

**Radio generalista y nuevo estatus informativo.  
Análisis comparativo de la estrategia informativa de las cadenas SER, COPE, Onda Cero,  
Punto Radio y Radio Nacional en la red y sinergia con la antena (2008/2009)**

María del Pilar Martínez-Costa ([marcosta@unav.es](mailto:marcosta@unav.es))

Elsa Moreno Moreno ([emoreno@unav.es](mailto:emoreno@unav.es))

Avelino Amoedo Casais ([avamoedo@unav.es](mailto:avamoedo@unav.es))

Universidad de Navarra

**Abstract**

La radio generalista adquiere un estatus informativo novedoso al tener que compatibilizar el relato de la actualidad informativa del momento y del día en la antena y la red. Internet se presenta como una oportunidad para enriquecer el discurso de las noticias, ofrecer contenidos informativos más personalizados e intensificar el diálogo con el oyente que se identifica con un estilo particular de contar la información en la radio. Ahora, también en la red. Esta nueva radio informativa forma parte de un modelo narrativo, productivo, programático y participativo original para atender la escucha en directo y bajo demanda, profundizar en el análisis de la actualidad general y especializada, así como fomentar la interactividad con el usuario de este tipo de radio –creada en torno a la actualidad del día, el entretenimiento y la proximidad local, y dirigida a la totalidad de la audiencia variada–. El objeto de esta comunicación es realizar un análisis comparativo de la estrategia informativa de las cadenas SER, COPE, Onda Cero, Punto Radio y Radio Nacional de España –a través de la web rtve.es– en la red y evaluar la sinergia con la antena. El estudio permite ir perfilando el nuevo estatus informativo de la radio generalista española en el entorno comunicativo de internet, entendido como el gran catalizador del proceso digital de la radio.

**Palabras clave:** radio generalista, internet, actualidad e interactividad.

## **Introducción**

Gracias a la red el oyente puede estar ahora más que nunca en el centro de la comunicación radiofónica, generando conversación, evaluando y compartiendo las noticias, los deportes, los contenidos de entretenimiento o de proximidad local (Amoedo, Martínez-Costa y Moreno, 2009). Esta tendencia –de momento más social que radiofónica– se suma a la dinámica habitual de contar la actualidad informativa del momento y del día con la que viene trabajando la radio generalista. La continuidad informativa tradicional –elemento esencial de este tipo de radio– puede crecer y mejorar con las noticias y el análisis ofrecido al oyente a través de la estrategia informativa realizada en internet. Máxime cuando este medio avanza en penetración social y tiende a convertirse en referente claro de la información general y especializada en la mayoría de las sociedades y mercados<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> En 2008 el 37% de los norteamericanos se informaba a través de la red, al menos 3 días a la semana, según el estudio bienal del Pew Research Center for the People & The Press, realizado entre el 30 de abril y el 1 de junio de 2008. Asimismo, el 39% de los encuestados afirma que accede a las noticias regularmente en internet. Esta realidad también se observa en Europa donde entre el 39% y el 67% de la población, según el caso de cada país, se conectan semanalmente a internet. Las noticias, la banca y finanzas, y la información local lideran en este orden los 10 sitios web más visitados, según el informe *EIAA Mediascope Europe 2008*. Los resultados de la *11ª Encuesta sobre Usuarios de Internet* de la Asociación Española de Investigación de Medios de Comunicación –AIMC–

Las cadenas SER, COPE, Onda Cero, Punto Radio y Radio Nacional de España tienen el desafío de mejorar la edición informativa para la red, así como su actualización constante de acuerdo al transcurrir de cada noticia aprovechando los tiempos de producción y de emisión de los programas informativos de la antena. Este reto cobra relevancia en el mercado multimedia actual en el que, por un lado, otros medios tradicionales en la red –como la prensa– trabajan ya con el concepto editorial de “cierre continuo” aproximándose al ritmo periodístico habitual de la radio informativa; y por otro lado, los soportes digitales crecen en aceptación ciudadana –especialmente entre los jóvenes–.

El propósito de este trabajo es realizar un análisis comparativo de la estrategia informativa de las cadenas SER, COPE, Onda Cero, Punto Radio y Radio Nacional de España en la red. El estudio establece una descripción puntual que permite ir perfilando el nuevo estatus informativo de la radio generalista española en el entorno comunicativo de internet, también desde las perspectivas narrativa e interactiva.

Para ello, a lo largo de un año, se ha realizado un seguimiento comparativo de las páginas web de las cadenas anteriormente mencionadas entre las 12 horas y las 14 horas de los días 12 de diciembre de 2008, 24 de abril de 2009, 4 de junio de 2009 y 6 de noviembre de 2009. Las tres primeras muestras corresponden a la temporada 2008/2009 y la última captura corresponde a la temporada 2009/2010. Se ha seleccionado este período horario porque coincide con las rutinas de la producción informativa que la radio generalista realiza por la mañana y el mediodía. A cada una de estas 60 capturas, se ha aplicado una ficha de análisis de contenido que muestra, entre otros: 1) el *número de noticias* que cada cadena ofrece al oyente en la página principal; 2) el *tipo de noticias* o los *temas informativos* a los que corresponden; 3) el *tratamiento multimedia* y narrativo de las tres noticias principales de la portada; y 4) las *técnicas interactivas* disponibles para el usuario.

Asimismo, y para constatar si existe una sinergia entre la estrategia periodística de la radio generalista española en la red y la antena, este estudio también ha considerado las noticias principales de los boletines horarios de las 12 horas y de las 13 horas, así como la apertura de los programas informativos de mediodía de las cadenas SER –“Hora 14”–, COPE –“La palestra”–, Onda Cero –“Noticias mediodía”–, Punto Radio –“Primera plana”– y Radio Nacional –“14 Horas”–.

---

refuerza esta tendencia. El 53,1% de los internautas españoles confirma que la red es hoy en día su principal fuente de información. No obstante, el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2008* de la Asociación de la Prensa de Madrid revela que los españoles conceden la mayor credibilidad a la televisión (83,1%), seguida de la prensa (46,5%), la radio (41,7%) y la red (18,5%). Cfr. Pew Research Center for the People & The Press (2008), EIAA (2008), AIMC (2009) y Asociación de la Prensa de Madrid (2008).

Esta ampliación del análisis permitirá identificar a las cadenas que trabajan una táctica informativa coordinada para ambos canales.

Las conclusiones de esta evaluación cuantitativa y cualitativa responderán en qué medida las cadenas generalistas españolas conciben internet como un medio que complementa la dimensión informativa del medio radiofónico, más allá de la continuidad de la antena. Esta cuestión cobra relevancia en la actualidad ya que la radio enfrenta un cambio sustancial en la red. El trabajo informativo en internet ayuda a mantener la credibilidad de los servicios informativos de la cadena y a construir perfiles de oyentes con intereses comunes.

### **1. La oferta cuantitativa de noticias en la red**

Como se ha observado en estudios anteriores (Moreno, Amoedo, Martínez-Costa, 2008; y Martínez-Costa, Moreno y Amoedo, 2009), cada emisora materializa en la red una estrategia diferente. Mientras SER, COPE y Radio Nacional de España afianzan la continuidad informativa, las noticias y los informes especiales de la antena; Onda Cero y Punto Radio se muestran todavía como un canal principalmente para la promoción de la marca de radio a través de sus magazines y presentadores emblemáticos, con una oferta de titulares de noticias muy simplificada y ligada al contenido concreto de los programas. Esta apuesta por la información se refleja cuantitativamente en una oferta de noticias que tiende a estabilizarse en la red ocupando espacios destacados en la página principal.

En la última muestra, la Cadena SER ha modificado el diseño redaccional de las noticias, con titulares destacados, textos más breves y mayor material gráfico en la página principal, confirmando la adaptación al nuevo soporte ya iniciada con los cambios de diseño de la temporada 2008/2009. Sin embargo mantiene una oferta de 30 a 33 noticias en la portada e incorpora entre ellas el espacio llamado "Al minuto", un sistema de alertas de noticias. Las informaciones se distribuyen, y en algunos casos se repiten, en tres partes concretas de la página principal: en el friso se acumulan las alertas, hasta 5, indicando los minutos que llevan publicadas; en el cuerpo central izquierdo de la página se desarrollan los titulares más destacados; y en la parte inferior derecha se resumen 3 titulares más en cada una de las secciones temáticas a las que se adscriben las noticias.

