

La hipótesis principal construida en este sentido es la siguiente:

Las variaciones (incrementos o decrementos) diferencias detectadas entre los márgenes obtenidos de ambos modelos de programación radiofónica pueden suponer paralelas alteraciones en los posibles efectos causados por las radios municipales en los procesos de dinamización microcontextuales.

Siempre hay que tener en cuenta, que venimos subrayando y estudiando en otros apartados de la tesis, que la mayor o menor incidencia de la radio en su ámbito guarda estrecha relación con diferentes elementos socio-comunicativos como son:

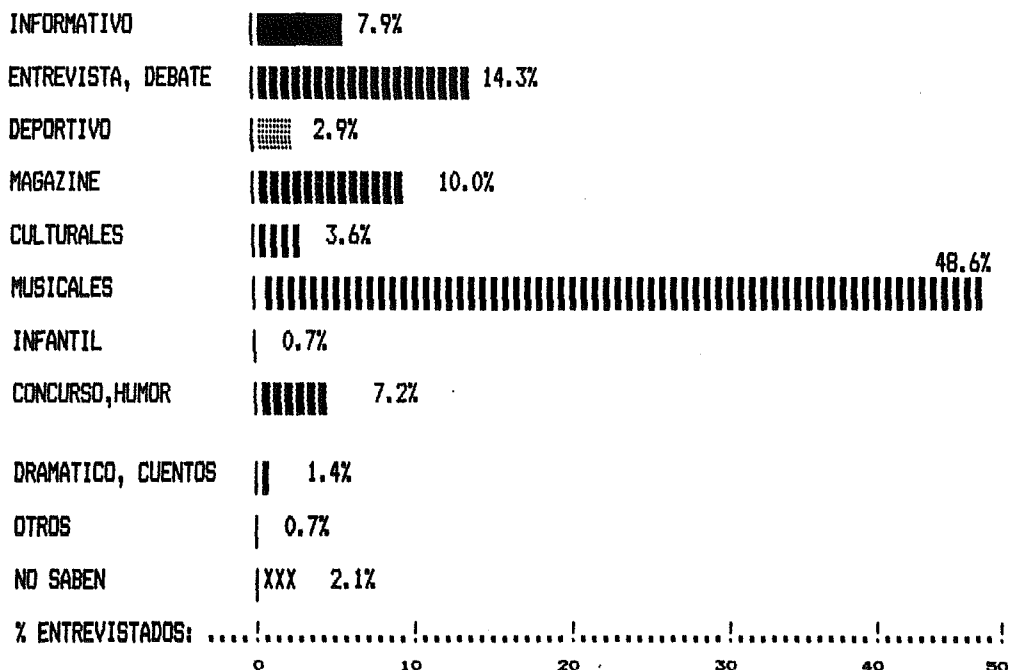
- La credibilidad que generan los discursos de los emisores en sus receptores.
- Las cotas de audiencia cuantitativa y seguimientos cualitativos de la programación.
- La utilización de los lenguajes radiofónicos por parte de los emisores.
- Determinadas interrelaciones emisores-receptores.

**5.4.2.- PRINCIPAL CONTENIDO DE LOS ESPACIOS EMITIDOS EN LAS RADIOS MUNICIPALES**

Uno de cada dos radiodifusores de las municipales considera que su espacio se basa principalmente en la música. Dentro de esta respuesta aparecen todo tipo de matices que oscilan desde la mención exclusiva de la palabra "musical", a "discos solicitados", pasando por "música flamenca, sardanes y zarzuela", hasta "música nacional" (ver gráfico 5.4.2.1).

GRAFICO 5.4.2.1

**PRINCIPAL CONTENIDO DEL ESPACIO EMITIDO (\*)**



(\*) Por los encuestados en las emisoras municipales.

