez que la curva de contagios cambiaba, ascendía, (...) teníamos que

reforzar el discurso de precaución y prudencia por lo que pudiera pasar” (coordinador del centro de salud y sanitario, 50 años).

La pandemia provocó que los contenidos sanitarios encabezaran las preferencias de los oyentes de Radio Cinco Villas y así se reflejó en sus redes sociales. Durante los meses de confinamiento fueron muchos los mensajes que recibieron con contenido visual y sonoro que reflejaba las oleadas de solidaridad en los diferentes pueblos de la comarca. Las iniciativas, consejos y recomendaciones caseras llegaron hasta Radio Cinco Villas: “había un *feedback* absoluto con el oyente, un contacto directo muy grande a través de Whatsapp, porque todos querían compartir cómo estaban pasando su encierro, eran los corresponsales de balcón” (periodista local, 35 años). Unos mensajes de los que la emisora hacía eco y difundía a través de sus perfiles, como explica la directora y periodista local de la emisora:

Una persona que todas las mañanas salía al balcón en Rivas a tocar su saxofón para animar a sus vecinos que iban a recoger esa hora el pan. Esas iniciativas enseguida nos las mandaban y nosotras nos hacíamos eco, no solo en la radio, sino también en las redes sociales de la emisora.
(Periodista local, 59 años)

Durante esos meses de encierro se abordaron temas muy diversos, se contaba cómo diferentes empresas se habían adaptado a la situación y habían cambiado su cadena de producción para centrarse en la creación de material sanitario, aunque también se hacía hincapié en conocer y visibilizar situaciones de riesgo como las que podían vivir las mujeres maltratadas por sus parejas que estaban encerradas junto a sus maltratadores en casa. Uno de los momentos más dulces de aquellas semanas fue “cuando felicitamos a una chica que estaba en París confinada y pusimos en contacto a su madre para darle una sorpresa por su cumpleaños” (periodista local, 35 años). Ahora, con la disminución de las restricciones y abriendo un poco el abanico informativo, las noticias deportivas suelen captar la atención de gran parte de los seguidores en redes de esta emisora. “Hemos tenido noticias deportivas muy importantes en los últimos meses, como los éxitos de la escaladora María Laborda, que se siguen

muchísimo y eso se ha visto reflejado en las redes” (periodista local, 59 años). A los contenidos deportivos se suman también los sucesos que, acompañados de material gráfico y visual, también suelen recibir mucha interacción.

Figura 5

Captura de pantalla del nuevo récord de la escaladora ejeana María Laborda con gran número de interacciones



Nota. Captura de pantalla de la cuenta de Twitter de SER Cinco Villas que cuenta con 35 “me gustas”, [Fotografía], por @SERCincoVillas, 2021 (<https://twitter.com/SERCincoVillas/status/1429211298408108036>)

Figura 6

Captura de pantalla de un suceso en Ejea de los Caballeros que refleja una gran interacción e interés del público, con 95 “retweets” y más de 200 “me gustas”



Nota. Captura de pantalla de la cuenta de Twitter de SER Cinco Villas que cuenta con un número elevado de interacciones, [Fotografía], por @SERCincoVillas, 2021 (<https://twitter.com/SERCincoVillas/status/1414294239358377984>)

Por otro lado, otro aspecto importante que la radio ha desarrollado durante la pandemia de la covid-19 ha sido el gran acompañamiento emocional que, en muchas ocasiones, ha desempeñado. Durante los meses de confinamiento estricto en los que la soledad impregnaba una realidad marcada por la incertidumbre, el miedo y la desinformación, la radio pudo situarse como un elemento de acompañamiento emocional y social. Una tendencia que presentaba antes de la pandemia pero que durante la crisis sanitaria se acentuó, porque “fueron momentos en los que se premiaba y valoraba la cercanía, y tener esa ventana para escuchar qué está pasando en tu zona geográfica era muy útil” (coordinador del centro de salud de Tauste, 50 años). La misma reflexión se comparte detrás de los micrófonos de SER Cinco Villas, donde también se concibe la radio como “la ventana a la que se asoman nuestros oyentes para ver qué es lo que está pasando” (periodista local, 59 años), construyendo, pues, la figura de las ondas locales como un balón de oxígeno contra la soledad y contra la incertidumbre, que ejerció un servicio informativo, pero sin dejar de lado la parte más social. Y así lo percibieron los oyentes, que veían en las voces de estas periodistas la esperanza y la oportunidad de seguir adelante: “No me cabe la menor duda de que la radio es acompañamiento emocional. Siempre que pasan cosas, es el medio más cálido” (oyente, 58 años).

A esto hay que añadir que, a pesar de que las primeras semanas estaban marcadas por el ritmo frenético de adaptarse a esta nueva realidad, por la llegada de nuevos términos, por asimilar lo que era una pandemia y por retransmitir que la gente salía a aplaudir a los balcones al mismo tiempo que no había mascarillas para los sanitarios, desde esta emisora luchaban por “transmitir también, dentro de las circunstancias, un poquito de aliento y alegría” (periodista local, 59 años). Se intentó adaptarse, paliar la incertidumbre ofreciendo la poca información que en esos momentos había con el principal objetivo de cuidar a la audiencia, intentando que los oyentes estuvieran informados, pero no se dejaron llevar por el miedo, el desánimo y el caos del momento. Y esta forma de comunicar, alejada de dramatismos y reflejando más que nunca la realidad social, llegó a los oyentes: “yo la tele la veo como más sensacionalista así que yo prefería escuchar Radio Cinco Villas porque es objetiva, útil y da información más cercana (oyente, 68 años); mientras que también se valora la precaución a la hora de ofrecer

contenido sanitario: “Creo que los periodistas transmitían muy bien la información y tampoco se machacaba muchísimo, yo creo que pensando también en el oyente” (oyente, 58 años).

