

# CARACTERÍSTICAS DEL PODCASTING EN LAS CADENAS RADIOFÓNICAS PRIVADAS ESPAÑOLAS

PODCAST EN LAS CADENAS SER, COPE Y ONDA CERO

Grado de Comunicación  
Área de conocimiento de Ciencias Sociales y jurídicas

Autor:

Oscar Meco Buil

Tutor de Trabajo Fin de Grado:

Cinto Niqui Espinosa

Madrid, Junio de 2020

## **Resumen.**

El trabajo tiene como objetivo principal estudiar el uso que hacen las 3 grandes cadenas radiofónicas generalistas y privadas (SER, COPE y Onda Cero) del formato *podcast*. Para ello, nos centraremos en identificar el número de *podcast* nativos que están disponibles en sus espacios online para, posteriormente, analizar algunas de sus características más relevantes. Además, identificaremos el número de programas que son emitidos en la radio de manera tradicional y que luego pasan a formar parte del catálogo online para poder ser consumidos en formato "a la carta". Para estos últimos nos fijaremos especialmente en si se presentan enteros o si lo hacen de manera fragmentada.

Antes de esto, haremos una revisión teórica a la historia de la radio, los sistemas de transmisión que se han utilizado, los inicios de la distribución de audio por Internet, el contexto actual que rodea al medio y el formato *podcast* como tal.

## **Palabras clave.**

Radio, podcast, podcasting, cadenas generalistas, audio, distribución.

## **Abstract.**

The main objective of the work is to study the use made by the 3 large general and private radio stations (SER, COPE and Onda Cero) of the podcast format. To do this, we will focus on identifying the number of native podcasts that are available on their online spaces to subsequently analyze some of their most relevant characteristics. In addition, we will identify the number of programs that are broadcast on the radio in the traditional way and that later become part of the online catalog to be consumed in "on demand" format. For the latter, we will pay special attention to whether they are presented integers or if they are presented in a fragmented way.

Before this, we will make a theoretical review of the history of radio, the transmission systems that have been used, the beginnings of Internet audio distribution, the current context surrounding the medium and the podcast format as such.

## **Índice.**

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	5
3. Objetivos.....	7
4. Metodología.....	8
5. Marco teórico.....	11
5.1. Historia de la radio.....	11
5.2. Sistemas de transmisión en la radio.....	16
5.3. Inicio de la distribución de audio por Internet.....	18
5.4. Contexto actual.....	22
5.5. El formato podcast.....	25
6. Análisis de resultados.....	29
6.1. Podcast nativos.....	29
6.2. Programas emitidos en radio tradicional.....	40
7. Conclusiones.....	48
8. Referencias bibliográficas.....	50
9. Anexo: Tablas de datos.....	53
9.1. Podcasts nativos.....	53
9.2. Programas emitidos.....	54
9.3. Fragmentos de programas.....	57

## **1. Introducción.**

La radio es un medio de comunicación masiva que ha sabido mantenerse a lo largo de su historia. Desde que comenzó su andadura, hace ya más de cien años, la radio ha permanecido en la mente de los oyentes como ese medio íntimo, de cercanía, capaz de contarnos la verdad de lo que está ocurriendo.

En estos días inciertos, en los que prácticamente la totalidad del país está recluida en sus casas por culpa de la pandemia provocada por el coronavirus (Covid-19), un artículo publicado en la web de Cope hace referencia a un estudio realizado por Havas Media Group. En él nos indica que la radio se consolida como uno de los principales medios para conseguir información veraz (COPE, 2020).

En este trabajo plantearemos un completo marco teórico que pretenderá situarnos en el contexto que rodea el análisis de datos posterior. Para ello, el primer apartado del marco teórico es una revisión de la historia de la radio a lo largo de su vida. El segundo apartado describirá, brevemente, los sistemas de transmisión que ha utilizado la radio. En el tercer apartado veremos cómo han sido los inicios de la distribución de audio por Internet para continuar en el cuarto apartado con una visión del contexto. Finalizaremos el marco teórico con una breve descripción de lo que es el formato *podcast*.

Si bien es cierto que la radio ha sido, históricamente, uno de los medios que mejor ha soportado el paso del tiempo y al cambio de tendencias de consumo de los usuarios, actualmente disponemos de otros formatos de distribución de sonido más acordes a los tiempos que corren. En este sentido, el formato *podcast* está ya muy presente en nuestras vidas y ha supuesto la adaptación de la distribución del contenido sonoro a las necesidades de los usuarios actuales: contenidos asíncronos que se puedan consumir, a demanda, en cualquier lugar y momento, independientemente de cuándo son emitidos.

Por ello, y vista la falta de investigaciones publicadas en este sentido, el presente trabajo pretende hacer una revisión del actual estado del *podcasting* mediante un recorrido por las grandes cadenas generalistas privadas de España. Haremos un análisis de los sitios web de las distintas emisoras (SER, COPE y Onda Cero) para establecer una serie de características comunes en cuanto a formatos, duración o tipos de contenidos.

Además, trataremos de identificar en el catálogo de los *podcasts* que ofrece cada una de las cadenas estudiadas los dos tipos de variantes que hoy en día se están produciendo por parte de estas grandes

cadenas generalistas privadas de España. Para ello, diferenciaremos los *podcasts* de programa (básicamente los programas que han sido diseñados por las cadenas para su emisión hertziana y que son aprovechados para engrosar el catálogo de los sitios web) de los *podcast* nativos digitales (los que han visto la luz en un entorno digital y online específico que solo se distribuye a través del propio formato *podcast*).

Los datos que recogeremos tratarán de mostrar, mediante su exhaustivo análisis, el camino que están recorriendo las grandes cadenas generalistas de radio de España para conseguir aumentar su número de usuarios mediante la explotación de los caminos digitales y en línea.

## **2. Justificación.**

El trabajo pretende enmarcar el fenómeno del *podcasting* en un contexto en el que las grandes cadenas generalistas intentan aprovechar el formato para incrementar los contenidos de sus webs.

Una publicación de El País (Espinosa de los Monteros, 2017) se hacía eco de los resultados desprendidos del estudio EGM (Estudio General de Medios) correspondiente a la tercera ola del 2017, que abarca desde el 6 de septiembre hasta el 14 de noviembre: el *streaming* ya superaba a la onda media en lo que se refiere a la escucha de radio.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) realiza anualmente el estudio EGM por oleadas para conocer lo mejor posible cómo es el consumo de medios en España.

En este sentido, el trabajo que presentamos a continuación pretende poner en conocimiento el uso que se hace del *podcasting* desde las grandes cadenas privadas generalistas. Para ello, hemos identificado a las tres principales cadenas según los datos aportados por el propio estudio EGM: SER, COPE y Onda Cero (ordenadas de mayor a menor por audiencia acumulada).

Con esto, pretendemos demostrar que la opción del *podcasting* es una muy buena alternativa para todos aquellos profesionales que quieren contemplar opciones de distribución de sonido más acordes a nuestro tiempo.

Además, servirá para que los profesionales del sector audiovisual puedan observar el tipo de contenidos que los grandes grupos mediáticos ponen a disposición de los usuarios en formato *podcast*.

El mundo de la comunicación está actualmente inmerso en una gran incertidumbre en lo que se refiere a los posibles caminos profesionales a los que pueden optar los alumnos de los grados directamente relacionados con su estudio.

El interés que demuestras los alumnos del grado de Comunicación Audiovisual, al que actualmente estoy vinculado como técnico, me ha hecho percibir el mundo del *podcasting* como una buena alternativa para los que están interesados en el mundo de la generación de contenido sonoro.

Si bien es cierto que los actuales contenidos de estos grados están más orientados a los estudios de los medios tradicionales de comunicación, se empiezan a contemplar los nuevos formatos digitales de comunicación como una vía más que interesante para comenzar su andadura profesional.

Así pues, creo que el estudio que nos planteamos puede suponer una aportación interesante en la que se enmarque el sector del *podcasting* centrándonos, sobre todo, en los distintos caminos que toman los grandes grupos de comunicación, así como las alternativas a estos.

También pretende ser un punto de referencia para que los responsables de la gestión de contenidos de las grandes cadenas puedan tener una idea clara de en qué posición se encuentran cada uno de los estudiados, pudiendo realizar una comparación con los datos reflejados en este estudio.

La radio no ha dejado de ser nunca el referente principal de todos aquellos alumnos que contemplan la locución o producción sonora como principal vía para su desarrollo profesional. Pero también es cierto que se puede apreciar un gran interés en los formatos más digitales, con referencias continuas a plataformas como *YouTube* o formatos como el *podcast*.

### **3. Objetivos.**

El trabajo que realizaremos a continuación tiene como objetivo principal el estudio del tipo de usos que están haciendo las tres cadenas radiofónicas privadas y de contenido generalista (SER, COPE y Onda Cero) del formato *podcast*.

Para completar el estudio se plantean tres objetivos específicos:

- Cuantificar el número de *podcasts* nativos dentro de la oferta global. Con esto nos referimos a aquellos espacios que no son emitidos por ondas hertzianas en sistemas analógicos o digitales y que se distribuyen únicamente a través de Internet.
- Analizar las características de los espacios ofrecidos únicamente en formato *podcast* que cumplen con las características definidas en el punto anterior.
- Cuantificar el número de programas que son emitidos por ondas hertzianas, en sistemas analógicos o digitales, y que posteriormente pasan a formar parte del catálogo de radio a la carta de la web de cada emisora, además de valorar su forma de presentación fragmentada por secciones o continua.

Para conseguir alcanzar los objetivos propuestos, tal y como se explicará en el apartado "Metodología", se realizará un trabajo de campo de captación de datos y posterior análisis cuantitativo y cualitativo de los mismos.



## **4. Metodología.**

Para realizar este trabajo nos basaremos en el método de investigación cuantitativo, procediendo a identificar las fuentes de información oportunas y sentar así una buena base teórica del tema. Será fundamental hacer una buena selección de fuentes de información de especial relevancia en el tema. Para ello, acudiremos a los catálogos y repositorios de las bibliotecas que tenemos a nuestra disposición para localizar artículos, libros y demás trabajos que nos sirvan para establecer un buen marco teórico.

Estos son algunos de los buscadores de artículos científicos y palabras clave que hemos utilizado para poder componer un buen marco teórico:

- Biblioteca de la UOC<sup>1</sup> (Universitat Oberta de Catalunya).
- Biblioteca de la UAH<sup>2</sup> (Universidad de Alcalá).
- Portal Bibliográfico Dialnet<sup>3</sup> (Universidad de La Rioja).

Algunas de las palabras o conjunto de las mismas que hemos utilizado para localizar la información en los buscadores indicados son las siguientes:

- Radio.
- *Podcast*.
- *Podcasting*.
- Radio Generalista.
- Distribución de sonido.
- Emisión radiofónica.

Este método nos permitirá obtener unos resultados medibles en los casos seleccionados que se podrán extrapolar al conjunto al que pertenecen. En tal sentido, hemos optado por utilizar el Estudio General de Medios (EGM) emitido por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) para seleccionar las tres grandes cadenas de radio de contenido generalista (AIMC, 2019).

La AIMC cuenta con más de 130 empresas asociadas, entre las que se encuentran medios de comunicación y empresas del sector publicitario. Su finalidad es la investigación, medición y certificación de la audiencia de los medios para generar los informes oportunos (suelen hacerlo en 3 oleadas por año), siendo el EGM uno de los más representativos.

Los últimos datos recopilados por este estudio hacen referencia a la tercera ola de 2019 y de ellos se desprenden los datos que colocan a

---

<sup>1</sup> <http://biblioteca.uoc.edu/es/>

<sup>2</sup> <https://biblioteca.uah.es/>

<sup>3</sup> <https://dialnet.unirioja.es/>

las tres cadenas seleccionadas como primeras en la lista por audiencia acumulada. La cadena SER, que está en la primera posición de la lista, cuenta con 3.895.000 oyentes por día y un *share* de 30,1 minutos por persona y día. La segunda posición es para la cadena COPE con 2.960.000 oyentes por día y un *share* de 25,1 minutos por persona y día. Para finalizar la muestra, tomaremos a la cadena que está en tercera posición, Onda Cero, con una audiencia acumulada de 1.636.000 oyentes al día y un *share* de 12,7 minutos por persona y día.

Así pues, será fundamental analizar los contenidos que tienen cada una de estas cadenas en sus sitios webs para analizar el modo en que cada una utiliza los *podcasts*. La relación de los sitios web que exploraremos será la siguiente:

- Cadena Ser: <https://www.cadenaser.com/>
- Cope: <https://www.cope.es/>
- Onda Cero: <https://www.onda.com/>

Con los datos recogidos a partir de la observación y exploración de los sitios web mencionados realizadas entre el 15 de abril y el 25 de mayo de 2020, procederemos al análisis para responder a los objetivos propuestos en el apartado anterior: la cuantificación de los programas que son *podcasts* nativos y los que son previamente emitidos, además de sus características. Con esto, elaboraremos una serie de tablas y gráficos para facilitar la comprensión de los resultados obtenidos.

Ahora veremos algunos de los modelos de tablas que hemos confeccionado para recoger la información de cada una de las cadenas seleccionadas:

- *Podcast*: donde recogeremos la información de los contenidos sonoros en formato podcast nativo. En este caso, prestaremos especial atención a la duración de los programas, la periodicidad, la temática o el número de capítulos.

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	INICIO	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTAD	Temporadas	Capitulos	disponibles en web	Emisiones extra

Tabla 1. Modelo datos "Podcast". Elaboración propia.



## **5. Marco teórico.**

### **5.1. Historia de la radio.**

Como todas las historias, es menester empezar por el principio, por los inicios de los acontecimientos relacionados con la radio. No es la intención del presente trabajo recoger todos los momentos que ha vivido este medio, pero si algunos de los que hemos considerado más relevantes para poder entender de dónde viene y hacia dónde se dirige.

Sin duda, la historia de la radio está estrechamente vinculada a los avances tecnológicos que se han sucedido a lo largo de su existencia. Unos avances que han provocado su nacimiento pero que, sobre todo, han provocado su transformación o evolución.

De hecho, su nacimiento es debido al anuncio que realizó Marconi en 1897 en el que indicaba que había desarrollado la telegrafía sin hilos. Se podían enviar señales electromagnéticas a través del aire. Prueba de ello fue la primera transmisión de ondas electromagnéticas que atravesaron el Atlántico en 1901 (Infante, 2017). Sin duda, esto no hubiera sido posible sin la invención del telégrafo por parte de Samuel Morse (1982) o el descubrimiento de las ondas electromagnéticas de Heinrich Hertz (1871).

A los pocos años, Frank Conrad, un ingeniero de *Westinghouse Electric* (Pennsylvania), realizó la primera emisión civil con programación regular en lo que se consideraría el primer modelo de parrilla radiofónica. Así pues, en 1919 comenzaba su andadura la KDKA con la reproducción, fonógrafo mediante, de temas musicales (García-Lastra & Pedrero, 2019).

En 1926 surge la primera gran cadena radiofónica: La NBC (*National Broadcasting Company*). Se trataba de una organización en la que la programación era compartida por cada una de las emisoras, algo que hoy en día seguimos encontrando. En este periodo también surge la CBS (*Columbia Broadcasting System*) con sus 16 emisoras. Empiezan a surgir los primeros informativos que básicamente se limitaban a leer los que recogían las noticias de periódicos y agencias.

Los años 20 en Europa estarán marcados por el monopolio estatal radiofónico, donde encontramos la *Unione Radiofonice Italiana* (1924) o la *British Broadcasting Corporation* (BBC).

En España surgieron los primeros experimentos radiofónicos a cargo de Radio Barcelona y de Radio Ibérica Madrid en el año 1924. La madrileña es la que primero emitió, pero la catalana es la que se hizo antes con los permisos de emisión. El Estado es el que controla las concesiones a las entidades privadas.

No tardando mucho, en las radios españolas se empezarán a escuchar los boletines de noticias, los conciertos en directo y los programas infantiles. Pero todo esto estaba sometido a una serie de normas reguladoras que, bajo el mandato de la dictadura de Primo de Rivera, trataban de controlar una radio que podría convertirse en un poderoso instrumento de información y, sobre todo, de propaganda.

En este periodo, al amparo de las circunstancias sociales que rodean a la radio, surgen los dos modelos de radiofónicos en cuanto a su titularidad. Por un lado, En Estado Unidos surgen la radio privada donde la tendencia es la agrupación de emisoras en cadenas. Al otro lado del charco, en Europa, empiezan a emerger las radios públicas, donde se convierten, como hemos visto con el caso concreto de España, en instrumentos propagandistas de los gobiernos.

En épocas de las II Republica, la radio vivió una etapa de esplendor en la que se apostó claramente por el medio. Políticos, intelectuales y artistas acudían a la radio para difundir sus mensajes por una red de difusión que cubría todo el país. Así fue como el 18 de julio de 1936, Dolores Ibárruri, la Pasionaria, advertía por las ondas a los españoles sobre lo que estaba sucediendo.

*"El Partido Comunista os llama a la lucha. Os llama especialmente a vosotros, obreros, campesinos, intelectuales, a ocupar un puesto en el combate para aplastar definitivamente a los enemigos de la República y de las libertades populares."*

El discurso, recogido íntegro en una algunas publicaciones (La Pasionaria, 80 años de su histórico "No pasarán", 2016), fue recogido por los micrófonos de Unión Radio desde el Ministerio de Gobernación de la Puesta del Sol.

Pero desde Sevilla, el general Queipo de Llano hacía lo propio a través de los micrófonos, calando contundentemente en la sociedad de la época y dando paso a la Guerra Civil española, la primera guerra radiada de la historia (Cohnen, 2008).

La guerra, como todas, fue complicada. RNE, que había nacido en 1937 con el nombre de Radio Nacional de Salamanca como herramienta

propagandística de Franco, estaba subvencionada por los presupuestos del estado mientras que la SER, Sociedad Española de Radiodifusión (Antigua Unión Radio), se financiaba con las promociones publicitarias. Hasta nuestros días llegan tonadas como la del *Cola Cao* o la pegadiza *Okal*.

En esos años 30, la presencia de la radio al servicio de los distintos regímenes o gobiernos era una constante. Así sucedió también con Goebbels y Hitler en Alemania.

No podemos olvidarnos, en esta recopilación de acontecimientos relacionados con la radio, de uno de los episodios radiofónicos que más trascendencia ha tenido y del que todo el mundo ha oído hablar: “La Guerra de los Mundos”. En 1938, Orson Wells realizó una adaptación radiofónica de la homónima novela de H.G. Wells, un relato de ciencia ficción que narraba, con un estilo de reportaje realista, la invasión de los extraterrestres a la Tierra (Amelia, 2009).

En esos años, la radio ganó gran popularidad entre la sociedad porque se convertiría, sobre todo en Estados Unidos, en propagador de la cultura musical. Las cadenas retransmitían empezaron con la retransmisión de música clásica para, después, seguir con ritmos populares como el jazz e incluso bailables como el rock & roll.

Otro de los grandes avances tecnológicos que marcaron un cambio en la forma de entender la radio fue la invención del transistor. Los responsables de ponerlo en marcha fueron, en 1947, tres físicos estadounidenses: Bardeen, Brattain y Shockley (Otero, s.f.). Estos físicos serían galardonados posteriormente (1956) con el Premio Nobel de Física por su contribución.

