

CUADRO 6.9.3.1.1

**GENEROS PREFERIDOS DE
LAS EMISORAS MUNICIPALES
MICROAMBITOS Y MACROAMBITO**

	ST. BOI	ARENYS	VALLS CAMPR.	SB+A+V+C	
Magazine	10.5	<u>34.2</u>	12.0	12.8	13.9
Informativo	<u>23.8</u>	<u>18.9</u>	7.1	<u>35.9</u>	<u>20.1</u>
Musical	<u>37.4</u>	14.6	<u>60.7</u>	23.1	<u>38.8</u>
Deportivos	5.7	2.0	-	2.6	4.0
Música=inform.	7.9	18.7	13.0	10.3	10.4
Otros, todos	1.7	5.3	7.1	5.1	3.1
No sabe	12.5	6.2	5.9	10.3	9.4
No contesta	0.4	-	1.3	-	0.3
OYENTES EM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

6.9.3.2.- Estratos sociales

En el cruzamiento de estas dos variables (género demandado de la emisora municipal por estrato social) se observan algunas tendencias afines en función de los rasgos socio-económicos predominantes del estrato, pero siguen siendo inherentes principalmente a las pautas de socialización de los microcontextos, como por ejemplo:

Las preferencias por el género informativo parecen

ser mayores en los estratos medios, medios-altos (2, 9 y 15) de los diferentes microámbitos estudiados.

Los tres estratos más significativos de Sant Boi, delimitados en el análisis sociológico son bastante indicativos en este sentido. La demanda de información en el estrato 15 (medio/medio-alto) es del 31.9%; desciende al 23.7% en el 10 (medio/medio-bajo), y al 16.9% en el estrato 1 (bajo). Sin embargo, la demanda del género musical de cada uno de estos tres estratos es inversa a la informativa, según aparece recogido en el cuadro siguiente.

CUADRO 6.9.3.2.1

GENEROS PREFERIDOS DE
LAS EMISORAS MUNICIPALES

ESTRATOS SOCIALES (*)

	SANT BOI			ARENYS		VALLS		CAMPRODON
	1	10	15	2	6	9	13	8
Magazines	8.5	15.5	18.2	27.5	35.7	12.8	18.7	12.8
Informativos	16.9	23.7	31.9	25.5	28.6	7.7	-	35.9
Musicales	38.0	32.0	27.3	11.8	7.1	59.0	56.2	23.1
Deportivos	7.0	6.2	-	-	-	-	-	2.6
Música=información	8.5	8.2	4.5	17.6	28.6	15.4	6.2	10.3
Otros, todos por igual	-	3.1	4.5	9.8	-	5.1	12.5	5.1
No sabe	19.7	11.3	13.6	7.8	-	-	6.2	10.3
No contesta	1.4	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL OYENTES DE LA EMISORA MUNICIPAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

SIGNIFICADO SOCIOLOGICO PRINCIPAL DE LOS ESTRATOS:

Sant Boi: 1 Bajo / 10 Medio-Bajo / 15 Medio-Medio bajo.

Arenys: 2 Medio-alto / 6 Medio- Medio bajo.

Valls: 9 Medio- Medio alto / 13 Medio bajo / Bajo.

Camprodon: 8 Medio- Medio alto.

(*) Para una mayor información sobre su configuración acudir al anexo metodológico.

6.9.3.3.- Sectores sociales

Las preferencias radiofónicas masculinas están bastante por encima de las femeninas en lo relativo a la información y al deporte. Las mujeres son más partidarias del magazine y de la música.

En concreto, los sectores sociales más interesados por el género informativo son:

- . Los oyentes de edades medias (de 35 a 44 años).
- . Casados.
- . El catalán de lengua materna.
- . Padres/esposos.
- . Trabajan.
- . Estudios primarios completos o incompletos.

Los que se decantan por el musical son más que nada:

- . Estudiantes de BUP o FP.
- . Solteros con el rol familiar de hijos.
- . Edades inferiores a los 25 años.

6.9.4.- GENEROS QUE NOTAN A FALTAR LOS OYENTES EN LAS EMISORAS MUNICIPALES

6.9.4.1.- Microámbitos y macroámbito de referencia

Sólo uno de cada cuatro oyentes, considera que falta algún género radiofónico, en concreto, en las programaciones de las emisoras municipales. Este colectivo incluiría más espacios informativos (principalmente locales y comarcales) música y magazines.

Al formularse la pregunta de una manera abierta (ver

cuestionario) apareció un porcentaje mínimamente significativo del 7.5% de la audiencia total (macroámbito de referencia), que respondió otras demandas radiofónicas como:

- . "Programa regional", "sobre Andalucía", "de Catalunya", "de inmigrantes", "de todo en catalán", "programas en castellano".
- . "Más que nada calidad", "ampliar wátios".
- . "Experiencia, profesionalidad".
- . "Más programas en general", "mejorar los actuales", "espacios infantiles".
- . "Misa dominical".

CUADRO 6.9.4.1.1

**GENEROS QUE FALTAN EN
LAS EMISORAS MUNICIPALES (*)**

MICROAMBITOS Y MACROAMBITO.