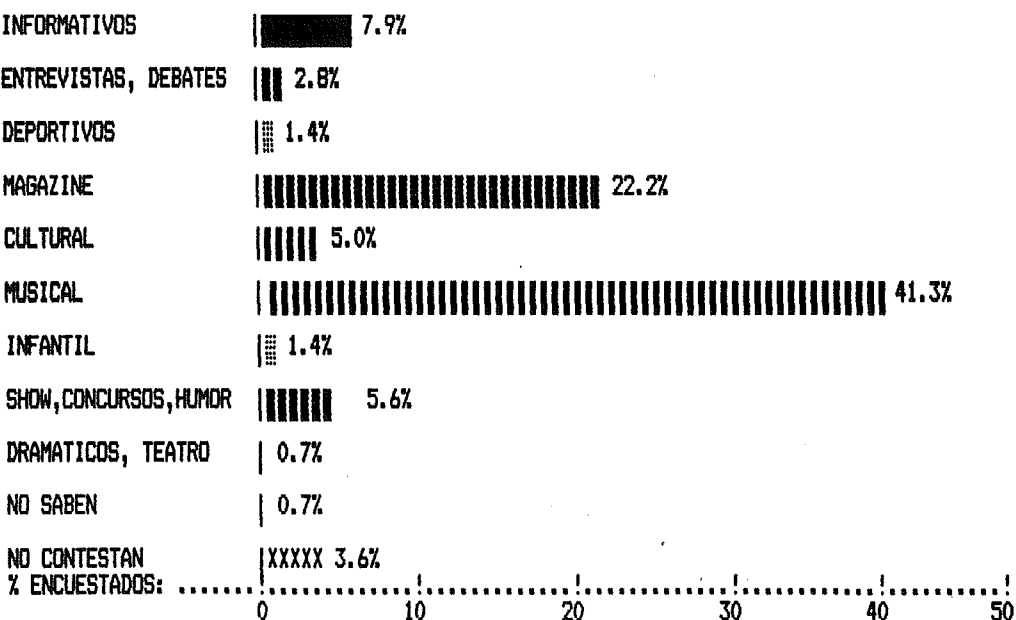
5.4.3.- GENERO DEL ESPACIO EMITIDO

Cuando se les solicita a los entrevistados que concreten el género del principal espacio realizado en la emisora municipal vemos que vuelve a surgir la programación exclusivamente musical con el margen más elevado: 41.3%.

El género señalado en segundo lugar es el magazine con un porcentaje del 22.2%. En el gráfico anterior este género sólo obtiene el 10% de las respuestas, pero es porque indican entrevistas que en teoría suelen ir programadas en estos macroespacios.

GRAFICA 5.4.3.1

GENERO DEL ESPACIO EMITIDO (\*)



(\*) Por los colectivos emisores en las radios municipales.



Por tanto, el gráfico anterior nos revela una significativa contradicción de los colectivos emisores de las radios municipales: tendencia futura a un modelo de radio de programación variada, general, con un presente, eminentemente centrado en un modelo musical.

A grandes rasgos podemos asegurar que nos encontramos ante un prototipo de emisor que en la actualidad pretende emular los espacios musicales o se conforma con experimentar modelos de radiofórmula en las radios municipales, pero que en el futuro le gustaría llegar a emitir un magazine variado.

Vale la pena adelantar una conclusión en este sentido, y es que tras esta dualidad entre los modelos reales de radio emitidos y los hipotéticamente preferidos, se esconde principalmente una de las limitaciones inherentes a la tipología comunicativo-micro-radiofónica desde su nacimiento como es la inadecuación entre demanda informativa microcontextual y recursos reales de la emisora.

## 5.5.- SIGNIFICADOS MICRO/MACROCONTEXTUALES DE LOS NOMBRES DE LOS ESPACIOS EMITIDOS Y PREFERIDOS

### 5.5.1.-ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS NOMBRES DE LOS ESPACIOS DE LAS EMISORAS MUNICIPALES

Un aspecto que puede desempeñar un papel fundamental en la relación entre la emisora municipal y los procesos de dinamización, es el nombre de los espacios utilizados por los colectivos emisores en las programaciones de las radios municipales.