Gracias al transistor, la radio gana en portabilidad. El pequeño y manejable transistor sustituye a los antiguos receptores, que funcionaban a válvulas, y las emisiones ya se pueden escuchar en cualquier sitio. El primer transistor de radio aparecería en 1956 en Estados Unidos.

En el año 1953 empezaron a surgir una serie de pequeñas emisoras locales en España. Estas estaban en las casas parroquiales y emitían programas de contenido religioso. Este es el inicio de la Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE).

Primero fue la onda corta, después llegó la onda media y, a partir de 1961, se abrió camino la frecuencia modulada (FM). Aunque esta señal ocupa un espectro de frecuencia considerable, la radio ganaba calidad y la posibilidad de ofrecer sonido estéreo (se envía la suma de los dos

canales, su diferencia y una portadora piloto). Aunque tiene un alcance menor a la señal AM, no se ve afectada por los fenómenos atmosféricos (Quiñones, 2010).

En los años 60 la llegada de la televisión obliga a la radio a reestructurarse. La baza por la que apostaría la radio serían la agilidad y la inmediatez, características que se mantienen hasta nuestros días. La radio empezaba a ser más informativa y, con ello, más creíble (Cohnen, 2008). Y en 1972 la SER comienza la emisión de su emblemático magazine informativo *Hora 25*.

En España, otro ejemplo de la función informativa de la radio que no podemos pasar por alto es lo que sucedió en la tarde noche del 23 de febrero de 1981, "La noche de los transistores". El Coronel Antonio Tejero, al mando de 200 Guardias Civiles, Asaltó el Congreso de los Diputados en un intento de Golpe de Estado. A la voz de "¡Todo el mundo al suelo!", mantuvo un pulso con una democracia que no contaba, por entonces, con demasiada experiencia.

Los españoles, pegados al transistor en la seguridad de sus casas, escuchaban atentos lo que un joven José María García relataba desde la Carrera de San Jerónimo. Pero es que también estaban escuchando lo que pasaba dentro del propio hemiciclo, pues un intrépido Mariano Revilla, técnico de la cadena Ser, dejó intencionadamente los micrófonos abiertos para que la transmisión siguiera ejecutándose correctamente (Cohnen, 2008).

Desde 1983, se amplía la oferta de radios públicas de titularidad autonómica y, con la Ley de emisiones municipales de 1991, se alcanza el medio millar de emisoras locales que disponen de titularidad municipal. Actualmente, son 14 las radios que configuran el espacio autonómico (Ortiz, 2012).

En 1990 Onda Cero inicia sus emisiones a través de 104 emisoras en toda España (La cadena de radio Onda Cero inicia hoy sus emisiones, 1990). Surge por la adquisición de la antigua cadena Rato por parte de la Organización Nacional de Ciegos (ONCE).

En 1993 y de las manos de Carl Malumud, nace *Internet Talk Radio*, la que es considerada como la primera estación de radio por Internet y que usaba tecnología MBONE (*Multicast Backbone on the Internet*).

Un par de años más tarde (1995), aparecía la primera emisora que emitía exclusivamente por internet y a tiempo completo (Rodríguez, 2016). La emisión de *Radio HK* se basaba en la reproducción de música de bandas independientes, evitando así problemas con los derechos de

autor. El creador, Norman Hajar, usaba tecnología de servicios web de proveedores como *Live365* para hacer *webcast* las 24 horas del día con transmisiones lineales de audio.

Para el año 1995 nos encontramos con el comienzo de las emisiones de audio digital basadas en el estándar europeo denominado DAB (*Digital Audio Broadcasting*), que posteriormente evolucionaría a DAB+ (este, a diferencia del DAB, ocupa un espacio radioeléctrico alternativo al de la frecuencia modulada). En el Reino Unido se encargarían de hacerlo las cadenas de la BBC, mientras que en Suecia sería la *Sveriges Radio*. Estos sistemas digitales prometían mejorar la calidad de emisión y sonido, complementar las emisiones con contenidos multimedia y optimizar el espacio radioeléctrico para un mejor aprovechamiento (García-Lastra & Pedrero, 2019).

El 14 de mayo de 1997, desde un domicilio particular en Madrid, el periodista Fernando Berlín empieza a transmitir por Internet un informativo diario a las 6 de la mañana (Radiocable.com, s.f.). *RadioCable* se convertía en la primera emisora comercial de radio diseñada específicamente para Internet y marcó el camino a seguir para todo el ecosistema radiofónico español.

José Antonio Gelado, el 18 de octubre de 2004, publicó el primer *podcast* en español del que se tiene constancia: *Comunicando* (Zumeta, Infante, & Muñoz, 2019). El joven aficionado a Internet comentaba, en un tono amable y desenfadado, temas relacionados con la cibercultura y los juegos.

El 10 de abril de 2005 la Cadena Ser comenzó a distribuir, mediante *podcast*, parte de su contenido (Gallego, 2006) convirtiéndose así en la primera de las radios comerciales de España que emprendían el camino del *podcasting*. A está le seguirían la COPE con su programa *La Linterna* o Canal Sur con sus informativos.

Como podemos ver, la radio ha estado ligada a una serie de acontecimientos que han ido sucediendo desde que empezara a emitir por primera vez. La radio nos ha acompañado en nuestro día a día y nos ha facilitado el acceso a la información y el entretenimiento. Es un medio que ha sabido sobrevivir hasta nuestros días y que hoy lucha por encontrar el mejor camino para seguir acompañándonos.



## **5.2. Sistemas de transmisión en la radio.**

Veremos ahora algunos de los sistemas de transmisión de los que se ha servido la radio para poder hacer llegar su contenido a los oyentes.

En la emisión analógica, el primer concepto que debemos tener claro es el de la modulación, que consiste en modificar frecuencia, amplitud o fase de una onda (portadora) valiéndose de una señal moduladora de baja frecuencia. Básicamente es una técnica para transportar información valiéndose de esa señal portadora.

La modulación permite que las ondas electromagnéticas lleguen desde el emisor al receptor donde se transformarán en impulsos eléctricos para terminar convirtiéndose en sonidos (Uriarte, 2019).

En Modulación en Amplitud (AM), que trabaja en la banda 525 KHz - 1605 KHz, se realiza una variación de la amplitud de la onda portadora. En esta modulación se producen dos bandas laterales (inferior y superior) con idéntica información, que es la señal que se emplea en las radios comerciales.

Estos sistemas AM limitan los canales a 9 KHz por emisora con lo que obtienen una pobre calidad de emisión a cambio de permitir un mayor número de emisoras. Además, este tipo de señales se ven fácilmente afectadas por la electricidad estática y los fenómenos meteorológicos (Quiñones, 2010).

La Modulación en Frecuencia (FM), situada en la banda 87 MHz - 110 MHz surge variando la frecuencia central de la onda portadora. En este caso, la portadora tiene dos informaciones de la señal moduladora: amplitud y frecuencia, con lo que aparecen multitud de bandas laterales con lo que se consiguen muchos más puntos de referencia para hacer el muestreo y la emisión gana en calidad. Esta ganancia de calidad conlleva un aumento de consumo de espectro de frecuencia ya que se emite la frecuencia portadora y un espectro que evitan interferencias.

Para las emisiones estereofónicas de seña en FM se envía la suma de los dos canales, la diferencia entre ambos y una portadora piloto para posibilitar la compatibilidad en la recepción de los aparatos monofónicos.

Las emisiones de audio digital DAB (*Digital Audio Broadcaster*) surgen en 1994 fruto del proyecto europeo Eureka 147. La está en el proceso de codificación, que organiza los datos a transmitir en tramas digitales

configurables para después aplicar un proceso de compresión digital (MPEG capa I), donde se reduce la información a transmitir. Se divide la capa audible en 32 bandas con un *bit rate* de 192 kbps que proporciona una calidad excelente, casi comparable a la de un CD. Además, a la información estrictamente sonora le puede acompañar otro tipo de información como, por ejemplo, de identificación de emisora, meteorológica o del tráfico (Molero, 2006).

La radio digital se caracteriza por su elevada calidad de sonido, inmunidad frente a las interferencias, flexibilidad en la recepción y un aprovechamiento óptimo del espectro de frecuencias.

Si bien es cierto que este sistema aprovecha muchas de las infraestructuras que ya existían para la radio, no menos cierto es que requiere de la adquisición de nuevos aparatos receptores por parte del usuario, lo que ha causado un frenazo para su implantación (Quiñones, 2010). Esto lo debemos unir a una total falta de implicación por parte de la Administración.

Hemos de decir que tanto DAB como DAB+ (su evolución tecnológica) son los estándares que se adoptaron en Europa para migrar la radio *broadcast* analógica (OM y FM), pero hay otras normas como el *Digital Radio Mondiale* (DRM) o el HD Radio en Estados Unidos (Zumeta, Infante, & Muñoz, 2019).

El continuo retraso en la implantación del sistema DAB ha propiciado la aparición de otros sistemas alternativos. La *Digital Radio Mondiale* (DRM) es un sistema de transmisión digital, abierto y estandarizado diseñado para trabajar sobre las bandas que se utilizan en la radiodifusión analógica (AA, FM y VHF). Admite todo tipo de necesidades de cobertura (desde local hasta internacional).

Tiene varios modos operativos. El DRM30 diseñado para su uso en las bandas de transmisión AM y el DRM+, que opera en la banda de transmisión FM II (Digital Radio Mondiale, s.f.).

Sus características son las ya descritas anteriormente para las emisiones de audio digital DAB.

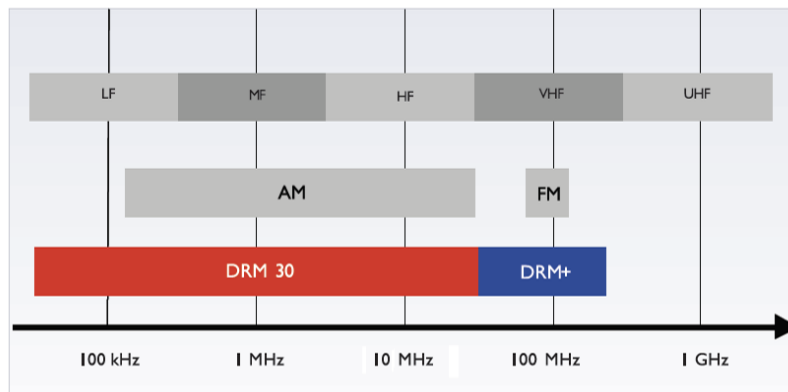


Ilustración 1. Banda de Frecuencias. Fuente: <https://www.drm.org/>

### 5.3. Inicio de la distribución de audio por Internet.

La radio ha tenido que adaptarse a lo largo de la historia a los cambios sociales, políticos, económicos y, sobre todo, tecnológicos. La incorporación de las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación), el desarrollo de los ordenadores y programas informáticos, así como la aparición de Internet, han cambiado en pocos años la forma de relacionarse de los medios de comunicación.

Pero para entender este proceso debemos remontarnos a un hecho necesario y fundamental que nos sirva de referencia temporal a la hora de entender el paso de lo analógico a lo digital. Es el pistoletazo de salida para un camino digital que tiene su punto de partida en la conversión de los contenidos sonoros analógicos en datos digitales.

El proceso de digitalización de sonido se puede realizar de muchas maneras diferentes, pero la más práctica suele ser mediante el uso de ordenador. Este ordenador deberá estar dotado de hardware (tarjeta de sonido, micrófono, etc.) y software (programas informáticos) que nos permitan introducir el sonido analógico en nuestro sistema informático. Al introducir el sonido en la tarjeta de sonido, se realiza el proceso de muestreo (*sampling*), que es básicamente tomar muestras de una señal analógica a una frecuencia constante (Jordá, 1997) para asignarlas un valor digital (ceros y unos).

Oscar Bonello empezó a trabajar en 1983, junto con su equipo, en el desarrollo de una tarjeta para comprimir las señales de audio analógico y poder transformarlas en digitales. En 1988 se presentó en el mercado *Audicom*, la primera placa digitalizadora. Casi en el mismo momento (1 mes después), *Creative Labs* presentaba la primera placa de sonido

estéreo digital sin compresión: *Game Blaster* (Gutiérrez & Rodríguez, 2010).

Además, debemos hacer una pequeña reseña de lo que hoy conocemos como MP3. El instituto alemán *Fraunhofer* comenzó sus estudios sobre compresión de audio en 1987 y, a principios de 1988, el grupo de trabajo de Leonardo Chiariglione daría a conocer este formato de audio (MP3), denominado técnicamente MPEG-1 (*Moving Picture Expert Group*) capa 3. Esta norma fue reconocida en 1992 como estándar de compresión de audio por el ISO (*International Organization for Standardization*).

Bonello también fue el responsable del desarrollo de *Audicom* (Audio por computadora) de la empresa Solidyne en 1989, el primer sistema de audio digital en PC que hacía posible manejar el sonido en este formato.



Ilustración 2. Bonello junto a la placa con compresión de audio. Fuente: <http://www.audicom.com.ar/>

Todo lo que hemos visto hasta aquí nos ha permitido meter el sonido en el ordenador de manera digital, reproducirlo gracias a los diferentes formatos, almacenarlo y editarlo. A partir de ahora nos centraremos en el siguiente paso: compartirlo.

Es necesario, entonces, que nos refiramos ahora a Internet y sus orígenes para contextualizar su importancia en los nuevos métodos de difusión sonora. Internet tiene sus orígenes en la red *Arpanet* que el departamento de Defensa de los Estados Unidos implementó gracias al uso de los protocolos TCP/IP en 1983. Su principal misión era intercomunicar instituciones académicas y estatales.

Tim Berners Lee creó, en 1991, la WWW (*World Wide Web*), gracias a la implementación de 3 recursos: HTML, TTP, el *Web Browser* (navegador). No entraremos en más detalles sobre el funcionamiento de Internet, pero su potencial empezaba a vislumbrarse y todo el mundo se quería sumar al carro.

A finales de los 80 ya se empezaban a sustituir los arcaicos terminales de pantalla verde por terminales conectados en red y ya en los primeros años de los 90 se incorporaban los ordenadores en los estudios de emisión y grabación (Zumeta, Infante, & Muñoz, 2019).

Internet había supuesto numerosos cambios en todos los sectores de la comunicación y la distribución de audio no escaparía a sus efectos.

Para continuar explicando la distribución de audio gracias a las posibilidades que nos brindaba la “red de redes”, no podemos dejar de lado, en este apartado, cómo se compartían archivos sonoros allá por los 90. En un primer momento, se popularizaron redes como *IRC*, *Usenet* o *Hotline* pero todas ellas fueron eclipsadas, en 1999, por *Napster*, que surgió precisamente para poder compartir archivos de audio -normalmente, MP3- entre los equipos de las personas conectadas. La novedad es que se basaba en el sistema conocido como *Peer-2-Peer* (punto a punto) en el que no se emplean servidores dedicados, sino que cada usuario conectado actúa simultáneamente como cliente y servidor.

Esto de compartir canciones no fue muy bien visto por las empresas discográficas y se empezó a observar los problemas de piratería que fueron en aumento exponencialmente. *Napster* finalmente cerró en 2001, fruto de las acciones legales emprendidas contra él (Page, 2019).

Otros programas tomaron el relevo de *Napster* en lo que se refiere a la posibilidad de compartir archivos de audio online: *Ares Galaxy*, *Audiogalaxy*, *Morpheus*, *Gnutella*, *Kazaa*, *Emule* o *eDonkey2000*.

Pero si estamos hablando de dos conceptos como son los de radio e Internet, debemos ahora hacer referencia al *streaming* de audio por online. Como ya hemos visto, Carl Malamud crearía la primera estación de radio por Internet, *Internet Talk Radio*, en 1993.

*“Streaming de Audio consiste en la exhibición de contenido auditivo dotado de las características propias del medio radiofónico (como el guion y su lenguaje) a través del Internet mediante Streaming”* (Rodríguez, 2016).

Al igual que con la radio convencional, con este sistema cualquiera puede acceder a la emisión del contenido lineal en cualquier momento. Además, no es necesario descargar el contenido completo para poder empezar a escuchar el audio.

El *streaming* por internet se generalizó a partir de 1995 por dos motivos: este sistema permitía hacer coincidir el nombre comercial de la emisora con una dirección electrónica única y se permitía la transmisión en tiempo real gracias, en los primeros periodos, al *Real Audio* como sistema de compresión y transmisión de sonido por Internet (Moreno, 2018).

Algunos autores establecen etapas diferenciadas en lo que se refiere a la implantación de la radio por Internet (Pousa & Yaguana, 2013):

- Una primera etapa de redifusión (1995-1998) en la que se limitaban a poner un botón en la web para acceder a la emisión (lineal) en tiempo real.
- La segunda etapa (antes de 2002) en la que empiezan a aparecer las emisoras exclusivas en Internet con contenidos específicos (*RadioCable*).
- La tercera etapa (desde 2020) donde aparece la fragmentación de contenidos y el empaquetado de los mismos. En esta etapa destacan la generalización del *Podcasting* (2005) y la eclosión de las redes sociales (2010).

Otros autores identifican dos momentos de adaptación de las grandes cadenas de radiodifusión al entorno online (Martínez-Costa, Moreno, & Amoedo, 2018):

- Desarrollo y consolidación de los espacios web (1996-2008). Las grandes cadenas (Onda Cero en 1996, COPE en 1998 y SER en 1998) se lanzan a la red para incrementar la interactividad y promover los contenidos de la radio tradicional.
- Integración de la radio en el entorno móvil y la irrupción de las redes sociales (2009-2015) como canales de expansión para el producto sonoro.

Todas las grandes empresas radiofónicas se adaptan a estos tiempos y reaccionan poniendo sus emisiones de Onda Media y Frecuencia Modulada accesibles desde *streaming*, facilitando al oyente un nuevo canal de acceso al medio.

*"La digitalización de todo el proceso de producción radiofónica, junto con la popularización de Internet y la implementación de la banda ancha entre segmentos significativos de la población ha llevado a los radiodifusores a utilizar estos nuevos canales de distribución"* (Franquet, 2008).

La Asociación Española de Radio Comercial (AERC) ha querido apostar por un nuevo concepto, la radio híbrida (Zumeta, Infante, & Muñoz, 2019), que no es otra cosa que la conjunción de radio hertziana e Internet. La señal de audio primaria, junto con la identificación de emisora, la aportaría la radio tradicional mientras que Internet sumaría los datos complementarios (imagen, datos, interactividad) y el audio secundario.

*"A hybridised radio is a device that combines both Broadcast and IP technologies in a single functional unit, and where the broadcaster can instruct the client device to use either or both capabilities to deliver a homogeneous media experience to the listener"* (Piggott, 2010).

Todavía seguimos hablando de radio síncrona puesto que, aunque Internet nos proporciona un nuevo método de acceso a la distribución sonora, seguimos teniendo que depender del momento de emisión, de la programación, de la parrilla radiofónica.

#### **5.4. Contexto actual.**

Para entender por dónde nos estamos moviendo y hacia dónde está dirigida la radio y la distribución de contenidos de audio en la actualidad, será necesario hacer una revisión de los factores más relevantes del entorno. Con ello, trataremos de identificar los aspectos tales como el comportamiento de las audiencias, la movilidad o la posibilidad del consumo asíncrono de contenidos.

