

## Los archivos sonoros en la radio municipal en la Era de la *plataformización*. El caso de la Comunitat Valenciana

Raúl Terol-Bolinches y Miquel Camarasa Sanchis<sup>1</sup>

**Resumen.** En la Sociedad de la Información y del Conocimiento la irrupción de Internet y su expansión en el siglo XXI provocaron, entre muchas otras cosas, una mayor facilidad en el acceso a los datos y a la información. Los medios de comunicación han tenido que adaptar sus rutinas ante las nuevas posibilidades que les ofrecía la red, entre ellas la de conseguir un alcance global. La radio no estuvo ajena a este cambio y mostró de nuevo su capacidad de resiliencia para adaptarse al nuevo ecosistema digital. Así lo hizo también la radio de más pequeñas dimensiones, la de titularidad municipal, que vio como este cambio provocaba que su difusión ya no se circunscribiera únicamente a su demarcación geográfica sino que se pudiera escuchar por todo el mundo empleando una tecnología muy económica.

La presente investigación tiene por objetivo analizar la forma mediante la que las emisoras municipales de la Comunitat Valenciana registran y comparten su archivo sonoro con la audiencia a través de dos formas: el *podcasting* o la radio a la carta. Para llevar a cabo esta investigación se ha llevado un análisis cuantitativo de las XX emisoras municipales de XX en el que se ha observado cómo estos medios de comunicación de ámbito municipal conservan en el tiempo los programas que se difunden a través de la frecuencia modulada y cómo los distribuyen a través de sus páginas web y las diferentes plataformas de audio digital.

**Palabras clave:** Archivo sonoro; documentación; radio a la carta; *podcasting*; plataformización.

### [en] Sound archives in municipal radio in the Era of platformisation. The case of the Valencian Community

**Abstract.** In the Information and Knowledge Society, the irruption of the Internet and its expansion in the 21st century led, among many other things, to greater ease of access to data and information. The media have had to adapt their routines to the new possibilities offered by the network, including the possibility of achieving a global reach. Radio was no stranger to this change and once again showed its resilience in adapting to the new digital ecosystem. This was also the case for the smallest radio stations, municipal radio, which saw how this change meant that its broadcasting was no longer limited to its geographical demarcation but could be heard all over the world using a very economical technology.

The aim of this research is to analyse how municipal radio stations in Comunitat Valenciana record and share their sound archives with their audiences in two ways: podcasting and on-demand radio. To carry out this research, a quantitative analysis of the XX municipal radio stations of XX has been carried out, in which it has been observed how these municipal media outlets conserve the programmes that are broadcast on FM over time and how they distribute them through their websites and the different digital audio platforms.

**Keywords:** Sound archive; documentation; on-demand radio; podcasting; platformisation.

**Sumario.** 1. Introducción: una sociedad entre lo local y lo global. 2. *Streaming, podcasting* y radio a la carta: los nuevos modelos de distribución. 3. Objetivos y metodología. 4. Resultados y discusión. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

#### 1. Introducción: una sociedad entre lo local y lo global

Nuestra sociedad ha vivido marcada por grandes cambios sociales que han definido distintas etapas históricas, cambios producidos por lo que Toffler (1980) detalló como olas, que arrasaban con todo lo que había hasta el momento y lo sepultaban, cambiándolo por estilos de vida inconcebibles hasta ese momento. Las dos primeras representadas por la revolución agrícola y la industrial, y la tercera, que empieza a finales de los años 80 del siglo pasado, en la que se entremezcla lo local con lo global. Esta tercera ola es la más cercana a nosotros, se observa que hay un

creciente interés por la comunidad y el barrio, el entorno más cercano, mientras que a la par existe un interés por temas mundiales.

Ante este nuevo ecosistema, los medios de comunicación de masas van a jugar un papel esencial para que germine la globalización. Serán los encargados de transportar la expresión de valores y la distribución de la información a los receptores con una inmediatez y una flexibilidad inauditas hasta el momento. Los medios muestran posturas dicotómicas a la hora de desempeñar sus roles, ya que son capaces de ofrecer una fuerte resistencia a la globalización, a la vez que se constituyen como protectores del ca-

<sup>1</sup> Universitat Politècnica de València

pitalismo, agentes para la democratización y herramientas para fomentar la *glocalización* (Fernández Parrat, 2001). De esta manera, nos encontramos con que “se establecen herramientas de un proceso que va en dos direcciones: la globalización de lo local y la localización de lo global” (Terol, 2016: 68).

La *glocalización* es un concepto que surge de la conjunción entre globalización y local. Se empieza a engendrar por el mismo momento que llega la tercera ola anunciada por Toffler y su origen se encuentra en una de las prácticas comerciales japonesa: el que vive de lo que le ofrece su propia tierra. Este término viene a resultar de la suma de los aspectos locales y concretos con los mundializados. La llegada de internet y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) han provocado que se derriben las fronteras políticas, económicas y sociales, generando una defensa de las tradiciones de los territorios frente a la temida globalización cultural. El pensamiento *glocal* viene a señalar que existe una estructura lo suficientemente flexible como para adaptarnos a nivel local a las demandas globales, evitando que se generen barreras culturales fruto de defender las tradiciones locales frente la cultura global (Bolívar, 2001)

Para Fornet-Betancourt (2000), la *glocalización* significa una oportunidad única de la universalización de lo local y de hacer local lo universal gracias a Internet, que ha hecho posible que se desarrolle un universo entorno a los contenidos de ámbito local. De esta manera, se convertirán en locales temas de repercusión global tales como el de los derechos humanos y se globalizarán temas que son locales, como nuestra cultura o tradiciones.

Los medios de comunicación, ante la evolución propia que ha llevado consigo la Sociedad de la Información y del Conocimiento, junto con un mayor acceso a internet entre la población mundial, han desarrollado nuevos aspectos como el periodismo hiperlocal. Este hace referencia a medios electrónicos que ponen el foco en la información local. Sus temas se alejarán de la agenda que marcan los medios de comunicación convencionales, al igual que también cambiarán sus fuentes, que pueden ir desde un vecino a fuentes poco rigurosas (Cruccianelli, 2010). Uno de los retos que se le plantean a los medios de comunicación es su aprendizaje ante esto que se expone. Ser capaces de situarse en el escenario mediático que va más allá de lo local no es una tarea fácil y significa todo un logro, especialmente cuando hay una tendencia a la concentración de los grandes grupos multimedia que trasciende cualquier frontera (Larrondo, 2006).

