

9

CIBERMEDIOS Y WEB 2.0

GUILLERMO LÓPEZ GARCÍA
Universitat de València

JOSÉ LUIS GONZÁLEZ
Universidad Miguel Hernández

MAR IGLESIAS
Universidad de Alicante

DOLORS PALAU
Universitat de València

HUGO DOMÉNECH
Universitat Jaume I

TOMÁS BAVIERA
Universitat de València

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los medios de comunicación valencianos en Internet ha discurrido históricamente por cauces similares a los que pueden apreciarse en otras comunidades de nuestro entorno, matizadas por la incidencia del bilingüismo (de hecho, la revista *El Temps*, publicada íntegramente en valenciano, será el primer medio de comunicación publicado en España que cuente con versión digital, ya a principios de 1994) y por la relativamente escasa importancia que los principales medios de comunicación valencianos han otorgado a Internet hasta fechas muy recientes.

La investigación académica ha ido en consonancia con este desarrollo tardío (a modo de ejemplo, el diario *Levante-EMV* comienza a publicarse en Internet en 1997; *Las Provincias* en 2000, *Información* en 2001 y *Mediterráneo* en 2002), centrándose habitualmente en análisis sectoriales o estudios de caso¹. El primer trabajo que aborda un estudio de conjunto de los ciber-

¹ Podríamos citar, entre otros, a García de Torres y Pou, 2000; Iglesias García, 2000, 2002 y 2008; López García, 2006; Llorca, 2008; Martínez, 2008; Palau, 2008; y González, 2009; además de los encuadrados en el *IV Congreso de Comunicación Local*,

medios valencianos es el de López García (2008a), basado en un corpus de 232 cibermedios.

En aquel momento² podía observarse sin dificultad una clara preponderancia (en términos de audiencia y de cantidad y calidad de los contenidos ofertados) de los principales medios convencionales, especialmente los que derivaban del soporte impreso (como los diarios *Las Provincias*, *Levante-EMV* o *Información*), así como de la radio y la televisión públicas. Aunque también se detectaba la pujanza de una serie de medios locales, muchos de ellos presentes exclusivamente en Internet, que contrastaba con la presencia, de carácter mucho más testimonial, de la mayoría de las emisoras de radio y cadenas de televisión.

Este capítulo permitirá, en primer lugar, que hagamos una actualización de los resultados de este análisis y del propio corpus de cibermedios. A continuación, ahondaremos en la naturaleza y características de los principales medios autonómicos y locales en Internet, incluyendo el estudio específico de un caso ilustrativo, la ciudad de Elche. Por último, revisaremos también un territorio hasta ahora prácticamente inexplorado en lo que concierne a la Comunidad Valenciana: la existencia de una blogosfera de dimensión local que también conforma el espacio comunicativo valenciano en Internet.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES

El análisis cuyos resultados desglosaremos a continuación se basa en la explotación de un corpus de 290 cibermedios cuyo ámbito de operaciones radica, total o sustancialmente, en la Comunidad Valenciana³. Para la configuración del corpus partimos del listado previamente acotado en una investigación anterior (López García, 2008a), actualizado y completado con un importante número de cibermedios de reciente aparición en Internet. A tal efecto, se realizaron exhaustivas búsquedas en directorios temáticos de

celebrado en la Universitat Jaume I de Castellón y centrado en la comunicación local por Internet.

² Aunque se publicó con fecha de 2008, la recopilación de cibermedios y el análisis del corpus se llevaron a cabo en 2007.

³ Puede accederse al corpus —actualizado periódicamente— en la siguiente dirección: www.cibermediosvalencianos.es/corpus

cibermedios escritos, radios y televisiones⁴, así como en sucesivas consultas en el buscador Google (donde se emplearon palabras clave específicas).

A continuación, se aplicaron una serie de variables al corpus, con el objeto de mostrar las tendencias de fondo del sistema comunicativo valenciano en este ámbito, poderosamente dependiente de los medios convencionales (de hecho, como veremos a continuación, la mayoría de los cibermedios valencianos derivan de medios impresos o audiovisuales), pero al mismo tiempo enormemente dinámico y con rápidas mutaciones en períodos relativamente cortos de tiempo. En concreto, se estudió el sistema de medios digitales valencianos con arreglo a los siguientes parámetros:

a) **Tipo de medio:** de los 290 cibermedios analizados, 125 son publicaciones escritas, 127 emisoras de radio y las 38 restantes cadenas de televisión. Evidentemente, no se trata de compartimentos estanco, sino que (en particular, en aquellos cibermedios que presentan un mayor desarrollo de sus contenidos) es muy habitual encontrar la combinación del texto escrito con contenidos audiovisuales. Sin embargo, en todos los casos hemos podido observar una preponderancia clara de alguno de estos tres sistemas expresivos.

b) **Origen:** Una mayoría de los cibermedios valencianos, 208 (el 71,72%), provienen de medios impresos o audiovisuales. En la mayor parte de los casos, se trata de emisoras de radio o cadenas de televisión de ámbito local que se han visto paulatinamente incentivadas para tener también presencia en Internet. El caso contrario, es decir, cibermedios exclusivamente desarrollados en Internet (82, el 28,28% del total), constituye un rasgo aún minoritario, pero en franco ascenso, fundamentalmente concentrado en los medios escritos.

	Medios escritos	Radios	Televisiones
Derivados de un medio convencional	55	124	29
Exclusivamente digitales	70	3	9

Tabla 1: Cibermedios derivados de un medio convencional o exclusivamente digitales

⁴ Cabría citar, en particular, la *Guía de la Comunicación*, disponible en la web de Presidencia de la Generalitat Valenciana (<http://www.portaveu.gva.es/guia.htm>); la *Guía de la Radio* (<http://www.guiadelaradio.com/>), actualizada por Luis Segarra desde 1997; TDT1 (<http://www.tdt1.com/>); etc.