Hemos de entender que la modificación del funcionamiento de las industrias culturales es progresivo e irreversible. Buena parte de ello es debido a los procesos de migración de los usuarios que demandan información al entorno digital y al uso generalizado de dispositivos móviles, con el *Smartphone* como máximo exponente (Pérez, Pedrero, & Leoz, 2018). La incidencia de los teléfonos móviles la podemos observar en la siguiente gráfica, donde aparece que el 98,5% de los hogares españoles<sup>4</sup> dispone de, al menos, un terminal de este tipo.

---

<sup>4</sup> Hogares con algún miembro de 16 a 74 años.

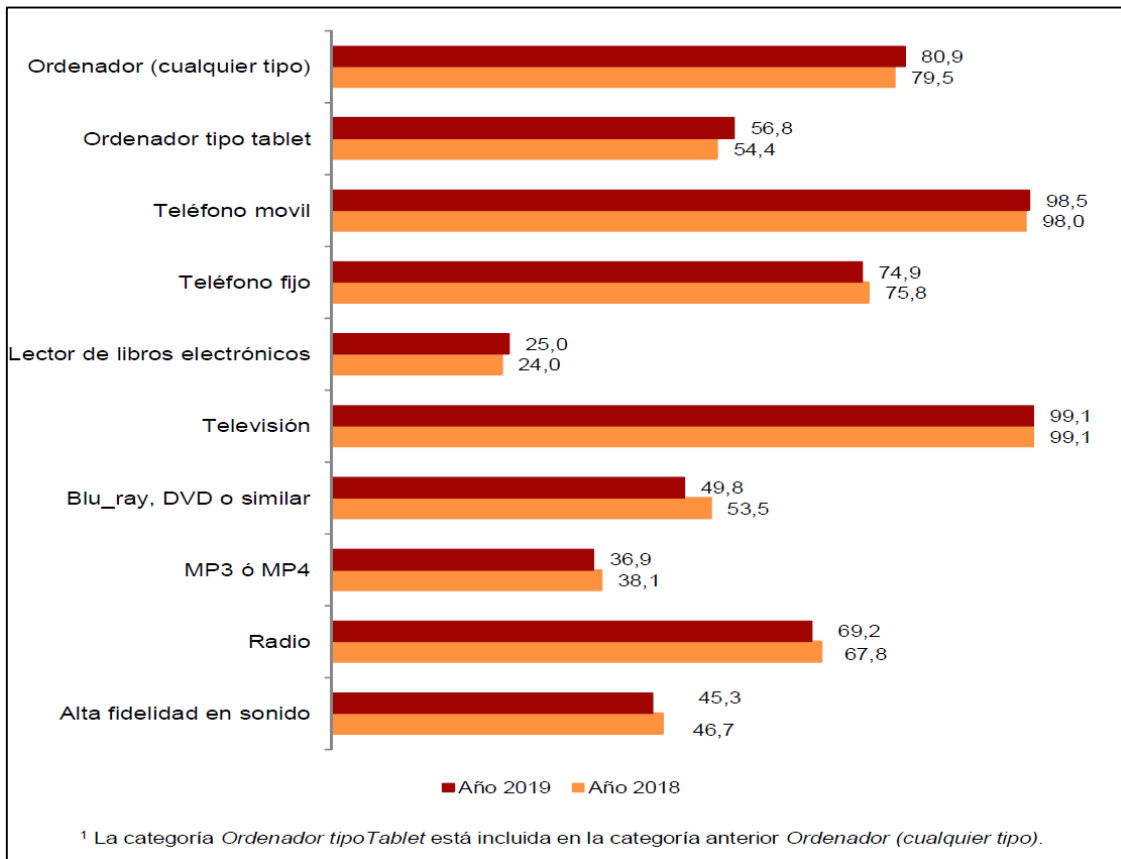


Ilustración 3. Equipamiento tecnológico de hogares. Fuente INE.

Según indica el Instituto Nacional de Estadística (INE) por nota de prensa a finales del 2019, el 80,9% de los hogares españoles con al menos un miembro en la franja 16-74 años dispone de algún tipo de ordenador (INE, 2019).

Así pues, la distribución de contenido sonoro ya no se restringe a la radio como dispositivo, sino que puede ser accesible desde cualquier dispositivo conectado a Internet. La digitalización de los contenidos, los nuevos dispositivos electrónicos y la mejora en la velocidad de conexión nos han facilitado la movilidad a la hora de consumir (o aportar) contenidos. Podemos observar, en el siguiente gráfico, que el 69,2% de los usuarios<sup>5</sup> accede a internet desde la propia calle o medio de transporte.

<sup>5</sup> Universo constituido por individuos de 14 años o más residentes en hogares unifamiliares de España.



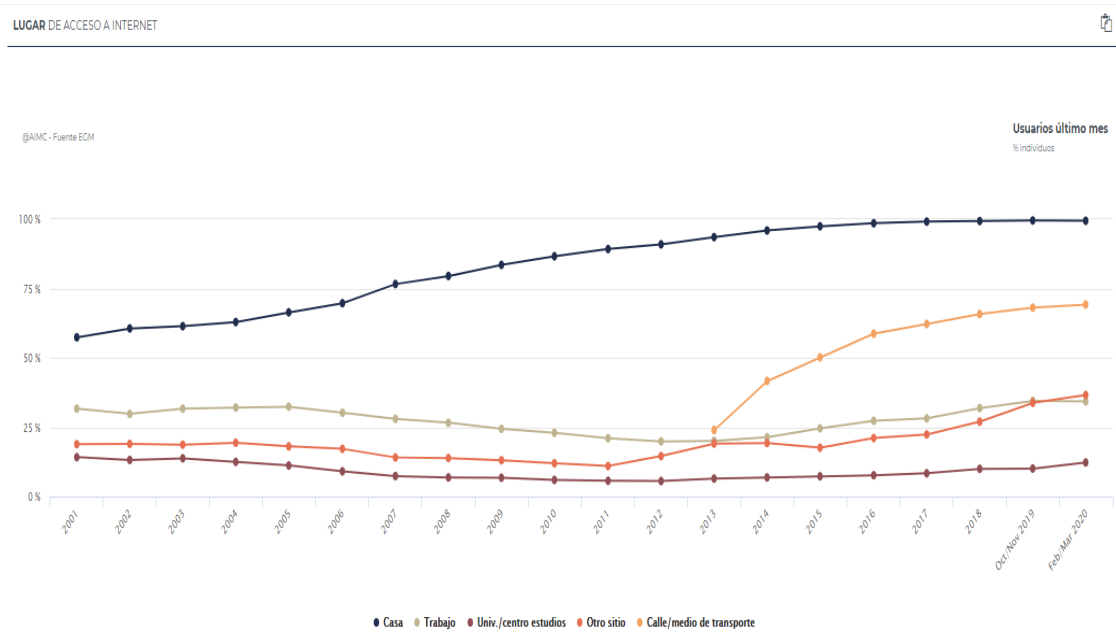


Ilustración 4. Lugar de acceso a Internet. Fuente: <http://internet.aimc.es/index.html#/main/lugaracceso>

La implementación de las nuevas tecnologías, junto con el acceso generalizado a Internet, nos permite explicar esta condición del nuevo tipo de consumidor o, en nuestro caso, oyente. Las audiencias han modificado sus hábitos de consumo, hasta tal punto que ya no podemos hablar de consumidor como tal, sino que debemos referirnos a él como prosumidor.

El concepto de prosumidor no es nuevo ya que fue planteado por McLuhan en los años setenta, pero ha ido evolucionando hasta nuestros días (Benassini, 2014). El prosumidor ya no se conforma con consumir los contenidos aportados por la industria cultural sino que, además, quiere colaborar o contribuir en la producción de esos contenidos. Llevado a nuestros términos, el oyente escucha y es escuchado. Puede generar contenido e incluso influir en el desarrollo de la programación (Zumeta, Infante, & Muñoz, 2019).

Y esto nos lleva a un nuevo concepto estrechamente relacionado con el prosumidor: la interactividad. Esta interactividad viene dada por la cantidad de canales que los medios de comunicación ponen a disposición del usuario para que este sea capaz de aportar sus comentarios, opiniones, etc. Canales de comunicación que nos brindan las nuevas tecnologías como por ejemplo los SMS, el correo electrónico o las redes sociales que abren una vía de participación más activa (Infante, 2017).

La radio, entonces, ya no es un monopolio en cuanto a la creación y distribución de audio se refiere y debe poner el foco de atención en buscar alternativas que le permitan no quedarse atrás. Unas alternativas que pasan por romper la linealidad de las emisiones radiofónicas tradicionales y evitar el transvase de las audiencias e plataformas más jóvenes, creativa, ágiles y abiertas (Pérez, Pedrero, & Leoz, 2018).

Estamos entonces hablando de contenido de audio asíncrono que, además de poderse consumir en cualquier sitio, podrá ser consumido en cualquier momento, independientemente de cuando empieza o cuando termina.

### **5.5. El formato podcast.**

Como hemos visto en el apartado anterior, el usuario actual demanda una distribución de audio “a la carta”, con contenidos que puedan ser devorados independientemente del momento y del lugar y, a ser posible, que realmente sean de su interés.

*“El concepto de podcasting procede de la unión del término inglés pod (vaina o cápsula, y que da también origen al nombre del popular reproductor portátil de audio iPod) y casting, apócope de la palabra inglesa broadcasting, difusión masiva de contenidos. También se asocia el origen a las siglas POD: Portable On Demand (portátil bajo demanda)” (Gelado, 2007).*

Así pues, el formato *podcast* cumple con esas necesidades y nace para satisfacer las características que la sociedad demandaba.

El 12 de febrero de 2004, el periodista Ben Hammersley en un artículo publicado en *The Guardian*, hacer referencia por primera vez al término *poscasting* para hablar del “audio amateur”, pero sin hacer referencia a la sincronización automática.

Poco después, en agosto del mismo año, Adam Curry daría con la clave para convertir el *podcast* en todo un éxito (Gutiérrez & Rodríguez, 2010), usando especificaciones RSS e implementando el primer programa para gestionarlos llamado *IPodder*.

Sin pretenderlo, se había relacionado de alguna manera el término que refería al formato con el reproductor de contenido audible fruto del esfuerzo de Steve Jobs, el *iPod* (Pérez, Pedrero, & Leoz, 2018). Esto,

posiblemente, le otorgó a la compañía de la manzana una gran ventaja competitiva derivada de la generalización de la palabra *podcast*.

Si hablamos de la tecnología, podremos ver rápidamente qué es lo que diferencia a un *podcast* de un simple archivo de audio que se descarga al ordenador o reproductor MP3. Así, el *podcasting* surge de la unión de dos tecnologías ya existentes: MP3 y RSS.

El formato MP3 es la parte común a ambos conceptos (*podcast* y archivos descargables normales). Es el formato de compresión de audio digital que ya comentamos en el apartado “Inicio de la distribución de audio por Internet”.

Pero la diferencia estriba en el uso de la sindicación de archivos, que es una tecnología que permite a un programa visitar periódicamente las fuentes donde se localizan los *podcasts* y, en el caso de que encuentre archivos nuevos, poder descargarlos al ordenador o reproductor para consumirlos posteriormente.

*“La sindicación consiste en la distribución masiva de contenidos en la web a través de un tipo especial de archivo XML denominado feed accesible mediante programas Agregadores de feeds. Con este mecanismo, a través de sus agregadores, logramos estar siempre al tanto sobre la aparición de nuevos contenidos en aquellos temas en los que estamos interesados, reemplazando la tediosa visita a sitios de nuestro interés a la espera de encontrar alguna novedad”*  
(Gutiérrez & Rodríguez, 2010).

Esto supone la automatización del proceso de descarga de contenidos audibles, donde los archivos se bajan de forma ordenada gracias a una suscripción que el usuario realiza en función del contenido que desee adquirir.

Los primeros sindicadores fueron utilizados para que los usuarios pudieran personalizar las noticias que querían recibir en el proyecto *my.netscape.com*, de donde surgió el estándar RSS (*Really Simple Syndication*).

El RSS es un pequeño archivo de texto donde se indican las etiquetas con información acerca de las entradas en la web y que le proporciona al lector de *feed* información para saber que sitios tienen contenido actualizado y listo para descargar. En el caso de encontrar contenido actualizado, se descarga automáticamente al dispositivo u ordenador y el usuario es advertido al respecto.

Las cadenas aprovechan el tirón y empiezan a introducir el catálogo de audios descargables en sus webs para su consumo digital, proporcionando una manera asíncrona de consumir su contenido. En un primer momento, se limitaron a poner a disposición del usuario los mismos contenidos que eran emitidos en formato lineal por la vía analógica o mediante el uso de la web para, posteriormente, empezar a crear contenidos específicos de consumo no lineales (Legorburu, García, & Dorado, 2019).

Al empezar a adoptar este tipo de contenidos, en los catálogos de podcast de las grandes cadenas generalistas españolas se observa un claro enfoque hacia los programas de autor de duración variable. Por un lado, debemos recordar que el tiempo ya no limita al contenido al igual que sucedía en las parrillas de programación de las radios tradicionales, donde cada espacio disponía de un tiempo perfectamente establecido. Y por otro lado, podemos apreciar como en este tipo de formatos se piensa más en nichos de mercado que en masas. La segmentación de los públicos está servida y hay contenido para todos los gustos.

Debemos tener en cuenta que a la hora de realizar un podcast hay dos elementos que nos condicionan enormemente (Gallego, 2006).

- El ancho de banda que se consume en la distribución masiva de audios y que puede llegar a suponer un problema para los usuarios privados.
- Los derechos de autor se pueden llegar a convertir en un problema ya que no estamos hablando de contenido emitido en directo, sino que está a disposición de que cualquiera pueda almacenarlo y, por lo tanto, requerirá la negociación de los mismos con la *SGAE* (Sociedad General de Autores Españoles).

En el proceso completo de creación de un *podcast*, podemos distinguir tres etapas claramente diferenciadas:

- Grabación, conversión y etiquetado del archivo.
- Sindicación del contenido (RSS).
- Distribución del podcast.

Para acceder a la ubicación de los *podcasts* podemos, por ejemplo, acudir directamente a las páginas web de las emisoras, si lo que queremos es escuchar algún programa de los que emiten por las ondas o alguno de sus contenidos diseñados específicamente para el formato *podcast*. También podemos utilizar algún software con agregador que se encargue de hacer la suscripción y descarga, del tipo de iTunes. Este programa nos permite realizar la suscripción, gestionar la descarga y reproducirla (Gallego, 2006).

Hay infinidad de plataformas para el alojamiento de los *podcasts* como, por ejemplo, *iVoox* que te permite incluso monetizar los audios que proporcionas, pero no entraremos más en detalle sobre esto porque a partir de ahora nos centraremos en el uso que hacen del formato *podcast* las grandes cadenas privadas de contenido generalista: SER, COPE y Onda Cero.

## **6. Análisis de resultados.**

En este apartado trataremos de analizar los resultados del trabajo realizado a través de la exploración en cada uno de los sitios web de las cadenas seleccionadas.

Debemos tener en cuenta que solo se analizarán los contenidos que están ubicados directamente en las páginas web de las cadenas y no se tendrá en cuenta cualquier otra plataforma en la que pudieran alojarse los contenidos sonoros, como por ejemplo *iVoox* o *iTunes*.

### **6.1. Podcast nativos.**

Nos centraremos en este apartado en analizar la información referente a los *podcasts* nativos que hemos ido recopilando de las páginas web de las tres cadenas en estudio. Esta información estará recopilada en las tablas que componen el [Anexo](#) de este documento.

Seguramente, el caso de la Cadena SER será el más particular de los estudiados en este aspecto pues, desde que el Grupo Prisa creó la plataforma *Podium Podcast*<sup>6</sup>, el contenido nativo en la propia página web de la cadena es casi residual, siendo un número inferior al de los otros casos estudiados.

Aunque queda fuera de los elementos estudiados, es importante señalar la apuesta del Grupo Prisa que recoge 111 *podcast* distintos en este espacio especializado.

En cualquier caso, si nos remitimos a los datos recopilados en la [tabla 7](#), podemos observar que son 9 los *podcast* que podemos catalogar como nativos.

Como podemos ver en la [tabla 6](#), la cadena COPE es la que más *podcast* nativos tiene disponibles en su propia página web, con un total de 22 programas distintos.

En el caso de Onda Cero, hemos detectado un total de 13 elementos nativos en el catálogo de su web y así lo hemos reflejado en la [tabla 5](#).

---

<sup>6</sup> <https://www.podiumpodcast.com/>

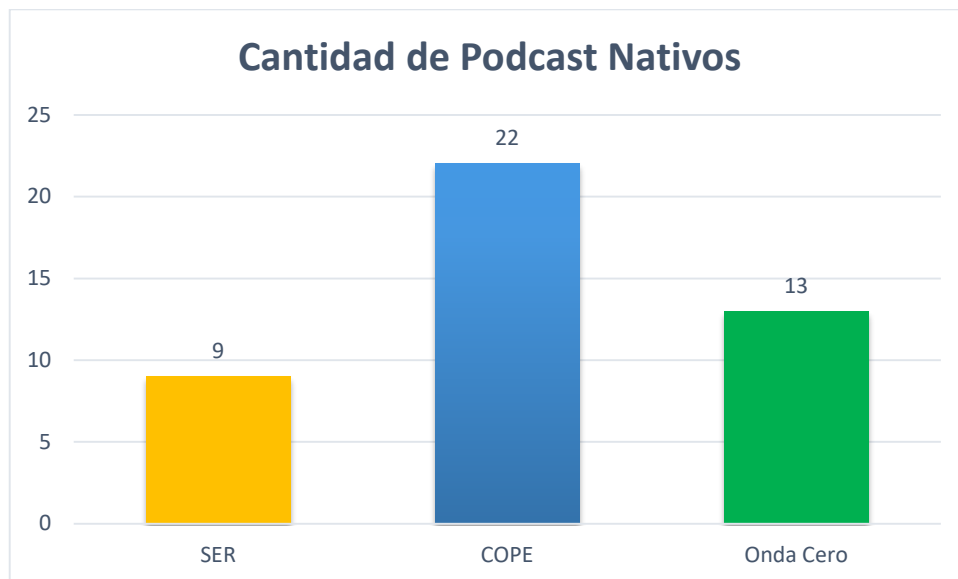


Gráfico 1. Cantidad de Podcast Nativos. Elaboración propia.

Aunque resisaremos los detalles y características de los *podcasts* nativos veremos ahora el listado de los que pertenecen a cada una de las cadenas analizadas, sus temáticas y presentadores/as.

En la cadena SER podemos encontrar:

- 100 Yardas: temática deportiva (futbol americano) y presentado por José A. Ponseti.
- Cualquier tiempo pasado fue anterior: temática histórica y presentado por Nieves Concostrina.
- Dame un verso: temática literaria (poesía) y presentado por Paloma Concejero.
- Estar Tapeando: temática económica y presentado por Rafael Bernardo.
- Play Basket: temática deportiva (baloncesto) y presentado por Francisco J. Delgado.
- Play Futbol: temática deportiva (futbol) y presentado por Bruno Alemani.
- Play Gastro Lalalá: temática gastronómica y presentado por Carlos G. Cano.
- Play Segunda: temática deportiva (futbol) y presentado por Oscar Hegido.
- SER Runner: temática deportiva (running) y presentado por Verónica Gómez y Jon Egaña.