### 1.1. La radio: de la Sociedad de la Información a la Era de la Audificación

La radio es un medio social capaz de adaptarse a los constantes cambios que se han producido a lo largo de la historia, especialmente en las últimas décadas. Así cualquier cambio que se produzca en la sociedad, por insignificante que pueda llegar a ser, va a tener su repercusión en la radio al igual que en los demás medios de comunicación (Gazi, Starkey y Jedrzejewski, 2011). La radio ha sabido adaptarse a las circunstancias que la sociedad tenía en cada momento, a las adversidades que se le presentaban

y superándolas al fin, siendo una de sus características la resiliencia. En 2013 el Profesor Guy Starkey dirigió la conferencia, celebrada en Londres, de la sección de Radio Research de la asociación ECREA, en ella señaló y así lo apuntaba el título que la radio era un medio resiliente (Oliveira, Stachyra y Starkey, 2014).

Y en esta sociedad global a la que se hacía referencia, ¿cuál es el papel que desempeña la radio? La respuesta es sencilla, la radio tiene una importante repercusión a causa de su elevado grado de penetración y aceptación, con su destacado número de consumidores de la emisión convencional a través de las ondas y su, cada vez mayor, número de oyentes en internet. La radio se sitúa en cuarto lugar en cuanto a números de audiencia general de medios con un 54,1%, con 22 millones y medio de oyentes diarios, siendo el segundo de los medios convencionales solo por detrás de la televisión (AIMC, 2023). El consumo de la palabra hablada se ha incrementado del 39 al 48% de 2014 a 2023, pasando de 105 millones de personas a 135 solo en los Estados Unidos (Edison Research, 2023). El medio que se caracteriza por su proximidad, credibilidad y cercanía ha conseguido que los avances tecnológicos se posicionen de su parte para construir nuevos modelos de transmisión y comunicación de la actualidad (Martínez-Costa y Díez Unzueta, 2005).

La radio forma parte de la Sociedad de la Información en tanto productora y receptora de información. Es por ello por lo que desarrolla un papel protagonista en lo referido a la comunicación oral y a datos sonoros. Las tecnologías ponen a su servicio una infinidad de posibilidades entre las que se encuentran una ampliación de la cobertura de emisión, antes limitada por la infraestructura técnica de las emisoras y la orografía de la zona, o una programación ininterrumpida para las radios con presupuestos más limitados. Su objetivo en esta sociedad es el de ser capaz de dinamizar la manera en la que la información transitará en cualquier ámbito, tanto de forma aislada como de manera global. Contribuye especialmente con la aportación del sonido, en cualquiera de sus variantes fundamentales (Terol, 2016). Dentro de los estudios de la Sociedad de la Información, el sonido era una de las cuestiones que despertaban menor interés (Cebrián Herreros, 2008), pero en los últimos años hemos asistido a un sustancial cambio en este sentido, concretamente a partir de 2019, se ha ampliado el número de investigaciones académicas relacionadas con el *podcast* y el audio digital (García-Marín, Terol y Oliveira, 2023) y la industria también ha despertado su interés en lo sonoro, especialmente de nuevo con el *podcasting* (Arense-Gómez, Pedrero-Esteban y Terol, 2019), desembocando en un escenario en el que la *plataformización* es la protagonista y en un momento de la historia al que se conoce como Era de la Audificación (Piñeiro-Otero y Pedrero-Esteban, 2022).

### 2. Streaming, podcasting y radio a la carta: los nuevos modelos de distribución.

Existen diferentes tipologías para clasificar las emisoras de radio que emiten por internet. Cebrián Herreros (2008) señalaba que estas pueden ser radio por internet, radio en

internet o ciberradio. El primer tipo, la radio por internet, lo componen todas aquellas emisoras que utilizan la red como mero soporte de difusión, emisoras creadas para ser escuchadas solo a través de la tecnología *streaming*. Un ejemplo podría ser Internet Talk Radio, la primera en aparecer. La radio en internet, en cambio, tiene dos vertientes: abrir la radio convencional a todas las posibilidades que ofrece internet y crear una fonoteca con todas las aportaciones que se han realizado en la radio convencional, por ejemplo cualquiera de las emisoras generalistas en nuestros días, Cadena SER, Cadena COPE u Onda Cero. Por último, la ciberradio, que modifica las aportaciones de la radio tradicional y las convierte en un producto diferente, aprovechando la interactividad y el carácter multimedia del contenido que puede acoger en su web, por ejemplo, emisoras musicales que se crean para su emisión *online* y que cuentan además con página web y *app* propia para *smartphones* en las que además se enlaza a las redes sociales y canales de mensajería instantánea.

Por su parte, Xavier Ribes (2001) hace diferentes clasificaciones de las emisoras que emitan a través de internet, pero en esta investigación sobre la radio de titularidad municipal interesa la que hace referencia a su modelo empresarial. Así pues, las clasifica en unipersonales, de asociaciones no lucrativas, de emisoras locales y de grupos de comunicación. Las emisoras locales que agregan tecnologías digitales a su producción entrarían en ese tercer epígrafe. Pueden transmitir el contenido sonoro de su emisión en directo o disponer de los fragmentos de su programación para que el oyente los descargue, pero sin crear nuevos contenidos para este nuevo canal.

### 2.1. La emisión en vivo o *streaming*

La tecnología empleada para la emisión *online* es el *streaming*. García-Lastra (2012: 182) lo define como “un vertido continuo de una señal digital (...) que es recibido en forma de sonido por el usuario final”. Para este autor el *streaming* se convierte en el formato de uso generalizado en los nuevos canales y no debe concebirse como una amenaza sino más bien como una poderosa oportunidad que viene a complementar la emisión convencional y a potenciar la convergencia digital del medio radiofónico.