Finalmente, podríamos decir que las ondas locales, desde sus inicios, han ejercido un servicio público a la población. Por un lado, prima la perspectiva informativa local, cercana, próxima y comprometida con la actualidad social, como se ha demostrado anteriormente; pero no se deja de lado ese servicio a la ciudadanía, porque la radio local es capaz de conocer a sus oyentes, escuchar qué marca la actualidad de la zona para después transmitirlo a través de las ondas. Un servicio público que, con la llegada de la crisis sanitaria, se incrementó porque la información se convirtió en un bien de primera necesidad. Así lo sentían los colaboradores que apoyaban los contenidos informativos y que traducían lo que estaba sucediendo de la mano de los periodistas. Desde dentro de la profesión sanitaria comprendían que promulgar consejos, recomendaciones y mandar mensajes de aliento pensado en los vecinos y vecinas era una obligación más para combatir esta crisis sanitaria: “Yo viví, como participante y colaborador con el contenido sanitario, que lo que hacíamos era un servicio público más para llegar a la población” (coordinador del centro de salud de Tauste, 50 años).

Y ese sentimiento de servicio público al oyente, al público, a los vecinos y vecinas con los que convives, ya existente, se magnificó cuando la gente más lo necesitaba. Como afirma la directora y periodista local de Radio Cinco Villas, “la radio es servicio público. Lo ha sido durante la pandemia, lo fue antes y lo seguirá siendo”. No podemos olvidar que, al fin y al cabo, el compromiso social, el acompañamiento emocional y los valores que promulga consiguen fidelizar a gran parte de su público: “La radio ha ido creciendo conmigo, o yo con la radio. La radio ya forma parte de mi vida” (oyente, 68 años).

6. Discusión

Tras conocer los resultados de las cinco entrevistas en profundidad para llevar a cabo la investigación social, a continuación, se procederá a comparar lo expuesto anteriormente con el marco teórico.

6.1. Comunicación en el Mundo Rural y Periodismo Local

En primer lugar, se ha demostrado que la comunicación en el medio rural exige tratamientos informativos diferentes a los de los núcleos urbanos, y así ha quedado reflejado a través de la experiencia de dos periodistas locales y también de dos oyentes del medio. Valores como la cercanía o la información de proximidad han pasado a ser requisitos para que el acto comunicativo se lleve a cabo de forma óptima y para que el oyente reciba información de su interés.

Segura-Anaya et al. (2020) refieren que los medios locales proporcionan información cercana a los habitantes de pueblos y comarcas, ofreciendo contenidos de servicio público e información de proximidad. Esta preferencia por lo cercano es una tendencia presente en las radios locales, en concreto en SER Cinco Villas, donde son conscientes de que el ciudadano antepone lo que ha pasado en su alrededor a cuestiones más lejanas. Es por ello por lo que la parrilla informativa se completa con contenidos locales, combinables con los asuntos que marcan la actualidad de España y el mundo, pero siempre manteniendo la preferencia por lo cercano.

Esto se ve reflejado en los temas que más interés suscitan a los oyentes, encabezando la lista de preferencia las actividades culturales: destacan actos musicales, artísticos, sociales y pequeños eventos que se llevan a cabo en los pueblos de la comarca y que son útiles para los vecinos y vecinas de la zona por la información que se ofrece. A esto le sigue la situación social, económica y política, y la información agraria, un sector muy desarrollado en la comarca de las Cinco Villas. En definitiva, el oyente muestra interés por conocer cómo es la realidad social de su entorno, aunque estos contenidos se verán desmarcados por la introducción de información sanitaria provocada por la pandemia de la covid-19, como se comentará próximamente. Sin embargo, esto no conduce a

una presencia exclusiva del contenido local. Mederos (2013) asume que hay que alcanzar una combinación entre lo global y lo local, primando la información de cercanía, pero sin alejarse del contexto general informativo, mientras que Miralles (2006) confiere que hablar de comunicación en el medio rural no es aislarse del contexto general, sino aprender a convivir con ambas realidades y encontrar lo universal en lo pequeño. Una teoría que se ve respaldada porque desde las ondas locales también tienen claro que hay que luchar por esa síntesis entre lo grande y lo pequeño, entre lo general y lo cercano.

Otra de las características del periodismo local sería el compromiso social que mantiene con sus oyentes. Gascón (citado en López-Noguero, 2001) asume que los nuevos medios son promotores de ciertas actitudes que fomentan y dinamizan la sensibilidad y la concienciación sobre asuntos sociales, efectuando así una función social. Esos lazos de unión se ven favorecidos si hablamos de periodismo local, porque la comunicación en zonas rurales es más ágil y cercana, lo que favorece todavía más que se imponga ese compromiso social con la audiencia.

Por otro lado, existen diferencias en el tipo de comunicación si nos movemos por la geografía aragonesa; unas desigualdades que también se aprecian en las condiciones laborales, especialmente en los medios técnicos. Tamarit (2006) afirma que el periodismo local se ve limitado por la urgencia del tiempo y la escasez del personal. Así lo muestran dentro de esta emisora local, alegando que la situación mediática española es complicada pero que es algo que en el medio rural se acentúa todavía más.