El nuevo diseño que presenta la página web de la Cadena COPE en la temporada 2009/2010 incrementa de 20 hasta 23 el número de noticias que esta cadena ofrece al oyente en la red. El formato "Lo Último/Lo Más Visto/Lo Más Escuchado/Lo Más Comentado/Lo Más Enviado" adquiere mayor relevancia visual y textual en la parte central de la web. La edición informativa de

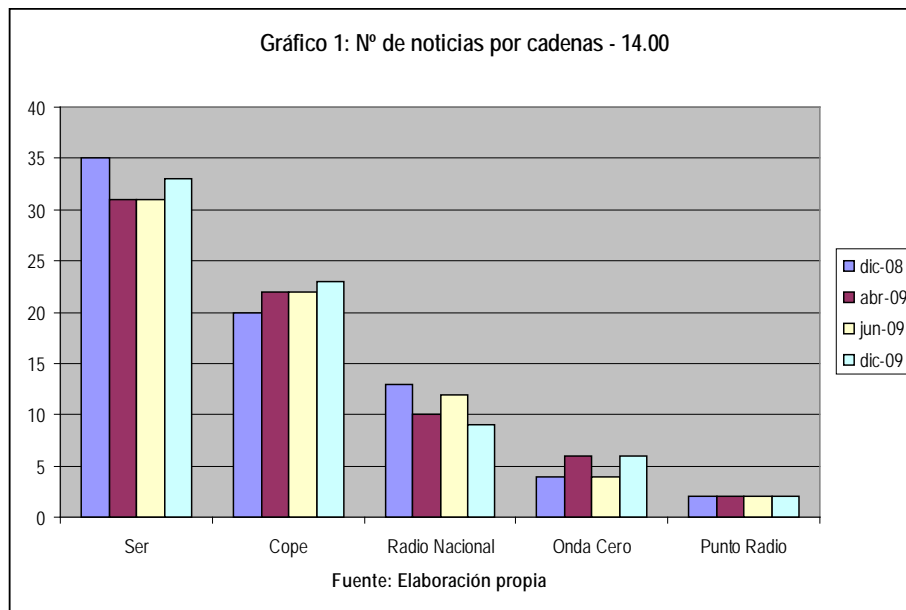
esta página sigue organizándose en torno a 5 noticias destacadas en el friso superior –2 historias principales y 3 titulares–, que se completa con otras 18 informaciones en el cuerpo central de la web. De manera similar a finales de la temporada anterior, el número de informes especiales es menor. Se mantiene “Debate Abierto”, como sección de consulta ciudadana sobre temas de la actualidad del día.

La web de RTVE unifica la oferta informativa de la radio y la televisión públicas. En la última muestra ha incorporado un número menor de noticias en su página principal. Frente a un total de 12 temas de actualidad registrados anteriormente, la web publica entre 9 y 10 titulares de la actualidad general y deportiva en la muestra del 6 de noviembre de 2009. Sin embargo, se mantiene una presencia de temas que, sin ser de estricta actualidad, están producidos por el canal de televisión del grupo, como, por ejemplo, la entrevista al futbolista Iker Casillas o la actuación musical del grupo U2 con motivo del 20º aniversario de la caída del muro de Berlín. La actualidad también es pretexto para que los usuarios puedan preguntar al corresponsal de TVE en Alemania sobre esta efemérides. Por tanto, RTVE reduce el número de titulares y subraya los contenidos emitidos a través de los diferentes medios del grupo audiovisual público.

Por su parte, Onda Cero muestra un criterio informativo limitado en la página principal de su web, tanto por la escasez en el número de noticias como por la falta de actualización de algunos de los temas publicados. El número de noticias se mantiene en torno a 5 o 6, similar al dato de las muestras anteriores. El diseño de la web de Onda Cero sitúa las noticias de actualidad bajo el título “Es noticia”. Sin embargo, la identificación del contenido de la actualidad informativa resulta dificultosa por su posicionamiento en la parte inferior de la página y porque propone contenidos no ligados a la actualidad, sino a la promoción de la producción propia de los programas de radio y de Antena 3 Televisión, perteneciente al mismo grupo de comunicación. El diseño de la página presenta este tipo de temas mezclados con los titulares de la actualidad.

Por su parte, la estrategia informativa de Punto Radio en internet sigue siendo sólo testimonial. A pesar de que el desarrollo de las principales informaciones de esta página enlaza con la web del diario Abc del grupo Vocento, [www.abc.es](http://www.abc.es), a partir de 2009/2010 Punto Radio continúa destacando sólo 2 titulares en la portada de la web y prima la visibilidad de los contenidos de sus magazines.

Si comparamos el número de noticias que cada cadena ofrece en internet a la hora de máxima actualidad informativa de la mañana de todas las muestras, se verifica que la oferta cuantitativa de mantiene estable en el último año, como se observa en el gráfico 1.



El gráfico confirma que la oferta informativa responde a la estrategia general de contenidos y servicios de cada emisora en la red, más allá de los criterios noticiosos propiamente dichos. Así, el ritmo de producción y publicación de contenidos informativos viene marcado por la disponibilidad de espacio y el tipo de diseño adoptado para la web, dando como resultado una oferta cuantitativa estable en todas las cadenas.

## 2. La apuesta temática de las noticias

La oferta cuantitativa se complementa con la apuesta temática para delimitar la peculiaridad de la estrategia informativa de cada emisora en la red. Sea por criterio informativo, por la necesidad de facilitar la escucha a la carta o por atender la demanda interactiva del público, la mayoría de las cadenas incrementan las noticias de Sociedad y Deportes en la primera muestra de 2009/2010.

Con respecto a las muestras anteriores, la Cadena SER aumenta la oferta de las noticias Internacionales en detrimento de las noticias de España, según los datos de noviembre de 2009. Las noticias de Sociedad y Deportes destacan sobre el resto de la oferta temática de la página principal. En concreto, al menos 2 de las 3 primeras noticias se corresponden con temas sociales, cuestiones que facilitan una mayor participación de la audiencia a través de comentarios y visitas. Quedan muy por detrás las noticias de Política y Economía que ocupaban mayor espacio en las tres muestras de la temporada 2008/2009.

La página web de la Cadena COPE continúa apostando claramente por la actualidad de España, aunque disminuye en número con respecto a las muestras anteriores. Los Deportes y la información Local siguen siendo temáticas diferenciales de la oferta de contenidos de actualidad de esta cadena en la red con 4 y 3 noticias fijas, respectivamente. Las noticias de Deportes

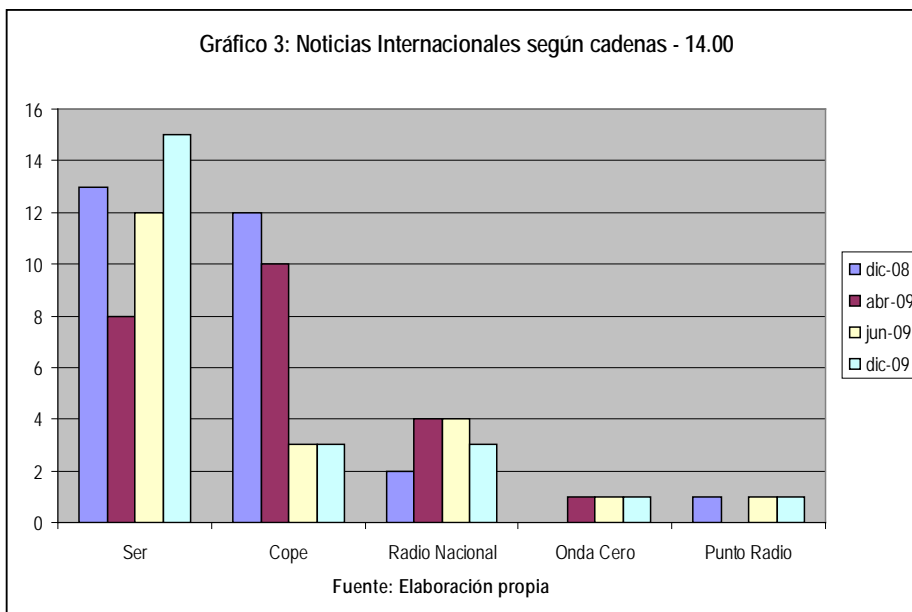
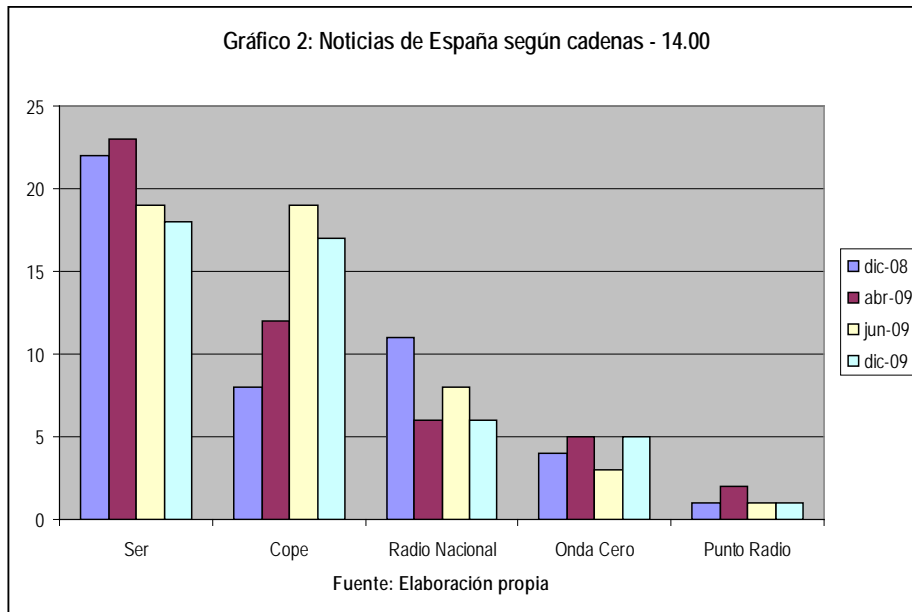
adquieren una presencia mayor a las 14 horas. La web de COPE también valora las informaciones de Sociedad y Cultura, si bien la primera captura de 2009/2010 muestra cierta preferencia hacia la Política y Sociedad debido al marcado interés de la actualidad de ese día: la situación de los tripulantes del atunero vasco "Alakrana" secuestrado por piratas somalíes.

La página principal de la web de RTVE ofrece una selección estable de noticias de Política, Economía, Sociedad y Deportes en la última muestra recogida. En el último año, ha mostrado una selección de 4 ó 5 temas clasificados bajo el epígrafe llamado "Noticias", y un segundo apartado con otras tantas noticias del Deporte. Los temas de la actualidad de España ocupan más titulares que los asuntos Internacionales.