La primera emisora de radio en emitir por internet fue Internet Talk Radio, creada por Carl Malamud, que inicio sus emisiones en el año 1993 (Baker, 2010; Videla y Piñeiro, 2013). En España su inicio se produce unos años más tarde, en 1995, con la primera versión del software Real Audio. A principios de siglo XXI la presencia de la radio en Internet era más bien tímida, a las primeras emisoras que emitían en la red y que no lo hacían por FM o AM se las conocía como *bitcasters* (Ribes, 2001). Por esos años, en la Comunitat Valenciana las radios municipales más atrevidas eran las que se atrevían a flirtear con la emisión a través del *streaming* (Ramírez Queralt, 2006).

La tecnología *streaming* que acababa de irrumpir en el mercado convertiría en una realidad que la emisión radiofónica se expandiese más allá de las barreras geográficas. Este aspecto favoreció a la radio local, que lo encontró como una fortaleza desde el

primer momento. La primera radio *online* en emitir contenidos en tiempo real fue Catalunya Radio, pero uno de los ejemplos más interesantes, relacionado con esta investigación como uno de los antecedentes, fue el de Rambla Bit en 1995, que buscaba crear una fonoteca virtual a partir de los contenidos diversos que se producían para la programación, de tal manera que la audiencia pudiese volver a acceder a los contenidos sonoros tantas veces como lo deseara, poniendo a su disposición el archivo sonoro de la radio local (Ribes, 2001).

Gertrúdx y García (2011) proponen una clasificación más amplia sobre los servicios sonoros existentes en la web. Abordan su análisis en cuatro ejes desde los que evalúan y describen a los nuevos medios: sus prestaciones, el tipo de servicio ofrecido, el canal que utilizan dentro de Internet y el contenido. Por ello dividen el panorama de la radio en internet en seis apartados: Radio portales web o webcaster; radio a la carta; radio extendida; distribución *peer-to-peer*; radio personalizada y la radio en mundos inmersivos.

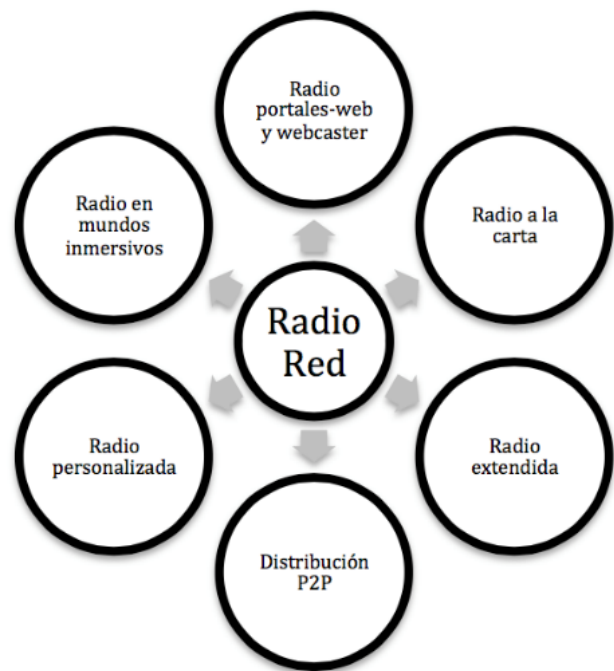


Figura 1. Ámbitos de estudio de la radio en Internet.

Fuente: Gertrúdx y García (2011)

Según Gertrúdx-Barrio y García-García (2011), los principales motivos por los que se ha producido un crecimiento de las emisoras *online* es por la tensión informativa entre lo local y lo global, la progresiva fragmentación de las audiencias, la desregularización del sector, que ha posibilitado una democratización de los contenidos y ha hecho que colectivos más desfavorecidos y hasta iniciativas personales encuentren su altavoz en este nuevo medio. En 2001 había más de 10.000 emisoras en internet, dato que constataba la relevancia que adquiriría este fenómeno (Castells, 2001). Por su parte, la radio a la carta se constituye como un nuevo modelo de distribución y de consumo de los contenidos en la red (Gertrúdx y García, 2011). Una de sus características es la desaparición del orden clásico fijado en la programa-

ción radiofónica, es el fin de la fugacidad del mensaje (Terol, 2016).

## 2.2. La radio a la carta, el repositorio sonoro en la web

La radio a la carta utilizará una tecnología diferente al *streaming* que, tal y como se ha señalado, emite la emisión en vivo y no hay posibilidad de que la audiencia pueda descargar el fichero (Román-San-Miguel y Moreno-Espinosa, 2022). El sistema que se utiliza en la programación a la carta es el de subir al servidor web cada uno de los programas de la radio y que estén disponibles para su escucha y descarga manual desde la página web. De esta manera, debemos diferenciar este concepto del *podcasting*, que se basa en la distribución de audio digital a través de la sindicación de contenidos y mediante la suscripción previa de la audiencia (Sellas, 2011; Gallego, 2010). Cebrián Herreros (2008: 201) define el fenómeno del *podcasting* como “un proceso tecnológico que facilita la descarga automática de programas o de contenidos fragmentados radiofónicos”. Así pues, García Marín (2018) señala que su aparición facilitaba poder descargar y escuchar los contenidos radiofónicos de manera asíncrona, considerándola como el paso intermedio entre la radio convencional y el *podcasting*.

La radio a la carta generó la posibilidad de pasar del flujo de programas, el *tottum continuum*, al estocaje de estos (Bonet y Sellas, 2019). Poder escuchar de nuevo los programas, a través de reposiciones poco utilizadas en el medio convencional, o la creación de archivos sonoros son algunas de las características de la radio ante la convergencia digital (García-González, 2010). Las radios más antiguas pueden ofrecer una amplia oferta en este sentido, pudiendo publicar programas de los que sus presentadores ya no se encuentran entre nosotros o escuchar cómo sonaba la radio hace 50 años. Con la radio a la carta muchas emisoras buscaron dar una nueva vida a los contenidos y ponerlos a disposición de la audiencia, sobre todo de la más joven que se desenvuelve en el medio digital con más naturalidad (Rodríguez-Luque, Alonso y Legorburu, 2020).