6.2. Evolución de la Participación en los Medios Locales

La relación entre el público y el medio de comunicación es un elemento fundamental para el desarrollo de la actividad periodística. Históricamente, la participación de la audiencia siempre ha sido una de las principales herramientas de la comunicación (Herrera, citado en Ramos del Cano, 2014). Una tendencia que, según Segura-Anaya et al. (2020) se incrementa si hablamos de medios

locales, donde se facilita más la interacción con el público objetivo. Sin embargo, la posibilidad de interactuar con los oyentes ha sufrido una evolución en las últimas décadas. Según Martínez (2017), en los años treinta y cuarenta, cuando la radio todavía estaba aflorando, los medios de comunicación se perciben como una herramienta unidireccional que poco a poco posibilita la presencia del público. Esto se magnifica en los años ochenta, cuando los avances técnicos permiten que la comunicación con el oyente sea más ligera e instantánea⁵.

Desde los 2000, la digitalización y la creación de nuevas plataformas de comunicación modifican radicalmente el concepto de participación directa para derivar en una interacción. Piñeiro-Otero (2014) afirma que la integración de las plataformas *social-media* y redes sociales supone una oportunidad única para que la audiencia se implique en la programación de los medios. La proliferación de estas nuevas realidades permite que la información llegue a los oyentes de forma más accesible y que su relación con el medio sea más cómoda, aunque también más indirecta.

Además, en esta nueva era tecnológica la distribución del periodismo local ha conseguido romper la barrera fronteriza del espacio físico, llegando a ser accesible en cualquier parte del mundo, pero manteniendo ese sentimiento de cercanía con la información que se ofrece (Caldevilla, 2013). Esto se ve reflejado, por ejemplo, con la aplicación de la Cadena SER, que permite disfrutar de los contenidos desde cualquier parte del mundo y que globaliza el medio al mismo tiempo que se mantiene la esencia de la cercanía y el compromiso social:

En definitiva, se mantiene la posibilidad de participar de forma activa y directa con las ondas locales, pero ya es una realidad que la relación de los oyentes con su medio de proximidad ha cambiado con la llegada de la era digital. Ahora, predomina una interactividad a través de redes sociales y plataformas digitales, que permiten que el público siga participando desde una perspectiva más indirecta y convirtiendo su contacto en una interacción.

⁵ Durante los años ochenta predominan las llamadas telefónicas o conexiones a Internet que van solidificando la participación de oyentes en concursos, rondas de preguntas o programas musicales

6.3. La Pandemia de la Covid-19 Interrumpe la Realidad Informativa del Panorama Mediático Aragonés

La llegada de la pandemia de la covid-19 cambió la vida de millones de personas, provocando una crisis sanitaria, económica y social sin precedentes con unas consecuencias que tardarán años en desaparecer. La alerta sanitaria se trasladó a las redacciones de los medios españoles, que tuvieron que hacer frente a una situación nunca antes vivida, teniendo que adaptarse lo más rápido posible para ser capaces de trasladar la poca información disponible que había a la ciudadanía. Fueron meses protagonizados por la incertidumbre, el miedo y el desconocimiento en los que los medios de comunicación adoptaron un papel clave para transmitir la actualidad del momento, cuál era la situación de todo el país, qué restricciones debíamos asumir y cómo nos teníamos que comportar. El 31 de enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la emergencia sanitaria y el 11 de marzo afirmó que estábamos ante una pandemia mundial. Solo tres días después, el Gobierno de España declaró un Estado de Emergencia e impuso un confinamiento domiciliario que duraría varios meses. Desde ese momento, las parrillas informativas pasaron a estar protagonizadas de forma exclusiva por el contenido sanitario. La programación comenzó a estar repleta de cifras, datos, protocolos, nuevos términos y explicaciones empíricas de qué era lo que el mundo estaba atravesando. Por eso, los medios se vieron en la obligación de descifrar toda la información que recibían para ofrecérsela al público de la forma más clara y concisa posible. Para ello, tuvieron que buscar nuevas fuentes de información y empezar a contactar con expertos que contribuyeran a explicar y divulgar el contenido sanitario. Fue el caso de SER Cinco Villas, donde la incorporación de nuevas voces a la información se vio como una oportunidad para transmitir contenido de calidad para toda la sociedad.

Los medios se adaptaban a esa nueva realidad con la ayuda de profesionales y nuevas voces con dos objetivos: por un lado, facilitar la transmisión de la información, pero por otro, luchar contra una nueva tendencia cuya capacidad de propagación era mayor que la del virus: la *infodemia*. Unay (citado en Valcárcel Siso, 2020) la define como “la propagación de la desinformación sobre el virus que hace difícil que la gente encuentre recursos fiables para obtener

noticias claras por los medios (...), ya que la gente se encuentra con material (...) en las redes sociales". Para hacer frente a estos movimientos, se apoyaban con la colaboración de expertos que aportaran información empírica y contrastada, algo que también supuso una buena forma de combatir la desinformación. Los medios introdujeron una función didáctica a la población, siendo los encargados de transmitir la poca información que había para intentar concienciar a la gente de qué estaba pasando.