Por su parte, la apuesta temática de la web de Onda Cero no está condicionada por la última hora, quizá por el ritmo lento en la actualización de las noticias y por la dependencia de los documentos asociados a las noticias cuya fuente es Antena 3 Televisión. Publica titulares de carácter diverso, relacionados con una amplia categoría de temas de Sociedad. Las noticias de Economía y Política quedan sin embargo diluidas entre la diversidad de asuntos que promocionan más la programación de las cadenas de radio y televisión, que los titulares de la actualidad. Esta tendencia continúa en la última muestra.

La página web de Punto Radio tampoco experimenta cambios en la oferta temática de las noticias. La cadena se caracteriza por mantener el interés hacia la Economía y el Deporte, sobre todo a partir de las 14 horas, y apuesta por las informaciones de España.

Los siguientes gráficos presentan la evolución temática según cadenas en cada una de las muestras recogidas a las 14.00 horas. Los gráficos 2 y 3 clasifican las noticias en función de la cobertura geográfica de los temas de actualidad. En ellos se comprueba que la oferta de noticias de España disminuye en SER, COPE y Radio Nacional en la última muestra, se incrementan en Onda Cero y se mantienen en Punto Radio. Por su parte, las noticias Internacionales solo crecen en SER, se mantienen en COPE, Onda Cero y Punto Radio, y disminuyen de 4 a 3 en Radio Nacional de España.



Los gráficos 4, 5, 6 y 7 presentan cómo se distribuye la oferta temática. En ellos, se ve claramente un descenso progresivo del interés por las noticias de Política y Economía, y un incremento de la presencia de noticias de Sociedad y Deportes, con algunas variaciones por cadenas.

Gráfico 4: Noticias de Política por cadenas - 14.00

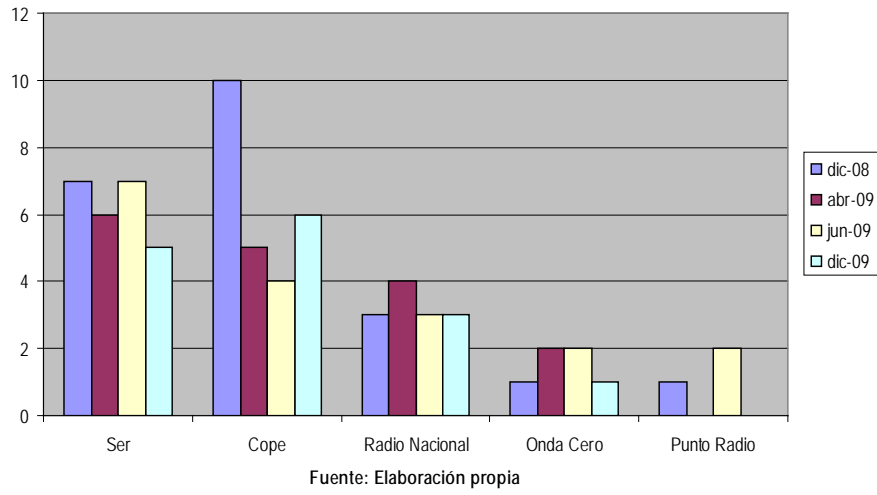
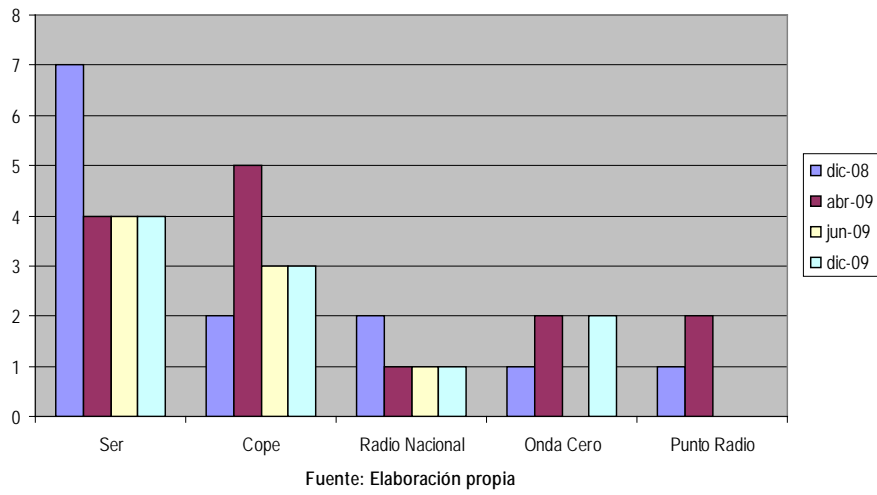
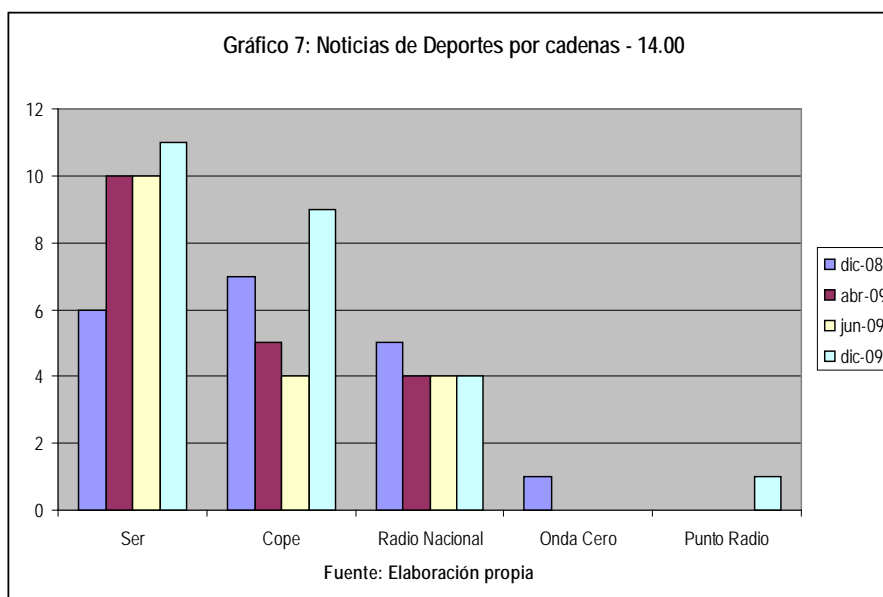
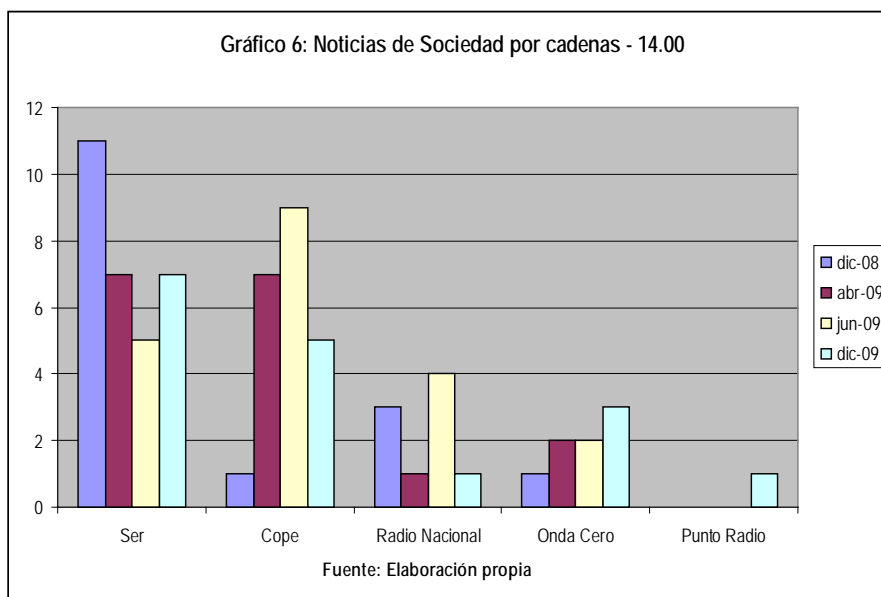


Gráfico 5: Noticias de Economía por cadenas - 14.00







### 3. El ritmo de actualización de las noticias

En las muestras anteriores se ha observado que la actualización de las noticias era escasa para las posibilidades de simultaneidad e instantaneidad de publicación multimedia que posee internet. La incorporación de noticias nuevas y la renovación de los textos de las informaciones no seguían el ritmo de actualización del nuevo soporte, y parecía estar limitado por la capacidad de trabajo de cada equipo de redacción de noticias para la web. En la última muestra, el ritmo de actualización mejora en algunas cadenas aunque no supone la adopción de un ritmo de producción propio para la web: está bastante limitado a la capacidad de producción de la antena y del grupo de comunicación, y a la inclusión de textos desarrollado por agencias de noticias. Se confirma que la

actualización y renovación de noticias en la red prima el desarrollo complementario y la suma fragmentada de contenidos, frente a la síntesis y la continuidad del relato que ofrece la antena.

En la primera muestra de 2009/2010, la Cadena SER actualiza en cada hora el tratamiento del tema de portada que, como en todas las cadenas, se centra ese día en la “última hora” del secuestro del pesquero español Alakrana. Lo hace siguiendo el ritmo de producción de contenidos impuesto por la antena: recolección puntual de las citas informativas, inclusión de los sonidos recogidos y enlaces a noticias anteriores sobre la misma cuestión. Los restantes temas de portada cambian en cada una de las muestras del día, aunque se limitan a ofrecer los datos proporcionados por agencias de noticias. La actualización del resto de contenidos informativos adopta un ritmo menor y prácticamente no ofrece cambios durante el período analizado.