El mayor dinamismo de los medios escritos obedece, sin duda, a las dificultades, de carácter económico y logístico, que todavía implica desarrollar contenidos sonoros y audiovisuales en la Red, y que en parte explican la relativa facilidad con la que los medios de comunicación impresos comenzaron a distribuirse también en Internet ya en la década de los noventa.

c) **Medios públicos / privados:** el sector público cuenta con un total de 38 cibermedios, la mayoría de ellos correspondientes a radios o televisiones municipales. La mayor parte de los medios de comunicación valencianos en Internet (238) pertenecen a empresas privadas, muchas de las cuales, a su vez, se hallan ligadas con grupos de comunicación de ámbito nacional, como es el caso, por ejemplo, del elevado número de emisoras de radio asociadas con la Ser y la COPE, o de las ediciones locales de diarios de tirada nacional como *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *20 Minutos*. Por último, encontramos 13 cibermedios de carácter comunitario (sin ánimo de lucro y derivados de iniciativas ciudadanas, asociaciones culturales, etc.).

d) **Ámbito de actuación:** casi todos los cibermedios valencianos (250) operan en el ámbito local. De ellos, una clara mayoría se concentra en las provincias de Alicante (114) y Valencia (98), las más pobladas de la región, frente a los 38 de la provincia de Castellón. Otros 24 cibermedios se dirigen al conjunto del público valenciano, y los 16 restantes se corresponden con las ediciones locales de cibermedios de ámbito nacional (como *El País*, *El Mundo*, etc.) o presentes en otras comunidades autónomas, particularmente aquellos dirigidos al conjunto del ámbito lingüístico valenciano-catalán (como ocurre con *El Temps* o *Vilaweb*).

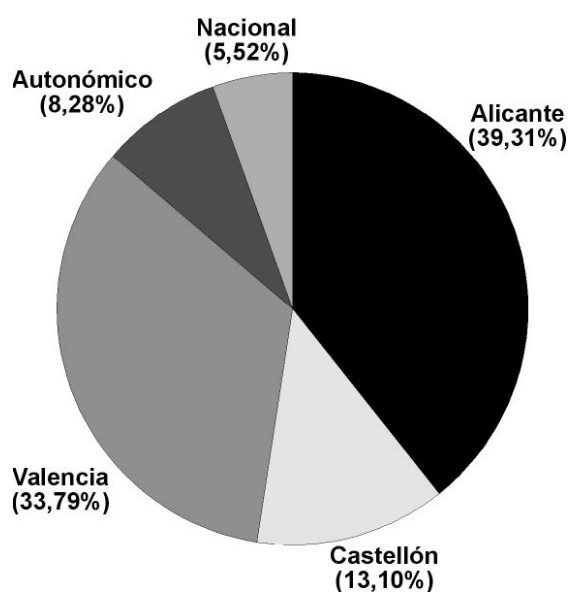


Gráfico 1. Distribución territorial, en %

e) **Idioma:** No puede decirse que el bilingüismo que caracteriza al territorio valenciano encuentre una presencia ajustada a la realidad social en sus medios de comunicación, al menos a juzgar por los datos referidos a los cibermedios. Casi dos tercios del total (191, el 65,86%) emplean exclusivamente el castellano, mientras tan sólo 40 (el 13,79%) hacen lo propio con el valenciano, y 42 (el 14,48%) combinan ambos idiomas. Por último, se detecta la presencia de varias publicaciones dirigidas a las distintas comunidades de turistas extranjeros, 12 de ellas en inglés, 3 en alemán y 2 en otros idiomas (sueco y holandés), la mayoría de ellas (el 88,23%) radicadas en la provincia de Alicante.

Si comparamos estos datos con los que mostrábamos anteriormente respecto de la naturaleza pública o privada de los cibermedios aparece un dato esclarecedor: de los 40 cibermedios que desarrollan sus contenidos en valenciano, encontramos la misma cantidad (18) de medios públicos y privados, y otros cuatro de carácter comunitario. Esto significa que un 46,15% de los medios públicos emplea el valenciano (y otro 30,76% adicional utiliza valenciano y castellano indistintamente), mientras que sólo el 7,56% de los medios privados tiene como lengua vehicular el valenciano (y un 9,66% adicional que emplea ambos idiomas).

Por tanto, el sector público presenta un grado de interés y de preocupación por los contenidos en valenciano —en cumplimiento del carácter de difusión cultural y de defensa de la lengua valenciana que se les presupone a los medios públicos— que brilla por su ausencia en los medios privados, incluso en cibermedios radicados en localidades y comarcas mayoritariamente valencianohablantes. Una disonancia en la que la falta de atención de los medios privados (en manos, en muchas ocasiones, de grupos de ámbito nacional que se limitan a redistribuir contenidos del medio “fuente” o a complementarlos con algunos contenidos locales, o, sencillamente, a reproducir teletipos de agencia) por la lengua valenciana no obedece sólo a consideraciones lógicas (es decir, a la mayor penetración o conocimiento del castellano por parte de la población), sino también a la falta de medios o de interés por parte de este sector.

f) **Contenidos:** Por último, el análisis permitió diferenciar entre cibermedios de contenidos generalistas y especializados, con un claro predominio de los primeros (227 frente a sólo 63 cibermedios especializados). De éstos, la mayoría (42) se corresponden con radiofórmulas musicales que también cuentan con presencia en Internet, mientras que la aparición de otros tipos de especialización (cultural, deportiva, etc.) es significativamente menor.

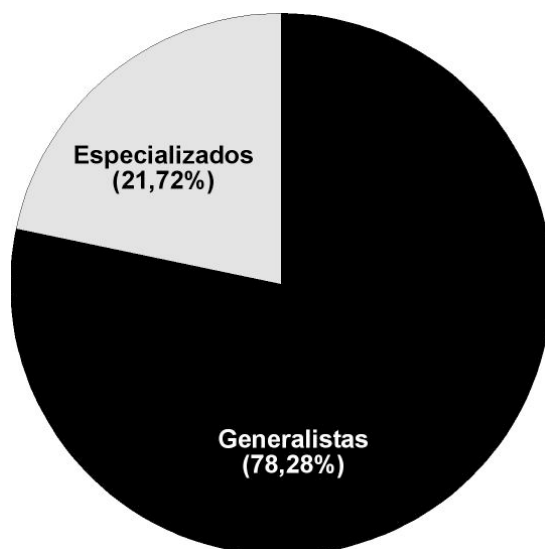


Gráfico 2. Tipo de contenidos, en %

3. PRINCIPALES CIBERMEDIOS

3.1. *Cibermedios de ámbito autonómico*

Dentro de este apartado cabría distinguir entre dos subtipos principales: Cibermedios que son secciones o derivación de medios de comunicación de ámbito nacional, por un lado; y cibermedios propiamente radicados y que desarrollan su principal actividad en la Comunidad Valenciana, por otro.