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMPR.	SB+A+V+C
Magazine	1.7	4.2	10.3	5.1	3.9
Informativos	8.7	6.1	3.2	10.3	7.3
Musicales	5.3	3.4	4.5	2.6	4.8
Deportivos	2.1	1.0	1.3	-	1.7
Música=noticias	0.4	-	-	-	0.3
Otros, todos	5.3	11.9	8.1	35.9	7.5
TOTAL MENCIONA UN GENERO	23.5	26.6	27.4	53.9	25.5
Ninguno	21.8	26.6	49.4	10.3	27.7
No sabe	52.3	45.4	21.5	35.9	44.8
No contesta	2.3	1.3	1.6	-	2.0
OYENTES E.M.	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(*) Según opiniones recogidas de los oyentes.

6.9.4.2.- Estratos sociales

El interés por la información incrementa conforme pasamos de los estratos de rasgos sociológicos predominantemente bajos a los medios, medios-altos. Vuelve a repetirse, por lo tanto, la misma interrelación entre estrato social y principal demanda de la información observada en el apartado anterior.

Sólo el 1.4% de la audiencia del estrato 1, compuesto por las capas sociales de las clases bajas de Sant Boi, nota a faltar información local y/o comarcal en la emisora. El porcentaje alcanza el 9.1% en el estrato 15 configurado por los sectores medios, medios-altos del mismo microámbito.

La tendencia de los oyentes de Arenys y Valls es idéntica a los de Sant Boi: el estrato 2 de la primera población y el 9 de la segunda, que reúnen una serie de componentes sociológicas de tipo medio, medio-alto, arrojan una demanda del género informativo mayor a la que aparece en los estratos de tipo bajo (6), medio-bajo (13), de ambas localidades.

CUADRO 6.9.4.2.1

**GENEROS QUE FALTAN EN
LAS EMISORAS MUNICIPALES (*)
ESTRATOS SOCIALES (**)**

	SANT BOI			ARENYS		VALLS		CAMP.
	1	10	15	2	6	9	13	8
Magazine	1.4	2.1	4.5	7.8	-	12.8	-	5.1
Noticias	1.4	8.2	9.1	7.8	-	5.5	-	10.3
Musicales	2.8	5.2	-	3.9	7.1	5.1	6.2	2.6
Deportivos	1.4	1.0	-	-	-	-	6.2	-
Musi.=inf.	1.4	-	-	-	-	-	-	-
Otros	1.4	8.2	4.5	13.7	14.3	10.3	-	35.9
MENCIONAN GÉNERO	9.8	24.7	18.1	33.2	21.4	33.7	12.4	53.9
Ninguno	23.9	10.3	27.3	23.5	21.4	43.6	56.2	10.3
No sabe	60.6	64.9	54.5	43.1	50.0	20.5	31.2	35.9
N.C.	5.6	-	-	-	7.1	2.6	-	-
OYENTES	100	100	100	100	100	100	100	100

SIGNIFICADO SOCIOLOGICO PRINCIPAL DE LOS ESTRATOS:

Sant Boi: 1 Bajo / 10 Medio-Bajo / 15 Medio-Medio bajo.
 Arenys: 2 Medio-alto / 6 Medio- Medio bajo.
 Valls: 9 Medio- Medio alto / 13 Medio bajo / Bajo.
 Camprodón: 8 Medio- Medio alto.

(*) Según los oyentes.

(**) Ver la configuración de los estratos en el anexo metodológico.

6.9.4.3.- Sectores sociales

Al analizar los géneros que notan a faltar los oyentes en las programaciones de las emisoras municipales de cada una de las variables independientes principales, utilizadas en el análisis socio-estadístico, surgen, de nuevo, las mismas tendencias generales detectadas en el apartado anterior:

- Consideran que falta más espacios informativos:

- . Hombres.
- . Casados.
- . Padres/esposos.
- . Trabajan.
- . Niveles de instrucción primarios como mínimo.

- Creen que falta más música los jóvenes menores de 25 años sobre todo.

- No opinan (respuesta "no sabe") principalmente:

- . Mujeres.
- . Madre/esposa.
- . Dedicadas a las tareas domésticas.
- . Con primarios incompletos.

- Seleccionan la respuesta de "ninguno" y por lo tanto opinan aunque consideran que está bien lo que emiten, sobre todo el colectivo juvenil/estudiante.

- Los oyentes del sexo masculino con el rol de casados y padres de familia, trabajadores o jubilados, son los más dados a opinar en este y otros temas.

No obstante, hay que subrayar una vez más que estas tendencias generales (detectadas en el macroámbito de referencia) varían cuando se analiza, por ejemplo, el comportamiento de uno y otro sexo en cada microámbito estudiado.

Los oyentes (hombres) de Sant Boi, Arenys y Camprodon notan a faltar información principalmente. Las oyentes de las mismas poblaciones se inclinan por el magazine y la música. Pero en Valls se invierte esta tendencia: los hombres desean magazines y las mujeres proponen música e información.

En las cuatro poblaciones la proporción de audiencia masculina que propone algún género o espacio radiofónico concreto supera a la audiencia femenina.