Uno de los ejemplos históricos de radio a la carta lo encontramos en la Radio Galega, que empezó sus emisiones de radio *online* en 1996 y pocos meses después incorporó en su página web las opciones de radio a la carta (Ribes, 2001). En la Comunitat Valenciana hay varias emisoras que destacan por la emisión de sus contenidos a la carta desde principios del siglo XXI, como lo son Radio Benicarló, que fue la pionera, o Llosa FM (Terol, 2009)

## 2.3. Agregadores y *podcatchers*: los archivos sonoros accesibles

En septiembre de 2004 se publicó el primer agregador de *podcasting*, se llamó iPodder y se distribuyó mediante licencia de *software* libre, con la finalidad de que otros usuarios pudiesen desarrollarlo. Según Toni Sellas (2011) un agregador es una herramienta informática que recibe de manera automática los contenidos que se publican nuevos de una web sindicada, a la que previamente

te el usuario se debe haber suscrito. La tarea principal de todo agregador es la de interpretar los ficheros RSS y ofrecer la visualización de su contenido en la pantalla del dispositivo en el que se ejecute. Los agregadores que son capaces de realizar la descarga automática de los *podcast* reciben el nombre de *podcatchers*, uno de los más populares es Apple Podcast.

## 3. Objetivos y metodología

La presente investigación se plantea como objetivo principal analizar el uso del *podcasting* como archivo sonoro por parte de las emisoras de titularidad municipal en la Comunitat Valenciana. Como objetivos específicos se establecen: clasificar entre emisoras que usan esta tecnología y las que utilizan la radio a la carta; identificar el número de emisoras que, además, usan los agregadores, o *podcatchers*, con la finalidad de hacer más accesible su catálogo a la audiencia; y, por último, determinar si el uso de esta tecnología para facilitar el acceso a su catálogo sonoro y difundir su programación se encuentra vinculada con una mayor tamaño de la localidad titular de la licencia de emisión.

Para tal fin se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- RQ1: ¿Qué número de emisoras y su porcentaje correspondiente cuenta con un perfil en el repositorio sonoro iVoox?
- RQ2: ¿Qué número de emisoras y su porcentaje correspondiente están utilizando el sistema de programación a la carta?
- RQ3: ¿Cuántas emisoras y su porcentaje correspondiente usan la tecnología basada en la sindicación de contenidos?
- RQ4: ¿Hay relación entre el tamaño de la localidad y el número de archivos publicados en el repositorio y su asiduidad?

La metodología que se ha empleado en esta investigación combina el método de investigación cuantitativo con el cualitativo de análisis de las diferentes páginas web de las emisoras municipales. Lo primero que se hace es delimitar el objeto de estudio, partiendo de unas investigaciones previas (Terol y Giménez, 2005; Terol, 2009; Terol 2016) y concretar las diferentes emisoras a partir de la base de datos que la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP) ofrece en su página web, en la sección dedicada a la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes (XEMV). Un total de 35 emisoras, que se dividen geográficamente entre las tres provincias de las que se compone la Comunitat Valenciana: 24 emisoras en la provincia de València, 10 en la provincia de Alicante y solo una en la provincia de Castellón.

En primer lugar es importante destacar la diferencia entre el panorama actual de la radio municipal y el que se relata en las investigaciones previas. Hay una ligera evolución por lo que se refiere al número total de emisoras, pasando de 17 a 24 en València, descendiendo de 13 a 10 en Alicante y manteniéndose invariable en Castellón (1).



Tabla 1. Relación de emisoras municipales y localidades a las que pertenecen.

<b>València</b>			
<b>Nombre de la emisora</b>	<b>Localidad</b>	<b>Comarca</b>	<b>Habitantes</b>
Ràdio Manises	Manises	L'Horta Sud	31170
Alzira Ràdio	Alzira	La Ribera Alta	45451
Ràdio Utiel	Utiel	La Plana d'Utiel-Requena	11482
Tu Radio Benigànim	Benigànim	La Vall d'Albaida	5718
Aldaia Radio	Aldaia	L'Horta Sud	32656
Burjassot Radio	Burjassot	L'Horta Nord	38880
Canals Ràdio	Canals	La Costera	13187
Blue Radio Chella	Chella	La Canal de Navarrés	2434
Guadassuar Ràdio	Guadassuar	La Ribera Alta	5910
Llosa FM	La Llosa de Ranes	La Costera	3652
Marines Ràdio	Marines	Camp de Túria	1942
Mislata Ràdio	Mislata	L'Horta Sud	44282
Ràdio Alginet	Alginet	La Ribera Alta	14219
Ràdio Bétera	Bétera	Camp de Túria	26289
Radio Bunyol	Bunyol	La Foia de Bunyol	9503
Ràdio Godella	Godella	L'Horta Nord	13050
Ràdio Pobla	La Pobla de Vallbona	Camp de Túria	25625
Ràdio l'Om	Picassent	L'Horta Sud	21761
Ràdio Rabosa	Almàssera	L'Horta Nord	7482
Ràdio Riba Roja	Riba-roja del Túria	Camp de Túria	23050
Ràdio Sol	Albal	L'Horta Sud	16845
Ràdio Torrent	Torrent	L'Horta Sud	85142
Ràdio Túria	L'Eliaana	Camp de Túria	18544
Valldigna Ràdio	Tavernes de la Valldigna	La Safor	17222
<b>Alicante</b>			
<b>Nombre de la emisora</b>	<b>Localidad</b>	<b>Comarca</b>	<b>Habitantes</b>
Altea Radio	Altea	Marina Baixa	23010
Novelda Radio	Novelda	Vinalopó Mitjà	25592
Ràdio Banyeres de M.	Banyeres de Mariola	L'Alcoià	7201
Ràdio Cocentaina	Cocentaina	El Comtat	11298
Ràdio Ibi	Ibi	La Foia de Castalla	23677
Ràdio Pego	Pego	Marina Alta	10295
Ràdio Petrer	Petrer	Vinalopó Mitjà	33978
Radio Pinoso	El Pinós	Vinalopó Mitjà	8084
Radio San Vicente	Sant Vicent del Raspeig	L'Alacantí	59138
Veú d'Ondara	Ondara	Marina Alta	7085
<b>Castelló</b>			
<b>Nombre de la emisora</b>	<b>Localidad</b>	<b>Comarca</b>	<b>Habitantes</b>
Ràdio Benicarló	Benicarló	Baix Maestrat	27780

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de <https://xemv.fvmp.es/es/emisoras/>

Con esta información, se procedió a elaborar una tabla para la recolección de los datos procedentes de las

diferentes emisoras, que se obtuvieron a partir de su página web y su perfil en el repositorio iVoox.