La actualización de las noticias de la página web de COPE también sigue subordinada a la emisión radiofónica en la primera muestra de 2009/2010. Esta página renueva en cada hora las 3 noticias principales. Sin embargo, por regla general, la redacción de los titulares de la portada y de los textos ampliados no varía, aunque se conozcan nuevos datos sobre las informaciones abordadas. Lo mismo ocurre con el resto de elementos del lenguaje multimedia como el sonido, la fotografía, el vídeo y otros elementos gráficos. COPE favorece la producción de noticias según fuentes propias, tanto de la cadena como de exclusivas de otros medios digitales.

RTVE trabaja con criterios de actualidad y periodicidad en la publicación de las noticias en todas las muestras. La web es un medio más en el conjunto de los medios audiovisuales del grupo y emplea un criterio informativo propio, aunque casi siempre actualiza después de la emisión radiofónica. Sólo en la cobertura de grandes noticias, la web de RTVE avanza las previsiones de temas o favorece el seguimiento en directo desde este soporte. El ente público publica un considerable número de piezas asociadas a la noticia principal, e incorpora a la web los vídeos y los sonidos que han elaborado sus canales de televisión y de radio.

En el caso de la web de Onda Cero, la actualización de las noticias sigue un ritmo mucho menor y apenas se observa una evolución significativa a lo largo del período analizado. Tal es así que la noticia más destacada a las 12 horas de la muestra de noviembre de 2009 no había sido actualizada desde el día anterior, a pesar de ser una información de recorrido prolongado en el tiempo –secuestro del pesquero Alakrana- y de que durante toda la mañana se habían sucedido hechos y declaraciones relacionados con esta cuestión. Esta ausencia de actualización de las noticias también se advierte en las piezas audiovisuales, a pesar de contar con la producción de sonido y vídeo de los soportes tradicionales del grupo.

Por su parte, la actualización informativa de la web de Punto Radio es escasa y remite a abc.es desde el inicio de la temporada 2009/2010.

#### **4. La sinergia entre la web y la antena**

Las cadenas analizadas evolucionan hacia una actuación informativa coherente y simultánea para la antena y la red. El análisis comparativo de las muestras de la temporada 2008/2009 reveló una creciente sinergia de los criterios de selección y valoración de las noticias ofrecidas al oyente en ambos soportes. Sin embargo, en la primera muestra de 2009/2010 se produce un pequeño estancamiento en esta evolución hacia la complementariedad de contenidos y tratamientos informativos. La antena sigue siendo el referente de la actualidad informativa para la radio generalista, que concibe la red como un soporte subordinado a la renovación de las noticias de los boletines informativos y de los programas informativos de mediodía. Sin embargo, la capacidad de la red para hacer propio ese ritmo de producción y para incorporar la "última hora", disminuye.

La Cadena SER, por ejemplo, mantiene esta subordinación de la oferta de informaciones de la web al ritmo de producción que marca la antena en la primera noticia. Sin embargo, en las restantes informaciones no hay un tratamiento derivado de la producción para la antena, y la web refleja claramente una mayor dependencia de las agencias de noticias para presentar y actualizar los temas principales. Por este motivo, la segunda y tercera noticia de portada de la web no coincide con el boletín de las 12.00 y el avance de las 13.00 horas. A las 14.00 se produce una nueva aproximación en la selección de temas y tratamientos de la antena y la web. Por ello, podemos concluir que la sinergia de noticias y tratamientos propiamente dichos es mayor en los momentos de recapitulaciones informativas del día, pero no sigue el ritmo ni la urgencia de los boletines horarios.

Las noticias principales de la Cadena COPE en la red a las 12.00, a las 13.00 y a las 14.00 horas no coinciden con las informaciones principales de los boletines. En la primera muestra de 2009/2010, se frena la tendencia hacia una correspondencia informativa mayor –criterios de selección y valoración– entre las noticias de la antena y la web percibida a lo largo de 2008/2009. Por lo general, la edición informativa de la página de COPE se nutre de los contenidos de la emisión radiofónica. Así, tras la emisión del correspondiente boletín se renuevan algunas de las noticias principales en la red. No obstante, el principal tema del día del 6 de noviembre de 2009 sí está presente en ambos medios desde diferentes perspectivas y enfoques.

La página de RTVE continúa esforzándose en producir una noticia principal, que coincide con el desarrollo de la actualidad de los boletines informativos de las 12.00 y de las 13.00, y el

informativo principal de las 14.00 horas. Existe, por lo tanto, un proceso de producción paralelo en el seguimiento del tema principal: última hora del secuestro del pesquero Alakrana. La sinergia entre la antena y la emisión en la web también se observa en la producción de otro de los tres temas principales en la muestra del 6 de noviembre de 2009: el acuerdo entre los sindicatos y la patronal para desbloquear la negociación colectiva.

Como se ha señalado antes, la actualidad informativa emitida a través de los informativos de radio está por delante de la oferta de la página web de Onda Cero. Esta práctica, observada en las muestras anteriores, se mantiene. Además, se percibe una falta de coincidencia en los temas publicados a través de la web y en la antena. Las últimas informaciones acerca del principal tema del día 6 de noviembre –la declaración de las familias de los marineros del pesquero Alakrana– se emitieron a través de la antena y con posterioridad se actualizó en la web. En cuanto al resto de los temas, los boletines horarios siguieron la “última hora”, y la página web se estancó en la oferta de temas con la repetición de los mismos titulares tanto a las 13.00 como a las 14.00 horas.

La sinergia con la antena también se modera en el caso de Punto Radio. Los titulares de la página web de esta cadena presentan cierta concordancia con la edición informativa de los boletines y el informativo del mediodía, “Primera plana”. Sin embargo, la apuesta noticiosa de la primera muestra de 2009/2010 dispone de una sinergia menor entre la antena y la web con respecto de 2008/2009.

La tabla 1 muestra una comparativa de las tres primeras noticias en la web y en la antena, y permite confrontar las sinergias de noticias antes descritas en cada una de las cadenas.

**Tabla 1**  
**Tres primeras noticias de la web y de la antena a las 12.00, 13.00 y 14.00 horas:**  
**6 de noviembre de 2009**

SER		COPE		Onda Cero		Punto Radio		Radio Nacional (rtve.es)	
Web	Antena	Web	Antena	Web	Antena	Web	Antena	Web	Antena
A las 12.00 horas									
Secuestro Alakrana. Familiares piden al Gobierno que "actúe inmediatamente".  Fracasa el acuerdo para poner fin a la crisis política en Honduras.  Matanza en una base militar de Texas.	Alakrana. Las familias piden la liberación de los dos piratas encarcelados en nuestro país.  Vuelve a Barajas un avión de Air Comet que partió anoche rumbo a Argentina.  Golpe en Barcelona a un grupo que captaba mujeres en Rumanía para obligarlas a ejercer la prostitución.	Alakrana. Los familiares, desesperados, exigen la liberación inmediata de los piratas.  Alakrana. Tensión máxima. Silvia Albés en COPE: "el Gobierno ha subestimado mucho a los piratas".  Periodistadigital.com Montilla enchufa a su mujer en 14 empresas públicas y privadas.	Alakrana. Familiares piden unidad política y que el gobierno actúe.  Alakrana. Arantza Quiroga pide que se apoye a los familiares y que el gobierno informe de las negociaciones.  Esperanza Aguirre y Alberto Ruiz Gallardón coinciden tras el "caso Cobo" y se besan a modo de saludo.	Familiares del Alakrana confirman que los piratas se han llevado a tres secuestrados a tierra.  Un psiquiatra mata a 13 personas en la mayor base militar de EEUU.  Micheletti conforma un "Gobierno de unidad" sin contar con Zelaya.	Alakrana. Familiares piden la liberación de los piratas detenidos en España y unidad.  Acuerdo de sindicatos y empresarios para desbloquear la negociación colectiva.  La Guardia Civil detiene en Ciudad Real a dos marroquies por dar una paliza a una mujer por no llevar velo.	El espivotero, Joaquín Fernández, el segundo gallego desembarcado.  Las familias de los marineros exigen que se libere a los dos piratas retenidos.  El armador ya da por agotadas sus «herramientas» para negociar. Reclama al Gobierno medidas de «carácter urgente».	Alakrana. Las familias piden unidad política y anuncian movilizaciones.  El presidente de la Xunta de Galicia asegura en "Protagonistas" que es momento de pensar en la liberación.  Los líderes sindicales firmarán un acuerdo con la patronal la próxima semana.	Alakrana. Las familias quieren información. Piden al Gobierno que libere a los piratas detenidos y aseguran sentirse engañados.  Micheletti rompe el pacto con Zelaya y se autoimpone presidente.  Casillas visita Torrespaña y apuesta por el Mundial.	Alakrana. Lamamiento de los familiares a las instituciones para liberar a los secuestrados.  Los líderes sindicales anuncian el desbloqueo de la negociación con la patronal.  Breve encuentro entre Esperanza Aguirre, y Alberto Ruiz Gallardón.
A las 13.00 horas									
Secuestro Alakrana. Familiares piden al Gobierno que "actúe inmediatamente".  Fracasa el acuerdo para poner fin a la crisis política en Honduras.  Matanza en una base militar de Texas.	Alakrana. El intermediario del secuestro traslada al armador que los piratas exigen la liberación de los dos detenidos en nuestro país.  Agredida una mujer musulmana por no llevar velo.  La Conferencia Episcopal crítica la sentencia de Estrasburgo que dio la razón a una mujer	Alakrana. Los familiares, desesperados, exigen la liberación inmediata de los piratas.  Elconfidencial.com Ocultan el rostro de la ministra Chacón tras un 'burka digital'.  El Gobierno naufraga con el "Alakrana".	Alakrana. Las familias exigen unidad del gobierno y los partidos políticos.  Alakrana. El gobierno vasco pidió ayer al ejecutivo central que devuelva a los dos piratas detenidos en España. El presidente gallego afirma que la decisión de traerlos es muy arriesgada.	Alakrana. "Exigimos a las autoridades que se libere de forma inmediata a los dos piratas".  El juez rechaza poner en libertad a Samuel por la desaparición de Marta.  Los sindicatos no descartan abordar una reforma laboral.	Familiares de los tripulantes vascos del Alakrana han anunciado manifestaciones y la liberación de los dos piratas detenidos.  El juez del caso Marta del Castillo deniega libertad para Samuel Benítez, acusado de ayudar a esconder el cadáver.  El presidente de la asociación de	Alakrana. El armador ya da por agotadas sus «herramientas» para negociar. Reclama al Gobierno medidas de «carácter urgente».  Las familias de los marineros exigen que se libere a los dos piratas retenidos.  El juez mantiene en	Alakrana. Los familiares exigen al gobierno que libere a los dos piratas detenidos en España. Anuncian movilizaciones.  Alakrana. El lendakari se reúne con los grupos parlamentarios de la Cámara de Vitoria. Arantza Quiroga, pide el apoyo para las familias.  El Banco de España	Alakrana: 36 días de agonía. La familias demandan información y piden al Gobierno que libere a los piratas detenidos.  CC.OO. y UGT ultiman un acuerdo sobre los convenios y no descartan una reforma laboral.  Casillas visita Torrespaña y apuesta por el Mundial.	Empresa armadora del Alakrana ha exigido al Gobierno la salida de los piratas detenidos en España para avanzar en la negociación.  Consejo de ministros del Gobierno de España.  Los sindicatos y la patronal avanzan en el desbloqueo de la negociación