3.1.1. **Cibermedios nacionales con penetración en la Comunidad Valenciana**

El panorama de cibermedios nacionales que decidieron crear secciones propias para la Comunidad Valenciana se ha mantenido durante los últimos años, con algunas fluctuaciones. En la actualidad se puede hablar de tres tipos de cibermedios de ámbito nacional que tienen espacios específicos en territorio valenciano: medios tradicionales de información generalista, medios nativos de la Red y medios étnicos. En el primer caso, medios tradicionales, tanto *El País*⁵, *El Mundo*, como posteriormente *ABC*⁶ y *La Razón*⁷, han

⁵ <http://www.elpais.com/diario/cvalenciana/>

⁶ <http://www.abc.es/comunidad-valenciana/valencia-alicante-castellon.asp>

⁷ <http://www.larazon.es/secciones/ediciones-regionales/com-valenciana>

trasladado a sus ediciones digitales los espacios específicos que tienen en papel para la Comunidad Valenciana. Por el momento, *Público* no ha seguido esta dinámica, pese a los resultados satisfactorios que viene obteniendo en plazas como Alicante o Valencia. En el caso de *El Mundo*, el diario personaliza un poco más la oferta con ediciones para las tres capitales, subiendo el pdf de la portada del cuadernillo provincial correspondiente⁸.

El segundo tipo de cibermedio nacional con implantación en la Comunidad Valenciana es el nativo de la Red. En este apartado, se deben citar *La Información.com*⁹, *Soitu*¹⁰ y *Vilaweb*¹¹. Al igual que los medios tradicionales, los dos primeros tienen sus redacciones centrales en Madrid. *La Información.com*, el proyecto que Mario Tascón inauguró en marzo de 2009, y *Soitu.es*, medio nativo que impulsó y dirigió, hasta su cierre en octubre de 2009, Gumersindo Lafuente, crearon una estructura de comunidades autónomas, no demasiado ambiciosa, con noticias de agencia, muchas veces mezcladas con noticias nacionales e internacionales. Aun siendo medios nuevos y creados específicamente para Internet, no mejoran la oferta para la Comunidad Valenciana que los medios tradicionales tienen en sus ediciones digitales.

Mención aparte, en esta tipología referida a medios nativos, merece *Vilaweb*, todo un clásico y referente del ciberperiodismo, con sede central en Barcelona y con el catalán como lengua vehicular. Desde sus orígenes, *Vilaweb* profundizó en territorio valenciano con ediciones en Alacant, Benicàssim, Castellò, Ontinyent, El Campello o Gandía. La profundidad y personalidad local que no tienen los medios nacionales con implantación en la Comunidad Valenciana, sí la tiene, en cambio, *Vilaweb*. Otro caso de cibermedio nativo con edición autonómica es *Diario Crítico de la Comunidad Valenciana*¹², que nació como *Panorama Actual*¹³ y que se unió a *Diario Crítico*¹⁴ a finales de 2008. También cabe citar aquí el cibermedio *El Punt del País Valencià*¹⁵, que, aun teniendo su origen en un semanario en papel,

⁸ <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2009/09/04/PortadaAlicante.pdf>

⁹ <http://noticias.lainformacion.com/valencia>

¹⁰ http://www.soitu.es/soitu/tags/portadilla/comunidad_valenciana

¹¹ <http://www.vilaweb.cat/www/elcampello>

¹² <http://www.diariocriticocv.com>. Según datos de su web, en enero de 2009 tuvo 458.183 usuarios únicos

¹³ *Panorama Actual* se creó en 1999 y fue uno de los primeros cibermedios sin referente en papel de la Comunitat Valenciana.

¹⁴ Cuenta con ediciones también en Andalucía, Castilla-La Mancha, Madrid y Cantabria.

¹⁵ <http://www.elpunt.cat/municipis.html>

recientemente ha dejado de imprimirse para ofrecerse exclusivamente en Internet, dentro del proyecto informativo en catalán de *El Punt*¹⁶.

Finalmente, el tercer tipo de medio nacional que ha intentado hacerse un hueco en Valencia es el de los medios étnicos. El hecho de que la Comunidad Valenciana sea la tercera en número de inmigrantes ha propiciado que los medios étnicos más importantes del país hayan buscado este mercado como modo de expansión. En este sentido, cabe destacar el caso de *Latino*, la publicación que Novapress edita en Barcelona y Madrid y que en Internet tiene un sitio propio para la Comunidad Valenciana¹⁷. Otro medio étnico importante con edición, tanto en papel como en Internet, para el territorio valenciano es *Sí se puede*¹⁸, publicación que, al contrario que *Latino*, oferta contenidos a otros colectivos inmigrantes importantes en España, además de los latinos, como los rumanos y los magrebíes.

3.1.2. Cibermedios autonómicos

La mayoría de los cibermedios de la Comunidad Valenciana son de ámbito local o provincial, pero también los hay que tienen vocación de cubrir todo el territorio valenciano. Es el caso de los medios públicos valencianos. Por un lado, *Ràdio 9*¹⁹ y *Sí Ràdio*²⁰, disponen de páginas web independientes, en las que pueden escucharse las emisiones en directo²¹. Por otro lado, *RTVV*²² incluye en un mismo portal las televisiones *Canal 9*, *Punt2* y *24/9* y ofrece algunos de sus programas a la carta. El canal internacional *TVVI* cuenta con una web propia, en la que se puede seguir su emisión en directo, así como la del canal *24/9*. Estos cibermedios incluyen los mismos contenidos que emiten sus medios de origen, sin añadir ninguna opción de participación o de interactividad.