A medida que la crisis sanitaria iba avanzando, desde las ondas locales se fue adoptando un servicio público informativo, algo que ya existía especialmente en los medios locales pero que se magnificó con la pandemia. Toledano y Ardévol-Abreu (2013) confiesan que "las crisis humanitarias no pueden ser vistas como otro acontecimiento informativo que relatar al público y, por tanto, exigen un compromiso social de medios y periodistas". El servicio público se situó como una barrera más en la lucha contra la covid-19, y la radio local supuso un acompañamiento emocional y social para todas aquellas personas que, durante los meses de confinamiento domiciliario, estaban sumergidas en la soledad, la incertidumbre y el miedo. Por ello, podríamos decir que la radio incrementó su servicio público durante la alerta sanitaria, retransmitiendo al minuto la actualidad, desde las oleadas de solidaridad y los aplausos en los balcones, hasta la denuncia por falta de equipos de protección individuales y la llamada a la prudencia y la responsabilidad para que todos nos quedáramos en casa.

7. Conclusiones

Lo expuesto en el marco teórico y los resultados de las entrevistas en profundidad para completar el estudio de caso de SER Cinco Villas, permiten concluir que el periodismo local se instaura como principal fuente de información en zonas rurales y que presenta unas características muy concretas que los oyentes también valoran. Como se ha comentado anteriormente, la información local tiene tintes de cercanía, proximidad y compromiso con la sociedad.

En primer lugar, se ha demostrado que los oyentes anteponen el contenido de cercanía y de proximidad, es decir, de su núcleo geográfico y de su entorno social, a otro tipo de contenido más globalizado que pueden encontrar en medios de comunicación más generalistas. En la parrilla de esta emisora predomina información cultural, política, económica y social del entorno, en concreto, de la comarca de las Cinco Villas, y esta oferta coincide con la demanda de la audiencia, que muestra sus preferencias ante lo cercano. Sin embargo, esto no conduce a una exclusividad de estos temas, sino que se debe combinar la información local con la global, lo pequeño con lo grande, lo cercano con lo general, para ofrecer una síntesis que permita que el oyente esté informado, manteniendo sus preferencias por lo próximo, pero sin sumergirse en una burbuja de aislamiento con el exterior. En algunos casos, esta fusión de contenidos supone un reto, pero desde la profesión de la comunicación son conscientes de que, aunque sea complejo, se debe luchar por aunar ambos conceptos y trasladar los problemas genéricos a la zona donde se encuentra el medio, para que el oyente reciba información personalizada y de calidad. Un ejemplo de esto sería el tratamiento del problema de la luz, que atañe y preocupa a toda la sociedad, pero trasladándolo a la comarca, acompañando la información con la voz de un experto o una empresa de la zona que aproxime el problema y consiga que el público empatice más, porque, aunque sea información global, la sentirán cercana. Es, pues, una tarea que los medios de comunicación locales deben asumir y que en ocasiones puede resultar compleja por la falta de recursos, pero que no se debe obviar.

A la cercanía y la proximidad se suma un compromiso social total con los oyentes. Los medios locales adoptan en cierto modo responsabilidades que pueden servir para concienciar o sensibilizar a la sociedad sobre algunos temas, algo que en los medios más grandes no tiene tanto efecto. Además, la radio es una herramienta de comunicación más cercana y ágil, que magnifica la función social si se enmarca en un contexto rural.

Por otro lado, las diferencias entre la comunicación en el medio rural y en zonas urbanas son notorias. En primer lugar, los medios locales conviven con carencias técnicas y humanas que en una ciudad, por norma general, no existen. Las redacciones tienden a contratar menos personal que en un medio más grande, y es una tendencia que se reproduce en todo el panorama nacional. En este sentido, la figura del periodista local también suele estar denostada dentro del mundo de la comunicación, lo que ha conducido a que en estos últimos años se haya romantizado la profesión en el mundo rural. En segundo lugar, la relación con la audiencia en zonas con menor densidad de población también diverge a la situación que existe en una ciudad. En el medio local el o la periodista convive a diario con los vecinos e incluso se establecen lazos de relación del público con el medio. Por eso, el tratamiento informativo es diferente y en ocasiones esto conduce a actuar con más precaución y prudencia a la hora de informar. A esto se suma que los contenidos son más despersonalizados y generalistas en las ciudades, y el tratamiento es más impersonal porque se abordan temas diferentes que no requieren de cercanía ni proximidad.

Cambiando de asunto, también se ha comprobado que en las últimas décadas la relación de los oyentes con el medio ha cambiado. Se ha observado una evolución y una transformación radical de la presencia del público. En los inicios de la radio y gracias a los avances técnicos, se daba una participación muy directa mediante llamadas telefónicas en programas de infoentretenimiento, concursos o actividades musicales. Sin embargo, con la llegada de la era digital y la creación de nuevas plataformas *social-media*, entre ellas las redes sociales, la presencia se ha convertido en una interacción más indirecta. Ahora, se mantiene la opción tradicional para la población más envejecida y menos familiarizada con las nuevas tecnologías, pero los medios locales también

conviven con la proliferación de nuevas formas de comunicación mediante mensajes de WhatsApp o interacción con las redes sociales, que permiten una transmisión de mensajes más cómoda y fácil. A esto se suma que el medio también puede controlar cuáles son los contenidos que más se demandan o cuáles son las inquietudes y respuestas de sus oyentes gracias al número de visualizaciones o de interacciones que hay en una red social. Por eso, es una herramienta bidireccional, porque el público puede comunicarse con el medio, pero éste también percibe la respuesta de los oyentes ante la programación que se expone. Por último, otra ventaja de la digitalización es la creación de aplicaciones que permiten seguir escuchando la emisora desde cualquier parte del mundo, como es el caso de la Cadena SER, que permite trasladar ese sentimiento de cercanía y proximidad a cualquier parte.