No vamos a entrar aquí, en un minucioso análisis semiótico, textual, o de contenido de los términos socio-lingüísticos empleados en los títulos de los programas. Ello nos llevaría a realizar otra tesis. Únicamente creemos conveniente conocer las connotaciones socioculturales, que a nuestro juicio desempeñan un papel esencial en la respuesta a la pregunta-objetivo de este apartado: ¿qué tipo de dinamización macro-microcontextual generan o pueden suscitar los nombres de los espacios de las radios municipales?.

Antes de estudiar los significados principales de los nombres recogidos en la muestra seleccionada (ver anexo metodológico) no podemos obviar el importante auge de las técnicas de análisis de contenido en las últimas décadas. Su aplicación es cada vez mayor en las ciencias sociales, la psicología social, la psicoterapia, etc. (KRIPPENDORF, 1990).

Al ceñirnos a los dos criterios básicos: contextos socioculturales estudiados y objetivos teórico-prácticos centrales de la tesis, vemos de inmediato que el análisis de contenido debe centrarse en medir, de la manera más simple posible (siempre teniendo en cuenta que los indicadores utilizados los delimita el autor de la investigación desde una perspectiva subjetiva con pretensiones científicas, objetivas), los peculiares significados macro y/o microcontextuales más determinantes de los nombres empleados en los espacios radiofónicos de la muestra extraída de los colectivos emisores de las radios municipales catalanas.

El análisis de contenido debe realizarse teniendo en cuenta los bloques temáticos siguientes (en esta tesis sólo estudiaremos el primero porque es el único del que disponemos de información necesaria para proceder a su análisis):

- 1.- Territorio del nombre del espacio utilizado en función de los contextos socio-lingüísticos de decodificación de los lenguajes verbales: catalán, castellano, inglés, argot y mixtos de los tres anteriores, y otras variantes.
- 2.- Neutralidad y/o compromiso ideológico del texto. Tema que puede rebuscarse al responder preguntas como: ¿Sugiere alguna reacción ideológica del oyente?
- 3.- Mimetismo de los nombres usados con los de las macroradios.
- 4.- Otras connotaciones comunicativas de los nombres: originalidad, nacionalismo, nostalgia, etc.

## 5.5.1.1.- Territorio del nombre del espacio.

## 5.5.1.1.1.- Microcontextuales

Sólo uno de cada diez nombres (11 de los 111 diferentes mencionados) de los espacios de las radios municipales, recogidos en las entrevistas formuladas a los colectivos emisores (ver anexo metodológico), connotan un tipo de codificación interrelacionada exclusivamente con los microámbitos de incidencia de estos medios radiofónicos.

CUADRO 5.5.1.1.1

## NOMBRES MICROCONTEXTUALES (\*)

NOMBRE DEL ESPACIO	EMISORA MUNICIPAL
Esparreguera noticia	Ràdio Esparreguera
La pògio d'Esparreguera	" "
Esparreguera música	" "
Martorell exprés	Ràdio Martorell
Sant Pol esportiu	Ràdio St.Pol
L'informatiu a Ràdio Sant Pol	" "
107.9 esports	Ràdio Pineda
Al sud de la Riera Blanca	Ràdio L'Hospitalet
Concurs Valvi	Ràdio Canet

(\*) De los espacios de las radios municipales de los colectivos encuestados.

Son nombres que sólo pueden usarse en estos ámbitos. Carece de sentido mencionarlos en otras radios, como puede apreciarse en el cuadro 5.5.1.1.1. Los distintivos más comunes, suelen ser los de aplicar el nombre de la localidad (Esparreguera, Martorell, Sant



Pol de Mar) al espacio informativo, musical, magazine, deportivo, etc. Aparece una segunda opción: la de usar el punto de localización de la emisora en el dial como por ejemplo: 107.9 esports en Ràdio Pineda. La tercera peculiaridad microcontextual consiste en añadir al nombre algún lugar o motivo comercial, familiar, etc. de la ciudad como la Riera Blanca en L'Hospitalet o Valvi al concurso de Ràdio Canet.