¹⁶ El acceso a la información se estructura por municipios. Al acceder por primera vez, cada usuario se encuentra una pantalla donde se le pide que escriba el nombre de la localidad que quiere tener como página de inicio y la información se presenta en cuatro bloques: las noticias del municipio, las del País Valenciano, las del resto del dominio lingüístico catalán y las del mundo.

¹⁷ <http://www.latinolevante.com/index.php>

¹⁸ <http://www.sisepuede.es/C.-Valenciana>

¹⁹ <http://www.radionou.com>

²⁰ <http://www.siradio.com>

²¹ La web de *Ràdio 9* permite escuchar también en directo los programas locales de Alicante, Castellón y Valencia.

²² <http://www.rtvv.es>

Desde la iniciativa privada cabe destacar cibermedios nativos como *Pàgina 26*²³, íntegramente en valenciano y que nació en 2007. Se autodenomina “diari electrònic valencià” y ofrece la posibilidad de comentar cada una de las noticias. Aunque no utiliza el hipertexto para “enriquecer” la información, sí que incluye contenido audiovisual en el apartado *Pàgina26TV*²⁴, con entrevistas y reportajes de producción propia. Por otro lado, con el lema “El periódico digital de la Comunidad Valenciana”, desde Burriana se edita, en castellano, *ElPeriodic.com*²⁵. Con contenidos que provienen principalmente de agencias de noticias, este ciberdiario incluye ediciones provinciales y locales.

Otros casos de cibermedios nativos son *AnnaNotícies*²⁶ y *PluraliaTV*. Ninguno de los dos incluye publicidad. El primero, en valenciano, se elabora con aportaciones de los lectores, que habitualmente son organizaciones sociales, políticas y sindicales de izquierdas, con un archivo de noticias desde 2002. El segundo, *PluraliaTV*, es un canal de televisión con información “alternativa” sobre temas sociales. También destacan algunos cibermedios sectoriales, como *Nostresport*²⁷, con información deportiva en castellano, o *Veintepiés*²⁸, que muestra información sobre logística y transporte internacional y comercio exterior.

Otros cibermedios de ámbito autonómico son *Levante-emv*²⁹ y *Las Provincias*³⁰, que tienen su origen en medios tradicionales. Los contenidos que ofrecen reproducen casi exclusivamente su versión impresa, junto con noticias de agencias y algunos servicios de valor añadido, que son comunes al grupo mediático al que pertenecen³¹ y con un diseño común (López García, 2008a: 78). Los dos cuentan con un canal de televisión —que se corresponde con las concesiones de Televisión Digital Terrestre, *LevanteTV*³² y *Las ProvinciasTV*³³— que aportan contenidos audiovisuales a sus páginas web.

²³ <http://www.pagina26.com>

²⁴ <http://www.pagina26.com/pagina26tv.html>

²⁵ <http://www.elperiodic.com>

²⁶ <http://www.annanoticies.com>

²⁷ <http://www.nostresport.com>

²⁸ <http://www.veintepies.com>

²⁹ <http://www.levante-emv.com>

³⁰ <http://www.lasprovincias.es>

³¹ *Levante-emv* al grupo Prensa Ibérica y *Las Provincias* a Vocento

³² <http://www.levantetv.es>

³³ <http://www.lasprovinciastv.es>

3.2. Valencia

Las comarcas de Valencia concentran más de un tercio de los cibermedios de la Comunidad (98). Cerca de la mitad de ellos tienen un carácter radiofónico, frente a un tercio que procede de medios impresos o sustenta su peso en la información escrita. Las televisiones en la red, en cambio, apenas suman una docena.

Los cibermedios de Valencia responden a diferentes modelos, tanto en contenidos como en profesionalización o convergencia digital. Junto a los especializados en cultura, economía, religión, sociedad, educación o servicios comerciales, destacan los de información general, de ámbito local o comarcal. Pese a la inmediatez que caracteriza al entorno digital, buena parte de estas publicaciones apenas ofrecen una renovación diaria de contenidos, cuando no sirven de mera plataforma de servicios (guía de locales y establecimientos), especialmente en magazines y semanarios (*Hello Valencia*, *Ribera Magazine*).

En otras ocasiones se trata de un soporte para colgar la edición impresa en formato pdf, desaprovechando las posibilidades del nuevo medio. Esta opción se manifiesta en algunas publicaciones comarcales que se limitan a acompañar la edición en papel de algunas noticias tomadas de agencia o notas de prensa, con una actualización irrelevante. Otro de los modelos opta por la publicación de fotografías, generalmente de actividades lúdicas (culleradigital.com, torrentaunclie.es)

Sin embargo, dentro del núcleo de cibermedios en los que predomina el texto, destacan algunas apuestas más profesionales, en las que, junto a la actualización diaria con ciertos contenidos propios, se observa también un mayor desarrollo de los elementos audiovisuales. Merecen especial atención *Horta Noticias*³⁴ o *Crónica local*³⁵. En términos generales, estos cibermedios tienen aún un largo camino por recorrer, no sólo para explotar las posibilidades hipertextuales y multimedia, sino también las interactivas, una circunstancia llamativa en medios que tienen en la proximidad su razón de ser y que, en buena medida, les aleja de las apuestas de la llamada web 2.0.

Un análisis de la procedencia de las informaciones muestra que la mayor parte de ellas tiene su origen en las agencias de noticias o en comunicados de instituciones. Llama la atención la escasa transparencia de los medios, que en ocasiones remiten a la fórmula "redacción" para no revelar

³⁴ <http://www.hortanoticias.com/>

³⁵ <http://www.cronicalocal.info/>

la procedencia. A excepción de los medios indicados, el resto de contenidos propios adolece de una redacción profesional y abundan, en cambio, giros y expresiones poco adecuadas o una clara confusión que trufa de opinión buena parte de las noticias. También brillan por su ausencia los géneros interpretativos, precisamente aquellos que requieren mayor elaboración e investigación.