	italiana para que no fuera obligatorio el crucifijo en los colegios públicos.		El portavoz de la Conferencia Episcopal califica de lamentable la sentencia del Tribunal de Estrasburgo que cuestiona la presencia de crucifijos en las escuelas públicas.		Internautas españoles en desacuerdo con cortar conexión a internet sin orden judicial.	prisión al acusado de la desaparición del cadáver de Marta del Castillo.	constata que los créditos a las familias se congelan y los préstamos a las empresas descienden un 2% en septiembre.		colectiva.
A las 14.00 horas									
Secuestro Alakrana. Familiares piden al Gobierno que "actúe inmediatamente".  Dos marroquíes agreden a una mujer musulmana por no llevar el velo.  Tiroteo en EEUU. Matanza en una base militar de Texas.	Alakrana. Los familiares, desesperados, exigen que los partidos políticos trabajen juntos.  Dos marroquíes agredieron a una mujer de esa nacionalidad porque no llevaba velo. La mujer ha hablado para la SER.  La Conferencia Episcopal crítica la sentencia del Tribunal de Estrasburgo sobre los crucifijos en los colegios públicos.	Elconfidencial.com Ocultan el rostro de la ministra Chacón tras un 'burka digital'  Alakrana. Los familiares, desesperados, exigen la liberación inmediata de los piratas.  Tras el último enfrentamiento. Gallardón a Aguirre, golpecito en la espalda y sutil beso en la mejilla.	Alakrana. Los familiares piden con urgencia que se devuelvan a los piratas, se pague el rescate y unidad política.  Caso SITEL. El PP denuncia que el gobierno lo utiliza de forma ilegal. Esteban González Pons pide responsabilidad a José Antonio Alonso en "La mañana" de la COPE.  El portavoz de la Conferencia Episcopal dice que la sentencia del Tribunal de Estrasburgo sobre los crucifijos en la escuela pública vulnera la libertad religiosa.	"Exigimos a las autoridades que se libere de forma inmediata a los dos piratas".  El juez rechaza poner en libertad a Samuel por la desaparición de Marta.  Los sindicatos no descartan abordar una reforma laboral.	Familiares de los marineros del Alakrana anuncian manifestaciones y exigen liberación piratas detenidos.  Acuerdo patronal y sindicatos para desbloquear la negociación colectiva.  La Guardia Civil detiene en Ciudad Real a dos marroquíes por dar una paliza a una mujer marroquí sin velo.	La noche de Beyoncé.  El Barcelona pone el chip liguero para recibir a un Mallorca «europeo» .  Los familiares piden la liberación de los dos piratas.	Alakrana. Los familiares piden angustiados que el gobierno ceda ante las peticiones de los piratas somalíes y unidad política.  El gobierno pide prudencia.  El PP reitera críticas al gobierno por su falta de diligencia.  Los sindicatos reconocen ahora la necesidad de reformas laborales.  El crédito a las familias se mantiene congelado en septiembre.	Alakrana: 36 días de agonía. La familias demandan información y piden al Gobierno que libere a los piratas detenidos.  CC.OO. y UGT ultiman un acuerdo sobre los convenios y no descartan una reforma laboral.  Pellegrini: "Guti tampoco estará en el derbi contra el Atlético".	El Gobierno afirma que la situación de los piratas somalíes detenidos en España no es negociable.  Primer encuentro de la Presidenta de la Comunidad de Madrid y del Alcalde tras las declaraciones de Manuel Cobo.  La liga de fútbol española ha decidido que no habrá huelga, pero quieren negociar la llamada "enmienda Beckham".

Fuente: elaboración propia.

## 5. El uso de los recursos multimedia y de la narrativa hipertextual

Las páginas analizadas de las cadenas generalistas españolas en la red muestran una evolución en el uso de los recursos multimedia y de la narrativa hipertextual. La temporada 2008/2009 había mostrado cambios positivos y un mejor aprovechamiento e integración del texto, la imagen, el vídeo y el sonido. No obstante, las mejoras en la hipertextualidad todavía son escasas y se limitan a enlaces internos de la propia cadena o de otros soportes web del grupo de comunicación.

En la muestra de noviembre de 2009, la Cadena SER incrementa el número de fotos y audios disponibles en la primera página, pero disminuye el uso del vídeo y hay poca actualización en cada una de las horas analizadas, y no siempre está asociada a las noticias de mayor actualidad. El vídeo, por ejemplo, recibe un tratamiento diferenciado en una página específica y no siempre está ligado a la información de la primera página. El texto de las noticias que se ofrecen en la primera página es más breve: los titulares tienen entre 7 y 12 palabras, y el cuerpo de las noticias –cuando se redactan– tienen entre 18 y 25, cuando en la última muestra de 2008/2009 estas últimas oscilaban entre las 25 y las 64 palabras. De esta forma se consigue un diseño de lectura más adecuado a la red y una mejor integración multimedia en la página principal. No obstante, el texto es el elemento más utilizado en los segundos niveles de páginas, y siguen siendo textos extensos: de 97 palabras el menos extenso –que se corresponde a las 14.00 con una noticia de última hora–, y de 609 palabras el de mayor extensión. Los enlaces a otras noticias de interés se estabilizan en los temas principales entre 3 y 5 pero siempre remiten a la propia cadena y se ofrecen como un valor complementario no integrado en el cuerpo de la noticia.

Por el contrario, en la temporada 2009/2010 se observa cierta mejora de la hipertextualidad de la página web de la Cadena COPE. Casi todas las informaciones principales enriquecen la composición de enlaces a noticias, galerías de imágenes y vídeos. También a determinadas fuentes informativas –exclusivas–, tal y como se ha explicado antes. Sin embargo, esta cadena puede mejorar los recursos narrativos de la hipertextualidad y multimedialidad, ya que las 3 noticias principales siguen elaborándose de acuerdo a textos de un mínimo de 140 palabras, y un máximo de entre 550 y 850 palabras, sin una sola palabra clave en el cuerpo de la noticia que facilite la navegación del usuario. En las 36 noticias analizadas sólo se perciben 8 ejemplos en este sentido. Por otra parte, la web de la Cadena COPE sigue apostando por la imagen con un planteamiento visual organizado en torno a la fotografía, el vídeo y el texto, en detrimento del sonido y de otros elementos gráficos. Todas las informaciones evaluadas incluyen una fotografía, pero no siempre audio y/o vídeo asociado. Por tanto, la producción, composición y edición sonora y visual de las noticias puede enriquecerse. Especialmente en lo referente a la producción sonora,

elemento esencial del medio radiofónico, también en la red. Por ejemplo, de las 9 noticias analizadas en la primera captura de 2009/2010, tan sólo 1 noticia dispone de 2 declaraciones sonoras.

En RTVE, los recursos multimedia están presentes en toda la estructura y en los contenidos de actualidad. Las fotografías –por ejemplo, en forma de galerías de 7/8 fotos el día 6 de noviembre–, el sonido de las grabaciones de las entrevistas o los cortes de voz de sus entrevistados en los programas de Radio Nacional de España, y los vídeos elaborados por los distintos canales de televisión del grupo se editan y se publican de forma habitual junto a los textos de las noticias. En la muestra tomada el 6 de noviembre, podemos encontrar en una misma noticia hasta 3 ó 4 vídeos distintos asociados a una noticia –incluso, en ocasiones, puede resultar redundante–. Este criterio preside toda la labor informativa, y este aspecto se ha consolidado como una rutina productiva. Incluso se utiliza la retransmisión en directo de la imagen y el sonido de determinados actos.