En la COPE podemos encontrar:

- Amor en tiempos de coronavirus: temática entretenimiento/opinión y presentado por Javier González.
- Área Chica: temática deportiva (futbol femenino) y presentado por Andrea Peláez.
- Artesanos de la fe: temática religiosa y presentado por Mario Alcudia.
- Cope Cool: temática moda y presentado por María Bandera y Lola Pérez.
- Cope GP: temática deportiva (motor) y presentado por Carlos Miquel.
- CopeDalenado: temática deportiva (ciclismo) y presentado por Alberto Arauz, Adrián Gil y Javi Pascual.
- De música ligera: temática musical y presentado por Marcos Manchado.
- De Rosca: temática deportiva (balonmano) y presentado por Luis Malvar.
- El Albero: temática taurina y presentado por Sixto Naranjo.
- El pecado de ser cristiano: temática religiosa y presentado por Elena Fornas.
- Esto es futbol: temática deportiva (futbol 2ª división) y presentado por Alex Alguero.
- Excelentia clásica: temática musical y presentado por Javier Martí.
- Futsal COPE: temática deportiva (futbol sala) y presentado por Santi Duque.
- Imparables: temática social/entrevista y presentado por José Melero y Fran Simón.
- No me toques los juegos: temática deportes y presentado por Ángel García.
- Oído Cocina: temática gastronómica y presentado por Urbano Canal y Roberto Pablo.
- Ryder Cup: temática deportiva (golf) y presentado por Jorge Armenteros.
- Showtime: temática deportiva (baloncesto) y presentado por Albert Díez.
- Siempre aprendiendo: temática religiosa/opinión y presentado por Josetxo Vera.
- Tejer Historias: temática sobre relatos y presentado por Faustino Catalina.
- Tercer Tiempo: temática deporte (rugby) y presentado por Rodrigo Contreras.



- Tiempos Modernos: temática musical y presentado por Belén Montes.

En Onda Cero podemos encontrar:

- 2100. Una odisea en la tierra: temática sobre el cambio climático y presentado por Juanma Ortega.
- 4 Cuartos: temática deportiva (baloncesto) y presentado por David Camps.
- Contraparte: temática sobre Derechos Humanos/solidaridad y presentado por Juande Sola.
- Ellas Juegan: temática deportiva (futbol femenino) y presentado por Ana Rodríguez.
- Juego de Plata: temática deportiva (futbol 2ª división) presentado por Raúl Grabados.
- Kinóticos: temática sobre cine/serie y presentado por David Martos.
- La Cultureta Gran Reserva: temática cultural y presentado por Rubén Amón.
- Latitud Cero: temática variada sobre reportajes de corresponsales y presentado por Esther Turu.
- Onda Futbol: temática deportiva (futbol) y presentado por Miguel Venegas.
- Onda Ruedo: temática taurina y presentado por Rubén Amón, Elena Salamanca y Juan D. Colmenero.
- Rock and Roll Animal: temática musical y presentado por J. F. León.
- Rozando el desvío: temática social y presentado por Cristina Baigorri y Aránzazu S. Gines.
- Toma la pastilla roja: temática sobre ciencia ficción y presentado por Andrés Moraleda.

Si analizamos la duración de los capítulos o episodios de los podcasts podemos ver que la franja que se sitúa entre los 41 y los 70 minutos de duración es la predominante con un total de 22 elementos, lo que supone un 50% del total analizado.

También podemos ver que los formatos de larga duración no son especialmente atractivos para los podcasts nativos de las emisoras, ya que solo 9 programas superan la barrera de los 70 minutos, lo que representa tan solo un 20% del total.

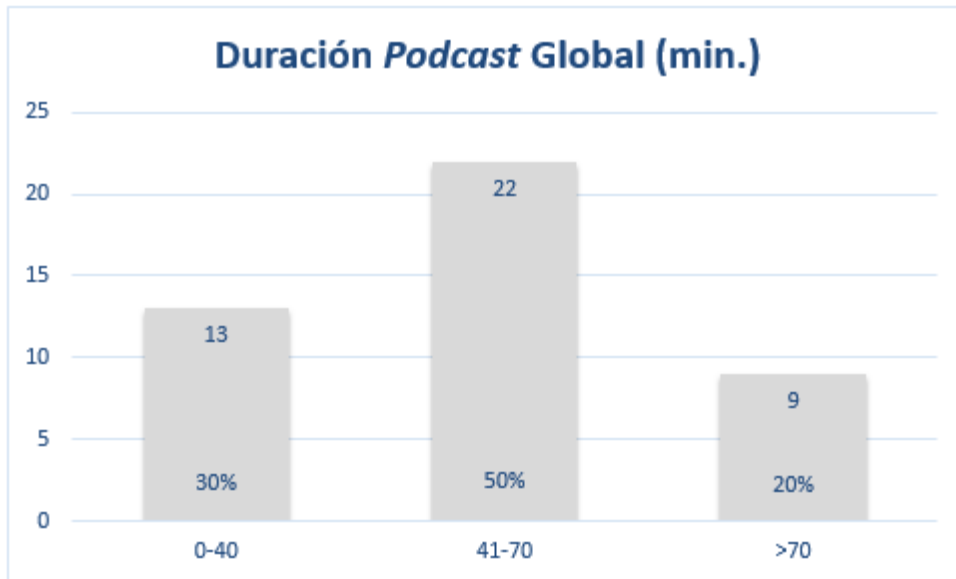


Gráfico 2. Duración Podcast Global. Elaboración propia.

La cadena SER dispone de 5 de sus programas (38%) en la franja de 41 a 70 minutos de duración, mientras que reparte, a partes iguales, los otros 8 programas entre las duraciones más cortas y más largas.

COPE es la cadena que más apuesta por la duración intermedia para sus podcasts, con un total de 14 (64%) situados en esta franja de duración. Tan solo 2 (9%) superan los 70 minutos y 6 (27%) se quedan por debajo de los 40 minutos.

Onda Cero reparte equitativamente sus 9 podcast nativos en las 3 franjas de duración establecidas para el análisis.

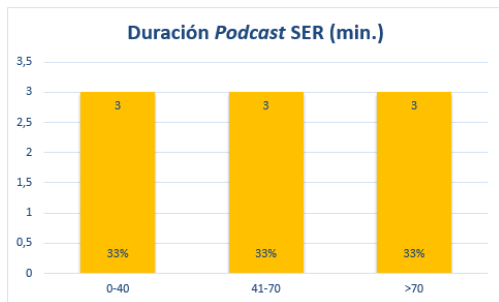


Gráfico 3. Duración Podcast SER. Elaboración propia.

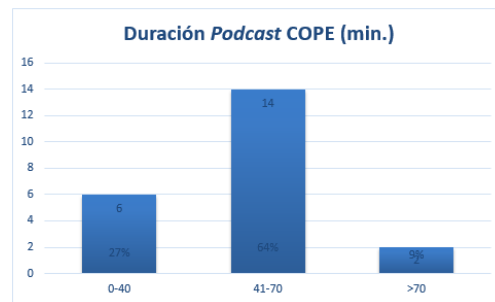


Gráfico 4. Duración Podcast COPE. Elaboración propia.

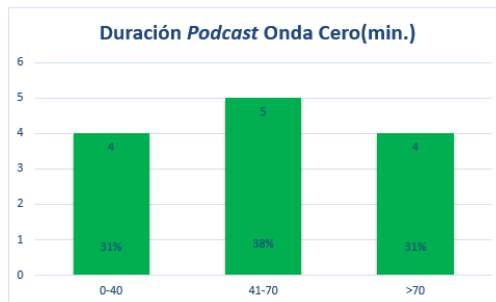


Gráfico 5. Duración Podcast Onda Cero. Elaboración propia.

Pasaremos ahora a analizar la periodicidad con la que cada una de las cadenas pone a disposición de los usuarios los contenidos de los programas. En este caso sí que podemos confirmar que la periodicidad semanal es la más usada por las tres cadenas analizadas. Un total de 33 *podcast* se decantan por facilitar a los usuarios un episodio o capítulo a la semana, lo que representa el 76% del total.



Gráfico 6. Periodicidad Podcast Global. Elaboración propia.

La cadena SER tiene 6 *podcast* (67%) que ponen nuevo contenido a disposición del consumidor de manera semanal. Además, dispone de 2 *podcast* mensuales (22%) y 1 (11%) que se cuelga hasta dos veces a la semana.

COPE también utiliza, mayoritariamente, la periodicidad semanal para sus *podcasts*, siendo hasta 16 (76%) los que se actualizan semanalmente. Son 3 (14%) los que cuelgan contenido nuevo 2 veces al mes, uno (5%) que lo hace diariamente y otro (5%) que apuesta por la eventualidad, no teniendo fijara su periodicidad.

En cuanto a Onda Cero se refiero, es también mayoría el número de programas que actualizan su contenido semanalmente, siendo un total de 11 *podcast* (85%), mientras que los otros 2 restantes (15%) hacen mensualmente.

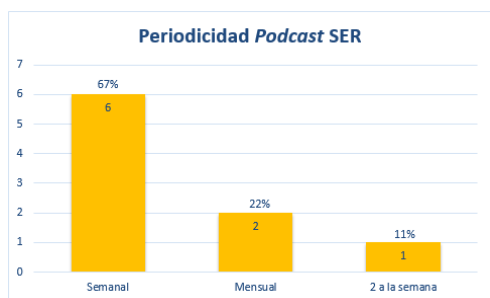


Gráfico 7. Periodicidad Podcast SER. Elaboración propia.

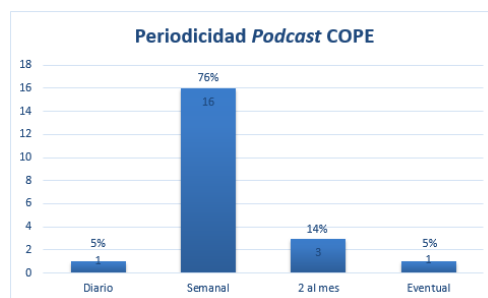


Gráfico 8. Periodicidad Podcast COPE. Elaboración propia.

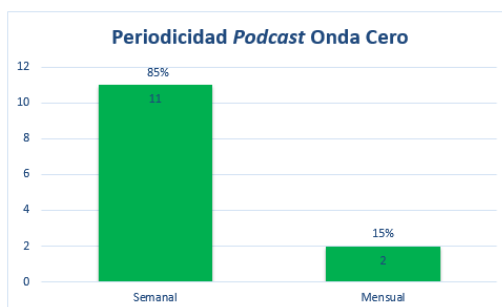


Gráfico 9. Periodicidad Podcast Onda Cero. Elaboración propia.

Las temáticas de los *podcast* son de lo más variadas y depende de factores relacionados con el perfil de usuario de cada una de las cadenas, estrechamente relacionado con su línea editorial. Podemos

identificar temáticas comunes en las 3 cadenas como deportes o música. Otras que, al menos, se dan en dos de las cadenas como cine, gastronomía o sociedades. También hay algunas que son más específicas de cada cadena, como puede ser la temática religiosa en COPE.

En cualquier caso sí que se ha detectado, en el análisis de la información, un tema recurrente y común en una cantidad importante de *podcast* nativos: el deporte. Del un total de 44 *podcast* nativos detectados entre las 3 cadenas, 19 tienen temática deportiva. Esto representa un 43% del total de los *podcast*.

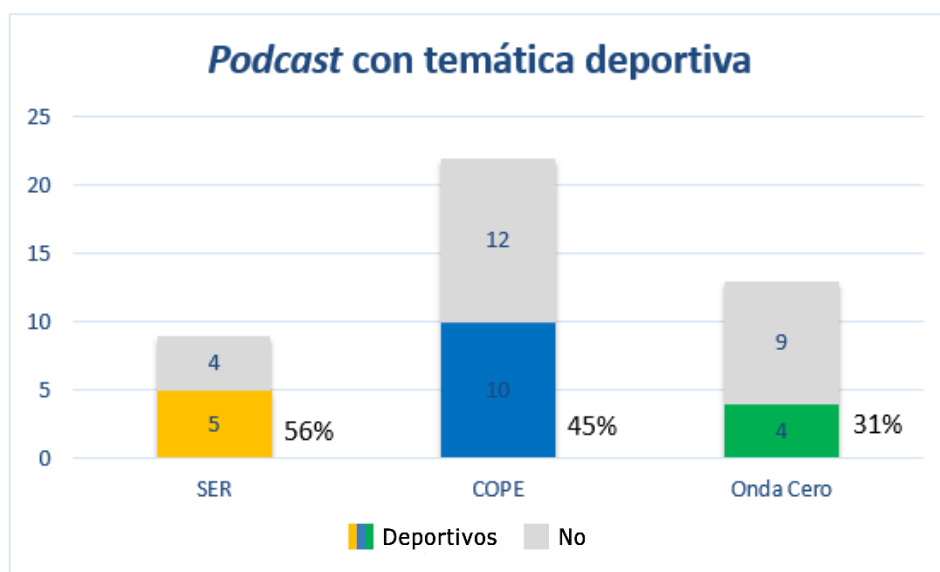


Gráfico 10. Podcast de temática deportiva. Elaboración propia.

Si nos fijamos en cada una de las cadenas, la SER es la que más apuesta por la temática deportiva con un total de 5 *podcast* (56%). COPE sitúa su porcentaje de *podcast* deportivos en el 45%, con un total de 10 programas. Onda Cero, por su parte, dispone de 4 *podcast* deportivos, lo que representa un 31% de los 13 que están disponibles en su página web.

Si tenemos en cuenta ahora la disponibilidad de los capítulos de los *podcast* en las páginas web de las cadenas podemos observar, en conjunto, que de los 5474 capítulos o episodios de *podcast* detectados se encuentran disponibles en los espacios web un total de 4575, lo que representa un 84%.

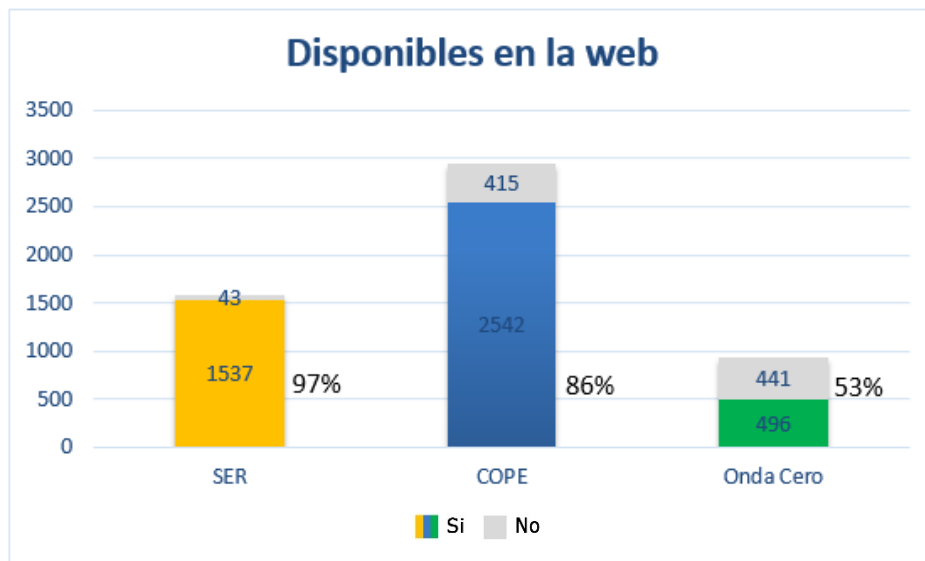


Gráfico 11. Nº de capítulos disponibles en las webs.

En el gráfico podemos observar que la cadena SER es la que más cuida esta característica, poniendo a disposición de los usuarios un total de 1537 capítulos en su web, lo que representa el 97% del total de capítulos detectados.

La COPE también parece cuidar bastante esta característica, pero sin llegar a los niveles de la SER. 2542 capítulos son los que se encuentran accesibles desde el propio espacio de la cadena, lo que supone un 86% del total.

Onda Cero es la que peor comportamiento tiene en este sentido, contando tan solo con 496 capítulos disponibles en la web, lo que apenas sitúa el porcentaje un poco por encima de la mitad del contenido detectado (53%).

Si nos fijamos ahora en si los *podcast* nativos utilizan la figura de colaborador o no, podremos observar que son 28 los programas que utilizan la figura de uno o varios colaboradores, representando un 64% del total de los *podcast* analizados.

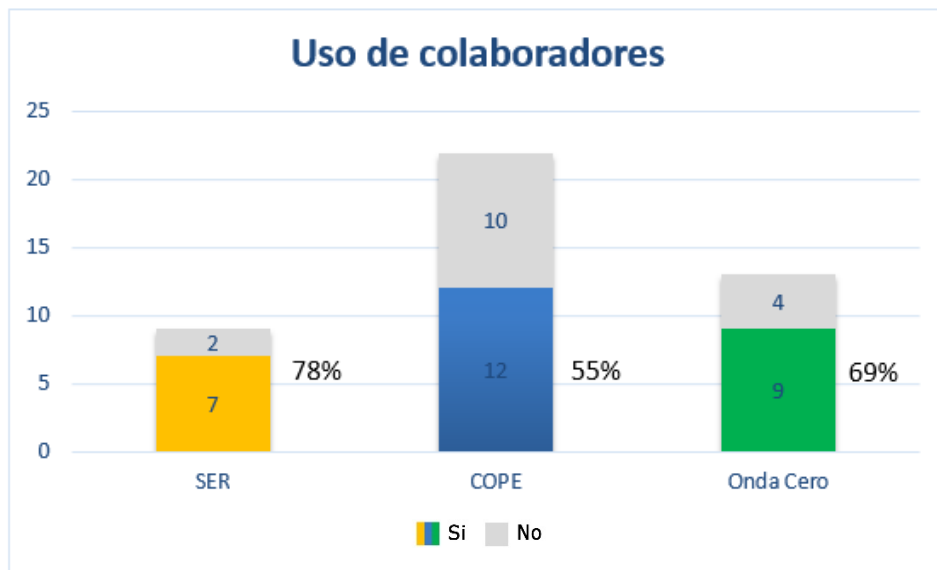


Gráfico 12. Uso de colaboradores. Elaboración propia.

Si entramos más en detalle, observamos que los *podcast* de la cadena SER son los que más utilizan la figura del colaborador, siendo 7 (78%) los que se decantan por ella. Onda Cero también hace bastante uso de esta figura, siendo 9 (69%) los *podcast* que cuentan con colaboradores. La COPE es la que menos utiliza el recurso del colaborador y solo 12 de sus *podcast* (55%) lo incorporan.

Ahora tomaremos como referencia la generación de contenidos extras de los *podcast*. Definiremos aquí los contenidos extras como todo contenido que no se corresponda con una duración media del programa, pudiéndose tratar de fragmentos o eventos que se escapan a la periodicidad habitual. Un ejemplo claro de esto lo podemos encontrar en el *podcast* "Onda Ruedo" de Onda Cero, que genera contenido extra para cubrir la Feria taurinas de San Isidro.

Atendiendo a este concepto hemos comprobado que tan solo el 25% de los *podcast* nativos generan contenido denominado como extra, siendo tan solo 11 de los 44 identificados los que optan por esta opción.