Tabla 2. Modelo de tabla para la recolección de los datos.

Nombre de la emisora	Radio a la carta	Pódcast	Nº de archivos subidos a iVoox	Presencia en agregadores

Fuente: Elaboración propia a partir de investigaciones previas (Terol, 2009).

En esta tabla se recogen los datos de la emisora y su estrategia a la hora de difundir sus contenidos sonoros, su archivo, a través de Internet. El grado de accesibilidad de este, si es como radio a la carta o si es mediante *podcasting*, y a su vez en qué agregadores se encuentra disponible. Además se analiza el número total de ficheros de audio que hay subidos al repositorio y cuándo fue la última actualización.

#### 4. Resultados y discusión

Tal y como se ha explicado en el apartado anterior, para la presente investigación se ha utilizado el total de la muestra de radios locales que forman la *Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes*: 35 emisoras que se dividen a lo largo de las tres provincias del territorio de la siguiente manera: 24 se encuentran en la provincia de Valencia, 10 lo hacen en Alicante y solo 1 en la provincia de Castellón.

La inmensa mayoría de estas emisoras han utilizado el nuevo marco digital para crear bibliotecas sonoras donde la gente, en cualquier momento, puede acceder a su contenido a través de archivos de audios cargados y almacenados en internet.

En la investigación se ha diferenciado entre pódcast escuchados a través de plataformas específicas, como

iVoox; radio a la carta, escuchada en las propias webs de las emisoras, y, finalmente, los agregadores de archivos de audio como Spotify, Apple Podcast o Google Podcast.

##### 4.1. iVoox, de *audioquiosco* al archivo sonoro

La plataforma iVoox nació como un servicio para la escucha, publicación y distribución de contenidos sonoros de cualquier índole, planteado como un *audioquiosco* en el que el usuario puede encontrar desde programas o secciones de radio o pódcast independientes hasta audiolibros, conferencias u otro tipo de audios (Sellas, 2012). Se trata de una de las principales plataformas de pódcast en España y es por este motivo que 24 de las 35 emisoras que se aglutinan en el marco de la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes tienen un perfil de usuario en ella. Estas representan el 68.57% de toda la entidad y tan solo Ràdio Utiel, Tu Radio Benigànim, Blue Radio Chella, Ràdio Torrent, Ràdio Sol, Ràdio Marines, Ràdio Rabosa, Ràdio Ibi, Ràdio Altea, Ràdio Pobla y Ràdio Petrer son las que no lo tienen. De hecho, algunos de estos medios de comunicación no lo tienen porqué directamente la totalidad de su programación es, o bien radio fórmula, o bien programas musicales, y no hay ningún tipo de contenido propio que tenga las características propias para ser considerado un formato de radio.



Figura 2. Radios municipales valencianas con perfil en iVoox.

Fuente: Elaboración propia.

En cambio, respecto a las emisoras que sí tienen perfil de usuario, cabe destacar que el abanico de oferta sonora que tienen varía mucho según radio. Las características propias de cada medio de comunicación son las que determinan la cantidad y el tipo de contenido que se crea para poder ser reproducido como pódcast. De manera general, se trata de emisoras pequeñas que dependen prácticamente en su totalidad del presupuesto municipal, y este, a la vez, acostumbra a ser tan escaso que en muchos casos imposibilita tener a más de un único profesional trabajando en ellas. Aun así, en la investigación se ha

podido ver que la emisora Alzira Radio es la que más archivos sonoros subidos tiene en su perfil de iVoox con 21891. Estos se contraponen a los 49 que tiene Ràdio Banyeres de Mariola, la emisora municipal que menos audios tiene.

Por lo tanto, es difícil establecer qué estrategia utiliza cada emisora para subir los pódcast en estas plataformas, ya que cada una opta por decisiones diferentes según su realidad profesional y sus capacidades económicas y de infraestructura.

Por lo que respecta al contenido de los archivos colgados en esta plataforma, es mayoritariamente musical,

ya que debido a la poca financiación que reciben estos medios de comunicación, la radiofórmula y programas musicales, que son los más baratos de realizar, son los que más presencia tienen en las respectivas estrategias de programación de estos medios de Comunicación. Se

trata de formatos que requieren de poca gente para su producción. Sin embargo, hay que destacar que los pódcast informativos y los que tratan la actualidad local (entrevistas, magazín...) también están muy presentes en la plataforma.

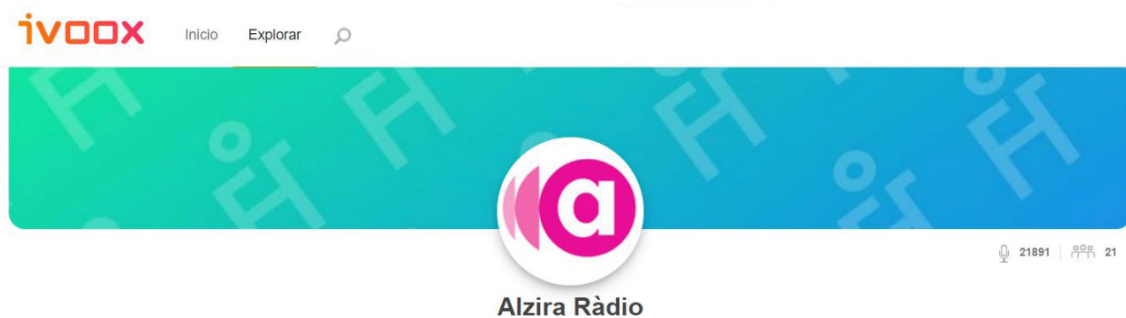


Figura 3. Perfil de la emisora Alzira Ràdio en iVoox. Fuente: [www.ivoox.com](http://www.ivoox.com).

Por otro lado, la investigación demuestra que tener un perfil de usuario en iVoox no significa utilizar la plataforma ni mucho menos. De hecho, no todas las emisoras con perfil en la plataforma tienen actualizados los audios y programas. Tan solo 12 de las 24 radios (34,28% del total de la muestra) han subido, como mínimo, un archivo sonoro (pódcast) durante la semana en que se ha llevado a cabo el presente artículo. Estas radios son: Ràdio Manises, Alzira Ràdio, Llosa FM, Ràdio l'Om, Ràdio Godella, Radio TV Buñol, Ràdio Túrria. La Veu d'Ondara, Ràdio Cocentaina, Radio Pinoso, Aldaia Ràdio y Radio San Vicente.