#### 5.5.1.1.2.- Macrocontextuales catalanes

Se incluyen en este bloque todos aquellos nombres de los espacios de las emisoras municipales que pueden ser decodificados por una audiencia que entiende la lengua catalana (en este caso nos referimos únicamente a los términos lingüísticos utilizados en los nombres de los espacios), indistintamente de que su residencia esté fijada dentro o fuera del territorio socio-geográfico catalán, o de que suela considerarse castellanohablante de origen y/o de hecho.

Estos nombres, al igual que los que aparecen en los apartados siguientes, reúnen la peculiaridad de sobrepasar las fronteras estrictamente microcontextuales de los ámbitos radiofónicos municipales.

Forman parte de este grupo macrocontextual catalán 48 de los 111 nombres diferentes obtenidos. Esto quiere decir que cuatro de cada diez nombres utilizados por

los colectivos emisores de las municipales pueden ser decodificados en un macrocontexto catalán de referencia dual con el microcontexto estricto del ámbito de la radio municipal.

En el cuadro 5.5.1.1.2 aparecen algunos de los nombres más significativos (ver el resto en el anexo de la tesis). Predomina, como puede verse, el ahorro de vocabulario y la utilización de términos excesivamente neutrales, convencionales, algo humorísticos (de una cierta ironía peculiar catalana), y mínimamente sugerentes.

CUADRO 5.5.1.1.2

## NOMBRES MACROCONTEXTUALES CATALANES (\*)

NOMBRE DEL ESPACIO	EMISORA MUNICIPAL
Pasem-ho bé	Ràdio Martorell
Nits especials de la ràdio	Ràdio St. Pol
Bona nit i tapa't	R. Casc Antic (Tarragona)
Com a casa teva	Ràdio Montmeló
No volem ser	Ràdio Tordera
Melodies de sempre	Ràdio Cardona
Nostalgics avui	R. Monistrol de Calders
Els informatius	Ràdio Nova
Retallets	Ràdio Pineda
Junts al matí	Ràdio Calella
La tabarra del dijous	R. Arenys de Munt
Molt de marro	R. Esparreguera

(\*) Selección de los nombres más característicos de los espacios de las emisoras municipales que realizan los colectivos encuestados.

### 5.5.1.1.3.- Macrocontextuales castellanos

La identificación de los nombres macrocontextuales castellanos se lleva a cabo mediante la utilización de los mismos criterios socio-ligüísticos que los macrocontextuales catalanes.

Quedan incluidos en este bloque todos aquellos nombres de los espacios de las emisoras municipales que pueden utilizarse sin ningún problema en las emisiones radiodifundidas a una macroaudiencia que entiende la lengua castellana, indistintamente de que resida dentro o fuera del territorio catalán o de que use o no la lengua catalana u otros idiomas como principales en su comunicación verbal cotidiana, o de que se identifique con ellas como lenguas maternas.

Un total de 31 de los 111 espacios seleccionados de la muestra, tres de cada diez, reúnen esta peculiaridad macrocontextual. En el cuadro 5.5.1.1.3 aparecen recogidos los más característicos (ver el resto en el anexo de la tesis).

CUADRO 5.5.1.1.3

#### NOMBRES MACROCONTEXTUALES CASTELLANOS

NOMBRE DEL ESPACIO	EMISORA MUNICIPAL
El expreso de la ondas	Ràdio St. Just
Sellado con un beso	Ràdio Canet
Entre sábanas	R. St. Pere i St. Pau
Entre el mar y las estrellas	R. St. Salvador/Tarragona
A ti, mujer	R. Vilomara
La hora del flamenco	Ràdio Nova

#### 5.5.1.1.4.- Otros macrocontextuales

El nombre del espacio puede emplazarnos a otros macrocontextos complementarios a los dos anteriores. En la muestra analizada representan la proporción de dos de cada diez nombres mencionados. En concreto pertenecen a las subagrupaciones (ver cuadro 5.5.1.1.4):

- a.- **Ingléses:** decodificados en un macrocontexto en el que se entienda la lengua inglesa, total o parcialmente teniendo en cuenta los mismos aspectos fronterizos y lingüísticos que en los catalanes y castellanos: 6 nombres (5,4%) de los 111.
- b.- **Argot:** decodificados en el macrocontexto en el que se entiendan los términos en uso corriente de los argots castellano, catalán, inglés, etc. utilizados: sólo un nombre de los 111 mencionados.
- c.- **Mixtos:** catalanes/ingleses, catalanes/castellanos, castellanos/ingleses, argot/ingleses, etc: 12 nombres (10.8%)
- d.- **Otros:** de macro o microlenguajes no pertenecientes a las categorías anteriores: 3 nombres (2,7%).