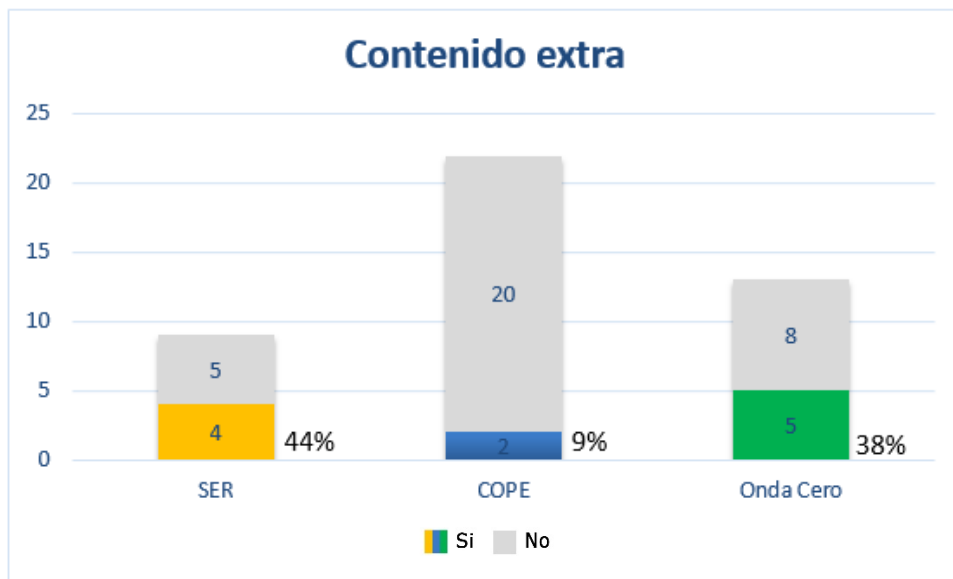


Gráfico 13. Contenido extra en los podcast. Elaboración propia.

La cadena SER es la que tiene más *podcast* que nutren su página web con contenidos extras. Son 4 los *podcast* que lo hacen, suponiendo el 44% del total.

Los 5 *podcast* de Onda Cero le sitúan con un 38% en cuanto a los que disponen de contenido extra en el catálogo y tan solo 2 programas posicionan a COPE con un 9% del total.

Para terminar el análisis de los datos nos fijaremos ahora en el año en que empezaron los *podcast* nativos que hemos identificado en cada una de las cadenas.

Podemos localizar el primero de los *podcast* que apareció en la web. Se trata de "Rock and Roll Animal", un *podcast* de temática musical de la cadena Onda Cero que arrancó su camino en el año 2008.

Si nos fijamos en Onda Cero, vemos como ha concentrado su producción de *podcast* en los últimos años. Así, en el año 2017 comenzaron 5 *podcast*, en el 2019 lo hicieron 4 y en lo que llevamos de 2020 han incorporado una novedad al catálogo.

En lo que se refiere a COPE, el primer *podcast* catalogado data del 2010. En el año 2011 lanzó 5 nuevos programas (4 deportivos y uno taurino) y en los últimos 3 años ha colgado otros 10 *podcast* nativos.





Gráfico 14. Año de inicio de los podcast. Elaboración propia.

El caso de la cadena SER ya hemos comentado que es algo particular, debido a la creación, por parte del Grupo Prisa, de la plataforma Podium Podcast. Aún así, podemos ver que han mantenido una tendencia uniforme en lo que se refiere a la incorporación de podcast nativos en su propia página web. Incorporaron dos programas nuevos en los años 2010, 2015 y 2018 y uno en 2016, 2017 y 2019.

## 6.2. Programas emitidos en radio tradicional.

Nos centraremos ahora en analizar la información que se ha recopilado sobre los programas que son emitidos en la radio tradicional y que, posteriormente, pasan a formar parte del catálogo de podcast accesibles desde la web de cada una de las cadenas.

Hemos de reflejar que hoy en día la mayoría de los programas que se emiten por la radio tradicional pasan a formar parte de ese catálogo online, lo que permite al usuario acceder al contenido sonoro independientemente del lugar y hora de emisión. Una vez que el programa ha terminado, las distintas cadenas incorporan ese contenido para su consumo bajo demanda.

Revisando las parrillas de programación y comparándolas con el número de programas que catalogan en las distintas secciones que hacen referencia al consumo “a la carta” de este tipo de contenidos, observamos pequeñas diferencias.

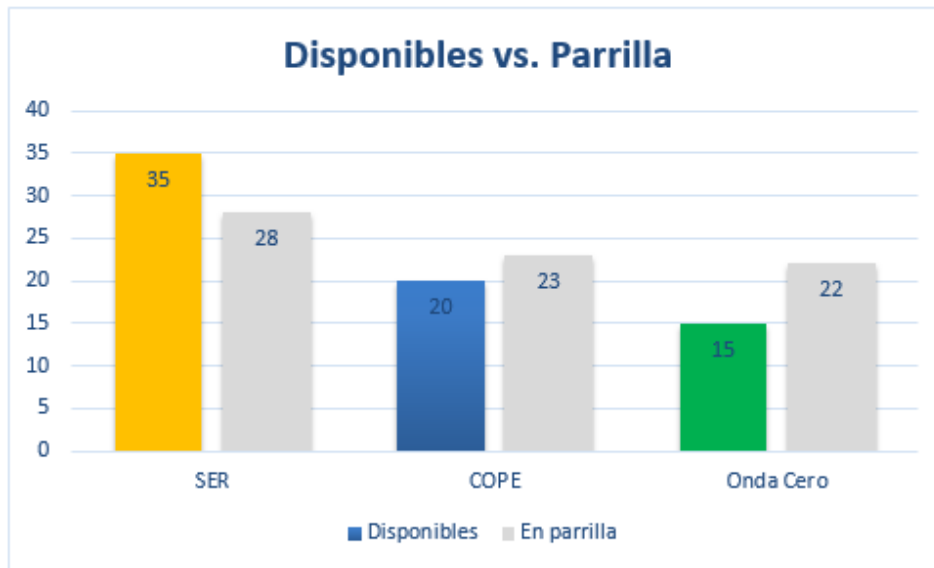


Gráfico 15. Programas disponibles en la web vs. En parrilla. Elaboración propia.

Si nos fijamos en los datos de la SER, podemos ver que son más los programas disponibles en la web que los recogidos en la parrilla de emisión. Esto puede ser debido a que se reflejan programas que ya no son emitidos pero permanecen en el catálogo de la cadena, como es el caso de "Acento Robinson".

COPE recoge casi todos los programas emitidos en la opción asíncrona salvo contadas excepciones como, por ejemplo, el espacio "Santa misa".

En el caso de Onda Cero destacaremos el hecho de que algunos de los programas recopilados como *podcasts* nativos son emitidos en antena, como es el caso de "La cultureta".

Nos interesa ahora centrarnos en qué cantidad de programas sube cada una de las cadenas analizadas. Para realizarlo recurriremos a las tablas que se adjuntan en el anexo de este documento.

Debemos indicar que la diferencia en cuanto al número de programas se debe, sobre todo, a la diferente forma de que tienen las cadenas de afrontar la segmentación horaria en la parrilla. Esto se hace especialmente evidente en el horario nocturno.

Como podemos ver en la [tabla 7](#), se han podido localizar un total de 15 programas disponibles y catalogados en la página web de Onda Cero. La COPE ([tabla 8](#)) dispone, en este sentido, de un número algo

mayor y alcanza los 20 programas. Pero es la cadena SER ([tabla 9](#)) la que, con 35 programas, se sitúa a la cabeza en cuanto a número de programas emitidos en la radio tradicional y puestos, posteriormente, a disposición de los usuarios en la web.

Un dato que nos permitirá ver los distintos comportamientos que han tenido las diferentes cadenas en cuanto a cómo tratan la incorporación de sus programas emitidos a las páginas web es el año en que comenzaron a realizar esta acción. Evidentemente, los programas que no cuentan con una gran trayectoria no habrán podido ser incorporados antes puesto que no existían.

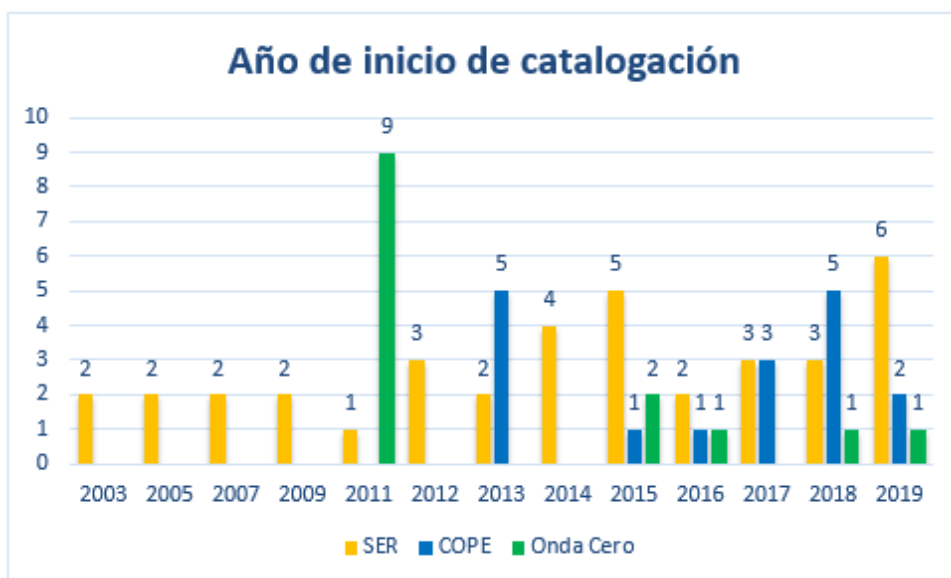


Gráfico 16. Año de inicio de catalogación. Elaboración propia.

Podemos observar que la cadena SER es la que incorpora contenidos catalogados desde hace más tiempo. Esto no quiere decir, necesariamente, que se incorporaran en esas fechas. Puede ser debido a que ya tuvieran almacenadas las grabaciones de los programas a modo de repositorio y que en un momento dado se incorporaran a la web. De hecho, en las grabaciones más antiguas se puede apreciar una diferencia en la percepción del sonido debida, posiblemente, a algún tipo de conversión analógico-digital con la correspondiente pérdida de calidad.

En cualquier caso, los primeros audios recopilados en la web de la cadena SER datan del año 2003. Además, podemos apreciar que las incorporaciones al catálogo se han ido manteniendo a lo largo de los años con un par de programas en los primeros años e incrementando la cifra en los más recientes.

Onda Cero parece haber arrancado, de golpe, la incorporación de este tipo de contenido a su web. En el año 2011 empiezan a incorporar este contenido con un total de 9 programas. La incorporación de programas cesará hasta el año 2015, momento en el que se retoma.

Además, en el caso concreto de Onda Cero nos encontramos con una particularidad curiosa: No todos los programas recogidos en su catálogo se encuentran disponibles o funcionan. Así pues, la fecha del primer programa catalogado no coincide, en algunos casos, con la fecha del primer programa que puede ser escuchado.

NOMBRE	Catalogado desde	Primero que funciona
De cero al infinito	15/06/2019	15/06/2019
El transistor	04/09/2016	04/09/2016
En buenas manos	04/06/2011	31/05/2015
Gente viajera	28/05/2011	16/05/2015
Julia en la Onda	25/04/2011	18/05/2015
La brújula	26/05/2011	04/11/2013
La rosa de los vientos	29/05/2011	17/05/2015
Mas de uno	08/04/2015	08/04/2015
No son horas	26/05/2011	27/05/2015
Noticias fin de semana	28/05/2011	24/05/2015
Noticias mediodía	03/06/2011	18/05/2015
Onda Agraria	28/05/2011	16/05/2015
Por fin no es lunes	13/01/2018	13/01/2018
Radioestadio	16/05/2015	16/05/2015

Tabla 4. Comparación fecha catálogo vs. Primero que funciona. Elaboración propia.

Como vemos en la tabla, casi todos los programas que aparecen catalogados desde el año 2011 realmente no disponen de contenido audible hasta el año 2015. Solo el programa de "La brújula", que está catalogado también desde 2011, tiene disponible su primer programa en 2013.

COPE tiene un comportamiento similar al de Onda Cero y podemos localizar sus primeros programas datados en 2013. Un total de 5 programas tienen su primera fecha localizada en este año. Posteriormente, continuaría con la incorporación de programas a su catálogo web.

Para ver la forma en que las diferentes cadenas ponen a disposición de los usuarios sus contenidos en la web debemos analizar el hecho de que lo hagan colgando el programa entero o de manera fragmentada.

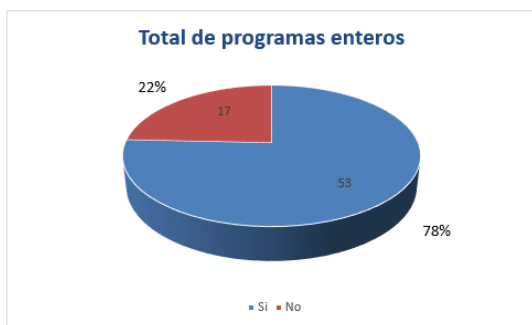


Gráfico 17. Programas enteros. Elaboración propia.

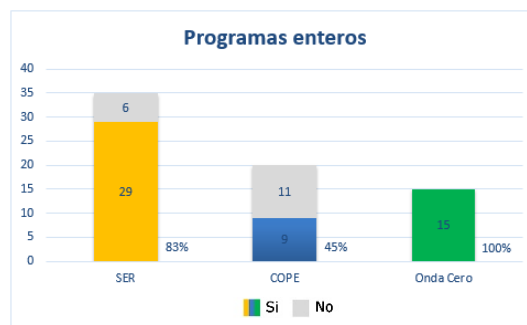


Gráfico 18. Programas enteros por cadena. Elaboración propia.

Como podemos observar en el gráfico 17, el 78% de los programas identificados y analizados en las tres cadenas se presentan en formato entero, conteniendo en un solo archivo de audio la duración completa del programa. Así pues, tan solo el 22% de los programas se presentan en formato fraccionado. Normalmente este tipo de contenidos suelen asociar unos tramos fijos en los que se secciona el programa para ponerlo a disposición de los usuarios en varios archivos independientes.

Onda Cero opta por presentar todos sus programas enteros, con lo que cada archivo corresponderá a el programa completo que se ha emitido.

La SER ha optado por un formato mixto en el que el 83% de los programas se presentan de manera íntegra en un solo archivo de audio. Esto supone que 29 de sus 35 programas están disponibles en formato entero mientras que los otros 6 restantes lo hacen fraccionados.

En el misma dirección encontramos el comportamiento de COPE, ya que 9 de sus programas (15% del total) se cuelgan enteros en un único archivo mientras que los otros 11 lo hacen de manera seccionada.

Una cuestión que nos interesa destacar es que, independientemente de si los programas se presentan de manera completa o seccionada, es posible que las cadenas también contemplen la opción de colocar a disposición de los usuarios ciertas secciones que, normalmente, son recurrentes en cada programa.

Esto ocurre, por ejemplo, con las secciones que las cadenas estiman que puedan tener cierta relevancia o susceptibilidad de ser escuchadas sin necesidad de recurrir al programa completo, como es el caso de "Territorio Comanche" del programa de "Julia en la onda" (Onda Cero) o los clásicos momentos de opinión o firma, como el caso de "La opinión de Carles Francino" en "La Ventana" (SER).

Así pues, podemos identificar que del total de los programas analizados, 44 de ellos sí que presentan fracciones del programa como contenido disponible en la web. Esto representa un 63% del total de los programas analizados. En cambio, 26 de los programas no presentan ningún tipo de contenido partido, lo que representa el 37% del total.

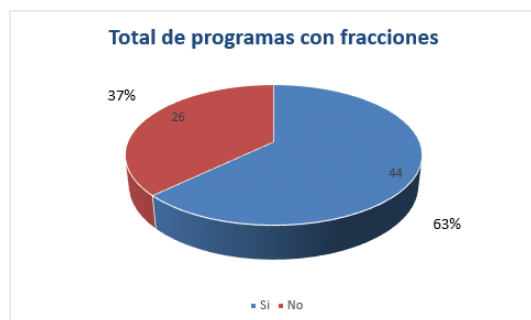


Gráfico 19. Total de programas con fracciones.  
Elaboración propia.

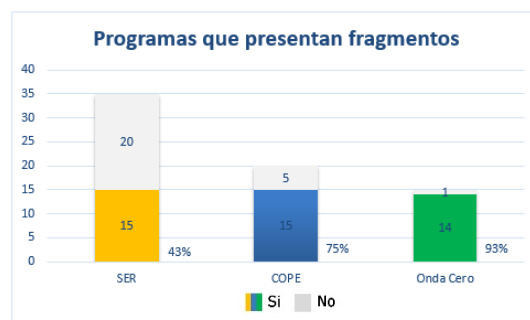


Gráfico 20. Programas que presentan fragmentos por cadenas. Elaboración propia.

Si atendemos a cada una de las cadenas podemos observar que, en el caso de Onda Cero, 14 de los 15 programas presentan algún tipo de fracción o sección, lo que representa el 93%. El único programa que se presenta solamente íntegro es "En buenas manos".

Un porcentaje bastante alto (75%) de los programas de la COPE también ponen a disposición de los usuarios algún tipo de fragmento o sección. 15 de los 20 programas apuestan por esta opción.

Con un número de 15 programas, la SER es la cadena que menos recurre a la creación de secciones que se puedan consumir independientemente, lo que representa un 43% del total.

Ahora veremos la cantidad de fragmentos o secciones que tienen los programas. Dejaremos fuera de este cómputo los fragmentos que dividen el programa, normalmente, en horas de emisión para centrarnos en las diferentes secciones que son subidas a la web como contenido en archivos individuales.



Gráfico 21. Secciones de programas SER. Elaboración propia.

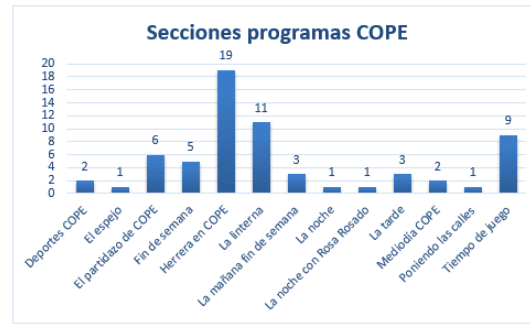


Gráfico 22. Secciones de programas COPE. Elaboración propia.

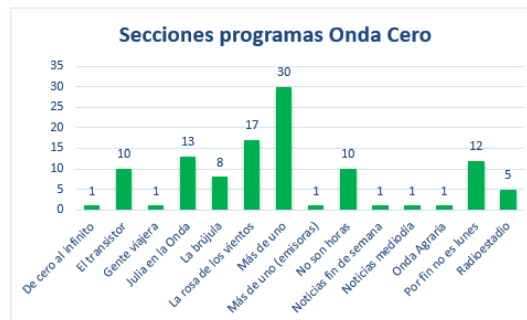


Gráfico 23. Secciones de programas Onda Cero. Elaboración propia.

En estos gráficos podemos observar como los programas tienden a generar secciones con el fin de facilitar la localización a los usuarios. En el caso de la SER "A vivir" y "Hoy por hoy" son los programas que más secciones generan contando, cada uno de ellos, con 37 diferentes.

"Herrera en COPE" es el programa de COPE que mas secciones (19) pone a disposición de los usuarios en su página web.