Como fenómeno interesante destacan las publicaciones digitales de dos barrios emblemáticos en la ciudad de Valencia: el Carmen (Barriodelcarmen.net) y la Malvarrosa/Cabanyal (radiomalvarrosa.wordpress.com). De carácter comunitario y participativo, estos medios están volcados en las reivindicaciones vecinales, así como en la difusión de actos culturales y/o sociales, a modo de agenda. En este sentido, siguen la línea de una emisora emblemática en el panorama de las ondas libres, Radio Klara³⁶, que en su versión digital ofrece, además del acceso a la programación en directo, artículos de opinión, una dinámica que no suele estar presente en las radios digitales.

La mayor parte del cerca de medio centenar de cibermedios radiofónicos están especializados en distintos géneros musicales, desde ritmos latinos a música electrónica o radiofórmulas. La información constituye apenas un elemento complementario, ya que la mayoría de páginas web simplemente se limita a ofrecer la programación y, en ocasiones, una presentación del equipo de profesionales y un enlace para escuchar el medio. Las noticias de actualidad son excepcionales, incluso en buena parte de las emisoras municipales, donde la proximidad constituye un factor de interés. El diseño y la legibilidad están aún entre los factores a mejorar en la mayoría de cibermedios.

En el caso de los medios audiovisuales, se repite un esquema similar, aunque con un mayor refuerzo de vídeos, de modo que algunas emisoras ofrecen los informativos completos (Telehorta³⁷, Sueca TV³⁸) o ciertas piezas destacadas (Info TV³⁹ o Comarcal TV⁴⁰), aunque la actualización no es diaria. Cuatro de ellas permiten, además, el acceso a la programación a través de

³⁶ <http://www.radioklara.org/>

³⁷ <http://www.telehorta.es/>

³⁸ <http://www.suecatv.com/>

³⁹ <http://www.infotelevisio.com/>

⁴⁰ <http://www.comarcal.tv/>

internet (Gandia TV⁴¹, Ribera TV⁴², Levante TV⁴³ y UPV RTV⁴⁴), una circunstancia que no está presente en TMV Valencia⁴⁵ o Canal 8 Televalencia⁴⁶, ya que apenas se limitan a incluir en su web información de los programas y presentadores. Pese a tratarse de medios de proximidad llama la atención que sólo Levante TV incorpore un foro de debate —con participación escasa— y que ninguno de ellos se abra a la colaboración de la audiencia con el envío de material audiovisual.

3.3. Castellón

La provincia de Castellón cuenta con aproximadamente unos cuarenta medios digitales, con características ciertamente heterogéneas en cuanto a su contenido, origen, gestión y ámbito de actuación. Entre los diarios locales que se encuentran presentes en exclusiva en Internet y que se dirigen al conjunto del público de la provincia de Castellón destaca *Ya Castelló*⁴⁷. Este diario digital es un medio con vocación de proximidad que estructura su página principal en tres secciones fundamentales: “Castellón”, “Provincia” y “CD. Castellón”. Por su parte, la página del cibermedio *Diario Castellón*⁴⁸, que apareció en abril de 2006, tiene un espíritu eminentemente local, pese a que sus secciones y contenidos advierten un enfoque, en ocasiones, nacional.

En cuanto a otros proyectos, caracterizados por existir exclusivamente en la red, pero con un ámbito de influencia comarcal, destaca *3x4 Info*⁴⁹. En este sitio para los territorios del norte de Castellón —Maestrat, Els Ports y La Tinença— encontramos los contenidos en valenciano. Se privilegian secciones como gastronomía, cultura o deporte. Otro cibermedio con características similares —también en valenciano y con contenidos determinados geográficamente— y con diez años de trayectoria es *Vinaròs News*⁵⁰. Esta página destaca las noticias del día y ofrece también reportajes sobre Vina-

⁴¹ <http://www.gandiatv.com/>

⁴² <http://www.riberatelevisio.com/>

⁴³ <http://www.levantetv.es/>

⁴⁴ <http://www.upv.es/entidades/RTV/>

⁴⁵ <http://www.tmva.es/>

⁴⁶ <http://www.c8televalencia.tv/>

⁴⁷ <http://www.yacastellon.com>

⁴⁸ <http://www.diariocastellon.com>

⁴⁹ <http://3x4.info>

⁵⁰ <http://news.vinaros.net/v10>

roz, Benicarló, Peñíscola y otros pueblos de la misma comarca castellonense. Otro diario digital para las comarcas del norte de Castellón, especializado en el ámbito deportivo, es *Zonaesport*⁵¹.

Por último, en lo que se refiere a las comarcas del sur de Castellón, podemos destacar *Quince Días Digital*⁵², *La Plana al día*⁵³ y las cabeceras de los diferentes medios impresos y televisiones locales. Quizás el ejemplo más notorio en este sentido es la web que ha puesto en marcha recientemente el *Periódico Mediterráneo*⁵⁴, que personaliza las informaciones con secciones específicas para los distintos territorios de la provincia de Castellón.

3.4. Alicante

Las comarcas alicantinas concentran 114 cibermedios. La mayoría son diarios, radios y televisiones locales 'tradicionales' que trasladan sus contenidos a la red, con mayor o menor fortuna, pero también han surgido varios cibermedios nativos. En principio, Alicante no se ha caracterizado por la innovación en sus cibermedios. En cuanto a los que tienen su origen en la prensa, tanto *DiarioInformacion.com*⁵⁵ como *LaVerdad.es*⁵⁶ siguen mostrando sus contenidos de papel en Internet. Es cierto que cada vez ofrecen más opciones de participación a sus lectores (chats con personajes conocidos, envío de fotos, concursos, etc.), pero la información del día a día sigue siendo la misma que se vende en los quioscos⁵⁷.

El ejemplo más claro lo tenemos en la versión digital de *Ciudad de Alcoy*⁵⁸, que se limita a 'colgar' en Internet el PDF⁵⁹. Otros ejemplos los encontramos en los 'pequeños' grupos de comunicación que existen en las comarcas alicantinas. Es el caso del grupo Costa Comunicaciones, que publica cinco periódicos gratuitos en la comarca de L'Alacantí⁶⁰ y que traslada

⁵¹ <http://www.zonaesport.com>

⁵² <http://www.quincediasdigital.com/index.aspx>

⁵³ <http://www.laplanaaldia.com/>

⁵⁴ <http://www.redmediterraneo.com/>

⁵⁵ <http://www.diarioinformacion.com>

⁵⁶ <http://www.laverdad.es/alicante>

⁵⁷ A veces, en las portadas de sus webs se actualizan a lo largo del día algunas noticias, que provienen habitualmente de agencias.