CUADRO 6.9.4.3.1

**GENEROS QUE NOTAN A FALTAR LOS OYENTES
DE LAS EMISORAS MUNICIPALES**

AMBITOS Y SEXO

	SANT BOI		ARENYS		VALLS		CAMPRODON		SB+A+V+C	
	H	M.								
Magazines	0.8	2.7	2.4	5.7	16.8	3.3	4.5	5.9	4.4	3.3
Información local	9.5	1.9	4.4	-	-	-	4.5	-	6.9	1.2
Sólo dicen información	4.0	1.6	7.3	1.9	-	6.6	9.1	5.9	3.6	2.7
Músicales	5.6	5.0	-	6.1	3.1	6.1	-	5.9	4.3	5.4
Deportivos	4.0	-	2.3	-	2.6	-	-	-	3.4	-
Música y noticias por igual	0.8	-	-	-	-	-	-	-	0.5	-
Otros	4.4	6.3	19.0	6.4	9.2	6.9	40.9	29.4	8.0	7.0
MENCIONAN ALGÚN GÉNERO	29.1	17.5	35.4	20.1	31.7	22.9	59.0	47.1	31.1	19.6
No falta ninguno	17.8	26.0	27.4	25.9	38.9	60.8	13.6	5.9	23.1	32.4
No sabe	49.8	55.0	34.2	54.1	26.4	16.3	27.3	47.1	42.6	47.1
No contestan	3.3	1.3	2.9	-	3.1	-	-	-	3.1	0.8
OYENTES DE RADIO MUNICIPAL (*)	100.0									

H.- OYENTES HOMBRES

M.- OYENTES MUJERES

(*) Suma de los items: "mencionan algún género", "no falta ninguno", "no sabe" y "no contesta".

6.9.5.- NOMBRES DE LOS ESPACIOS CONOCIDOS Y RECONOCIDOS DE LAS PROGRAMACIONES DE LAS EMISORAS MUNICIPALES

6.9.5.1.- Espacios conocidos (memorizados) y ámbito

Sólo el 17% de los oyentes de las emisoras municipales (macroámbito de referencia) se saben de memoria el nombre íntegro de un espacio emitido. De todas formas, vemos (cuadro 6.9.5.1.1) que los porcentajes de conocimiento oscilan considerablemente en cada uno de los cuatro microámbitos estudiados.

CUADRO 6.9.5.1.1
CONOCIMIENTO DEL NOMBRE DE UN ESPACIO DE LA EMISORA MUNICIPAL (*)
MICROÁMBITOS Y MACROÁMBITO (SB+A+V+C)

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMP.	SB+A+V+C
Recuerda nombre	8.0	54.1	23.1	7.7	17.0
Recuerda vagamente	18.9	6.4	7.7	28.2	15.3
Otras respuestas	2.0	3.0	1.3	2.6	2.0
No sabe, ninguno	70.7	34.1	67.8	61.5	65.2
No contesta	0.4	2.3	-	-	0.6
TOTAL OYENTES EM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(*) Memorizado por el encuestado.

Lo más significativo de los nombres memorizados por los encuestados es que:

- El más conocido en Valls lleva nombre inglés: "Number one" (9.4%).
- "Riera amunt, Riera avall" (29.9%) en Arenys, y "Antena colectiva" (2.1%) en Sant Boi, son los más conocidos de memoria por su componente histórica. Aunque saltan a la vista los diferentes márgenes detectados en uno y otro microámbito.
- Sorprende que en un contexto urbano pequeño como Camprodon sólo el 7.7% de la audiencia sepa de memoria el nombre de algún espacio.

6.9.5.2.- Espacios reconocidos por los oyentes

6.9.5.2.1.- Total de espacios reconocidos

La mayoría de oyentes reconocen, tras mencionárselos el encuestador, uno o varios nombres de los espacios de las emisoras municipales. La máxima cota se alcanza en Arenys donde más de la mitad de la audiencia de la radio municipal, uno de cada tres individuos mayores de 15 años de la localidad, identifica tres o más nombres de la programación.

CUADRO 6.9.5.2.1
NUMERO DE ESPACIOS RECONOCIDOS (*)
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (SB+A+V+C)

	ST. BOI		ARENYS		VALLS		CAMPRODON		SB+A+V+C	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Reconocen un nombre	30.4	13.9	11.8	7.0	21.8	11.1	35.9	19.4	26.4	12.8
Dos nombres	22.0	10.1	22.1	13.1	21.6	11.0	28.2	15.3	22.1	10.7
Tres o más nombres	15.2	6.9	<u>53.5</u>	<u>31.8</u>	<u>38.4</u>	19.6	15.4	8.3	24.8	12.0
Otras respuestas	0.4	0.2	-	-	-	-	5.1	2.8	0.4	0.2
Ningún nombre	29.9	13.7	12.6	7.5	18.2	9.3	15.4	8.3	25.0	12.1
No sabe	2.0	0.9	-	-	-	-	-	-	1.3	0.6
OYENTES DE LA EMISORA MUNICIPAL	100.0	45.7	100.0	59.5	100.0	51.1	100.0	54.2	100.0	48.4

A.- % sobre oyentes de la emisora municipal en cada población.