Con 30 secciones diferentes, el programa "Más de uno" de Onda Cero es el que más secciones diferentes tiene.

Podemos observar que el número de secciones está más relacionado con el contenido y la temática que con la duración, ya que los programas deportivos suelen tener una gran duración pero no tantas secciones.

Para finalizar el análisis de los datos recopilados nos centraremos ahora en la duración media de las secciones localizadas.

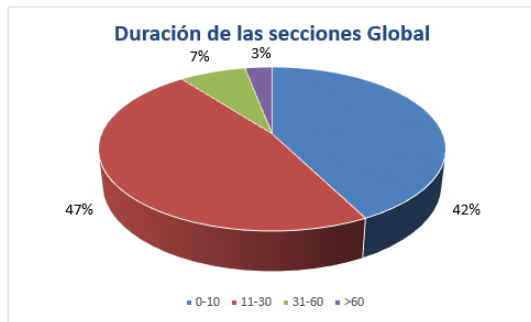


Gráfico 24. Duración de las secciones Global. Elaboración propia.

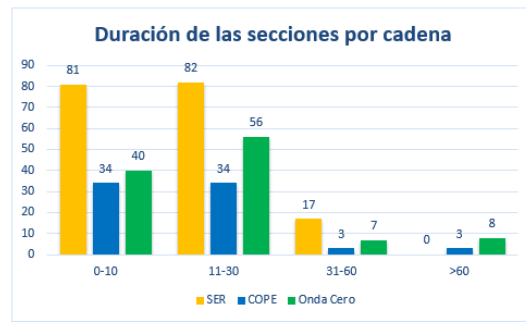


Gráfico 25. Duración de las secciones por cadena. Elaboración propia.

Si nos fijamos en la gráfica 24 podremos ver que la mayor parte de las secciones (89%) tienen una duración menor que media hora, de las cuales el 42% se sitúa por debajo de los 10 minutos de duración.

Como representa la gráfica 25, solo COPE (3) y Onda Cero (8) tienen alguna sección por encima de los 60 minutos.



## **7. Conclusiones.**

Una vez analizados los resultados obtenidos mediante la investigación y revisión de las distintas páginas web de las tres principales cadenas radiofónicas privadas y de contenido generalista, podemos hacer una serie de afirmaciones en cuanto al uso que estas cadenas están haciendo del formato *podcast* en sus propios espacios web.

En cuanto al número de *podcast* nativos que se ha detectado, podemos concretar lo siguiente:

- La cadena SER cuenta con 9 *podcast* nativos en el catálogo de su página web.
- La COPE pone a disposición de los usuarios un total de 22 *podcast* nativos.
- Onda Cero dispone de 13 *podcast* nativos accesibles desde su página web.

Refiriéndonos ahora a las características de este tipo de contenido, podemos determinar lo siguiente:

- El 50% de los *podcasts* nativos analizados tienen una duración media que se sitúa en la franja de los 41 a los 70 minutos. Esto evidencia la tendencia a la generación de contenido que ronda la hora.
- El 77% de los *podcasts* nativos se ponen a disposición de los usuarios con una periodicidad semanal.
- Aunque las temáticas de los *podcasts* nativos son de lo más variadas, podemos identificar que el 43% del total pertenecen a temáticas deportivas.
- El 84% de los capítulos o episodios de los *podcasts* nativos están disponibles en las webs de las cadenas y son accesibles. En este sentido, las cadenas deberían cuidar este aspecto y revisar, periódicamente, que todos los contenidos estén accesibles.

- Aunque el formato *podcast* da la posibilidad de que una sola persona pueda generar el contenido adecuadamente, hemos detectado que el 64% de los *podcasts* nativos analizados cuentan con uno o varios colaboradores, lo que dota de dinamismo al formato.
- Los *podcasts* nativos de las distintas cadenas se centran en generar, exclusivamente, capítulos que puedan ser integrados e identificados por su periodicidad y duración. Tan solo el 25% de los *podcasts* nativos analizados generan algún tipo de contenido extra como programas especiales o fragmentos.
- Onda Cero es que publica el primer *podcast* nativo en el año 2008 y COPE y SER lo harían en 2010.

En lo que se refiere a los programas que son emitidos de manera tradicional y que, posteriormente, pasan a formar parte del catálogo de las páginas web como *podcast*, podemos concluir lo siguiente:

- El 78% de los programas disponibles en las páginas web de las cadenas que provienen de una emisión tradicional se encuentran, de manera íntegra, en un único enlace. Esto quiere decir que el programa es subido con su duración completa.
- Además de los que los programas estén accesibles de manera íntegra o fraccionada (normalmente suelen fraccionarse en tramos de 60 minutos), hemos localizado un 63% de programas que también ponen, a disposición de los usuarios, una amplia selección de secciones.
- El 89% de las secciones analizadas tienen una duración por debajo de los 30 minutos. Además, el 42% del total también duran menos de 10 minutos.

## **8. Referencias bibliográficas.**

- AIMC. (2019). *EGM*. Obtenido de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/radio>
- Amelia, V. M. (2009). *Introducción a la comunicación audiovisual*. Barcelona: Eureka Media.
- Benassini, F. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Luciérnaga Comunicación*, 6(12), 16-29.
- Cohnen, F. (2008). Historias de la radiodifusión española. *Antena de Telecomunicación*, 74-78.
- COPE. (24 de Marzo de 2020). *La radio sale reforzada de la crisis del coronavirus y se mantiene como medio más creíble*. Obtenido de [https://www.cope.es/tu-radio/noticias/radio-sale-reforzada-tesis-del-coronavirus-mantiene-como-medio-mas-creible-20200324\\_657183](https://www.cope.es/tu-radio/noticias/radio-sale-reforzada-tesis-del-coronavirus-mantiene-como-medio-mas-creible-20200324_657183)
- Digital Radio Mondiale*. (s.f.). Recuperado el 16 de Abril de 2020, de <https://www.drm.org/>
- Espinosa de los Monteros, M. J. (5 de 12 de 2017). *El País*. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2017/12/05/dias\\_de\\_vino\\_y\\_podcasts/1512469028\\_982156.html](https://elpais.com/elpais/2017/12/05/dias_de_vino_y_podcasts/1512469028_982156.html)
- Franquet, R. (2008). La radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo. En E. Bustamante, R. Franquet, & M. T. García, *Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia* (págs. 123-171). España: Gedisa.
- Gallego, J. I. (2006). El Podcasting en España, del uso privado a las grandes emisoras. *Razón y palabra*(49).
- García-Lastra, J. M., & Pedrero, L. M. (2019). La era de la gran transformación de la radio. En *La transformación digital de la radio* (págs. 21-37). Valencia: Tirant humanidades.
- Gelado, J. A. (2007). Cómo producir un podcast. En O. I. Rojas, *Web 2.0: Manual (no oficial) de uso*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gutiérrez, I., & Rodríguez, M. T. (2010). Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución. En I. Solano, *Podcast educativo. Aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanza* (págs. 17-32). Murcia: MAD Eduforma.

- INE. (19 de octubre de 2019). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. España. Obtenido de [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2019.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf)
- Infante, S. (2017). *La radio en internet: nuevas fórmulas y nuevas audiencias (Tesis Doctoral)*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá.
- Jordá, S. (1997). *Audio digital y midi*. Anaya Multimedia.
- La cadena de radio Onda Cero inicia hoy sus emisiones. (26 de noviembre de 1990). *El País*. Obtenido de [https://elpais.com/diario/1990/11/26/radiotv/659574001\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1990/11/26/radiotv/659574001_850215.html)
- La Pasionaria, 80 años de su histórico "No pasarán". (2016). *Público*. Obtenido de <https://www.publico.es/politica/pasionaria-80-anos-historico-discurso.html>
- Legorburu, J. M., García, A., & Dorado, J. V. (2019). Condicionantes de la programación radiofónica digital. En L. M. Pedrero, & J. M. García, *La transformación digital de la radio* (págs. 59-81). Valencia: Tirant humanidades.
- Martínez-Costa, M. P., Moreno, E., & Amoedo, A. (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los medios. (E. SCP, Ed.) *El profesional de la información*, 27(4), 849-857.
- Molero, E. F. (2006). *Sistemas de Radio y Televisión*. Madrid: McGrawHill.
- Moreno, L. (2018). *La Radio Online en España ante la convergencia mediática: sintonizando con un nuevo ecosistema digital y una audiencia hiperconectada (Tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Ortiz, M. Á. (Julio de 2012). Radio y post-radio en España: una cohabitación necesario y posible. *Área Abierta*, 12(2).
- Otero, I. (s.f.). *¿Cuándo se inventó el transistor y quién lo desarrolló?* Recuperado el 31 de marzo de 2020, de <https://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/cuando-se-invento-el-transistor-y-quien-lo-desarrollo-901510845093#>
- Page, B. (01 de junio de 2019). Desde el CD al 'streaming': así ha cambiado nuestra forma de escuchar música. *La Vanguardia*. Recuperado el 4 de abril de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20190601/462580763870/aniversario-20-anos- Napster-asi-ha-cambiado-musica-cd-vinilo-mp3.html>
- Pérez, M. P., Pedrero, L. M., & Leoz, A. (2018). La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias. *Fonseca, Journal of Communication*(17), 91-106.

- Piggott, N. (2010). Radio DSN, the hybridisation of Radio. *EBU Technical Review*.  
Obtenido de [https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev\\_2010-Q1\\_RadioDNS.pdf](https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_2010-Q1_RadioDNS.pdf)
- Pousa, X. R., & Yaguana, H. A. (2013). *La radio, un medio en evolución*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Quiñones, J. (Marzo de 2010). Emisión y Recepción en Radio. *Temas para la educación. Revista digital para profesionales de la enseñanza*(7).
- Radiocable.com*. (s.f.). Recuperado el 12 de abril de 2020, de ¿RadioCable.com? Quienes somos.: <http://www.radiocable.com/quienes-somos>
- Rodríguez, A. S. (2016). La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente (Tesis de grado). Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Uriarte, J. M. (31 de Mayo de 2019). *Radio*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de <https://www.caracteristicas.co/radio/>
- Zumeta, G., Infante, S., & Muñoz, L. V. (2019). Las lógicas digitales en la industria radiofónica. En *La transformación digital de la radio* (págs. 39-57). Valencia: Tirant humanidades.

## 9. Anexo: Tablas de datos.

### 9.1. Podcasts nativos.

#### ONDA CERO

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	INICIO	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Temporadas	Capítulos	disponibles en web	Emissiones extra
2100: Una odisea en la tierra	20-30	semanal	nov-19	Cambio climático	Juanma Ortega	x	X		1	13	11	
4 cuartos	55-70	semanal	ene-17	Deportes. Baloncesto	David Camps		x	x	4	93	53	x
Contraparte	70-110	Mensual	abr-15	Derechos Humanos y solidaridad	Juande Sola	x	x		5	81	56	
Ellas Juegan	30-60	semanal	sep-17	Deporte. Fútbol femenino	Ana Rodríguez		x		3	103	76	
Juego de Plata	60-90	semanal	sep-17	Deportes. Liga 1,2,3 (2ª div)	Raúl Granado	x	x		3	107	84	
Kinótico	55-70	semanal	jun-16	Cine, series y cultura audiovisual	David Martos		x		4	189	50	x
La cultureta gran reserva	90-120	semanal	ene-20	Cultura	Rubén Amón	x	x			16	29	
Latitud Cero	20-30	semanal	feb-17	Reportaje variados de corresponsales	Esther Turu	x	x	x	3	26	20	
Onda Fútbol	45-70	semanal	oct-17	Deportes. Fútbol	Miguel Venegas	x	x		4	97	42	x
Onda Ruedo	45-60	semanal	mar-19	Tauromaquia	Rubén Amón Elena Salamanca Juan D. Colmenero	x	x		2	45	45	x
Rock and Roll Animal	180-240	mensual	dic-08	Música. Rock and Roll	J. F. León	x	x	x	11	148	11	
Rozando el desvío	25-35	semanal	jul-19	Sociedad	Cristina Balgorri Aránzazu S. Ginés		x		1	7	7	
Toma la pastilla roja	25-40	semanal	nov-19	C. ficción, cine y futuro	Andrés Moraleda	x	x		1	12	12	x

Tabla 5. Podcast Onda Cero. Elaboración propia.

#### COPE

NOMBRE	ACCESIBLE DESDE WEB	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	INICIO	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Temporadas	Capítulos	disponibles en web	Emissiones extra
Amor en tiempos de coronavirus	x	5-10	semanal	abr-20	Entretenimiento, opinión	Javier González		x		2	3	3	
Area Chica	x	40-60	semanal	ene-17	Deporte, fútbol femenino	Andrea Piáez	x	x		4	120	120	
Artisanos de la fe	x	30-40	cada 15 días	sep-18	Religión	Mario Alcudia		x	x	2	42	42	
Cope Cool	x	45-60	cada 15 días	ene-19	Moda	María Bandera y Loía Pérez	x	x	x	2	25	25	
Cope GP	x	50-70	semanal	ene-16	Deporte, Motor	Carlos Miquel		x	x	5	130	130	
Cope Daleando	x	40-50	eventual	jul-16	Deporte, Ciclismo	Alberto Arauz, Adrián Gil Javi Pascual		x		4	28	23	x
De música ligera	x	50-70	semanal	mar-18	Música	Marcos Manchado	x	x		3	88	88	
De Rosca	x	80-90	semanal	feb-11	Deporte, Balonmano	Luis Malvar	x	x		10	361	283	
El Albero	x	45-60	semanal	oct-11	Taurino	Sixto Naranjo	x	x	x	9	290	234	x
El pecado de ser cristiano	x	20		sep-19	Religión	Elena Fornas		x		1	1	1	
Esto es fútbol	x	40-60	semanal	2011	Deportes, fútbol 2ª	Alex Alguero	x	x		10	319	267	
Excelentia clásica	x	45-60	semanal	may-17	Música clásica	Javier Martí	x	x		4	113	113	
Futsal Cope	x	60-70	semanal	mar-11	Deportes, Fútbol sala	Santi Duque	x	x		10	345	275	
Imparables	x	40-60	semanal	nov-18	Entrevistas, sociedad	José Melero Fran Simón	x	x		2	49	49	
No me toques los juegos	x	40-60	semanal	ene-16	Deportes,	Angerl García		x		2	42	42	
Oído cocina	x	40-60	cada 15 días	mar-18	Cocina	Urbano Canal y Roberto Pablo		x	x	3	42	42	
Ryder Cope	x	50-60	semanal	mar-11	Deporte, Golf	Jorge Armenteros	x	x		10	209	142	
Showtime	x	55-70	semanal	díc-10	Deporte, Baloncesto	Albert Díez	x	x		10	389	302	
Siempre aprendiendo	x	18-22	semanal	oct-19	Opinión, religión	Josefko Vera		x		1	22	22	
Tejer historias	x	5-10	diario	abr-20	Relatos	Faustino		x		1	13	13	
Tercer Tiempo	x	60-80	semanal	feb-15	Deporte, Rugby	Rodrigo Contreras	x	x		6	210	210	
Tiempos modernos	x	25-35	semanal	feb-18	Música	Belén Montes		x		3	116	116	

Tabla 6. Podcast COPE. Elaboración propia.

## SER

NOMBRE	ACCESIBLE DESDE WEB	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	INICIO	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Temporadas	Capítulos	disponibles en web	Emissiones extra
100 Yards	x	60-90	semanal	sep-15	Deportes, Fútbol americano	José A. Ponseti	x	x		5	212	169	x
Cualquier tiempo pasado fue anterior	x	55-60	mensual	jul-17	Historia	Nieves Concostrina		x		3	55	55	
Dame un verso	x	50-60	semanal	jul-18	Literatura, poesía	Paloma Concejero	x	x		1	5	5	
Estar Tapeando	x	10	2 a la semana	sep-19	Economía	Rafa Bernardo	x	x	x	1	50	50	
Play Basket	x	60-90	semanal	mar-10	Deporte, Baloncesto	Francisco J. Delgado	x	x	x	10	357	357	
Play Fútbol	x	60-80	semanal	ene-10	Deporte, fútbol	Bruno Alemany	x	x		10	433	433	x
Play Gastro Lalalá	x	30-40	mensual	may-18	Gastronomía	Carlos G. Cano		x		2	50	50	x
Play Segunda	x	50-60	semanal	mar-15	Deporte, fútbol	Oscar Hegido	x	x	x	5	234	234	
SER Runner	x	30-40	semanal	mar-16	Deporte, Running	Verónica Gómez Jon Egaña	x	x	x	4	184	184	x

Tabla 7. Podcast SER. Elaboración propia.

## 9.2. Programas emitidos.

### ONDA CERO

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	HORARIO EMISIÓN	PERIODICIDAD	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Catalogado desde	Primero que funciona
De cero al infinito	120	04:00-06:00	S	Magazine, divulgación	Paco de León	x	x	x	15/06/2019	15/06/2019
El transistor	120	23:30-01:30	L-D	Deportes	José R. de la More	x	x	x	04/09/2016	04/09/2016
En buenas manos	120	04:00-06:00	D	Medicina	Bartolomé Beltrán	x	x		04/06/2011	31/05/2015
Gente viajera	120	12:00-14:00	S-D	Viajes	Esther Eiros	x	x	x	28/05/2011	16/05/2015
Julia en la Onda	240	15:00-19:00	L-V	Informativo, opinión, entretenimiento	Julia Otero	x	x	x	25/04/2011	18/05/2015
La brújula	210	20:00-23:30	L-V	Informativo, opinión, entretenimiento	Juan R. Lucas	x	x	x	26/05/2011	04/11/2013
La rosa de los vientos	240	00:00-04:00	D-L	Magazine, entretenimiento	Bruno Cardeñosa Silvia Casasola	x	x	x	29/05/2011	17/05/2015
Mas de uno	390	06:00-12:30	L-V	Informativo, opinión, entretenimiento	Carlos Alsina	x	x	x	08/04/2015	08/04/2015
Mas de uno (Emisora)	90	12:30-14:00	L-V	Actualidad, sociedad, local	Varios	x	x	x		
No son horas	150	01:30-04:00	L-J	Magazine nocturno	José L. Salas	x	x	x	26/05/2011	27/05/2015
Noticias fin de semana	60	07:00-08:00 14:00-15:00 20:00-21:00	S-D	Informativo	Juan D. Guerrero	x	x	x	28/05/2011	24/05/2015
Noticias mediodía	60	14:00-15:00	L-V	Informativo	Elena Gijón	x	x	x	03/06/2011	18/05/2015
Onda Agraria	60	06:00-07:00	S-D	Información sector primario	Soledad de Juan y	x	x	x	28/05/2011	16/05/2015
Por fin no es lunes	240	08:00-12:00	S-D	Magazine	Jaime Cantizano	x	x	x	13/01/2018	13/01/2018
Radioestadio	480 150	15:00-23:00 20:30-23:30	S-D M-X	Deportes	Antonio Esteva Javier R. Taboada	x	x	x	16/05/2015	16/05/2015

Tabla 8. Programas Onda Cero. Elaboración propia.