## CUADRO 5.5.1.1.4

## OTROS NOMBRES MACROCONTEXTUALES (\*)

NOMBRE DEL ESPACIO	CONTENIDO	EMISORA MUNICIPAL
<b>INGLESES:</b>		
People	Musical	Ràdio Abrera
Top Music	Musical	" "
Magazine light	Variado	R. Castellbisbal
Crazy Music	Musical	Ràdio Cardona
Two for music	Musical	Ràdio Nova
The chooses	Musical	" "
<b>ARGOT:</b>		
Chachi piruli	Musica-humor	Ràdio Vilomara
<b>MIXTOS:</b>		
Charly Disco	Musical	Ràdio Cardona
Clicus Mix	Musical	" "
Xavi music: American music show	Musical	Ràdio Molins
Show Nocturno	Humor	Ràdio Abrera
Laser music catalá	Musical	Ràdio Canet
Gili's night	Musica-humor	R.St.P.i St.Pau (Tarragona)
Aixó es América.		"
Special Mix	Musical	"
Esto es Hollwood	Musical	"
Megalitic club	Magazine-mus.	R.Casc Antic (Tarragona)
Sábado Holiday	Musical	R.St.Salvador (Tarragona)
Miki gato flash	Musical	R.Bonavista "
<b>OTROS:</b>		
Pekekits	Infantil	Ràdio Vilomara
El balium	Musical	Ràdio Tordera
Locus musicalis	Musical	Ràdio Molins

(\*) Seleccionados de los nombres mencionados de los espacios de las emisoras municipales que realizan los colectivos encuestados.

### 5.5.2.- NOMBRE DEL ESPACIO PREFERIDO DE LA RADIO EN GENERAL DE OM O FM

#### 5.5.2.1.- Nombre del espacio preferido

A tenor del amplio abanico de nombres obtenido es posible asegurar, ante todo, que los colectivos emisores encuestados de las radios municipales (ver anexo metodológico) no se decantan hacia un nombre de espacio en concreto de las programaciones en general de cualquier emisora en antena de Onda Media o Frecuencia Modulada.

En concreto, uno de cada tres encuestados mencionan nombres que despuntan algo sobre el resto, como el desaparecido 'Mikimoto Club', o los magazines matinales clásicos en catalán como 'El matí de Josep Cuní' y el histórico 'Protagonistas' de Luis del Olmo (ver cuadro 5.5.2.1).

Otros aspectos de interés de la relación nominal, recogida en el cuadro siguiente son que:

- De un lado, aparece un insignificante 2.3% del total encuestado que al mencionarles la posibilidad de seleccionar un espacio de la radio en general se acuerdan de alguno programado en su radio municipal.
- Y, de otro, la amplia variedad de espacios nombrados: 56 en total (ver cuadro 5.2.4.1). La configuración de este largo listado obedece principalmente a que suelen señalar nombres de espacios utilizados por las radios comarcales pertenecientes a las macrocadenas durante sus desconexiones parciales.