B.- % sobre total de encuestados en cada población.

(*) Mencionados por el encuestador a los encuestados.

6.9.5.2.2.- Nombres reconocidos en primer lugar

Los principales programas de Arenys y Valls vuelven a ser "Riera amunt, Riera avall" y "Number one" respectivamente. En las cuatro poblaciones se observa un reconocimiento bastante significativo de los nombres de los espacios informativos.

El cuadro siguiente (6.9.5.2.2.1) indica además que:

- En Sant Boi y Camprodon recuerdan en primer lugar, sus "Informatiu comarcal" e "Informativo comarcal" respectivamente.
- En Arenys el "Informatiu: La noticia" es el espacio más nombrado en segundo y tercer lugar.
- En Valls el espacio "Informativo" alcanzan un margen casi idéntico a "Number one".

CUADRO 6.9.5.2.2.1
PRINCIPAL PROGRAMA RECONOCIDO (*)
MICROAMBITOS

SANT BOI	ARENYS	VALLS	CAMPRODON
Informatiu Comarcal (13.4%)	Riera amunt, Riera avall (55.4%)	Number One (20.7%)	Informativo Comarcal (50.0%)
Musicas para el recuerdo (10%)	Informatiu. La noticia (8.5%)	Informativos (19.5%)	Música Joven (10.5%)
Antena colectiva (8.3%)	L'Eixida (6.7%)	La ràdio la teva amiga (14.2%)	Pau Pruna (7.9%)

(*) Mencionado por el encuestador, de la programación de la emisora municipal, a los entrevistados.

Entre paréntesis figuran los porcentajes de reconocimiento de los espacios sobre la audiencia en cada microámbito.

6.9.5.2.3.- Principal contenido de los espacios reconocidos en primer lugar

La audiencia de las emisoras municipales reconoce, ante todo, los nombres de los espacios musicales.

En concreto, tres de cada diez oyentes del total de la muestra encuestada (SB+A+V+C) señalan "Música" o "Discos solicitados". No obstante, el dato global anterior pierde significación cuando lo analizamos en cada uno de los cuatro microámbitos delimitados. Resulta difícil, por tanto, generalizar este aspecto. Cada audiencia arroja cifras de reconocimiento de tipologías de espacios radiofónicos muy dispares entre sí:

- En Sant Boi los contenidos musicales (música, discos solicitados) son los más reconocidos.
- En Arenys ocupa un lugar destacado el magazine. No hay que olvidar las altas tasas de conocimiento y reconocimiento del espacio "Riera amunt, Riera avall".
- En Valls se detecta un alto reconocimiento de los espacios musicales. Los discos solicitados alcanzan un significativo 14.2% en primer lugar.
- Las pocas horas que emite Radio Camprodón sirven para hacerse eco de los contenidos informativos.

CUADRO 6.9.5.2.3.1
**PRINCIPAL CONTENIDO DE LOS
 ESPACIOS RECONOCIDOS (*)**
 MICROAMBITOS

	SANT BOI	ARENYS	VALLS	CAMPRODON	SB+A+V+C
1o.	MUSICA (22.4%)	MAGAZINE (65.3%)	MUSICA (26.8%)	INFORMACION (51.3%)	MUSICA (20.7%)
2o.	INFORMACION (17.1%)	INFORMACION (9.6%)	INFORMACION (19.5%)	MAGAZINE (12.8%)	INFORMACION (17.5%)
3o.	MAGAZINE (9.2%)	DEPORTIVO (7.0%)	DISCOS SOLICITADOS (14.2%)	MUSICA (10.3%)	MAGAZINE (17.1%)
4o.	DISCOS SOLICITADOS (7.5%)	MUSICA (4.2%)	MAGAZINE (12.2%)	DEPORTIVO (5.1%)	DISCOS SOLICITADOS (7.7%)
5o.	DEPORTIVO (6.7%)	-	DEPORTIVO (4.8%)	-	DEPORTIVO (6.3%)

(*) Mencionados por el encuestador de la programación de la emisora municipal.

6.9.5.2.4.- Principal contenido del espacio reconocido. Estratos y sectores sociales.

El contenido de los espacios reconocidos en primer lugar por la audiencia de las emisoras municipales guarda estrecha relación con el estrato social. Vuelve a repetirse la tendencia observada en el apartado anterior referente a los géneros preferidos:

- Los estratos sociales caracterizados como medios/medios-altos (15 en Sant Boi y 2 en Arenys) mencionan nombres de espacios informativos en un margen superior a los demás estratos.

- Todo lo contrario sucede con los espacios musicales. En los estratos bajos de Sant Boi 1 y 10 el reconocimiento de nombres de espacios de la emisora municipal de carácter musical casi dobla al margen obtenido en el estrato 15 de la misma población.

- Curiosamente en Valls se invierte dicha tendencia. El estrato medio reconoce más la música que el bajo.