## COPE

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	HORARIO EMISIÓN	PERIODICIDAD	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Catalogado desde	Primero que funciona
A grandes trazos	15	09:45-10:00	D	Religión	Mario Alcudía	x	x		04/01/2013	04/01/2013
Agropopular	90	08:30-10:00	S	Agricultura, ganadería, pesca	Cesar Lumbreras	x	x		05/01/2013	05/01/2013
Deportes Cope	55 30	15:05-16:00 20:30-21:00	L-V	Deporte	Manolo Lama J. L. Carrochano	x	x	x	02/09/2013	02/09/2013
El Espejo	30	13:30-14:00 14:00-14:30	L-V S-D	Religión	José L. Restán	x	x	x	21/03/2018	21/03/2018
El partidazo	120	23:30-01:30	L-V	Deportes	Juanma Castaño	x	x	x	21/08/2016	21/08/2016
Fin de semana	240	10:00-14:00	S-D	Magazine, información, entretenimiento	Cristina López	x		x	01/07/2018	01/07/2018
Grupo Risa	240	02:00-06:00	D	Humor	Davir Miner Oscar Blanco F. Echeverría	x		x	19/03/2017	19/03/2017
Herrera en cope	420	06:00-13:00	L-V	Informativo, opinión, actualidad	Carlos Herrera	x		x	01/09/2015	01/09/2015
Iglesia Noticia	30	08:30-09:00	D	Religión	Faustino Catalina	x	x		08/01/2019	08/01/2019
La linterna	270	19:00-23:30	L-V	Informativo, opinión, actualidad	Ángel Expósito	x		x	21/11/2018	21/11/2018
La linterna de la Iglesia	60	22:30-23:30	V	Religión	Faustino Catalina	x	x		05/01/2013	05/01/2013
La mañana fin semana	150	06:00-08:30	S-D	Actualidad, informativo	Ángel Correas	x	x	x	12/01/2013	12/01/2013
La Noche	150	01:30-04:00	M-V	Actualidad, entretenimiento	Beatriz Pérez	x		x	05/09/2017	05/09/2017
La Noche con R. Casado	150	01:30-04:00	S	Actualidad, entretenimiento	Rosa Casado	x		x	02/09/2017	02/09/2017
La Noche de A. Arjona	150	01:30-04:00	L	Actualidad, entretenimiento	Adolfo Arjona	x		x	11/03/2019	11/03/2019
La tarde	240	15:00-19:00	L-V	Magazine, información, entretenimiento	Pilar Cisneros Fernando de Haro	x		x	01/02/2018	01/02/2018
Mediodía Cope	120	13:00-15:00	L-V	Informativo, actualidad	Antonio Herraiz Marta Ruiz	x		x		
Poniendo las calles	120	04:00-06:00	L-S	Actualidad, entretenimiento	Carlos Moreno	x		x	14/09/2018	14/09/2018
Radio Carlitos Deluxe	60	01:00-02:00	D	Música	Carlos Herrera		x		09/09/2018	09/09/2018
Tiempo de juego	720 810	13:00-01:00 12:00-01:30	S D	Deportes, fútbol	Paco González Manolo Lama Pepe D. Castaño	x		x	13/05/2013	13/05/2013

Tabla 9. Programas COPE. Elaboración propia.



## SER

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	HORARIO EMISIÓN	PERIODICIDAD	TEMÁTICA	PRESENTADORES	COLABORADORES	ENTERO	FRAGMENTADO	Catalogado desde	Primero que funciona
A vivir	240	08:00-12:00	S-D	Magazine, entretenimiento	Javier del Pino	x		x	15/09/2012	15/09/2012
Acénto Robinson	60	13:00-14:00	D	Deportes	Michael Robinson	x	x	x	20/04/2013	20/04/2013
BeOK	30	12:00-12:30	S	Salud, gastronomía	Ángela Quintas Isabel Bolaños	x	x	x	12/03/2016	12/03/2016
Buenismo Bien	30	03:30-04:00	S	Humor	Quique Peinado Manuel Burque	x	x		21/07/2018	21/07/2018
Carrusel deportivo	630	15:00-01:30	S-D	Deportes	Dani Garrido	x		x	25/10/2014	25/10/2014
Comedia Perpetua	60	03:30-04:30	S	Humor	Antonio Costelo	x	x		28/03/2019	28/03/2019
Cuento de navidad	60-120		eventual	Relatos					25/12/2013	25/12/2013
De buenas a primeras	90	04:30-06:00	L-V	Entretenimiento	Aitor Albizua Marina Fernández	X	X	X	29/08/2018	29/08/2018
El cine en la SER	30 90	07:30-08:00 03:00-04:30	S D	Cine	Pepa Blanes	x	x	x	08/02/2019	08/02/2019
El Faro	150	01:30-04:00	L-V	Magazine, entretenimiento, sociedad	Mara Torres	x	x	x	01/10/2018	01/10/2018
El grupo	60	02:30-03:30	D	Humor	Silvia Abril Toni Acosta	x	x		07/09/2019	07/09/2019
El Larguero	120	23:30-01:30	L-V	Deportes	Manu Carreño	x		x	17/06/2003	17/06/2003
Entre Tiempos	30	04:00-04:30	L	Historia, radio	Ana Martínez	x	x		06/09/2017	06/09/2017
Hora 14	60	14:00-15:00	L-V	Información	José I. Marcos	x	x	x	22/10/2014	22/10/2014
Hora 25	210	20:00-23:30	L-V	Actualidad, información,	Pepa Bueno	x		x	27/10/2014	27/10/2014
Hoy por Hoy	380	06:00-12:20	L-V	Magazine, entretenimiento, información	Angels Barceló	x		x	06/06/2003	06/06/2003
Jazztamos aquí	30-60		eventual	Música	Rafa Fuentes		x		07/07/2012	07/07/2012
La hora extra	30	07:30-08:00	D	Ocio, entretenimiento	Marta García	x	x		18/11/2011	18/11/2011
La lengua moderna	30	04:30-05:30	S	Humor	Héctor de Miguel Valeria Ros		x		10/07/2017	10/07/2017
La ventana	240	16:00-20:00	L-V	Magazine, entretenimiento, información	Carles Francino	x		x	13/09/2012	13/09/2012
La Vida Moderna	50	04:30-05:30	L-J	Humor	Fdavid Broncano	x	x		01/03/2016	01/03/2016
Las Noches de Ortega	30	01:30-02:00	S	Humor	Juan C. Ortega		x		21/03/2015	21/03/2015
Matinal SER	30	07:00-07:30	S-D	Entretenimiento, información	Rafa Muñiz		x		25/10/2014	25/10/2014
Nadie Sabe Nada	60	13:00-14:00	S	Humor	Andreu Buenafuente Berto Romero		x		04/10/2015	04/10/2015
Play opera	60	08:00-09:00	S	Opera	Mariela Rubio Rafa Bernardo		x		25/08/2015	25/08/2015
Por el principio	60	06:00-07:00	D	Reportaje	Ángeles Oliva Toña Medina		x		30/07/2017	30/07/2017
Punto de fuga	60	05:00-06:00	S	Sociedad	Pablo Morán		x		24/01/2007	24/01/2007
SER Aventurero	60	06:00-07:00	S	Viajes, aventura	José A. Ponseti	x	x		20/11/2005	20/11/2005
SER Consumidor	60	06:00-07:00	D	Sociedad	Jesús Soria	x	x	x	21/11/2005	21/11/2005
SER Deportivos	55	15:05-16:00	L-V	Deportes	Francisco Delgado	x	x		04/01/2009	04/01/2009
SER Historia	120	01:30-03:30	D	Historia	Nacho Ares	x	x	x	11/10/2009	11/10/2009
Si sí, o si no	30-40	03:00-03:30	S	Humor	Jorge Ponce Bob Pop		x		22/04/2019	22/04/2019
Sofá Sonoro	30	04:30-05:00	D	Música	Alfonso Cardenal	x	x		10/11/2007	10/11/2007
Sucedió una noche	60	05:00-06:00	D	Cine	Antonio Martínez Elio Castro	x	x	x	06/09/2015	06/09/2015
Un libro, una hora	60	05:00-06:00	D	Literatura	Antonio Martínez	x	x	x	27/06/2019	27/06/2019

Tabla 10. Programas SER. Elaboración propia.

### 9.3. Fragmentos de programas.

#### ONDA CERO

MÁS DE UNO

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Aparici en órbita	10-20	semanal	Cultural, ciencia
Biblioterapia	10-20	semanal	Cultura, literature
Comentario de De la Morena	2	diario	Opinión
Cortes entrevistas	5-15	diario	Entrevista, declaraciones, reportaje
Desde mi ventana	10-15	semanal	Entretenimiento
Diario de cuarentena de un niño de	2-3	diario	Entretenimiento
El dilema	15-20	diario	Entretenimiento
El mundo del mañana	10	diario	Cultural
El programa que pudo haber sido	10-15	semanal	Cultura, entretenimiento
El reto matemático	15	diario	Entretenimiento
Especiales	15-150	eventual	Entretenimiento
Fernando ónega	2	diario	Opinión
Fernando sabater	2-3	semanal	Opinión
Ficciones sonoras	60-90	eventual	Entretenimiento, ficción
Historia de	4-5	diario	Cultural, histórico
Humor	40-50	diario	Humor
Javier Ruiz Taboada	5	diario	Opinión
La cultureta	75-80	semanal	Cultura, entretenimiento
La España que madruga	15-25	diario	Informativos, resumen prensa
La vida de Josémi	10	diario	Opinión
La voz del oyente, con Arturito	3-8	semanal	Humor
Las preguntas de Rubén Amón	2	diario	Opinión
Más de uno (06:00-08:00)	120	diario	Informativo, tertulia, opinión
Más de uno (local)	10	diario	Informativos locales
Monólogo de Alsina	15-17	diario	Opinión
Qué sabemos de	40-50	2 días semana	Cultura, entretenimiento
Rafa Latorre	2	diario	Opinión
Tertulia	90	diario	Informativo, tertulia, opinión
Vidas de otros	11-18	semanal	Cultural
Viva el vino	2-3	semanal	Opinión

Tabla 11. Fragmentos de "Más de Uno". Elaboración propia.

MÁS DE UNO (emisora)

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Cortes entrevistas	5-10	diario	Entrevista, declaraciones, reportaje

Tabla 12. Fragmentos de "Más de Uno (emisora)". Elaboración propia.

JULIA EN LA ONDA

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
A lo Gonzo	20-25	semanal	Entretenimiento, entrevistas
El especialista	15-20	semanal	Información, medicina
El gabinete	45-50	diario	Debate, opinión
El Orden Mundial	15-20	semanal	Información Internacional
El recreo	10-20	diario	Magazine
Entrevistas	5-30	eventual	Entrevista
Historias de la Tele	15-20	semanal	Magazine, televisión
La tele con Monegal	10-12	diario	Opinión, análisis contenido Tv
Masterclass	25-30	semanal	Cultura, ciencia
Mesa de redacción	60-120	diario	Magazine, opinión, debate
Persona física	15-20	L-J	Magazine, humor
Territorio Comanche	45-55	semanal	Magazine, música
Territorio Negro	15-20	semanal	Crónica negra

Tabla 13. Fragmentos de "Julia en la onda". Elaboración propia.

LA BRÚJULA

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Canciones económicas	3-5	semanal	Humor
Entrevistas	10-20	diario	Entrevista
La Brújula de la ciencia	8-10	semanal	Cultura, ciencia
La brújula de la economía	40-50	diario	Información, economía
La Brújula del deporte	25-30	diario	Información, deporte
La carta de Ónega	2-3	diario	Opinión
La Reflexión de Lucas	9-12	diario	Opinión
Tertulia	80-90	diario	Debate, opinión

Tabla 14. Fragmentos de "La Brújula". Elaboración propia.

**POR FIN NO ES LUNES**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Brillantes y desconocidos	10-20	semanal	Entretenimiento, sociedad
Carretera secundaria	10-20	quincenal	Entretenimiento, sociedad
Código Bibiana	10-20	semanal	Entretenimiento
Divilga que algo queda	10-15	semanal	Cultura, ciencia
El Rincón de pensar	8-10	semanal	Educación
Entrevistas	10-15	diario	Entrevista
Mar Mujer	8-10	semanal	Entretenimiento, sociedad
Marta Flich	5-10	semanal	Entretenimiento
Olvido y...	10-15	semanal	Entretenimiento
Piel de policía	13-18	semanal	Entretenimiento, Sucesos
Punta Norte	10-15	semanal	Viajes
Sabio de guardia	10-20	diario	Opinión

Tabla 15. Fragmentos de "Por fin no es lunes". Elaboración propia.

**EL TRANSISTOR**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Aventura	5-10	semanal	Aventura, deporte
El análisis de Valdano	10-15	2 por semana	Opinión, deporte
El cierre de Trueba	2	diario	Opinión, deporte
El debate de los jueves	25-30	semanal	Deporte
El Sanedrín	10-20	semanal	Opinión, deporte
El Sanedrín de los alevines	10-15	eventual	Deporte
Entrevistas	12-20	diario	Entrevista
Fútbol internacional	4-5	diario	Deporte, Internacional
La consulta médica	10-15	semanal	Medicina
La última de Granada	4-5	semanal	Efemérides

Tabla 16. Fragmentos de "El Transistor". Elaboración propia.

**RADIOESTADIO**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	10-20	diario	Entrevista
Escucha los goles	1-3	diario	Deporte
Hora a hora	55-60	diario	Deporte
Las Conservas	3-10	eventual	Humor
Sesión golfa de Radioestadio	10-20	eventual	Entretenimiento, deporte

Tabla 17. Fragmentos de "Radioestadio". Elaboración propia.

**DE CERO AL INFINITO**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	10-15	semanal	Entrevista

Tabla 18. Fragmentos de "De Cero al Infinito". Elaboración propia.

**LA ROSA DE LOS VIENTOS**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Ecos del pasado	15-20	semanal	Paranormal
El Callejón del escribano	15-20	semanal	Cine
El círculo secreto	20-35	semanal	Paranormal
Entrevistas	20-30	diario	Entrevista
Eureka	10-20	semanal	Reportaje, ciencia
Fronteras del futuro	8-15	semanal	Ciencia
Historias de la historia	5-10	eventual	Historia
Juicio a la historia	15-20	semanal	Historia
La cara B	15-30	semanal	Actualidad
Materia reservada	20-45	semanal	Reportaje, Entrevista
Microrelatos	3-5	eventual	Relatos
Mujeres con historia	15-20	semanal	Reportaje
Mundo Bizarro	10-20	semanal	Viajes
Pasajes de la historia	20-30	semanal	Reportaje, Historia
Señales del fin del mundo	10-15	semanal	Ciencia
Tertulia zona cero	90-120	semanal	Tertulia, debate
Tirar de la manta	4-5	semanal	Curiosidades

Tabla 19. Fragmentos de "La Rosa de los Vientos". Elaboración propia.

**NOTICIAS MEDIODÍA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El análisis de Elena Gijón	0-1	diario	Opinión

Tabla 20. Fragmentos de "Noticias Mediodía". Elaboración propia.

**NOTICIAS FIN DE SEMANA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	2-10	diario	Opinión

Tabla 21. Fragmentos de "Noticias Fin de Semana". Elaboración propia.

**NO SON HORAS**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Cómo está el planeta	5-10	Semanal	Información Internacional
Como una moto	5-10	Semanal	Motor
Dime tu que lees	2-5	Semanal	Literatura
El café extra	20-25	diario	Entretenimiento
El Discoforum	5-10	diario	Música
El guateque de la Polaca	5-10	Semanal	Música
El serial Killer	3-5	Semanal	Series
Isa de cine	5-10	Semanal	Cine
La portura del Kamasutra	3-5	Semanal	Sexo
Las tapas de Fariñas	4-5	Semanal	Gastronomía

Tabla 22. Fragmentos de "No Son Horas". Elaboración propia.

**GENTE VIAJERA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	10-15	diario	Entrevista

Tabla 23. Fragmentos de "Gente Viajera". Elaboración propia.

**ONDA AGRARIA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	10-15	diario	Entrevista

Tabla 24. Fragmentos de "Onda Agraria". Elaboración propia.

## COPE

HERRERA EN COPE

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El comentario de J. Castaño	1	diario	Deportes
El desfibrilador de tontos	2	semanal	Opinión, actualidad, política
El diario de mi M. Jose	2-3	diario	Humor
El Grupo Risa	24-26	semanal	Humor
El paseo del Tron	4-7	diario	Opinión
El puñarto de T. Medina	2-3	semanal	Opinión
Historias de la música	15-20	semanal	Música
Horas completas de 10 a 11	45-50	diario	Tertulia, actualidad
Horas completas de 11 a 12	45-50	diario	Opinión, reportaje, entrevista
Horas completas de 12 a 13	20-30	diario	Información, entretenimiento
Horas completas de 6 a 7	50-60	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 7 a 8	40-50	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 8 a 9	50-60	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 9 a 10	45-50	diario	Informativo, opinión, actualidad
La canción del día	3-5	diario	Música
La fotografía de L. del Val	3-5	diario	Opinión
La historia del día	1-2	diario	Historias actualidad
La hora de los fósforos	10-25	diario	Reportaje
La mirada económica G. de Liébana	2	diario	Economía
Lo misterioso con J. Sierra	10-20	eventual	Paranormal
Los tres clavos de Naranjo	2	diario	Opinión, actualidad, política
Monólogo de Herrera	10-12	diario	Opinión
Psicopatas, con D. Martín	5-10	semanal	Crónica negra
Radio Carlotos	15-20	semanal	Música
Tertulia de los oyentes	15-20	diario	Tertulia, debate
Yo te explico papá, con A. Herrera	10-12	cada 15 días	Música

Tabla 25. Fragmentos de "Herrera en COPE". Elaboración propia.

LA LINTERNA

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Ciencia	10-15	eventual	Ciencia
Clases de economía	8-10	2 por semana	Economía
Educación	10-15	semanal	Educación
El "Zas" de J.C. Herrero	2-4	diario	Actualidad
El Confidencial	4-5	diario	Reportaje
El tema del día	10-30	diario	Reportaje
Historia con mayúsculas	8-12	semanal	Historia
Horas completas de 19.00 a 20.00	50	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 20.00 a 21.00	60	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 21.00 a 22.00	60	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 22.00 a 23.00	60	diario	Informativo, opinión, actualidad
Horas completas de 23.00 a 23.30	30	diario	Informativo, opinión, actualidad
Monólogo de Expósito	4-5	diario	Opinión
Salud	5-10	semanal	Medicina
Sucesos	10-20	eventual	Sucesos
Tiempos modernos	10-20	semanal	Música

Tabla 26. Fragmentos de "La linterna". Elaboración propia.

EL PARTIDAZO DE COPE

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
#CampodelGas	20-25	semanal	Boxeo
#KM42, Running con C. Martínez	18-20	semanal	Running
#Oasisdelibertad	60-65	semanal	Opinión, tertulia, debate
#Vayafiesta	15-20	semanal	Humor
1ª Parte, el partidazo de COPE	35-40	diario	Deporte
2ª Parte, el partidazo de COPE	25-35	diario	Deporte
3ª Parte, el partidazo de COPE	45-55	diario	Deporte
Mundo Maldini	10-15	semanal	Reportaje, historia
Noticias	20-30	diario	Noticias

Tabla 27. Fragmentos de "El Partidazo de COPE". Elaboración propia.