En el caso de la web de Onda Cero, el uso de los recursos multimedia es escaso. Aunque es posible encontrar sonidos (cortes de voz o entrevistas de Onda Cero), vídeos (de Antena 3 Televisión) o imágenes, su utilización es menor que la que realizan las demás cadenas radiofónicas en sus respectivas páginas web. Además, en su mayor parte, las piezas multimedia que muestra la web de Onda Cero están enlazadas a la web informativa de Antena 3 Televisión. Por otro lado, los textos de las noticias tampoco contienen enlaces o vínculos con otras noticias relacionadas.

La configuración hipertextual y multimedia de la web de Punto Radio sigue siendo muy limitada. Sin embargo, y gracias a la sinergia establecida con abc.es, el usuario de la página de Punto Radio puede acceder a noticias más desarrolladas –de entre 52 y 824 palabras–, acompañadas de imágenes –en la mayoría de las ocasiones–, vídeos –en algunos casos– e informaciones relacionadas. Al igual que en la temporada anterior, las noticias carecen de sonido y de otros elementos gráficos.

La siguiente tabla (Tabla 2) registra los principales recursos de la narrativa multimedia a través de los cuales los sitios web de las cadenas generalistas muestran al público el contenido de la actualidad informativa (datos referidos a la muestra del 6 de noviembre de 2009). Llama la atención la ausencia del sonido como recurso narrativo en la web de Punto Radio.



Tabla 2  
Uso de los recursos multimedia en las 3 noticias principales, 6 de noviembre de 2009

	cadenaser.com	cope.es	rtve.es	ondacero.es	puntoradio.com
Sonido	•	•	•	•	
Fotos	•	•	•	•	•
Videos		•	•	•	•
Otros gráficos					
Enlaces hipertexto		•	•	•	•

Fuente: Elaboración propia.

## 6. Las noticias y la interactividad con los usuarios

Las cadenas SER, COPE, Radio Nacional de España, Onda Cero y Punto Radio también tienen el desafío de dotar de mayor interactividad al contenido informativo de sus páginas en la red. Es decir, personalizar la búsqueda de noticias, fomentar la participación del usuario en el relato informativo, animar el diálogo entre el editor y el oyente, y establecer concordancias con otras técnicas de participación como las encuestas, foros, chats, blogs, envíos de correos electrónicos, y mensajes de texto y multimedia de telefonía móvil. El análisis revela un escaso avance de estas opciones en algunas de las cadenas, a pesar de que el fomento de la interactividad y la diversificación de este tipo de técnicas es el recurso más desarrollado por la radio española en la red entre 2006 y 2009 (Martínez-Costa, Moreno y Amoedo, 2008). Solo se observa un aumento de las posibilidades de compartir las noticias a través de las redes sociales en el inicio de la temporada 2009/2010.

La Cadena SER incrementa la participación de la audiencia a través de los comentarios y encuestas en las noticias principales, que aumenta considerablemente en número en los 3 primeros asuntos informativos, posiblemente por tratarse de temas de alto impacto social. Así por ejemplo, la noticia del pesquero español secuestrado llega a obtener hasta 62 comentarios a las 14.00 horas. La Cadena SER también amplía hasta 17, y unifica en todas las noticias, el número de redes sociales y plataformas para compartir contenidos: Menéame, Wikio, Fresqui, My Live, Netvibes, MySpace, Del.icio.us, Reddit, Facebook, Twitter, Technorati, Reporter MSN, iGoogle, MyYahoo, Enchírame, Stumble Upon y Digg. También es posible acceder a un ranking de noticias "Lo más oído" en función de las descargas de audio realizadas por los usuarios, y se ofrecen estadísticas de visitas, impresiones, envíos por correo y recomendaciones en todas las noticias.

El diálogo dinámico entre el usuario y los periodistas que realizan la web de la Cadena COPE sigue sin consolidarse en 2009/2010 a través de la posibilidad de insertar comentarios en las noticias. Apenas existen envíos por parte de los oyentes. La página de COPE cuenta además con las mismas técnicas de participación interactiva de compartir las noticias con otras personas o con el resto de la comunidad de oyentes de la cadena, a través de las 5 plataformas y redes sociales de Del.icio.us, Facebook, Technorati, Yahoo y Menéame. El usuario de COPE en la red también

puede acceder a la clasificación y ranking de “Lo Último/Más Visto/Más Escuchado/Más Comentado/Más Enviado”. Este elemento de interactividad y participación es clave para favorecer la oferta de contenidos informativos a la carta en la temporada 2009/2010. La página carece de estadísticas asociadas a las noticias.

Como ya ha sido constatado en las muestras tomadas a lo largo de 2008/2009, la web de RTVE no permite al usuario realizar y enviar sus comentarios acerca de las noticias, pero sí le posibilita compartirlas en las 5 plataformas sociales Digg, Facebook, Fresqui, Menéame y MySpace. Además, la web también deja al usuario enviar las noticias y los documentos de audio y vídeo por correo electrónico.

Aunque la utilización de los recursos multimedia es más limitada en la web de Onda Cero, la interactividad ha mejorado sensiblemente. En la muestra del 6 de noviembre de 2009 se observó que la web ya permite al lector que escriba y envíe sus comentarios sobre las noticias publicadas. Esta posibilidad supone un avance con respecto a los recursos utilizados hasta el momento, a pesar de que la respuesta del oyente sea escasa. Por otra parte, el lector puede compartir las noticias en las 4 plataformas Del.icio.us, Technorati, Digg y Menéame. Y, por último, al igual que en las páginas web de las restantes cadenas generalistas, Onda Cero admite imprimir las noticias y enviarlas por correo electrónico.

La táctica de interactividad de la oferta de noticias en el sitio de Punto Radio también se reorienta en 2009/2010. La colaboración con abc.es incorpora las estadísticas –número de visitas–, se reducen de 11 a 9 las redes sociales para compartir las noticias –Facebook, Twitter, Menéame, MSN Reporter, Delicious, Digg, Technorati, Yahoo y Mister wong– y se mantiene la posibilidad de insertar comentarios. Se observa que el diálogo entre el oyente y los periodistas es más activo en la web de Abc que en la de Punto Radio –prácticamente nulo–.

La tabla 3 muestra las posibilidades que ofrecen los sitios web al público en el uso de los recursos de interactividad. La Cadena SER destaca por encima de las demás en la oferta al usuario de la web para compartir el contenido de la actualidad a través de las plataformas sociales. Y también resalta la ausencia de la posibilidad general de hacer comentarios a las noticias en la web de Radiotelevisión Española. Sin embargo, la posibilidad de comentar un tema se ha activado en ocasiones, cuando la web ha ofrecido la cobertura de algún acto especial y ha enlazado ésta a una sesión en Facebook para publicar los comentarios de los usuarios de la web. Este fue el caso del discurso del presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, al mundo musulmán en El Cairo el día 9 de junio de 2009.

Tabla 3  
Uso de recursos de interactividad en las 3 noticias principales, 6 de noviembre de 2009

	cadenaser.com	cope.es	rtve.es	ondacero.es	puntoradio.com
Hacer comentarios	•	•		•	•
Compartir a través de plataformas	17 Menéame, Wikio, Fresqui, My Live, Netvibes, MySpace, Del.icio.us, Reddit, Facebook, Twitter, Technorati, Reporter MSN, i Google, My Yahoo, Enchilame, Stumble Upon, Digg	5 Del.icio.us, Facebook, Technorati, Yahoo, Menéame	5 Digg, Facebook, Fresqui, Menéame, MySpace	4 Del.icio.us, Digg, Technorati, Menéame	9 Facebook, Twitter, Menéame, Msn, Del.icio.us, Digg, Technorati, Yahoo, Mister Wong
Manifestar interés / Votar las noticias	•	•			•
Estadísticas asociadas a las noticias	•				•

Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones

Las cadenas SER, COPE y Radio Nacional de España –dentro de la configuración multimedia de RTVE– apuestan por la información en la red y ofrecen al usuario un número estable de noticias en sus respectivas páginas web durante 2008/2009. Por su parte, Onda Cero y Punto Radio siguen concibiendo internet como un medio para facilitar la escucha a la carta y promocionar los contenidos de sus magazines principales y programas –especialmente los de producción propia–, si bien la web de Onda Cero presenta una oferta de noticias mayor que la de Punto Radio.

La estrategia informativa de las cadenas generalistas españolas en internet se mantiene fiel a sus respectivas apuestas temáticas a lo largo de 2008/2009. Todas las emisoras priman la actualidad nacional más cercana. Las páginas web de SER y COPE se diferencian por cuidar las noticias de Sociedad y Deportes –contenido al que Radio Nacional de España también presta atención en la red–. Por su parte, la Cadena COPE es la única emisora que ofrece información Local destacada en internet. Asimismo, las páginas de COPE y Punto Radio conceden relevancia a las noticias de producción propia de la cadena, el grupo de comunicación al que pertenecen e incluso de otros medios digitales –caso de la cadena COPE–. Aunque en la última muestra la Cadena SER disminuye la apuesta por temas de fuentes propias, se puede afirmar que incrementa la oferta de sonido producido por su red de emisoras.

Las cadenas generalistas españolas evaluadas continúan considerando la antena como el referente principal para el relato informativo, a pesar de las posibilidades de actualización y desarrollo que brinda la red. Esta tendencia se observa, por lo general, tanto en el relato de nuevas informaciones como de la novedad de datos, enfoques y perspectivas de las noticias principales del día. Por lo general, las ediciones informativas de las páginas web analizadas se nutren de los contenidos informativos de la emisión radiofónica, y la renovación de las noticias en

la red se queda supeditada a la emisión de los boletines y los informativos principales de mediodía.