CUADRO 5.5.2.1

## NOMBRE DEL ESPACIO RADIOFONICO PREFERIDO (\*)

	%
	ENCUESTADOS
<b>NOMBRES MAS CONOCIDOS:</b>	
Protagonistas (COPE)	4.1
El matí de Josep Cuní (Catalunya Ràdio)	4.8
Arús con leche (Cadena Cat./RCE)	3.0
Los "40 Principales"	3.6
Mikimoto Club (Cat.R.)	7.1
Minuto Mix (R.Minuto)	3.6
L'orquestra (Cat.Radio)	1.8
La nit dels ignorants (Cat.R)	1.8
De part de qui? (C13)	1.8
Claxón (RAC-105)	1.8
<hr/>	
SUMA DE LOS MAS CONOCIDOS (a)	33.3
<hr/>	
DE EMISORAS MUNICIPALES	2.3
OTROS IDENTIFICADOS CON OTRO NOMBRE (**)	13.7
OTROS	29.8
VARIOS, DE TODO UN POCO	8.9
<hr/>	
SUMA DE LOS OTROS (b)	54.7
<hr/>	
NINGUNO (c)	6.0
No sabe, no contesta (c)	6.0
<hr/>	
TOTAL ENCUESTADOS (a+b+c)	100.0

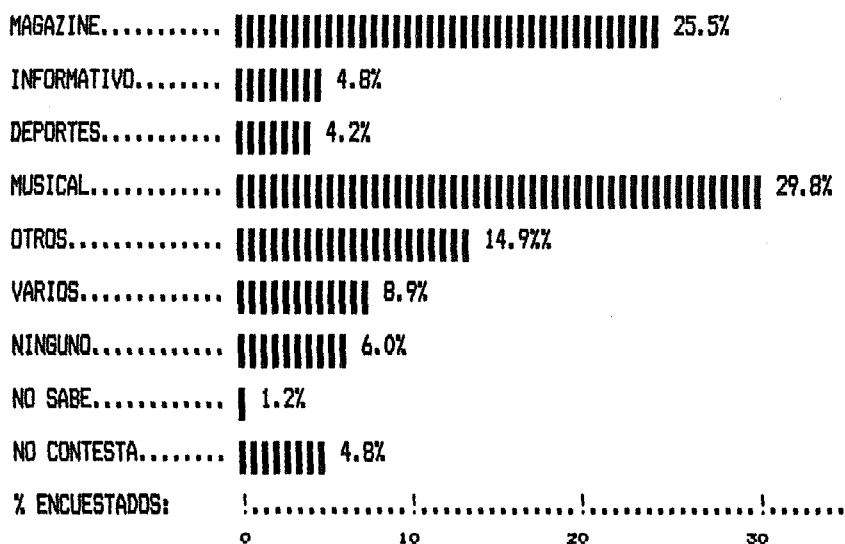
(\*) De los colectivos encuestados de las emisoras municipales.

5.5.2.2.- Género del espacio preferido

Tres de cada diez encuestados (29,8%) prefieren espacios cuyo principal contenido es musical. Detrás de este colectivo aparecen los magazines, nombrados por uno de cada cuatro (25,5%), según puede observarse en el gráfico siguiente:

GRAFICO 5.5.2.2

GENERO DEL ESPACIO PREFERIDO NOMBRADO (\*)



(\*) Por los colectivos encuestados de las emisoras municipales de la radio en general.