LA TARDE

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Juan Solo	11-13	L, X y V	Humor
La tarde de 15:00 a 16:00	60	diario	Deportes, Actualidad, entretenimiento
La tarde de 16:00 a 17:00	60	diario	Actualidad, política
La tarde de 17:00 a 18:00	60	diario	Actualidad, política
La tarde de 18:00 a 19:00	60	diario	Actualidad, política
Monólogo F. de Haro	5-6	diario	Opinión
Noticias	10-15	diario	Noticias

Tabla 28. Fragmentos de "La Tarde". Elaboración propia.

TIEMPO DE JUEGO			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
1ª parte, Tiempo de Juego	30	semanal	Deportes
2ª parte, Tiempo de juego	30	semanal	Deportes
3ª parte, Tiempo de juego	30	semanal	Deportes
Crónicas	43-5	diario	Deportes
De 15:00 a 16:00	60	semanal	Deportes
De 16:00 a 17:00	60	semanal	Deportes
De 17:00 a 18:00	60	semanal	Deportes
De 18:00 a 19:00	60	2 por semana	Deportes
De 19:00 a 20:00	60	2 por semana	Deportes
De 20:00 a 21:00	60	2 por semana	Deportes
De 21:00 a 22:00	60	semanal	Deportes
De 22:00 a 23:00	60	2 por semana	Deportes
De 23:30 a 24:00	30	semanal	Deportes
El Consultorio de P. Martín	5-6	semanal	Deportes, emails
La noticia científica	2-5	semanal	Ciencia
La primera hora de tiempo de juego	120	semanal	Deportes
Lo sonidos del maquinillo	1	eventual	Humor
Los mundos de Dani	4-5	semanal	Curiosidades
Maldini recomienda	2-3	semanal	Deporte
Noticias	5-10	diario	Deportes
Polligramas	3-5	semanal	Cine
Tertulión	80-90	semanal	Deportes, tertulia
Tramo final completo	90	semanal	Deportes

Tabla 29. Fragmentos de "Tiempo de Juego". Elaboración propia.

FIN DE SEMANA			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Fin de semana de 10:00 a 11:00	50-55	diario	Magazine, información, entretenimiento
Fin de semana de 11:00 a 12:00	50-55	diario	Magazine, información, entretenimiento
Fin de semana de 12:00 a 13:00	50-55	diario	Magazine, información, entretenimiento
Fin de semana de 13:00 a 14:00	50-55	diario	Magazine, información, entretenimiento
La hora Lomana	45-50	semanal	Entretenimineto
Monólogo de C. López	5-10	diario	Opinión
Noticias	5-15	diario	Noticias
Tertulia de Chicas	30-45	semanal	Tertulia
Tertulia de chicos	30-45	semanal	Tertulia

Tabla 30. Fragmentos de "Fin de Semana". Elaboración propia.

MEDIODÍA COPE			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Mediodía Cope de 13 a 14	20-22	diario	Informativo, actualidad
Mediodía Cope de 14 a 15	30-60	diario	Informativo, actualidad
Monólogo de A. Herraiz	2-3	diario	Opinión
Noticias	2-5	diario	Noticias

Tabla 31. Fragmentos de "Mediodía COPE". Elaboración propia.

EL ESPEJO			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Noticias	9-10	diario	Religión, noticias

Tabla 32. Fragmentos de "El Espejo". Elaboración propia.

DEPORTES COPE			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El Aguánis de Tomás Guasch	1	diario	Opinión
Noticias	2-5	eventual	Noticias

Tabla 33. Fragmentos de "Deportes COPE". Elaboración propia.

LA NOCHE			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
La Noche de 1:30 a 2:00	25-30	diario	Entretenimiento
La Noche de 2:00 a 3:00	50-55	diario	Entretenimiento
La Noche de 3:00 a 4:00	50-55	diario	Entretenimiento
Noticias	10-15	diario	Noticias
Programas especiales	50-70	eventual	Entretenimiento

Tabla 34. Fragmentos de "La Noche". Elaboración propia.

LA NOCHE DE ADOLFO ARJONA			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
La Noche de 1:30 a 2:00	25-30	diario	Entretenimiento
La Noche de 2:00 a 3:00	50-55	diario	Entretenimiento
La Noche de 3:00 a 4:00	50-55	diario	Entretenimiento
Noticias	10-15	diario	Noticias

Tabla 35. Fragmentos de "La Noche de Adolfo Arjona". Elaboración propia.

**LA NOCHE CON ROSA ROSADO**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
La Noche de 1:30 a 2:00	25-30	diario	Entretenimiento
La Noche de 2:00 a 3:00	50-55	diario	Entretenimiento
La Noche de 3:00 a 4:00	50-55	diario	Entretenimiento
Sin clasificar	10-20	diario	Varios, entrevistas, noticias

Tabla 36. Fragmentos de "La Noche con Rosa Rosado". Elaboración propia.

**PONIENDO LAS CALLES**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Noticias	2-15	diario	Noticias
Poniendo las calles de 4 a 5	55-60	diario	Entretenimiento
Poniendo las calles de 5 a 6	50-55	diario	Entretenimiento

Tabla 37. Fragmentos de "Poniendo las Calles". Elaboración propia.

**GRUPO RISA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
La noche con EGR 02-03	55	diario	Humor
La noche con EGR 03-04	55	diario	Humor
La noche con EGR 04-05	55	diario	Humor
La noche con EGR 05-06	50-55	diario	Humor

Tabla 38. Fragmentos de "Grupo Risa". Elaboración propia.

**LA MAÑANA FIN DE SEMANA**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Actualidad religiosa	8-10	eventual	Religión
Monólogos de A. Correa	10-15	diario	Opinión
Noticias	5-10	diario	Actualidad, informativo

Tabla 39. Fragmentos de "La Mañana Fin de Semana". Elaboración propia.

## SER

HOY POR HOY			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
¡Vaya historial	5-7	semanal	Entretención
Actualidad	2-15	diario	Actualidad
Antes de que sea tarde	10-20	semanal	Actualidad, reportajes
Basado en hechos ficticios	10-15	semanal	Ocio, cultura
Buena Vida	15-25	semanal	Sociedad
Ciudades	15-20	semanal	Sociedad
Claves del día	1-2	diario	Política
Clima	15-20	semanal	Ciencia y tecnología
Consultorio de M. Berasategui	2-5	semanal	Cocina
De 100 en 100	5-10	semanal	Sociedad, viajes
Deportes	1-3	semanal	Deportes
Desmontando mitos	25-30	semanal	Sociedad
Discos Dedicados	20-40	semanal	Ocio, cultura
El ojo izquierdo	1-2	diario	Política
Empatía	15-20	semanal	Sociedad
Gente	10-15	semanal	Sociedad
Gente corriente	4-5	eventual	Sociedad
Historias de Seve	5-10	semanal	Entretención
Historias del mundo	1-2	diario	Internacional
Hoy por hoy al cuadrado	7-10	semanal	Ciencia y tecnología
La cara B	15-20	semanal	Entretención
La entrevista	10-20	diario	Entrevista
La firma de A. Barceló	1-2	eventual	Opinión
La firma de I. Gabilondo	2	diario	Opinión
La firma de P. Blanco	1-2	eventual	Opinión
La opinión de M. A. Aguirre	1-2	diario	Opinión
La opinión del oyente	3-5	eventual	Opinión
Las claves de la economía	2-4	diario	Economía
Las claves del deporte	2-4	eventual	Deportes
Libros	1	eventual	Literatura
Pasos y pérdidas	1-2	diario	Sociedad
Pepa y Pepe	10-30	semanal	Cine, Series
Realidades hoy por hoy	5-15	eventual	Sociedad
Siempre pensando en lo mismo	10-20	semanal	Gastronomía, cocina
Somos de ciencias	5-10	semanal	Ciencia y tecnología
Somos un incordio	5-10	eventual	Sociedad
Tecnología	15-25	semanal	Ciencia y tecnología
Tramo de 06:00 a 07:00	60	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 07:00 a 08:00	60	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 08:00 a 09:00	60	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 09:00 a 10:00	55-60	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 10:00 a 11:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 11:00 a 12:00	55-60	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 12:00 a 12:20	10-15	diario	Magazine, entretenimiento, información

Tabla 40. Fragmentos de "Hoy por Hoy". Elaboración propia.

HORA 14			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El revés y el derecho	1	diario	Opinión
El telegrama de M. A. Agullar	1	diario	Opinión
Entrevistas	5-15	diario	Entrevista

Tabla 41. Fragmentos de "Hora 14". Elaboración propia.

LA VENTANA			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
¡Hay alguien ahí!	5-15	eventual	Sociedad
Acontece que no es poco	10-15	diario	Historia
Entrevistas	10-25	eventual	Entrevista
Escenario Gran Vía 32	10-30	eventual	Música
Especialistas secundarios	5-7	diario	Ocio, Cultura
La opinión de Carles Francino	2-4	diario	Opinión
La polémica del día	1-2	diario	Sociedad, política
La Ventana de la cultura y el ocio	15-20	semanal	Ocio, Cultura
La Ventana de la filosofía	15-20	semanal	Sociedad
La Ventana de la tele	40-45	semanal	Ocio, Cultura, televisión
La Ventana de los clásicos	15-20	cada 15 días	Música
La Ventana de los libros	40-45	semanal	Literatura
La Ventana de los números	10-15	semanal	Economía
La Ventana de los viajes	15-20	semanal	Viajes
La Ventana del arte	10-20	cada 15 días	Ocio, Cultura
La Ventana del cine	15-30	semanal	Cine
Lo que queda del día	15-20	eventual	Sociedad
Los cafeteros	5-10	diario	Sociedad, ocio, cultura
Más Platón y menos WhatsApp	20-25	semanal	Ocio, cultura
Música	40-45	semanal	Música
Radio Lúndu	20-30	cada 15 días	Ocio, Cultura
Relatos en cadena	2-50	eventual	Ocio, Cultura
Todo por la radio	5-50	diario	Ocio, Cultura
Tramo de 16:00 a 17:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 17:00 a 18:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 18:00 a 19:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento, información
Tramo de 19:00 a 20:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento, información
Unidad de Vigilancia	25-30	semanal	Ocio, Cultura

Tabla 42. Fragmentos de "La Ventana". Elaboración propia.



**HORA 25**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Actualidad	2-10	eventual	Información
Cuelga tó	2-5	diario	Política, sociedad
Curso de ética política	5-20	semanal	Política
Entrevistas	2-20	diario	Entrevistas
Hora 25 de los negocios	5-30	diario	Economía
Hora 25 Deportes	25-30	diario	Deporte
La cabecera de las 9	3-5	diario	Opinión
La firma de Pepa Bueno	1-3	eventual	Opinión
La opinión de Pura Rodríguez	1-3	eventual	Opinión
Periodismo a la carta	15-20	eventual	Política, sociedad
Tramo de 20:00 a 21:00	55-60	diario	Actualidad, información, entretenimiento
Tramo de 21:00 a 22:00	55-60	diario	Actualidad, información, entretenimiento
Tramo de 22:00 a 23:00	55-60	diario	Actualidad, información, entretenimiento
Tramo de 23:00 a 23:30	25-60	diario	Actualidad, información, entretenimiento

Tabla 43. Fragmentos de "Hora 25". Elaboración propia.

**EL LARGUERO**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Bivenger	2-5	semanal	Deportes
El debate de los jueves	20-30	semanal	Deportes
El fútbol internacional A. Torres	15-20	semanal	Fútbol Internacional
El Larguero: Primera parte	25-30	diario	Deportes
El Larguero: Segunda parte	25-35	diario	Deportes
El Larguero: Tercera parte parte	20-55	diario	Deportes
El Sanedrín de El Larguero	20-50	diario	Deportes
Entrevistas	5-20	diario	Entrevistas
La F1 con De la Rosa	10-20	semanal	F1
La NBA con A. Daimiel	15-20	semanal	Baloncesto
La Opinión de Manu Carreño	1-3	eventual	Opinión
Las historias de R. Ruiz	10-20	semanal	Deportes
Yankilandia de J. A. Ponseti	15-20	semanal	Deportes

Tabla 44. Fragmentos de "El Larguero". Elaboración propia.

**EL FARO**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Gatopardo	20-30	eventual	Entrevista

Tabla 45. Fragmentos de "El Faro". Elaboración propia.

**DE BUENAS A PRIMERAS**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Animales nocturnos	2-5	semanal	Entrevistas
Desayunología	2-5	semanal	Cocina
Lo de Torija	10-15	semanal	Ocio, cultura
Los malos	2-5	semanal	Tribunales
Tres erres	10-15	eventual	Ocio, cultura
un día, una canción	3-5	diario	Música
Un mal día lo tiene cualquiera	1-2	diario	Internacional
Vayas donde vayas	5-10	eventual	Ocio, cultura
Zooloco	5-10	semanal	Ciencia, tecnología

Tabla 46. Fragmentos de "De Buenas a Primeras". Elaboración propia.

**A VIVIR**

NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Tramo de 08:00 a 09:00	55-60	diario	Magazine, entretenimiento
Tramo de 09:00 a 10:00	55-60	diario	Magazine, entretenimiento
Tramo de 10:00 a 11:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento
Tramo de 11:00 a 12:00	50-55	diario	Magazine, entretenimiento
45RPM	15-20	semanal	Música
A vista de Lobo	15-25	semanal	Internacional
Ángela Quintas	15-20	semanal	Sociedad
Bancos	2-8	semanal	Sociedad
Burque al Cubo	5-10	semanal	Sociedad
Cansado vs Ignatius	25-30	eventual	Humor
Carreteras secundarias	5-30	eventual	Sociedad
Ciencia	20-30	semanal	Ciencia
Club de lectura	25-30	cada 15 días	Literatura
Cómicos	20-45	semanal	Humor
Corresponsales de ida y vuelta	30-50	semanal	Sociedad
Desayunando con	15-20	semanal	Sociedad
Diálogos	40-50	eventual	Sociedad
Diccionario de conceptos políticos	10-15	semanal	Política
El Cuento de Millán	3-5	eventual	Ocio, cultura
El Otro Bambio	20-25	semanal	Sociedad
El antropólogo inocente	20-30	cada 15 días	Sociedad
El pisito	30-40	mensual	Sociedad
Grandes Reportajes	50-60	eventual	Sociedad
Guardianes de la moral	10-15	eventual	Sociedad, política
James Rhodes	20-25	cada 15 días	Sociedad
La entrevista	25-30	semanal	Entrevista
La justicia del Ideal	20-30	eventual	Sociedad, política
La paja	15-20	eventual	Sociedad
La píldora de Martí	1-5	semanal	Opinión
Las preguntas de Burque	15-50	eventual	Sociedad
Las edades de Millán	50-55	semanal	Sociedad
Las preguntas de Broncano	15-20	semanal	Sociedad, humor
Las promo Sketches	1	eventual	Humor
Milénteme Cine	20-30	mensual	Cine
Píldoras	3-10	diario	Sociedad
Prerensa libérica	20-30	semanal	Sociedad
Tertulia de humoristas gráficos	40-50	cada 15 días	Sociedad
Universo Andújar	3-5	semanal	Sociedad
Vidas enterradas	10-60	eventual	Sociedad
Villas de perfil	5-10	eventual	Sociedad
Visión semanal Informativa	25-30	semanal	Sociedad

Tabla 47. Fragmentos de "A Vivir". Elaboración propia.

CARRUSEL DEPORTIVO			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Tramo de 15:00 a 16:00	60	diario	Deportes
Tramo de 16:00 a 17:00	60	diario	Deportes
Tramo de 17:00 a 18:00	60	diario	Deportes
Tramo de 18:00 a 19:00	60	diario	Deportes
Tramo de 19:00 a 20:00	60	diario	Deportes
Tramo de 20:00 a 21:00	60	diario	Deportes
Tramo de 21:00 a 22:00	60	diario	Deportes
Tramo de 22:00 a 23:00	60	diario	Deportes
Tramo de 23:00 a 23:59	60	diario	Deportes
Tramo de 00:00 a 01:00	59	diario	Deportes
Tramo de 01:00 a 01:30	30	diario	Deportes
Carrusel Confidential	5-15	semanal	Deportes
El Gallinero	55-60	eventual	Deportes
Especialistas Secundarios	2-5	semanal	Deportes
Los goles	1-2	diario	Deportes
Sabio Sauró	1-2	eventual	Deportes
Sonido Morse	5-10	eventual	Deportes
Tócalo otra vez	10-20	eventual	Deportes

Tabla 48. Fragmentos de "Carrusel Deportivo". Elaboración propia.

SER CONSUMIDOR			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Comer bien	5-15	eventual	Alimentación
Cuidamos tu bolsillo	5-15	mensual	Sociedad
La denuncia	5-10	eventual	Sociedad
La otra cesta de la compra	5-20	eventual	Sociedad, economía
Las cuentas claras	5-15	eventual	Sociedad
Nos gusta la idea	2-10	eventual	Sociedad
Nuestros asesores te responden	8	eventual	Sociedad
Sin mala uva	5-10	eventual	Entrevista
Sostenibles	5-20	eventual	Sociedad
Trileros 3.0	5-20	eventual	Sociedad
Tus derechos	5-15	eventual	Sociedad

Tabla 49. Fragmentos de "SER Consumidor". Elaboración propia.

SER HISTORIA			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Biografías	3-5	mensual	Historia
Cronovisor	20-30	semanal	Historia
Discos con historia	5-10	mensual	Música
Dramatizaciones	5-10	eventual	Historia
El código románico	8-10	eventual	Ocio, cultura
Entrevistas	5-20	semanal	Entrevistas
Guardianes del pasado	3-5	eventual	Historia
Historia y cine	5-10	semanal	Historia, cine
Historia y deporte	10-15	eventual	Historia, deporte
Los libros de Candelá	5-10	mensual	Literatura
Personajes de leyenda	3-5	eventual	Historia
SER Histeria	5-10	mensual	Historia

Tabla 50. Fragmentos de "SER Historia". Elaboración propia.

EL CINE EN LA SER			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Estrenos de cine	15-30	semanal	Cine
Estrenos de series	25-30	semanal	Cine
Reportajes	3-10	eventual	Reportaje
Sucedió una noche	25-30	semanal	Cine

Tabla 51. Fragmentos de "El Cine en la SER". Elaboración propia.

ACENTO ROBINSON			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
Entrevistas	10-30	eventual	Entrevista
Quién fue	3-5	eventual	Deportes

Tabla 52. Fragmentos de "Acento Robinson". Elaboración propia.

BEOK			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El gym y el flam	8-10	eventual	Deporte
El imprescindible	2-3	diario	Gastronomía
El tema	10-15	diario	Salud, gastronomía
Hablan los oyentes	5-6	eventual	Gastronomía
La bien pensada	5-10	mensual	Sociedad
La ciencia del buen comer	8-10	eventual	Gastronomía
La vida de otros	8-10	eventual	Gastronomía
Qué se cuece	5-10	eventual	Gastronomía
Test de Be Ok a...	2-3	eventual	Gastronomía

Tabla 53. Fragmentos de "BEOK". Elaboración propia.

SUCEDIÓ UNA NOCHE			
NOMBRE	DURACIÓN (minutos)	PERIODICIDAD	TEMÁTICA
El cine de su vida	5-10	semanal	Cine
Enciclopedia curiosa del cine	5-10	semanal	Cine
Lo que el cine nos dejó	8-10	semanal	Cine
Sucedió en el cine español	5-10	eventual	Cine

Tabla 54. Fragmentos de "Sucedió una Noche". Elaboración propia.