⁵⁸ <http://www.ciudaddealcoy.com>

⁵⁹ Curiosamente utiliza los SMS para cobrar por el uso de su hemeroteca.

⁶⁰ *El Raspeig* de San Vicente, *Rambla* de Mutxamel, *La Illeta* de El Campello, *El Canelobre* de Bussot y *Rambla* de Sant Joan.

sus contenidos del papel conjuntamente en su web⁶¹. Un caso semejante es el controvertido Grupo Noticias⁶², con sede central en Benidorm, y con implantación en las comarcas de la Marina Baixa, L'Alacantí y el Baix Vinalopó. Este grupo, que edita semanales gratuitos en 17 poblaciones alicantinas⁶³, recoge sus contenidos también en una única web⁶⁴. Además de reproducir en HTML y PDF las noticias de los gratuitos, incluye contenidos del canal TDT *Noticias Te Ves*, adjudicado al grupo por la Generalitat. Siguen el mismo esquema las versiones digitales de *Canfali Marina Baixa*⁶⁵ y *Canfali Marina Alta*⁶⁶, así como *El Record del Vinalopó*⁶⁷, un semanal deportivo, con sede en Elda, que en su web traduce al inglés algunas de las noticias.

Por otro lado, en las webs de las radios alicantinas el panorama es muy parecido, ya que en muchos casos se limitan a mostrar su programación y —no siempre— la emisión en directo. Entre las grandes cadenas con emisora local destaca *COPE Alicante*⁶⁸, que incluye en su web imágenes, encuestas, noticias, así como hemeroteca. Y también podemos citar, por su originalidad, *Radio Millenium*⁶⁹, que utiliza una plataforma gratuita de redes sociales para elaborar su web, y que incluye chat, blogs e información propia. Otro caso original es *Radio Cocentina*⁷⁰, que además de la emisión en directo, en valenciano, publica diariamente en un blog⁷¹ los textos de las noticias.

Respecto a las webs de las televisiones, han mejorado en cuanto a tecnología y en muchos casos incluyen la emisión en directo, o como mínimo algunos programas, pero la mayoría son plataformas para mostrar sus contenidos audiovisuales, sin aprovechar las posibilidades de interactividad o hi-

⁶¹ <http://www.costacomunicaciones.es>

⁶² Su editor, Leopoldo Bernabéu, fue condenado en 2008 por injurias a un ex-edil del Partido Popular de Benidorm y el grupo ha sido acusado en reiteradas ocasiones de favorecer a los ayuntamientos que contratan publicidad en sus medios.

⁶³ Alfaç del Pi, Alicante, Altea, Benidorm, Benissa, Callosa d'Ensarrià, Calpe, Campello, Elche, Finestrat, La Nucía, La Vila Joiosa, Mutxamel, Polop, San Vicente del Raspeig, Sant Joan y Santa Pola.

⁶⁴ <http://www.prensaynoticias.com>

⁶⁵ <http://www.canfalimarinaibaixa.es>

⁶⁶ <http://www.canfalimarinaalta.es>

⁶⁷ <http://www.elrecord.net>

⁶⁸ <http://www.cope.es/alicante>

⁶⁹ <http://radiomilleniumdealicante.ning.com>

⁷⁰ <http://va.cocentina.es/ver/649/Radio-Cocentina.html>

⁷¹ <http://radiococentina.wordpress.com>

pertextualidad que ofrece Internet. Es el caso de *Información TV*⁷² del grupo Prensa Ibérica, *MariolaTV*⁷³ en Alcoy, *Canal VegaTV*⁷⁴ o *Telecrevillent*⁷⁵.

Sobre los cibermedios nativos, hay que destacar que Alicante ha sido pionera en este aspecto, ya que en 1997 se creó *VilaWeb Alacant*⁷⁶, la primera edición local de *VilaWeb* en la Comunidad Valenciana, y que continúa activa, aunque con una actualización irregular de sus contenidos (Galiana, 1999). En el mismo caso se encuentra *VilaWeb El Campello*, que nació en 1999. Otros ejemplos son *Orihuela Digital*⁷⁷ y *Bajo Segura Noticias*, que se limitan a publicar noticias de agencia y comunicados de prensa, desde 2003. Y en ese mismo año se creó *Alcoi digital*⁷⁸, un ciberdiario en valenciano que ha consolidado su presencia en el ecosistema informativo local (Llorca, 2008: 151).

Por último, no hay que olvidar los cibermedios que se publican en lenguas extranjeras, en especial en alemán y en inglés, dirigidos especialmente a los residentes europeos. Destacan las versiones digitales de los semanales *Costa Blanca News*⁷⁹, *Costa Blanca Nachrichten*⁸⁰ y *Costa Blanca Zeitung*⁸¹, así como *Le@ader*⁸².

3.5. Insuficiencias del ciberperiodismo local. El caso de Elche

Es notorio que, salvo contadas excepciones, todavía no ha habido una apuesta por el ciberperiodismo local, como oportunidad para acercarse con el ciudadano y entablar una sincera conversación con él, encontrándose todavía en una fase muy inicial en España. Un ejemplo es la ciudad de Elche, la tercera más importante, en cuanto a población, de toda la Comunidad Valenciana, con más de 240.000 habitantes.