En contraposición a estas, hay ocho emisoras (22,86% del total de la muestra) que hace más de un año que no suben nada a la plataforma. En orden de más a menos tiempo sin colgar nada en iVoox, estas radios son: Burjassot Ràdio (2014), Ràdio Riba-Roja (2016), Ràdio Benicarló (2018), Guadassuar Ràdio (2020), Vall-digna Ràdio (2020), Ràdio Banyeres de Mariola (2020), Novelda Ràdio (2020) y Canals Ràdio (2021).

El resto de las emisoras (Ràdio Pego, Ràdio Alginet, Ràdio Bétera y Mislata Ràdio) llevan un retraso de varios meses (entre uno y tres) en la actualización de sus contenidos en la plataforma analizada.

#### 4.2. La presencia de la radio municipal en agregadores de pódcast

Por lo que respecta a los agregadores de pódcast, la investigación se ha centrado principalmente en dos a los que el acceso por parte del perfil de oyente de pódcast estándar es más sencillo: Spotify y Google Podcast. Estos dos agregadores de archivos sonoros cobran una gran importancia para las emisoras locales de la Comunidad Valenciana porque son la primera vía de acceso a su contenido archivado en internet:

Destaca el caso de Google Podcast, que, aunque ya se ha publicado su extinción en el próximo 2024, actualmente es el agregador al que más recurren las radios municipales de la Comunidad Valenciana para acceder a su contenido. Los datos son claros, todas las emisoras (100%) que suben sus archivos a la plataforma iVoox, tienen presencia en este agregador,

que en algunos casos puede haberlo dado de alta el propio usuario o en otros haberlo indexado Google automáticamente gracias a que sus motores de búsqueda han encontrado su *feed* RSS.

Sin embargo y aunque parezca paradójico, tan solo seis de las 24 radios con archivos sonoros colgados en iVoox (el 17,42% de toda la muestra), recurren a Spotify, la plataforma de audio con más oyentes a nivel mundial, como vía de acceso a su contenido publicado *online*.

#### 4.3. El uso de la radio a la carta entre las emisoras municipales

Dejando de lado el *podcasting* de las radios municipales de la Comunitat Valenciana, el estudio también se ha centrado en la radio a la carta, es decir, audios a los que también puedes acceder fuera de su emisión lineal y programada, pero sin suscribirte en ningún canal ni como usuario de ninguna plataforma.

Este modo de distribución es menos utilizado que el *podcasting* a través de plataformas, y son solo 12 (el 34,28% del total de la muestra) las emisoras municipales que lo siguen y siempre lo hacen a través de sus respectivas páginas webs.

La mayoría de estas radios, ocho de las 12 tienen su oferta de radio a la carta gestionada por un software específico como Enacast. Se trata de un sistema que integra la realización de la emisión por *streaming* a la vez que crea automáticamente los archivos sonoros. A pesar de que en la web de este sistema se puede encontrar que es un software que se encarga de grabar pódcast, la realidad es que los archivos que crea se pueden escuchar únicamente a partir del sistema de radio a la carta en la propia web de cada emisora, y no existe una sindicación de contenidos con la que la información se pueda enviar a otras plataformas y/o agregadores.

Es necesario mencionar que tener una oferta de radio a la carta no significa renunciar a estar presente también en plataformas y agregadores especializados en el *podcasting*. De hecho, de las 12 emisoras que tienen este modelo, siete, es decir, el 58,33%, tienen una doble estrategia, presentando así un modelo mixto que hace de su estrategia una experiencia más completa.

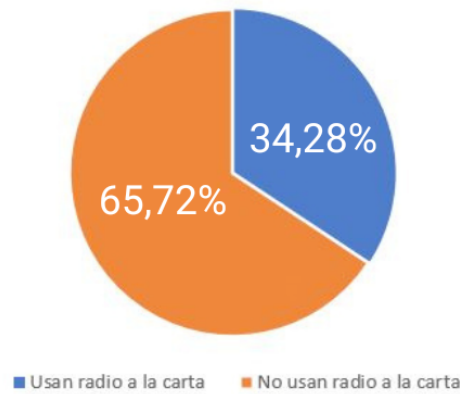


Figura 4. Radios municipales valencianas que usan radio a la carta.

Fuente: *Elaboración propia.*

Por una parte, Mislata Ràdio, Radio TV Bunyol, Ràdio Riba-Roja, Aldaia Ràdio y Ràdio Benicarló disfrutan del *software* Enacast para la gestión de la página web, pero, a la vez, también han creado un perfil en la plataforma iVoox con el que poder distribuir su contenido en agregadores como se ha visto anteriormente.

Por otra parte, Ràdio Pego y Radio Pinoso tienen su oferta de radio a la carta integrada en su propia web sin utilizar ningún software específico como Enacast y, a la vez, también tienen su perfil de usuario en iVoox y sus respectivos espacios en agregadores de podcast. Mención aparte para Radio Utiel, emisora que también dispone de radio a la carta integrada en su página web sin ningún software, pero no dispone de perfil en iVoox, sino que son personas a título individual con su propio perfil los que cuelgan en este repositorio los programas emitidos en esta radio en los que han colaborado o participado.

En la investigación también se han encontrado otros casos que merecen ser descritos en este apartado:

- Ràdio Alginet, que sí que cuenta con un perfil de usuario en iVoox y está presente en agregadores sonoros, tiene su página web en mantenimiento, por lo que no se puede observar si más allá de su estrategia de *podcasting* también cuenta con una oferta de radio a la carta.
- El caso de Marines Ràdio es diferente. Su página web está desactualizada desde el 2014 y no hay archivos sonoros registrados a los que el usuario de la web pueda acceder para reproducirlos. En cambio, sí tiene una dirección en la que poder escuchar la emisión en directo de la emisora, cuya programación es siempre radiofórmula. Marines Ràdio tampoco cuenta perfil en iVoox ni en ningún agregador; y respecto a las redes sociales, no hay ningún perfil oficial de la emisora en activo ni ninguna actividad registrada en los últimos años.