CUADRO 6.9.5.2.4.1
PRINCIPAL CONTENIDO DEL ESPACIO RECONOCIDO
DE LA EMISORA MUNICIPAL
ESTRATOS SOCIALES (*)

	SANT BOI			ARENYS		VALLS		CAMPRODON
	1	10	15	2	6	9	13	8
Magazines	8.5	10.3	18.2	70.6	78.6	15.4	12.5	12.8
Informativos local/comarcal	16.9	12.4	<u>31.8</u>	<u>11.8</u>	7.1	12.8	25.0	51.3
Musicales	23.9	25.8	13.6	3.9	-	25.6	18.7	10.3
Deportivos	8.5	6.2	4.5	3.9	-	7.7	-	5.1
Discos solicitados	2.8	8.2	9.1	-	-	17.9	6.2	-
Otros	-	6.2	4.5	-	7.1	2.6	12.5	5.1
No sabe	39.4	30.9	18.2	9.8	7.1	17.9	25.0	15.4
TOTAL OYENTES DE EMISORA M.	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

SIGNIFICADO SOCIOLOGICO PRINCIPAL DE LOS ESTRATOS:

Sant Boi: 1 Bajo / 10 Medio-Bajo / 15 Medio-Medio bajo.

Arenys: 2 Medio-alto / 6 Medio- Medio bajo.

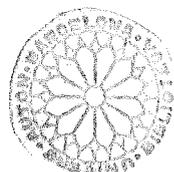
Valls: 9 Medio- Medio alto / 13 Medio bajo / Bajo.

Camprodón: 8 Medio- Medio alto.

(*) Para una mayor información sobre su configuración acudir al anexo metodológico.

Las tipologías sociológicas de los oyentes (del total de la muestra estudiada: suma de las audiencias de las cuatro localidades) que reconocen el nombre de un espacio, concuerdan de alguna manera, con las detectadas en la variable género preferido. En concreto:

- Recuerdan los nombres de los magazines, las mujeres, madres/esposas principalmente.
- Los de espacios musicales y de discos solicitados tienen, asimismo, una audiencia más femenina que masculina, y mucho más joven que la del grupo anterior.
- Los nombres de los informativos locales y comarcales los recuerdan sobre todo los hombres de edades medias (35 a 54 años).
- Saben los nombres de espacios deportivos y los recuerdan en primer lugar: jóvenes del sexo masculino.



CUADRO 6.9.5.2.4.2
**PRINCIPAL CONTENIDO DEL ESPACIO DE LAS
 EMISORAS MUNICIPALES RECONOCIDO PRIMERO**
 SECTORES SOCIALES, TOTAL MUESTRA (BB+Y+D)

	MAGAZINE		INFORMATIVO		MUSICAL		DEPORTIVO		DISCOS SOLIC.	
	H	V	H	V	H	V	H	V	H	V
Hombres	14.4	42.7	20.1	58.5	16.5	40.7	10.1	81.1	5.7	37.9
Mujeres	20.0	57.3	14.8	41.5	25.0	59.3	2.4	18.9	9.8	62.1
15-24 años	15.6	24.6	7.4	11.5	6.2	26.6	18.3	64.3	5.2	34.3
25-34 "	16.0	16.8	11.3	11.7	33.0	28.8	2.9	8.4	10.6	24.8
35-44 "	16.6	23.2	19.3	26.4	14.5	16.8	10.5	39.9	2.4	7.4
45-54 "	15.5	11.5	33.9	24.7	13.4	8.2	5.3	10.7	2.1	3.5
55-64 "	16.9	10.8	15.8	9.9	12.2	6.4	8.3	14.4	-	-
65 o + "	30.0	13.0	37.4	5.3	-	-	-	-	6.9	12.5
Solteros	18.4	35.3	9.1	17.5	26.6	41.7	6.2	31.7	16.3	68.4
Casados	16.0	58.5	21.3	78.3	18.3	54.6	6.5	63.2	3.5	28.3
ROL FAMILIAR:										
Padre/esposo/compañ.	11.6	22.0	24.5	46.3	10.5	16.5	11.7	60.0	4.0	17.0
Madre/esposa/compañ.	19.0	39.7	17.4	36.3	25.2	43.6	1.5	8.3	6.1	28.3
Hijo/a	17.7	29.4	10.1	16.7	27.7	38.2	5.9	26.6	14.8	54.7
LENGUA MATERNA:										
Catalán	27.2	59.4	19.2	42.8	19.7	36.0	5.4	31.7	4.0	19.4
Castellano	11.5	39.8	14.9	52.7	21.1	61.1	6.8	63.2	10.2	77.3
Trabajan										
Tareas Domésticas	13.7	36.6	21.1	56.6	20.1	44.1	9.9	70.9	5.1	30.0
Estudian	17.9	22.8	17.7	22.6	24.5	25.6	1.2	4.0	4.8	13.5
Jubilados/pensionista	14.6	10.5	5.4	3.9	25.2	14.8	8.5	16.4	20.7	32.6
Analfabetos										
Primarios incompletos	25.7	16.0	17.6	11.0	2.4	1.2	2.6	4.4	-	-
Primarios/EBB	-	-	16.5	1.6	31.7	2.6	-	-	-	-
BUP	11.3	14.9	15.9	20.9	15.3	16.7	7.0	25.1	2.3	6.6
FP1,FP2	18.3	45.0	21.7	53.4	18.1	37.0	7.1	47.6	10.4	57.0
COU	27.8	12.3	11.5	5.1	27.3	10.1	10.0	12.0	7.6	7.4
Universitarios	13.5	10.2	4.6	3.4	37.3	23.3	2.0	4.0	12.7	21.3
	26.8	3.0	-	-	13.2	1.2	20.3	6.2	13.2	3.3
	23.2	14.6	25.0	15.6	17.7	9.2	3.0	5.1	3.1	4.3

H.- % lectura horizontal sobre total oyentes por categoría.