⁷² <http://www.informaciontv.es>

⁷³ <http://www.mariolatvalcoy.com>

⁷⁴ <http://www.canalvegatv.com>

⁷⁵ <http://www.crevision.es>

⁷⁶ <http://www.vilaweb.cat/alacant>

⁷⁷ <http://www.orihueladigital.es>

⁷⁸ <http://www.alcoi digital.com>

⁷⁹ <http://www.costa-news.com>

⁸⁰ <http://www.costanachrichten.com>

⁸¹ <http://www.cbz.es>

⁸² <http://www.theleader.info>

Un reciente estudio de la evolución histórica de los cibermedios ilicitanos⁸³ muestra que Internet es un soporte cada vez más importante para el periodismo local y que su crecimiento es exponencial. Un solo apunte sirve para constatarlo: en el último bienio se han creado dos de los cinco medios que poseen redacción en Elche. Sin embargo, el análisis de sus distintas variables permite subrayar que aún no se ha encontrado un modelo empresarial que los convierta en negocios rentables y que todavía no son capaces de aprovechar las múltiples posibilidades que proporciona la tecnología de la red de redes.

La observación de su estructura empresarial revela que sólo a uno de los cibermedios se le puede considerar como un medio periodístico real, puesto que el resto se apoyan en empresas distintas, normalmente periódicas, y basan su funcionamiento en la convergencia multimedia, sin prestar atención a la interacción con el ciudadano. Algunos de ellos, incluso, han optado por no hacer uso efectivo de la publicidad, que hasta el momento es la única fuente de recurso viable en la red. Además, hay que señalar que la mayor parte de los contenidos se asemejan notablemente a los de los medios tradicionales, principalmente a la prensa, en cuanto a temática, estilo y diseño. Pero todavía es más llamativo que la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, bases del periodismo en Internet, son conceptos poco explorados y que, a juzgar por su evolución, todavía no se les otorga la importancia que merecen.

Por lo tanto, el examen de los cibermedios ilicitanos enseña un panorama con luces y sombras, en el que el tiempo, los movimientos del mercado y, sobre todo, el consumidor, determinarán su auge o su estancamiento; un consumidor-usuario al que todavía no se le coloca en el centro del proceso.

Además de páginas web de las secciones que medios tradicionales como *Información*⁸⁴ o *La Verdad*⁸⁵ tienen destinadas a Elche u otras generadas a partir de cadenas nacionales con emisoras en Elche: SER y COPE (*Radio Express*), durante los últimos tiempos se han hecho hueco en el mercado ilicitano medios nativos como *Elche Digital*⁸⁶ (antes *ésElx*) o *Todo Elche*⁸⁷.

⁸³ GICOV (Grupo de Investigación de la Comunicación en la Comunidad Valenciana). Capítulo sobre ciberperiodismo ilicitano realizado por Félix Arias. Elche, 2009

⁸⁴ <http://www.diarioinformacion.com/elche/>

⁸⁵ <http://www.laverdad.es/alicante/local/elche/>

⁸⁶ <http://www.elchedigital.es/index.html>

⁸⁷ <http://www.todoelche.com/>

Dentro de este mapa local ilicitano ya comentado destacan los cibermedios surgidos de las cadenas nacionales de radio. En el caso de *Radio Elche*⁸⁸, con entidad propia, aunque manteniendo la imagen corporativa de la SER; mientras que *Info Expres*⁸⁹ es la 'pata' digital de *Radio Expres* Cadena COPE y *Tele Elx*. En ambos casos se produce una convergencia redaccional bien resuelta, con unos contenidos más que aceptables.

4. LA BLOGOSFERA VALENCIANA

En el marco de la comunicación en Internet, cada vez tiene un peso mayor el intercambio de información mediante herramientas que están al alcance de cualquier usuario de la Red. Una de ellas es el blog. El objetivo de este epígrafe es evaluar la realidad de la blogosfera en la Comunidad Valenciana, y tratar de apuntar brevemente algunas características.

El blog —o weblog— es un tipo particular de página web que es fácilmente identificable. Podemos asumir como blog toda página web que se componga, al menos, de dos elementos básicos: una cabecera con un título que identifica el blog, y una serie de anotaciones o entradas que se encuentren dispuestas en orden cronológicamente inverso.

En nuestro estudio hemos tomado los siguientes criterios para clasificar un blog como blog valenciano: o bien el autor o autores especifican que pertenecen a la Comunidad Valenciana (ya sea por su origen, ya sea por su actual residencia), o bien ha habido una instancia externa que indica que el autor de dicho blog pertenece a la Comunidad Valenciana.

De acuerdo con estas premisas, hemos localizado un total de 605 blogs. Este elenco no pretende ser exhaustivo, en buena medida debido a la dificultad de abarcar totalmente el objeto de estudio. Hemos pretendido, no obstante, que sea suficientemente amplio como para enumerar unos rasgos significativos del estado de la blogosfera en la Comunidad Valenciana⁹⁰.

De cada blog hemos estudiado cuatro características: idioma en que está escrito, público al que se dirige, frecuencia de anotaciones y temas principales que trata el blog.

⁸⁸ <http://www.radioelche.com/index.php>

⁸⁹ <http://www.infoexpres.es/>

⁹⁰ En la web cibermediosvalencianos.es se encuentra el listado de estos blogs.

a) **Idioma:** La mayoría de los blogs que hemos localizado vinculados a la Comunidad Valenciana están escritos en castellano: 498 (82,3%). El número de blogs que emplea el valenciano como único idioma es menor, pero en absoluto desdeñable: 90 (14,8%). Resulta menos significativo el número de blogs escritos en ambos idiomas: sólo 10 (1,6%). Hemos podido identificar un porcentaje mínimo (1,1%) que incluye el inglés, bien sea como lengua única o compartida con el castellano.

Idioma	Total	%
Castellano	498	82,3%
Valenciano	90	14,8%
Valenciano y castellano	10	1,6%
Inglés y castellano	4	0,6%
Inglés	3	0,5%

Tabla 2: Idiomas en que están escritos los blogs valencianos. Fuente: elaboración propia

b) **Público al que se dirige:** Cuando un autor escribe un blog, el alcance de los temas que trata depende de a quién se dirija. Puede ser desde un interés restringido o particular de una familia hasta temas generales de actualidad comunitaria o nacional.

Así, sobresale el número de blogs valencianos que tratan temas de interés nacional, 410 (67,7%). Pero no deja de ser significativo el porcentaje de blogs que tratan temas con un alcance vinculado a la Comunidad Valenciana (17%) y a temas de interés de una localidad concreta (13,5%). Además, hemos localizado 2 blogs que tratan temas relacionados con una familia concreta.