La evolución hacia una sinergia mayor de los criterios de selección y valoración de las informaciones, y de los ritmos de producción, edición, publicación y emisión entre la red y la antena se frena en la primera muestra de 2009/2010 con respecto de la temporada 2008/2009. Esta tendencia se percibe quizás de manera más clara en la web de Punto Radio, que decide ceder a abc.es el desarrollo informativo de Punto Radio en internet.

No obstante, la mayoría de las cadenas muestran cierta correspondencia informativa en ambos soportes al inicio de la temporada 2009/2010. Así, la noticia principal de las cadenas SER y COPE en internet a las 12 y a las 13 horas coincide con la apertura de los respectivos boletines; y las dos noticias principales de la web y la antena a las 14 horas también es similar en el caso de la SER. En cambio, la noticia principal del informativo de mediodía de la Cadena COPE se corresponde con la segunda noticia en la web. Onda Cero presenta una correlación mayor a las 13 horas, momento en el que las dos noticias principales de la red y la antena son similares; y al mediodía, hora en la que la primera noticia de los dos canales es la misma y la segunda de la antena es la tercera en internet. Por su parte, Radio Nacional de España –a pesar de realizar una apuesta clara por el tema de la actualidad del día (la situación de los marineros del Alakrana secuestrados por piratas somalíes)– sólo coincide en la noticia de apertura a las 12 horas.

Respecto del trabajo informativo de una cadena de radio en la red, es significativo que la página web de la SER incorpore el concepto de “Al minuto”, un sistema de titulares que completa la alerta informativa de la “última hora”, adquiriendo la novedad noticiosa más relevante en la oferta de contenidos de esta cadena en internet. De algún modo, el interés hacia el seguimiento del ritmo informativo del momento también se percibe de manera un poco más clara en la página de la Cadena COPE al reconfigurarse la parte central de esta web en torno a “Lo Último/Lo Más Visto/Lo Más Escuchado/Lo Más Comentado/Lo Más Enviado”. Asimismo, también puede mencionarse la iniciativa de Radio Nacional de España, a través la página principal de RTVE, de retransmitir en directo determinados acontecimientos informativos de relevancia.

Este estudio también comprueba cierta mejora en el uso de la narrativa hipertextual y de los recursos multimedia. Principalmente por parte de las páginas web de las cadenas SER, COPE y Radio Nacional de España, si bien la Cadena COPE descuida el uso del sonido. La mayoría de las informaciones analizadas de estas emisoras enriquecen los enlaces hipertextuales a noticias, galerías de imágenes y vídeos. También a determinadas fuentes informativas y medios digitales, principalmente pertenecientes a otras marcas del grupo de comunicación al que pertenece la

cadena de radio. La web de la Cadena COPE se distingue por presentar enlaces hipertextuales a medios y fuentes digitales externas. Por su parte, la página web de Onda Cero continúa realizando un uso escaso de los recursos multimedia y sigue sin trabajar la hipertextualidad. Unos aspectos que sí incorpora la web de Punto Radio en 2009 al enlazar los titulares con el desarrollo de las noticias de abc.es, tal y como se ha mencionado anteriormente.

La Cadena SER se diferencia del resto de las páginas analizadas por dotar de una mayor interactividad a las noticias en la red, siendo la cadena que mayor número de comentarios recibe por parte de los usuarios y la emisora que está integrada en 17 redes sociales. Asimismo es la única página que ofrece estadísticas asociadas a las informaciones. Sin embargo, el diálogo interactivo entre el usuario del resto de los sitios web analizados y los periodistas que relatan las informaciones sigue sin consolidarse a finales de 2009. Se mantiene la posibilidad de insertar comentarios en las noticias –a excepción de RTVE–, puntuarlas –salvo en las webs de RTVE y Onda Cero– y compartirlas con otras personas a través de 5 redes sociales en las páginas de COPE y RTVE, y 4 en la web de Onda Cero. El enlace entre la página de Punto Radio y las noticias de abc.es –integradas en 9 redes sociales– ayuda a animar la actividad de respuestas.

En resumen, las cadenas generalistas españolas en la red consolidan una oferta informativa propia en la red que refleja la estrategia general de las emisoras en el nuevo soporte; incorporan con ritmo diferente los recursos multimedia; y comienzan a vislumbrar las ventajas de las posibilidades de interactuar con los usuarios para construir nuevos perfiles de oyentes. Sin embargo, las cadenas aún no consiguen adoptar un ritmo de producción totalmente diferenciado de la antena y más acorde a las características de Internet.

### **Referencias bibliográficas**

AIMC (2009) Navegantes en la Red. 11ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet. Madrid: AIMC. [<http://download.aimc.es/aimc/03internet/macro2008.pdf>, consultado 05/01/10].

AMOEDO, Avelino; MARTÍNEZ-COSTA, Mª del Pilar y MORENO, Elsa (2009) "Talk radio on the Internet: The Medium is not the Message". Presentado en Vers La Post Radio. Enjeux des mutations des objets et formes radiophoniques. Quatrième colloque international du Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio (GRER). 26-28 de Noviembre. París (Francia).

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2008) Informe Anual de la Profesión Periodística 2008. Madrid: Asociación de la Prensa.

EUROPEAN INTERACTIVE ADVERTISING ASSOCIATION (2008) Mediascope Europe 2008. Media Consumption Study. European Interactive Advertising Association.

[[http://www.eiaa.net/Ftp/casestudiesppt/EIAA\\_Mediascope\\_Europe\\_2008\\_Pan-European\\_Executive\\_Summary.pdf](http://www.eiaa.net/Ftp/casestudiesppt/EIAA_Mediascope_Europe_2008_Pan-European_Executive_Summary.pdf) , consultado el 05/01/10]

MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup>. del Pilar; MORENO, Elsa y AMOEDO, Avelino (2008) "Estrategias de comunicación de las cadenas generalistas españolas en la red: análisis comparativo de [www.cadenaser.com](http://www.cadenaser.com), [www.cope.es](http://www.cope.es), [www.ondacero.es](http://www.ondacero.es), [www.puntoradio.com](http://www.puntoradio.com) y [www.rne.es](http://www.rne.es) en las temporadas 2006-2007 y 2007-2008". Presentado en Congreso Internacional Fundacional Asociación Española de Investigadores en Comunicación. 30 de Enero-3 de Febrero. Santiago de Compostela (España). Actas y memoria Final ISBN: 978-84-612-3816-3.

MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup>. del Pilar; MORENO, Elsa y AMOEDO, Avelino (2009) "News Content of the Spanish Talk Radio on the Web". Presentado en International Conference New Media & Information: Convergentes & Divergences. 6-9 de Mayo. Atenas (Grecia).

MORENO, Elsa; AMOEDO, Avelino; MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup>. del Pilar (2008) "Radio and the Web: Communication Strategies of Spanish Radio Networks on the Web (2006-2008)". Presentado en Segunda Conferencia Europea de Comunicación, Ecrea 2008. 25-28 de Noviembre. Barcelona. [<http://www.ecrea2008barcelona.org/guide/download/984.pdf> , consultado el 18/03/2009]

PEW RESEARCH CENTER FOR THE PEOPLE & THE PRESS (2008) Audience Segments in a Changing News Environment. Key News Audiences Now Blend Online and Traditional Sources. Pew Research Center Biennial News Consumption Survey. [<http://people-press.org/reports/pdf/444.pdf>, consultado el 05/01/09]

Grafico 4: Oferta de noticias de Política por cadenas - 14.00

	Ser	Cope	Radio Nacional	Onda Cero	Punto Radio
dic-08	7	10	3	1	1
abr-09	6	5	4	2	0
jun-09	7	4	3	2	2
dic-09	5	6	3	1	0

Grafico 5: Oferta de noticias de Economía por cadenas - 14.00

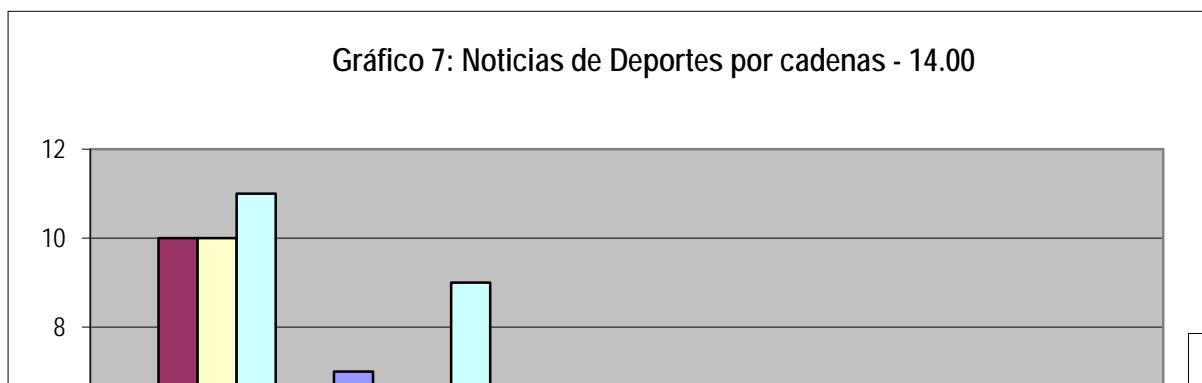
	Ser	Cope	Radio Nacional	Onda Cero	Punto Radio
dic-08	7	2	2	1	1
abr-09	4	5	1	2	2
jun-09	4	3	1	0	0
dic-09	4	3	1	2	0

Grafico 6: Oferta de noticias de Sociedad por cadenas - 14.00

	Ser	Cope	Radio Nacional	Onda Cero	Punto Radio
dic-08	11	1	3	1	0
abr-09	7	7	1	2	0
jun-09	5	9	4	2	0
dic-09	7	5	1	3	1