Para finalizar, este trabajo pretendía comprobar si la radio local había actuado como un servicio público más durante la pandemia del coronavirus. Durante las primeras semanas del Estado de Alarma, los medios de comunicación locales también tuvieron que hacer frente a cambios en su programación, en su rutina de trabajo y en sus contenidos. Esta adaptación se produjo en todo el panorama mediático español, pero en las zonas rurales no se disponía de la misma información que en las cadenas más generalistas; por ejemplo, no fue hasta julio del 2020 cuando los medios locales pudieron optar a conocer las cifras de contagiados en cada zona de salud de la comarca. Fueron meses de incertidumbre, de desconocimiento y de miedo, y la tarea de los periodistas fue comunicar la poca información que había sin caer en dramatismos ni sensacionalismos, intentando ser un apoyo moral para toda la ciudadanía, lanzando mensajes de calma y retransmitiendo la actualidad que se estaba viviendo. En esta emisora convivían con actualizaciones constantes, con una realidad cambiante y tuvieron que hacer frente a ese ritmo frenético que impuso la crisis sanitaria. Lo hicieron de la mano de expertos de la zona, que contribuían a divulgar los pocos conocimientos que había, haciendo pedagogía y escuchando las necesidades de los vecinos y vecinas. Para hacer frente a la presencia del contenido sanitario, se incorporan nuevas colaboraciones que antes no existían, como la voz de sanitarios y nuevas personalidades. Espacios

que, por cierto, todavía se mantienen habiendo superado el año y medio de pandemia, pero que, por su relevancia y utilidad, el público sigue demandando.

Fueron meses difíciles para el mundo de la comunicación, que veía como también tenía que hacer frente a los bulos, las *fake news* y la infodemia, que se propagaba casi tan rápido como la enfermedad respiratoria. Sin embargo, a pesar de que la alerta sanitaria aumentaba con fuerza, las ondas locales consiguieron posicionarse como una buena herramienta de comunicación, que ofrecía recomendaciones y consejos al mismo tiempo que informaba sobre la situación de la pandemia, con cifras, datos y nuevas restricciones. Los contenidos sanitarios pasaron a copar la programación diaria y la radio se hacía eco de la realidad del momento, de las oleadas de solidaridad, de los cambios que sufrían las empresas, de la crisis económica que se estaba provocando e incluso de las desigualdades sociales que poco a poco iban aumentando. Al fin y al cabo, las ondas locales actuaron como una ventana que mostraba y visibilizaba cómo estaba viviendo toda la sociedad la amenaza sanitaria. Durante los primeros meses, el oyente seguía manteniendo sus preferencias por el contenido de cercanía, pero ese interés se trasladaba a la esfera sanitaria. Los vecinos y vecinas querían conocer cuál era la situación de su entorno, anteponiendo estos contenidos a otros más generalistas. Lo mismo ha ocurrido cuando se ha producido un aumento en la curva epidémica de la zona, como ha sido el caso de Ejea de los Caballeros que ha estado confinada perimetralmente tres veces o Tauste, que lo ha estado una. En esos momentos, la parrilla ya no estaba protagonizada exclusivamente por la pandemia, sino que se combinaba con aspectos y actividades que poco a poco se iban recuperando. Sin embargo, en esos momentos, aumentaba la demanda por conocer cómo estaba la crisis sanitaria en la zona y la radio retomaba las rutinas de los primeros meses.

Es por ello por lo que podemos concluir que SER Cinco Villas, enmarcada como emisora local, actuó como un servicio público durante la pandemia del coronavirus, una función social que ya existía desde los comienzos de la radio local pero que se incrementó como un arma para luchar contra la desinformación y la realidad cambiante. Y es que esta crisis también ha afectado al periodismo local, que ha tenido que hacer frente a una adaptación rápida y caótica con

menos medios técnicos y humanos, y que ha demostrado que para muchas personas supuso un acompañamiento emocional, especialmente durante los meses de confinamiento domiciliario. Además, debemos cambiar la perspectiva de que el medio rural es algo secundario al mundo urbano para empezar a saborearlo como un universo único, independiente de la ciudad y con unas características particulares.

La pandemia de la covid-19 quizá ha puesto en valor el concepto de “modernidad líquida” de Bauman⁶, que venía a explicar que poco a poco, la realidad sólida de nuestros antepasados se va desvaneciendo para dar paso a un mundo más precario, consumista y, por ende, ansioso. Según este sociólogo, estamos sumergidos en una posmodernidad cambiante, y esa alegoría se puede trasladar al panorama informativo del 2020, que vio cómo, de forma radical e inesperada, tuvo que hacer frente a una nueva realidad que pilló por sorpresa a la sociedad, la misma que en cuestión de días dejó de aplaudir en los balcones para adaptarse a la nueva normalidad. Una rutina que los pequeños medios de comunicación tuvieron que aprender a lidiar sin dejar de ofrecer un servicio público pensando siempre en la audiencia.