V.- % lectura vertical sobre total oyentes por sector social.

6.9.6.- SEGUIMIENTO DE LA INFORMACION MICROCONTEXTUAL MEDIANTE LAS EMISORAS MUNICIPALES

6.9.6.1.- Microámbitos

En los apartados anteriores ha quedado bastante claro el importante uso que hacen las audiencias de las emisoras municipales para informarse de los acontecimientos cotidianos de su microcontexto. No obstante, conscientes de que las opiniones sobre las demandas radiofónicas principales, recogidas anteriormente, pueden amagar parte de la demanda informativa real de los oyentes, se formuló una pregunta específica sobre el tema, con el fin de poder cuantificar de una manera aislada su incidencia.

En concreto, uno de cada tres oyentes de las emisoras municipales (muestra macrocontextual) utiliza este medio para informarse de los eventos noticiables de su entorno. La proporción es algo inferior a la media en Sant Boi y superior en las otras tres poblaciones estudiadas (ver cuadro 6.9.6.1.1).

CUADRO 6.9.6.1.1

SEGUIMIENTO DE LA INFORMACION MICROCONTEXTUAL
 MEDIANTE LA EMISORA MUNICIPAL
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMPRODON	SB+A+V+C
Si, siempre	31.6	47.5	40.0	43.6	35.6
Muy poco	27.4	23.6	17.6	30.8	25.0
No, me informo por la gente	10.2	13.9	12.6	10.3	11.2
No, uso otros medios de com.	4.1	6.4	9.3	2.6	5.4
No, nunca	22.6	4.2	11.3	12.8	17.7
Otras respuestas	2.5	4.3	4.8	-	3.7
No sabe, N.C.	1.6	-	4.5	-	1.9
TOTAL DYEN EM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

6.9.6.2.- Sexo

Las mujeres arrojan márgenes de seguimiento de la información sobre el microcontexto en la radio municipal superiores a los hombres, tanto en la muestra total (SB+A+V+C) como en cada una de las poblaciones estudiadas, salvo en la localidad más pequeña: Camprodón.

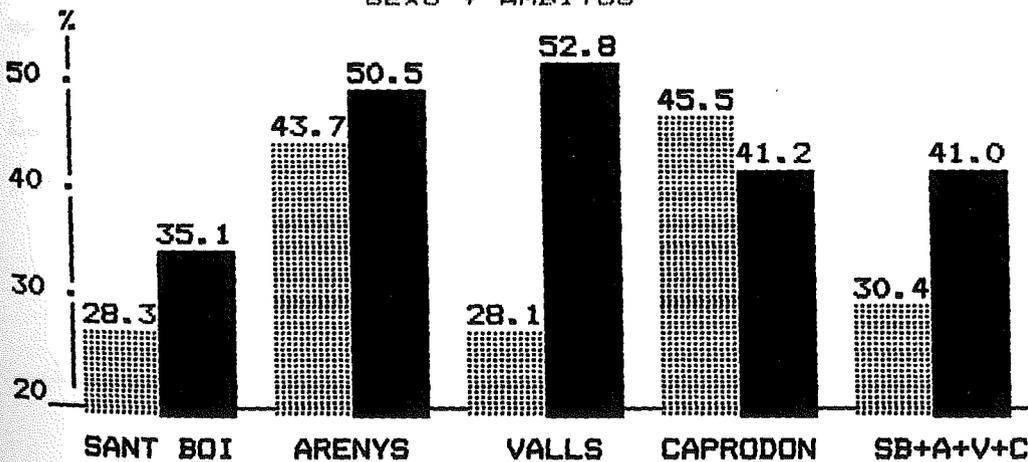
Sin embargo, el sexo femenino no manifiesta demasiado interés por la demanda informativa, según ha quedado

más que reflejado en el análisis de las variables anteriores. Esto obliga a pensar que es muy posible que un grupo de mujeres, madres de familia, amas de casa, hayan contestado a la pregunta con la respuesta de "si, siempre" para no quedar mal con los encuestadores, de la misma manera que lo han hecho en otras preguntas del cuestionario y lo suele hacer cuando les formulan en otras encuestas cuestiones de tipo personal.

GRAFICO 6.9.6.2.1

SEGUIMIENTO DE LA INFORMACION MICROCONTEXUAL MEDIANTE LA EMISORA MUNICIPAL (*)

SEXO Y AMBITOS



▨ Sobre oyentes hombres de la emisora municipal en el ámbito estudiado.

■ Sobre oyentes mujeres de la emisora municipal en el ámbito estudiado.

(*) Porcentajes calculados sobre audiencia total de cada sexo y en cada ámbito.