Público	Total	%
Familiar	2	0,3%
Local	82	13,5%
Comunidad Valenciana	103	17%
Nacional	410	67,7%
Global	8	1,3%

Tabla 3: Público al que se dirigen los blogs valencianos. Fuente: elaboración propia

c) **Frecuencia de publicación:** Publicar un blog, a diferencia de lo que ocurre con un medio de comunicación tradicional, no está sujeto a una determinada periodicidad. Las anotaciones aparecerán según el criterio y la disponibilidad del autor. Para este apartado, hemos evaluado la frecuencia con que los blogs estudiados han publicado en el último año.

Conviene destacar que la mayoría de los blogs se actualizan con una frecuencia semanal, esto es, con un número de entradas entre 4 y 15 al mes de media. Esta estimación puede variar en función del momento del año en que se evalúe. En la situación de publicación semanal se encuentra el 35,7% de los blogs listados. El 20% de los blogs estudiados publica con una frecuencia diaria (más de 15 anotaciones mensuales). En conjunto, vemos que los blogs estudiados son bastante activos.

Frecuencia de publicación	Total	%
Diaria	124	20%
Semanal	216	35,7%
Mensual	91	15%
Esporádica	85	14%
Blog parado (desde hace algunos meses)	89	14,7%

Tabla 4: Frecuencia de publicación de las anotaciones en los blogs valencianos. Fuente: elaboración propia

Como se aprecia en la tabla, también hemos detectado un porcentaje del 14,7% de blogs que hemos considerado parados en su publicación. Así hemos clasificado a aquellos blogs que no tenían anotaciones desde hacía más de dos meses. Nos ha parecido de interés incluirlos en el estudio, pues lo publicado en un blog no se pierde, independientemente de si hay o no más actualizaciones. Este aspecto constituye una diferencia importante con respecto a los medios de comunicación tradicionales.

d) **Temas:** Por último, hemos visto de cada blog cuál era el tema principal del que trataba. Evaluar este aspecto resulta siempre cuestionable, pues el contenido de un blog responde sobre todo al interés de su autor. Quien publica un blog es quien fija la frecuencia de publicación y el contenido de la anotación. Pero en bastantes casos es posible identificar un tema central, que es compatible con que aparezcan anotaciones de temas diferentes. A pesar de esta consideración, el estudio confirma que un 19,5% de los blogs listados tratan de temas de carácter personal, esto es, el autor o autores

publican sus opiniones sobre cualquier ámbito. La siguiente tabla muestra los temas centrales que hemos encontrado en los blogs valencianos.

Tema	Total	%
Personal (lo que opina)	118	19,50
Creaciones artísticas	44	7,27
Tecnología	41	6,78
Política	41	6,78
Profesional	39	6,45
Actualidad	31	5,12
Cultura	30	4,96
Deportes	26	4,30
Ocio	25	4,13
Fotografía	22	3,64
Educativo	17	2,81
Diario personal (lo que hace)	16	2,64
Música	15	2,48
Viajes	14	2,31
Cine	13	2,15
Salud	13	2,15
Economía	12	1,98
Fallas	11	1,82
Recetas	11	1,82
Motor	10	1,65
Resto	56	9,25

Tabla 5: Temas centrales sobre los que se publica en los blogs valencianos.
Fuente: elaboración propia

Cabe subrayar que 44 blogs de la Comunidad Valenciana están dedicados a mostrar las creaciones artísticas de los autores, principalmente de carácter literario. A continuación, destacan los blogs que se dedican a tecnología, política y temas profesionales. También las fallas, como fenómeno propio de la Comunidad Valenciana, se encuentran presentes en la blogosfera: hemos identificado 11 blogs que se centran en este tema.

BIBLIOGRAFÍA

- FORTUNY, J. (dir.) (2007). *Guia de mitjans de comunicació en català*. Barcelona: APPEC.
- GALIANA, J.J. (1999). "Cibernoticias". *El País*: 12-03-1999
- GARCÍA de TORRES, E. y POU, M. J. (2000). "Interactividad, información, promoción y valor de portal de las televisiones locales en la Red". En *Latina de Comunicación Social* nº 27. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/132/elvira.html>
- IGLESIAS GARCÍA, M. (2000). "La nostra experiència a Vilaweb", En *CMO-Cat: Actes de la I Jornada sobre Comunicació Mediatitzada per Ordinador en Català*. Barcelona: Universitat de Barcelona. En <http://www.ub.es/lincat/cmo-cat/iglesias.htm>
- IGLESIAS GARCÍA, M. (2002). "Vilaweb, un mitjà de comunicació 'glocal'". *Congreso de Comunicación Local. Comloc*. Castelló: Publicacions UJI.
- IGLESIAS GARCÍA, M. (2008). "Les edicions locals de Vilaweb al País Valencià". En LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Iglesias.pdf>. pp. 153-166.
- LAUTERER, J. (2006). *Community Journalism. Relentlessly Local*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- LLORCA, G. (2008). "www.alcoidigital.com: un ejemplo de comunicación [local] en la red Internet". En: LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Llorca.pdf> pp. 141-152
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2006). "Los cibermedios valencianos: evaluación y análisis". Comunicación presentada en el *III Congreso Online del Observatorio para la Ciber-sociedad* (Noviembre-Diciembre 2006). Disponible en <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/gt.php?llengua=es&id=36>
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2008a). *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/cibermedios.pdf>
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2008b). "Los medios valencianos en la Red: orígenes, evolución y balance de conjunto". En LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en: <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Lopez.pdf>. pp. 71-82.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.
- MARTÍNEZ RUBIO, R. (2008). "La recuperación de la información en los periódicos digitales valencianos". En LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. pp. 99-140. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Martinez.pdf>

- PALAU SAMPÍO, D. (2008). "Vicis de Paper en el ciberperiodisme local. Dinàmiques i estils dels mitjans valencians a Internet". En LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. pp. 83-98. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/comloc/Palau.pdf>
- VV.AA. (2006). *La comunicación local por Internet. IV Congreso de Comunicación Local*. Castellón: UJI.