Finalmente, la realización de esta investigación se ha visto limitada por la escasez de documentos científicos que avalen la evolución de la pandemia de la covid-19 debido a su proximidad temporal, así como las carencias de análisis descriptivos de cómo ha cambiado el tratamiento informativo con la crisis sanitaria, eje sobre el que se construye esta investigación. Como es un acontecimiento histórico muy reciente y que todavía no ha concluido, habrá que esperar unos meses hasta que podamos consultar diferentes fuentes de información que avalen el servicio público de los medios, en concreto de la radio local. Por otro lado, entre las futuras líneas de investigación podríamos apelar a la evolución de los propios medios a medida que se va retomando la normalidad o, en su defecto, la nueva normalidad, para comparar cómo fue la adaptación de las primeras semanas de pandemia y cómo lo está siendo ahora, habiendo

⁶ Zygmunt Bauman es uno de los sociólogos más notables del siglo XX que acuñó el término de “modernidad líquida” para referirse a la exigua duración de la realidad material.

superado el año y medio de alerta sanitaria y con nuevos frentes abiertos para el mundo de la comunicación, como la campaña de vacunación y la proliferación de bulos y noticias falsas, en ocasiones expuestas por líderes de opinión o figuras políticas de renombre. Por eso, sería interesante estudiar cómo han afrontado los medios de comunicación esta nueva realidad y este nuevo reto, y en concreto, cuál ha sido la labor de las ondas locales durante el camino hacia la nueva normalidad.

8. Referencias

Arenas, L. (2011). Zygmunt Bauman: Paisajes de la modernidad líquida. *Daímon. Revista Internacional de Filosofía*, (54), 111-124.
<http://revistas.um.es/daimon/article/view/152461/134761>

Cadena SER. (6 de septiembre de 2021). *Emisoras de Radio Zaragoza*.
<https://cadenaser.com/emisora/prov/zaragoza/>

Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, 165-176.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93528051013>

Cantalapiedra, M.J. (1997). *Periodistas locales*. Universidad del País Vasco.
<https://addi.ehu.es/handle/10810/40682>

Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias (2021). *Información microbiológica acerca de SARS-CoV-2*. [Archivo PDF]
https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCovid/documentos/Documento_MICROBIOLOGIA.pdf

Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias (2020). *Información microbiológica acerca de SARS-CoV-2*. [Archivo PDF]
https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCovid/documentos/Actualizacion_433_COVID-19.pdf

Cinco Villas Editor. (24 de octubre de 2008). Los 25 Años de "Radio Cinco Villas". <https://www.cincovillas.com/los-25-anos-de-radio-cinco-villas/>

Demarchi, G., Aguirre, M., Yela, N., y Viveros, E. (2015). Sobre la dinámica familiar. Revisión documental, *Cultura, Educación y Sociedad*, 6 (2), 117-138.
<https://dialnet-unirioja.es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=7823294>

Fernández, M. (2018). Brecha digital, *Bit*, (207), 6-6. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=6295214>

Foro Rural Mundial (2003). Periodismo y mundo rural. *Sustrai: revista agropesquera*, (66), 45-53. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=832030>

Gobierno de Aragón (s.f.). *Mapa de casos de COVID-19 en Aragón*. Gobierno de Aragón. <https://datacovid.salud.aragon.es/covid/>

Legorburu, J.M., y Martín, B. (2018). La osadía de la "Cadena SER" frente a la censura radiofónica del franquismo, *Historia y comunicación social*, 2 (23), 371-387. 10.5209/HICS.62263

López- Noguero, F. (2001). Los medios de comunicación en la educación social: el uso de la radio. *Comunicar*, 8 (16), 141-148.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=16&articulo=16-2001-20>

López, N., y Sandoval, I. (2006). Métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Universidad de Guadalajara.
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/176/3/M%c3%a9todos%20y%20t%c3%a9cnicas%20de%20investigaci%c3%b3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

Martínez, M. (2017). *Evolución de la participación de los oyentes en la programación de radio: el caso de Radio Nacional de España, 2004-2014* [tesis doctoral, Universidad Carlos III de Madrid].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=153309>

Mederos, S.L. (diciembre 2013). *Periodismo de proximidad: la radio local*. V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, Tenerife, España.

Metodología de la Investigación (1 de junio de 2011). *Fuentes primarias y secundarias*. <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/fuentes-primarias-y-secundarias.html>

Miralles, A.M. (2006). Siete retos de los medios locales. *Revista comunicación*, (25), 39-50. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=2199373>

Nicolau, R. (2007). El declive de la población rural y agraria. *Ecología política*, (33), 62-64. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=2316499>

Nieves- Cuervo, G.M., Espitia-Duran, L.T., y Moreno-Salamanca, M.A. (2021). Utilidad de YouTube como fuente de información durante las emergencias sanitarias: caso de la pandemia COVID-19, *Salud Uis*, 53 (1). <https://doi.org/10.18273/saluduis.53.e:21003>

Piñeiro-Otero, T. (2014). De la audiencia convencional a la audiencia social. Una nueva perspectiva en torno a las comunidades de los programas de radio en España, *Mediterránea de comunicación*, 5 (1), 83-104. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.01>

Ramos del Cano, F. (2014). Redes sociales y participación radiofónica: Análisis de caso de Twitter y Facebook en la Cadena SER. *Revista Internacional de Comunicación*, 25, 1-12. <http://hdl.handle.net/11441/66723>

Rivera, D.E., y Yaguache, J. (diciembre de 2010). *Perfil del periodista local en la era digital y su integración en las redes sociales*. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, Tenerife, España.

Robles, J.M. (2017). ¿Por qué la brecha digital es un problema social?.

Panorama social, (25), 9-16. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=6371385>

Rodrigues, M.E., Belarmino, A.C., Lopes, L., Lima, I., y Rodrigues, A. (2020).

Communication in health work during the COVID-19 pandemic, *Investigación y educación en enfermería*, 38 (3). [10.17533/udea.iee.v38n3e09](https://doi.org/10.17533/udea.iee.v38n3e09)

Sabés, F. (2002). *La radio y la televisión local en el marco del sistema audiovisual aragonés* [tesis doctoral, Universitat Autónoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/4102>

Sabés, F. (2007). Los medios de comunicación de proximidad en Aragón. La conveniencia de impulsar políticas públicas, *Ripacurtia* (5), 79-92.