6.9.7.- PREFERENCIAS MUSICALES Y/O INFORMATIVAS DE LOS OYENTES DE LAS EE.MM.

6.9.7.1.- Ambitos y estratos sociales

Al plantearles a los oyentes de las emisoras municipales un último dilema, esta vez entre música y/o información, la balanza se inclina hacia los contenidos musicales (sólo tenemos en cuenta el macroámbito de referencia).

Las preferencias en cada uno de los cuatro microámbitos varían considerablemente entre sí y vuelven a reproducir los gustos radiofónicos apuntados en los apartados anteriores: En Sant Boi la audiencia se inclina por la música al igual en Valls. En Arenys y Camprodon sucede al revés: prefieren los contenidos informativos a los musicales.

CUADRO 6.9.7.1.1
DEMANDA MUSICAL Y/O DEMANDA INFORMATIVA
DE LA EMISORA MUNICIPAL
MICROAMBITOS Y MACROAMBITO

	SOLO MUSICA	MAS MUSICA Y MENOS INFORMACION	MAS INFORMACION Y MENOS MUSICA	SOLO INFORMACION	MUSICA = INFORMACION	OTRAS NS NC	TOTAL OYEN E.M.
SANT BOI	25.2	19.5	15.1	10.3	23.3	6.7	100
ARENYS	6.1	13.0	30.2	18.7	23.4	8.6	100
VALLS	42.8	11.4	10.3	7.4	24.7	3.3	100
CAMPRODON	10.3	10.3	7.7	23.1	43.6	5.1	100
SB+A+V+C	25.9	16.8	15.9	11.1	24.1	6.2	100

El interés principal por uno u otro contenido radiofónico, en cada estrato social, vuelve a romper en cierta manera la relación hipotética de que la demanda informativa puede aumentar en las capas altas-medias de la sociedad.

A nivel microcontextual no tiene sentido considerar tal relación entre capa social y preferencias musicales y/o informativas.

Los diferentes estratos sociales de la población parecen mostrar unas u otras inclinaciones radiofónicas en función de la programación emitida por el micromedio en su ámbito.

- Los individuos de los dos estratos sociales tenidos en cuenta en Valls (9 y 13) muestran claras preferencias por los contenidos musicales. Sin embargo, los dos estratos de características sociológicas predominantes antagónicas de Arenys (2 y 6) demandan información sobre todo.
- Además, en algunos estratos como el 1 y el 15 de Sant Boi, bajo y medio-medio alto respectivamente, llega incluso a invertirse la "lógica". El primero demanda menos música y más información que el segundo.

CUADRO 6.9.7.1.2
**DEMANDA MUSICAL Y/O DEMANDA INFORMATIVA
 DE LA PROGRAMACION DE LA EMISORA MUNICIPAL**
 ESTRATOS SOCIALES (*)

	SOLD MUSICA	MAS MUSICA Y MENOS INFORMACION	MAS INFORMACION Y MENOS MUSICA	SOLD INFORMACION	MUSICA = INFORMACION	OTRAS NS NC	TOTAL DYEN E.M.
SANT BOI:							
(1) Bajo	23.9	25.4	15.5	14.1	11.3	4.2	100
(10) Medio/ bajo	19.6	21.6	19.6	5.2	25.8	8.2	100
(15) Medio/ m. alto	31.8	9.1	9.1	13.6	31.8	4.5	100
ARENYS:							
(2) Medio/ medio alto	2.0	7.8	31.4	17.6	31.4	9.8	100
(6) Medio/ m.bajo	-	21.4	35.7	28.6	7.1	7.1	100
VALLS:							
(9) Medio/ m.alto	46.2	12.8	12.8	7.7	17.9	2.6	100
(13) Medio/ m.bajo	50.0	-	-	12.5	37.5	-	100
CAMPRDON:							
(8) Medio/ medio-alto	10.3	10.3	7.7	23.1	43.6	5.1	100

(*) Ver su configuración en el anexo metodológico.

6.9.7.2.- Sectores sociales

En la muestra total (SB+A+V+C) aparecen una vez más las tipologías delimitadas en los apartados anteriores:

- Demandan sólo música los jóvenes menores de 25 años, de ambos sexos, solteros, hijos de familia, estudiantes que cursan o han cursado BUP, FP o COU.

- Se inclinan por la información los oyentes de las franja de edades de 45 a 54 años, casados, en esta ocasión son hombres y mujeres por un igual (aunque la tipología femenina se adecúa más en este caso a la mujer que trabaja fuera del hogar), con estudios primarios completos.

- A ningún oyente del grupo de jubilados y pensionistas se le ocurre decantarse exclusivamente por la música.