Finalmente, a partir de estos datos y los recogidos en la tabla I (apartado de metodología), se puede observar que el nivel de producción y de repositorio de las radios municipales no está estrechamente ligado a la densidad poblacional ni el tamaño del municipio al

que pertenecen: Alzira es el tercer núcleo poblacional (45451) más grande con radio local de la Comunidad Valenciana, y cuenta con casi 22000 archivos sonoros subidos a iVoox (la emisora que más tiene depositados) y redirigidos tanto a Spotify como a Google Podcast. En cambio, Mislata Ràdio, con una densidad de población muy parecida a Alzira (44282), tiene solo 4508 archivos sonoros subidos a la plataforma; y como contrapunto a estas dos emisoras, Torrent, que es el núcleo poblacional con radio local más grande de la muestra no tiene radio a la carta ni perfil en iVoox; Burjassot, que es otro de los municipios con más habitantes, solo cuenta con 116 archivos sonoros subidos al perfil de su radio local en iVoox; mientras que, la Llosa de Ranes, con apenas 3652 vecinos, cuenta con más de 1700 podcast subidos a la plataforma.

## 5. Conclusiones

En los últimos años ha habido reflexiones e investigaciones sobre las formas de gestión de los fondos y recursos documentales sonoros, o las fonotecas, de las emisoras de radio. Concretamente en las universitarias, el estudio realizado por Ortiz-Sobrino, González y Ayala (2020) llegaba a la conclusión de que no hay una única manera para gestionar estos archivos y esto se debe a la gestión de las mismas. En lo que sí que coincidían todas era en que los programas adoptaban la forma de podcast y se podían escuchar en la web de la radio universitaria o en plataformas. Las conclusiones principales a las que se ha llegado en la presente investigación se encuentran estrechamente relacionadas con estas dos, aunque no se va incidir sobre la gestión de las emisoras municipales, sí que se ha buscado relacionarlo con el número de habitantes de la localidad a la que pertenecen para descubrir si puede haber o no relación con el tamaño de la misma y la gestión de los recursos.

Así pues, se observa que la mayoría de las radios municipales valencianas integradas en la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes se han adaptado a la convergencia digital y a la nueva manera de consumir contenido audiovisual. La sociedad en la que vivimos hoy en día ha constituido un nuevo perfil de consumidor que demanda contenidos a través de múltiples canales



y plataformas y los medios de comunicación, entre los cuales están las radios locales, han diseñado estrategias de distribución de sus contenidos para llegar al mayor número de público, oyentes en este caso.

A partir del presente trabajo se ha podido responder a las preguntas de investigación (RQ) planteadas en la metodología. Así mismo, hay que destacar que una amplia mayoría de las radios locales (el 68,57%) optan por utilizar la plataforma sonora iVoox como repositorio de sus archivos de audio digital (pódcast) y desde aquí usar la tecnología basada en la sindicación de contenidos (RSS) para estar presentes en diferentes agregadores. De esta manera, el 100% de las emisoras que utilizan iVoox aparecen en el agregador Google Podcast, mientras que solo un 17,42% envían sus contenidos a Spotify. En cambio, por lo que a la radio a la carta se refiere, esta es usada por muchas menos emisoras, un total de 12 que representan el 34,28%.

Finalmente, la investigación también responde a la pregunta sobre si existe relación entre el tamaño del municipio al que pertenece una radio y la cantidad de archivos sonoros publicados en el repositorio y su asiduidad, y la respuesta es no. La conclusión es que estas dos variables dependen más bien a un criterio de atención por parte de los trabajadores o el ente encargado de su gestión, que a la dimensión del núcleo poblacional del municipio en cuestión. Un ejemplo de esto podría ser el caso de Llosa FM, radio municipal de la Llosa de Ranes, en la comarca de la Costera, que, siendo el tercer núcleo de población más pequeño de la muestra, cuenta en su repositorio con 1746 archivos sonoros, situándose en una meritoria undécima posición con el mayor índice de pódcast publicados en iVoox.

En resumen, podríamos centrar las conclusiones de este estudio en tres puntos:

1. La herramienta iVoox se puede concebir como una fonoteca o un archivo sonoro en el que las radios municipales suben sus contenidos. Como un Google de la radio (Bonini y Borgnino, 2020) que ofrece la posibilidad de buscar y recuperar todo aquello que se ha emitido por la antena. Se ha observado que en algunas emisoras municipales se opta por el software Enacast, que ofrece emisión *online* por *streaming* y la posibilidad de generar pódcast en la parrilla. Los resultados nos muestran que no es la opción que prevalece y que la aplicación solo sube el contenido a la web de la emisora, generando un RSS (podemos ver el código XML), pero que

no puede ser interpretado por los dispositivos desde los que se ha realizado esta observación.

2. Se percibe que la radio a la carta como tal está en desuso. La mayor parte de las emisoras municipales valencianas prefiere que el programa quedé disponible no solo en la web sino también en algunas de las plataformas principales como Spotify, Apple Podcast o Google Podcast. Para esta opción, la que se repite en más casos, el paso previo es subir los programas a iVoox y una vez se ha generado el *feed* RSS se puede distribuir en las plataformas o crear una *playlist* en la página web de la emisora con los contenidos sonoros.
3. Por último, señalar que el tamaño de la localidad en la que radica la emisora no es una condición para que el archivo sonoro digital esté más cuidado y se pueda acceder con mayor facilidad. Así pues, se dan casos de poblaciones muy pequeñas que tienen mucha actividad a la hora de generar contenido y mantener activo su fonoteca y hay algún caso de poblaciones con mayor número de habitantes en las que se descuida más su archivo sonoro.

Los resultados hallados en el presente estudio pueden servir de utilidad para las emisoras municipales valenciana ya que les ofrece una fotografía del tratamiento de sus archivos sonoros y debe animarles a mejorar y apostar por el *podcasting* como herramienta de difusión y almacenamiento de aquellos contenidos de carácter local que puedan ser consultados por la ciudadanía en el futuro sin necesidad de acudir a la emisora a pedir este material. Como línea futura de investigación se plantea el análisis de la programación y los modelos de gestión de las emisoras municipales valencianas, que pueda alentar a la creación de nuevos medios de comunicación de titularidad municipal en la Comunitat Valenciana.