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bXFpgRFanFEJ:https://www.raco.cat/index.php/Ripacurtia/article/download/111395/269542+&cd=8&hl=es&ct=clnk&gl=es>

Sáez, L.A., Pinilla, V.J., y Ayuda, M.I. (2001). Políticas ante la despoblación en el medio rural: un enfoque desde la demanda. *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 1, 211-232.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=243632>

Sánchez Trever, S., y Sánchez Gonzales, H.M. (2011). El periodismo en la cercanía a través de lo local. En N. J.M. Gómez y Méndez, S. Méndez Muros (Ed.), *Del vídeo comunitario a la televisión local en Andalucía* (pp. 61-68). Sevilla: Universidad de Sevilla. Equipo de investigación de análisis y técnica de la información. Departamento de Periodismo II. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=4802913>

Segura-Anaya, A., Iniesta-Alemán, I., y Marta-Lazo, C. (2020). Medios digitales emergentes en el medio rural. El caso de Aragón (España). En N. Aguaded. I., y Vizcaíno- Verdú, A. (Eds.), *Redes sociales y Ciudadanía: hacia un mundo*

ciberconectado y empoderado (pp. 745-755)

<https://doi.org/10.3916/Alfamed2020>

Ser Cinco Villas [@SERCincoVillas]. (22 de agosto de 2021). *La ejeana María Labora quinta del mundo. La escaladora ha hecho el tercer mejor tiempo del campeonato con 8"31. Enhorabuena @mariaclimb!*. Twitter.

<https://twitter.com/SERCincoVillas/status/1429211298408108036>

Ser Cinco Villas [@SERCincoVillas]. (11 de julio de 2021). *Rescate de los dos tripulantes del helicóptero siniestrado en la estanca del Gancho en #Ejea*. Twitter. <https://twitter.com/SERCincoVillas/status/1414294239358377984>

Strauss, A., y Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. (4^a ed.). SAGE Publications.

Tamarit, A.M., (2006). Consideraciones sobre el periodista local en Castilla y León. *Zer: revista de estudios de comunicación*, 20, 399-409. <https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=2238731>

Toledano, S., y Ardèvol-Abreu, A. (2013). Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: propuestas para una función social del periodismo. *Communication&Society*, 26 (3), 190-213.

<https://dadun.unav.edu/handle/10171/35516>

Valcárcel, R.L. (2020). Verificación de hechos en tiempos de coronavirus. De la pandemia a la infodemia. *Revista de Estilos de Aprendizaje / Journal of Learning Styles*, 13 (26), 61-72.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7599453>

9. Anexos

9.1. Guion De Las Entrevistas

Buenos días, estamos realizando un estudio en profundidad sobre el periodismo local y su actuación y evolución durante la pandemia de la covid-19. Nuestro principal objetivo es conocer la labor de la emisora local SER Cinco Villas y comprobar si los medios locales han ejercido un servicio público durante la crisis sanitaria. Por ello, necesitamos su colaboración para conocer diferentes perspectivas sobre estos términos y averiguar la realidad de dicho medio de comunicación. En primer lugar, le agradecemos su participación en esta investigación.

6. Periodistas Locales, 35 y 58 años

- Presentación

1. ¿Cuál es su formación?
2. ¿Tiene una vinculación directa con la zona geográfica donde se encuentra su puesto de trabajo?
3. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo como periodista? ¿Cuántos en este medio?

- Bloque 1: periodismo local

4. ¿Qué debemos entender por periodismo local?
5. ¿Existen diferencias sustanciales entre la comunicación en zonas urbanas y zonas rurales?
6. ¿En estos últimos años se ha romantizado la figura del periodismo local?
7. ¿Qué características debe tener un buen periodista local?
8. ¿La comunicación en el medio rural convive con la falta de recursos técnicos y personales?
9. ¿Qué tipo de información suelen demandar los oyentes? ¿Prima el contenido de proximidad? ¿Se anteponen estas

preferencias frente a temas generales, nacionales e internacionales?

10. ¿Este tipo de comunicación debe aunar y combinar la información global con la local? ¿resulta difícil esta síntesis?
11. ¿Existe un compromiso social con el público objetivo?
12. ¿Ha evolucionado la participación de la audiencia en estos últimos años? ¿se ha cambiado de una participación directa a una interactividad?
13. ¿La era digital y las nuevas redes sociales han fomentado la interacción con la audiencia?

- **Bloque 2: pandemia**

14. ¿Qué cambios sufrió vuestra rutina de trabajo con la llegada de la crisis sanitaria? ¿hubo cambios en la programación informativa en marzo del 2020?
15. ¿Cómo fue la adaptación durante las primeras semanas del Estado de Alarma? Fueron días en los que la población necesitaba más información que nunca. Sin embargo, primaba la incertidumbre.
16. ¿Han cambiado las necesidades informativas de la audiencia con la llegada de la pandemia? ¿qué contenido se demanda ahora?
17. ¿Vuestra interacción en redes sociales con los oyentes ha cambiado con algún tema determinado? Por ejemplo, con el contenido sanitario
18. ¿Qué tipo de información sanitaria habéis incorporado a vuestra rutina de trabajo? ¿vuestras fuentes de información han cambiado? Hablamos de la búsqueda de nuevos expertos, fuentes institucionales...
19. ¿La radio ha podido situarse como un elemento de acompañamiento durante la pandemia? Es decir, quizás en ciertos momentos se ha ofrecido información sanitaria de la

zona que en otros medios de comunicación generalistas no se ha podido encontrar.