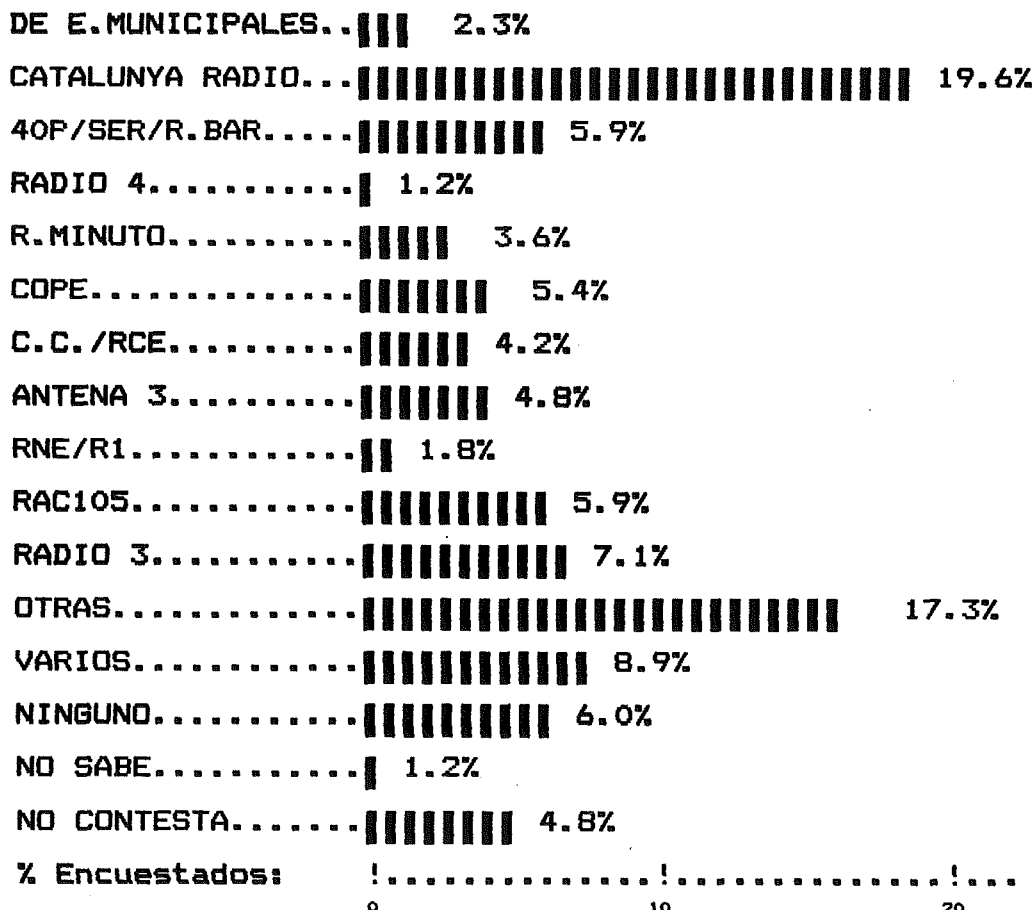


5.5.2.3.- Emisora del espacio preferido

El espacio nombrado pertenece principalmente a Catalunya Radio. Tras esta emisora no se detectan márgenes significativos.

GRAFICO 5.5.2.3

EMISORA DEL NOMBRE DEL ESPACIO PREFERIDO (\*)



(\*) Por los colectivos encuestados de las emisoras municipales de la radio en general.

#### 5.5.2.4.- Análisis de contenido de los principales nombres mencionados

Los nombres mencionados arrojan las proporcionalidades macrocontextuales siguientes:

	NOMBRES		VECES NOMBRADOS	
	A	%	A	%
<b>MACROCONTEXTO:</b>				
Catalán	14	25.0	31	27.9
Castellano	36	64.2	62	55.8
Inglés	2	3.6	2	1.8
Argot	1	1.8	1	0.9
Mixtos	3	5.4	15	13.5
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100.0</b>	<b>111</b>	<b>100.0</b>

Lo más significativo de estos datos, es que los que pueden ser decodificados en un macrocontexto castellano (puede leerse el texto en el anexo) doblan a los que pueden hacerlo en otro catalán (ver significado de uno y otro en el apartado anterior destinado al análisis de contenido de los nombres de las radios municipales).

## 5.6.- LOCUCION IDEAL DE LOS COLECTIVOS EMISORES DE LAS RADIOS MUNICIPALES

### 5.6.1.- TIPOLOGIAS DE LOCUCION

Cuando se les pregunta a los colectivos emisores encuestados de las radios municipales ¿cuál es su locutor ideal? tan sólo uno de cada cien (1.2%) menciona el nombre de alguno perteneciente a estos micromedios radiofónicos.

Este dato apunta hacia dos interpretaciones radicalmente opuestas, matizadas en las conclusiones del capítulo, que desempeñan un papel fundamental en la interrelación del medio microradiofónico con los procesos de dinamización. De un lado, un insignificante grado de identificación de los emisores con su locución, y con lo que ello puede suponer en lo relativo a la articulación, difusión de los lenguajes radiofónicos desde perspectivas microcontextuales. De otro, una tendencia a demostrar que en equipos radio-difusores de estas características nadie considera a su compañero de emisiones como locutor ideal porque suelen imperar un tipo de relaciones intrínsecas configuradas en torno al colectivo y no al individuo.