Por lo que respecta a las limitaciones de esta investigación, cabe destacar que los resultados hallados no se pueden generalizar más allá del ecosistema valenciano al que se aplica el estudio. La radio municipal valenciana, a nivel español, se encuentra por detrás en número de otras autonomías como Catalunya, Andalucía, Galicia o Euskadi. Otra de las limitaciones con la que los investigadores se han encontrado es el acceso a datos de descargas de los contenidos digitales (radio a la carta y radio *online*), así como los modelos de negocio y formas empresariales que rigen cada una de las emisoras municipales analizadas.

## 6. Referencias bibliográficas

- AIMC (2023). Estudio General de Medios (EGM). <https://www.aimc.es/egm>
- Areñe Gómez, A.; Pedrero-Esteban, L.M.; Terol-Bolinches, R. (2019). Podcast indexing on audio Digital Platforms: Categorization Rules and Strategies. *Textual & Visual Media*, 12, pp. 1-14.
- Baker, A. (2010). Reviewing net-only college radio: a case study of Brooklyn College Radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 17, 1, 109-125.
- Bolívar, A. (2001). Globalización e identidades: (Des)territorialización de la cultura. *Revista de educación*. Número extraordinario. pp. 265-288. <http://xurl.es/2wxza>
- Bonet, M.; Sellas, T. (2019). Del flujo al stock: el programador radiofónico ante la gestión del catálogo digital. *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.09>

- Bonini, T.; Borgnino, A. (2020): La radio, la memoria y el digital, en *Documentación de Ciencias de la Información* 43, 9-13. <https://doi.org/10.5209/dcin.69115>
- Castells, M. (2001). La galaxia Internet. Random House Mondadori.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet: De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. La Crujía.
- Crucianelli, S. (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. <https://bit.ly/3EV4Cl0>
- Edison Research (2023). The spoken word audio report 2023. NPR & Edison Research. <https://bit.ly/SpokenWordAudioReport23>
- Fornet-Betancour, R. (2000). *Interculturalidad y globalización. Ejercicios de crítica filosófica intercultural en el contexto de la globalización neoliberal*. Fráncfort.
- Gallego Pérez, J. I. (2010). *Podcasting: Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. Barcelona: UOC.
- García González, A. (2012). Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8 (1), 133-146. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i1.285>
- García Lastra, J. M. (2012). Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal. In *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. IORTVE.
- García-Marín, D. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 181-196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>
- García-Marín, D.; Terol-Bolinches, R.; Oliveira, M. (2023). Estudios sobre pódcast: evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAAP). *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (62). 11-30 <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.01>
- Gazi, A., Starkey, G., and Jedrzejewski, S. (2011). *Radio Content in the Digital Age*. Intellect.
- Gétrudix Barrio, M., y García García, F. (2011). Topografía de los servicios sonoros en la Red social. En *Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era* (pp. 249–277). Fragua.
- Larrondo, A. (2006) “Un lugar para el periodismo ciudadano en los cibermedios vascos: el caso de [uztarria.com](http://uztarria.com)” en Sabes, F. (ed.) *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*, VII Congreso Nacional de Periodismo Digital, Huesca. <https://bit.ly/3EXaWZ5>
- Martínez-Costa, M. P., y Díez Unzueta, J. R. (2005). *Lenguajes, géneros y programas de radio*. EUNSA.
- Oliveira, M., Stachyra, G. y Starkey, G. (2014). *Radio: The Resilient Medium - Papers from the Third Conference of the ECREA RadioResearch Section*. Centre for Research in Media & Cultural Studies.
- Ortiz Sobrino, M. A.; González Pérez, J. C.; Ayala del Pino, S. (2020): Los recursos documentales en las radios universitarias españolas: uso y relaciones con la propiedad intelectual, en *Documentación de Ciencias de la Información* 43, 23-31 <https://dx.doi.org/10.5209/dcin.69302>
- Piñeiro-Otero, T., y Pedrero-Esteban, L. M. (2022). Audio Communication in the Face of the Renaissance of Digital Audio. *El Profesional de la información*, 31(5), 1–18. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>
- Ramírez Queralt, A. (2006). La radio municipal de la Comunidad Valenciana en Internet: relación o flirteo. En VV.AA. *La comunicación local por Internet. IV Congreso de Comunicación Local*. Servei de Publicacions UJI. pp. 413-424
- Ribes, X. (2001). *Las emisoras de radio del Estado español en Internet: Las bitcasters*. Tesis doctoral inédita. Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.
- Rodríguez Luque, C.; Alonso Fernández, J. A.; Legorburu, J. M. (2020). De la fonoteca al pódcast: Análisis de los magazines estrella de la radio generalista española en los repositorios abiertos, en *Documentación de Ciencias de la Información* 43, 15-22.
- Román-San-Miguel, A. y Moreno-Espinosa, P. (2022). *Redacción periodística en la radio. De la radio convencional al podcasting*. Gedisa.
- Sellas, T. (2011). *El podcasting. La (r)evolución sonora*. Barcelona: Editorial UOC.
- Sellas, T. (2012). Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso iVoox. *El profesional de la información*, v. 21, n. 2, pp. 206-209. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.mar.13>
- Terol-Bolinches, R. (2016). *Radio 3.0 en el entorno municipal: valores, herramientas y recursos. El caso de la emisora municipal Llosa FM*, [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/67930>
- Terol-Bolinches, R. (2009). *El papel de la radio municipal en la Sociedad de la Información: El caso de Llosa FM*. Liberlibro.
- Terol-Bolinches, R. ; Giménez López, S. (2005). La Importancia de la Radio Municipal en el Corporativismo Consistorial, en López Lita, R. *Actas del V Congreso de Comunicación Local*. Servei de Publicacions UJI.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books: Estados Unidos.
- Videla Rodríguez, J. J. y Piñeiro Otero, T. (2013): Hacia una “radio social”. Interacción, proyección y repercusión de las cadenas españolas en las redes sociales, *Icono 14*, volumen 11 (2), pp. 83-113. doi: 10.7195/ri14.v11i2.592