Grafico 7: Oferta de noticias de Deportes por cadenas - 14.00

	Ser	Cope	Radio Nacional	Onda Cero	Punto Radio
dic-08	6	7	5	1	0
abr-09	10	5	4	0	0
jun-09	10	4	4	0	0
dic-09	11	9	4	0	1



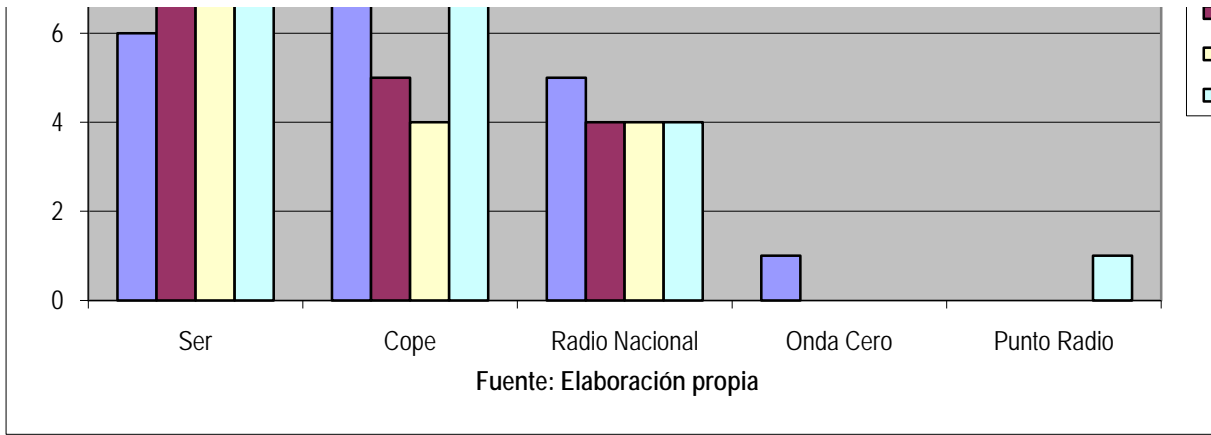
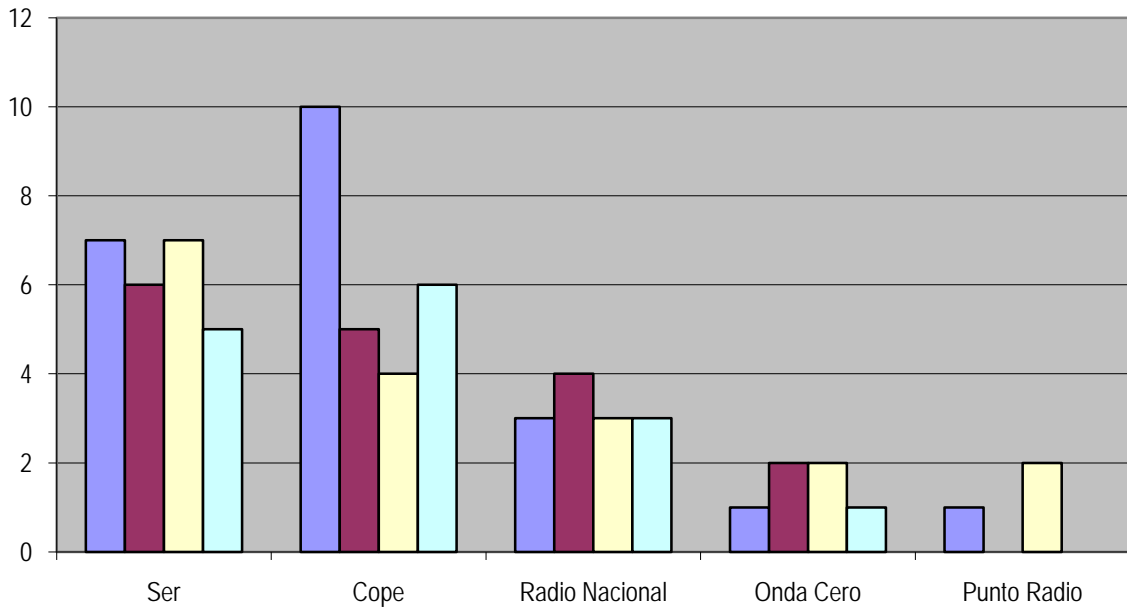


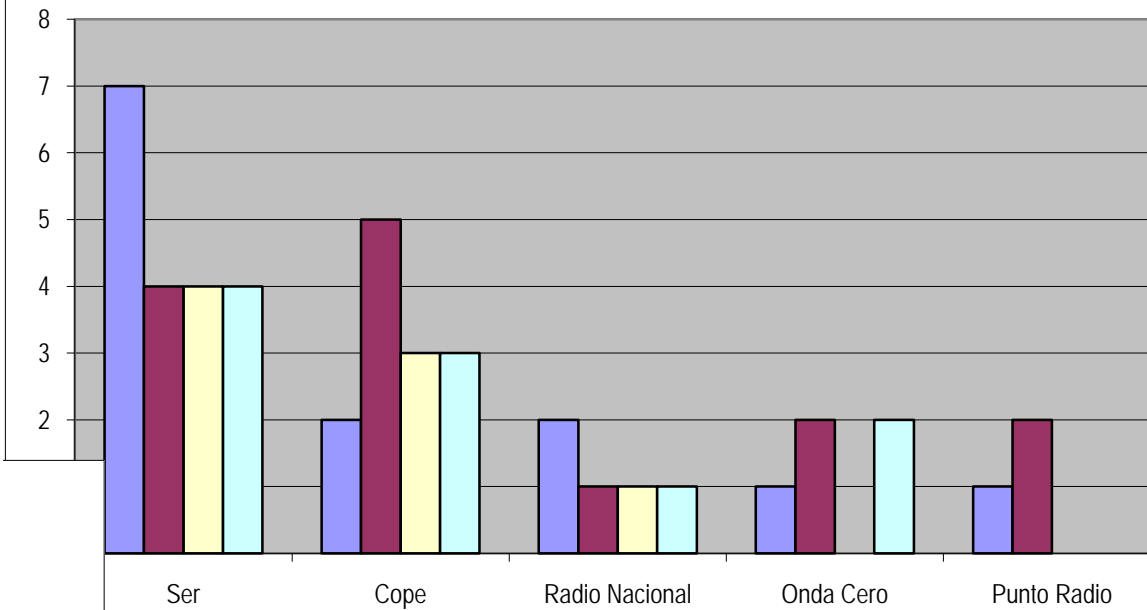


Gráfico 4: Noticias de Política por cadenas - 14.00



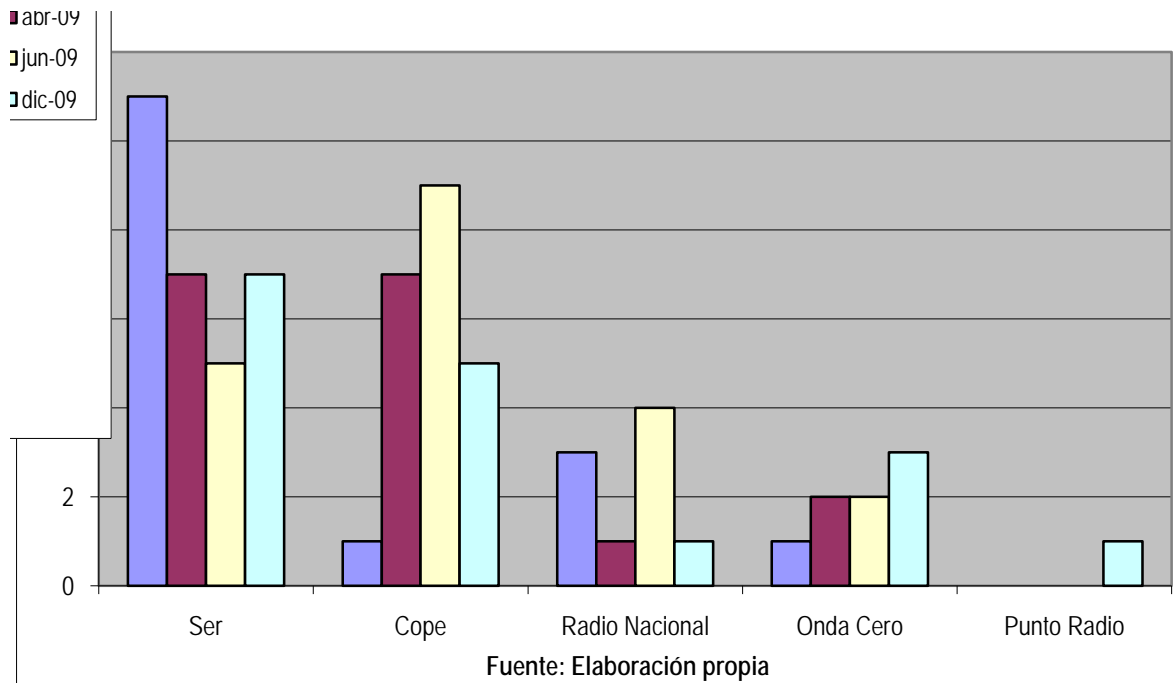
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Noticias de Economía por cadenas - 14.00



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6: Noticias de Sociedad por cadenas - 14.00



- dic-08
- abr-09
- jun-09
- dic-09

- dic-08
- abr-09
- jun-09
- dic-09

- dic-08
- abr-09
- jun-09
- dic-09