Llama la atención el contraste entre la diversidad de nombres mencionados, 64 en total, y la concentración de las respuestas de cuatro de cada diez encuestados en un reducido grupo de locutores que han adquirido

notables márgenes de conocimiento y reconocimiento entre las audiencias catalanas y/o del resto del Estado español (alguno de ellos hasta de las televisivas) como són por orden de preferencias:

Miki Moto	6.5%
Luis del Olmo	6.0%
Alfons Arús	4.2%
Josep Cuní	4.2%
Fenando Martínez "Fernadisco"	3.6%
Toni Peret	3.0%
Iñaki Gabilondo	3.0%
Andrés Aberasturi	2.4%
José María García	2.4%
Joaquín María Puyal	2.4%
J. Antón Ramoneda	1.8%

Los once locutores ideales anteriores pueden agruparse en cinco tipologías si nos atenemos a diversas variables connotativas del modelo de locución empleado como son: género radiofónico, principal ámbito de emisión, años de maduración profesional en el medio radiofónico e incluso principal lengua (catalán y/o castellano) utilizada en sus espacios.

En concreto, podemos formar las siguientes categorías:

- a.- Magazine-estatal-castellano-"histórico" (13.8%):  
Del Olmo, Gabilondo, Aberasturi y García.
- b.- Magazine-catalan-"maduro" (6.6%):  
Cuní, Puyal.
- c.- Magazine-catalanoestatal-"moderno-irónico"  
(4.2%): Arús.
- d.- Magazine musical-creativo-catalán-juvenil (8.3%):  
Mikimoto, Ramoneda.
- e.- Radiofórmula-catalanoestatal (6.6%):  
"Fenandisco", Peret.

Trás este primer grupo de locutores aparece un segundo, que agregados representan la proporción de uno de cada diez entrevistados (11.9%) entre los que se encuentran los siguientes: Enric Frigola, Xesc Barceló, Alberto Maya, Jordi Vendrell, Jordi Tardá, Carles Cuní, Justo Molinero, Pere Bernal, Pilar Goñi y Miguel Cusí. No es posible establecer, en este segundo colectivo, diferentes modelos afines entre sí porque los márgenes obtenidos por cada locutor no son fiables a nivel estadístico, pero vemos que aparecen nombres adscritos principalmente al ámbito radiodifusor catalán.

Si sumamos el total de nombres y márgenes obtenidos en los dos grupos delimitados anteriormente, detectamos que 21 nombres, ninguno de ellos de las emisoras municipales catalanas, ocupan la mitad de la franja de locutores ideales nombrados por los colectivos emisores encuestados de las radios municipales.

Del otro 50% resalta la diversidad de nombres. Uno de cada cuatro encuestados menciona un amplio abanico de locutores conocidos o anónimos en el que figuran 44 nombres en total.

El modelo de locutor que surgió en este tercer grupo es una mezcla de las tipologías aparecidas en los dos grupos observados anteriormente.

Llama la atención que entre este extenso listado aparezcan aquellos profesionales de la radio próximos al entrevistado, aquellos que cubren un ámbito comarcal o regional durante la desconexión de la macrocadena radiofónica (por ejemplo, la Cadena 13, los "40 Principales", etc.), y otros que realizan un programa especializado, sintonizado por una audiencia minoritaria concreta (algunos de Radio 3, sobre todo).

#### 5.6.2.- EMISORA DEL LOCUTOR IDEAL

Dos de cada diez locutores ideales nombrados, forman parte de la plantilla de Catalunya Ràdio según recoge el gráfico 5.6.2.1. Uno de cada diez pertenece a la macrocadena SER/"40 Principales". Trás ésta, aparecen la Cadena Catalana y la COPE. No obstante, ambas logran márgenes mínimamente significativos gracias a sus locutores "estrellas": Alfons Arús y Luis del Olmo respectivamente.