CUADRO 6.9.7.2.1
DEMANDA MUSICAL Y/O DEMANDA INFORMATIVA
DE LAS EMISORAS MUNICIPALES

SECTORES SOCIALES Y TOTAL MUESTRA (SB+A+V+C)

	SOLO MUSICA	MAS MUSICA Y MENOS INFORMACION	MAS INFORMACION Y MENOS MUSICA	SOLO INFORMACION	MUSICA = INFORMACION	OTRAS NS NC	TOTAL OYEN E.M.
EDADES:							
15 a 24	60.6	18.4	3.5	3.1	10.4	4.1	100
25 a 34	22.4	19.4	16.6	5.3	29.6	6.7	100
35 a 44	15.8	12.1	20.1	15.5	28.7	4.4	100
45 a 54	6.5	6.2	27.5	19.3	31.8	8.9	100
55 a 64	5.0	38.0	18.1	4.1	28.6	6.3	100
65 o más	4.3	6.9	22.7	37.3	25.7	3.1	100
Hombres	25.7	15.5	18.9	11.7	20.8	7.4	100
Mujeres	26.1	18.2	12.9	10.6	27.4	4.9	100
Solteros/as	52.8	18.7	8.4	4.9	10.0	5.3	100
Casados/as	13.7	15.8	19.0	13.5	30.9	7.0	100
Padre/esposo	11.8	14.8	22.5	15.4	26.4	8.1	100
Madre/esposa	17.4	19.3	15.7	12.6	30.6	4.3	100
Hijo/a	54.6	17.8	6.8	4.6	11.1	5.0	100
Trabajan	21.4	15.2	20.9	11.5	24.1	7.0	100
Tareas Domést.	21.4	15.8	15.3	13.6	29.9	4.1	100
Estudian	64.8	20.5	2.3	1.1	8.1	3.2	100
Jub./pens.	-	22.3	18.6	18.7	31.8	8.6	100
Analfabetos	-	16.5	15.3	-	68.3	-	100
Prim. incomp.	15.5	23.2	9.7	17.7	25.9	8.1	100
Prim./EGB	25.5	13.2	20.4	10.8	24.9	4.9	100
BUP	39.7	18.1	9.1	11.2	16.8	5.1	100
FP1-FP2	37.3	21.6	11.6	3.9	18.3	7.3	100
COU	39.7	-	20.3	6.8	19.9	13.2	100
Universitario	26.7	13.3	21.4	10.4	21.3	6.9	100

6.9.8.- ASPECTOS NEGATIVOS DE LAS EMISORAS

En los apartados anteriores se han estudiado los aspectos/géneros/espacios de las programaciones de las emisoras municipales que desechan o no suelen sintonizar los oyentes. De todas formas, para precisar aún más dicho tema, incluso para dejarnos sorprender por la opinión más directa, cualitativa, del oyente en su lenguaje cotidiano, sin condicionamientos estadístico-cuantitativos de tipo reduccionista, se formuló en el cuestionario de una manera abierta la pregunta: ¿qué no le gusta de la programación en general de las emisoras municipales?.

Las 66 respuestas distintas obtenidas, se codificaron posteriormente en las agregaciones que recoge el cuadro siguiente (6.9.8.1).

CUADRO 6.9.8.1
ASPECTOS DE LA PROGRAMACION QUE
NO GUSTAN A LOS OYENTES (*)
MICROCONTEXTOS Y MACROCONTEXTO

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMPR.	SB+A+V+C
MÚSICA	7.4	2.1	10.4	7.7	7.3
INFORMACIÓN	3.7	-	6.4	2.6	3.7
VARIOS	10.6	15.2	16.7	25.6	12.8
LE GUSTA TODO	19.8	34.9	39.2	38.5	26.1
NO SABE	58.5	42.3	24.3	25.6	48.7
NO CONTESTA	-	5.6	3.1	-	1.3
OYEN E.M.	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(*) De las emisoras municipales.

Algunas de las respuestas cualitativas que más llaman la atención son (ver conclusiones del capítulo):

- "Algunas tonterías que dicen".
- "Poca calidad".
- "Falta espíritu, profesionalidad, experiencia".
- "Son demasiado aficionados".
- "Son muy anticuados".
- "Improvisan demasiado".
- "Sueltan tacos, les falta educación".
- "Falta presupuesto para traer gente interesante".
- "Hacen publicidad de un comercio en un juego".
- "Poco abierta mentalmente, muy provinciana".
- "No son divertidos, faltan programas de humor".
- "Críticas poco razonables".

6.10.- CONCLUSIONES

6.10.1.- PARTICIPACION EN LOS ESPACIOS EMITIDOS

- Los datos extraídos y reproducidos anteriormente constatan, ante todo, que el importante sector de la audiencia que asegura no participar en los espacios abiertos de las emisoras municipales argumenta principalmente causas de tipo individual y no social como el desinterés, la indecisión, la salud, la edad, etc.

- Al obtener unas cotas de no participación tan elevadas en los cuatro microámbitos estudiados y argumentadas en criterios que únicamente implican al micromedio radiofónico en interconexiones comunicativas interpersonales mecánicas en los procesos de dinamización social microcontextuales.

Es de suponer que en caso de que el medio ejerciera una incidencia activa en su ámbito de recepción las cotas de participación en los espacios abiertos serían más elevadas que las obtenidas en este muestreo y la no participación se fundamentaría en posturas pro o anti contenidos programados.

- Las cotas de participación en los espacios abiertos son bastantes bajas si se tiene en cuenta, sobre todo, el carácter participativo con que se originan y propagan las microestaciones municipales y que el