20. ¿Cómo se ha combatido la infodemia y las *fake news* sanitarias?
21. ¿A qué nivel de servicio público considera que se ha instalado el periodismo local durante la pandemia?
22. ¿Considera que ha cambiado el valor de la información local durante los meses de confinamiento domiciliario, o durante las semanas de curva ascendente e imparable, por ejemplo, en Ejea de los Caballeros en septiembre? ¿en esos momentos se pone más en valor la información cercana?
23. El periodismo local convive con la falta de medios, ¿es una tendencia que se ha incrementado con la pandemia?

- **Bloque 3: ejemplos personales**

24. ¿Recuerda algún momento durante la pandemia de la covid-19 en el que la radio ejerciera de forma clara como un elemento de servicio público?
25. ¿Ha sido difícil informar y comunicar en una crisis sanitaria sin precedentes?

- **Bloque 4: propuestas de mejora**

26. ¿Qué pueden hacer los medios de comunicación locales para seguir ofreciendo información de calidad, de proximidad, sin dejar de lado el valor informativo?
27. ¿Se mantendrá el servicio público cuando acabe la pandemia?

7. Oyentes, 58 y 68 años

- Presentación

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Con qué frecuencia escucha Radio Cinco Villas? ¿Cuánto tiempo lleva manteniendo esa rutina?

- Bloque 1: periodismo local

3. ¿Qué es para usted el periodismo local?
4. Cuando escucha o consume otro tipo de periodismo más generalista, a nivel nacional, ¿observa diferencias entre la comunicación en zonas urbanas y zonas rurales?
5. En su opinión, ¿qué características debe tener un buen periodista local?
6. ¿Qué tipo de información le gusta encontrar en los informativos de SER Cinco Villas?
7. Cuando escucha esta emisora, ¿prefiere recibir información de la zona o contenido generalista?
8. En estos últimos años, ¿ha cambiado su participación e interacción con los contenidos de la emisora?
9. ¿Las redes sociales facilitan la interacción con los contenidos informativos?

- Bloque 2: pandemia

10. Con la llegada de la pandemia, ¿ha escuchado más la radio?
11. ¿Qué contenido le interesa más escuchar ahora?
12. Durante el confinamiento domiciliario, ¿la radio ha podido situarse como un elemento de acompañamiento emocional y social? Es decir, quizás en ciertos momentos se ha ofrecido información sanitaria de la zona que en otros medios de comunicación generalistas no se ha podido encontrar.

13. ¿Los contenidos informativos han sido útiles para informarse sobre los aspectos sanitarios básicos (cifras, datos, protocolos)?
14. ¿A qué nivel de servicio público considera que se ha instalado el periodismo local durante la pandemia?
15. ¿Considera que ha cambiado el valor de la información local durante los meses de confinamiento domiciliario, o durante las semanas de curva ascendente e imparable, por ejemplo, en Ejea de los Caballeros en septiembre? ¿en esos momentos se pone más en valor la información cercana?

- **Bloque 3: ejemplos personales**

16. ¿Recuerda algún momento durante la pandemia de la covid-19 en el que la radio sirviera para combatir la incertidumbre y la soledad?
17. En su opinión, ¿cree que SER Cinco Villas ha supuesto una fuente de información útil para combatir la desinformación?
18. ¿Cómo valoraría la labor de esta emisora durante estos meses? ¿agradecía escuchar información de la comarca?
19. ¿Ha consumido más información de esta emisora que de otras cadenas nacionales? ¿Por qué?

- **Bloque 4: propuestas de mejora**

20. ¿Qué sería interesante incorporar en la programación informativa?

8. Coordinador del centro de salud de Tauste, 50 años

- Presentación

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿qué cargo ocupó durante la pandemia de la covid-19?

- Bloque 1: periodismo local

9. ¿Qué es para usted el periodismo local?
10. En su opinión, ¿qué diferencias existen entre la comunicación en el medio rural y en las grandes ciudades?

- Bloque 2: pandemia

11. Con la llegada de la pandemia, el mundo de la comunicación tuvo que adaptarse a la crisis sanitaria. Entre otras cosas, hubo un cambio en la realidad informativa que se tuvo que complementar y ayudar con nuevas fuentes, como los centros de salud, ¿cómo valora la incorporación de esas voces a la información?
12. ¿Los contenidos informativos han sido útiles para informarse sobre los aspectos sanitarios básicos, sobre todo los **protocolos, recomendaciones** de lo que había que hacer y lo que no?
13. ¿Fue también una fuente de información sobre cifras de positivos, restricciones?
14. Durante el confinamiento domiciliario, ¿la radio ha podido situarse como un elemento de acompañamiento emocional y social? Es decir, quizás en ciertos momentos se ha ofrecido información sanitaria de la zona que en otros medios de comunicación generalistas no se ha podido encontrar.
15. ¿A qué nivel de servicio público considera que se ha instalado el periodismo local durante la pandemia?

Bloque 3: ejemplos personales

16. ¿Recuerda algún momento durante la pandemia de la covid-19 en el que la radio sirviera para combatir la incertidumbre y la soledad?
17. En su opinión, ¿cree que SER Cinco Villas ha supuesto una fuente de información útil para combatir la desinformación?
18. ¿Cómo valoraría la labor de esta emisora durante estos meses?
19. ¿Ha consumido más información de esta emisora que de otras cadenas nacionales? ¿Por qué?