

centros de decisión de los contenidos del micromedio traslada, a la vez, a pensar en una mínima participación de los oyentes en los procesos de dinamización emitidos y construidos en los colectivos que adoptan cualquier determinación alrededor de la emisora municipal.

#### 6.10.9.- TENDENCIA IDEOLOGICA DE LAS EMISORAS MUNICIPALES

- Lo primero que se advirtió al interrogar a los oyentes sobre este particular es la crisis en la que están sumidas las ideologías y las diferentes formas de entender el término "ideología" en la actualidad y que su conceptualización es tan sumamente polisémica como la del término "cultura" (ver capítulo 2).

- Debemos tener en cuenta, además, que desde que se origina el fenómeno radiofónico municipal, sus responsables (políticos, comunicativos, etc) han reiterado la contribución ideológica de estos medios a causas pluri-ideológicas como la democracia o microideológicas como la defensa de los intereses de los grupos políticos al frente de los consistorios municipales.

- La hipótesis de partida trataba de analizar la implicación ideológica del medio y su manifiesta contribución a los procesos de dinamización, y no al

revés, la supuesta a ideología, neutralidad ideológica, pero al obtener que uno de cada diez oyentes consideran que las emisoras municipales se decantan por una ideología en concreto, que la mitad de la audiencia no sabe qué opinar al respecto, y que cuatro de cada diez oyentes responden que las radios municipales no tienen ideología, se advierte el pobre trabajo que realizan en este sentido unas emisoras que no persiguen precisamente la misma neutralidad, objetividad, que las macrocadenas radiofónicas comerciales, sino la socialización microsocial en las diferentes corrientes ideológico-políticas de sus entornos.

- Las opiniones de los colectivos receptores emergen, de un lado, en un momento a ideológico y apolítico que vive una sociedad local y general (macro y microsocial) que confunde, según se ha podido observar en alguno de los comentarios cualitativos recogidos, ideología con política, ayuntamiento, partido político, etc. y con unos criterios de marcado signo evaluativo de la capacidad del micromedio para transmitir contenidos ideológicos ("son jóvenes sin picardía").

#### 6.10.10.- SEGUIMIENTO DE LAS PROGRAMACIONES

- La primera observación de interés es que al establecer una hipótesis de partida excesivamente genérica (la interrelación receptor-emisor fundamentada en modelos de programaciones macroradiofónicas comporta el desarrollo de procesos de dinamización macrosocioculturales en los microcontextos) han surgido otras informaciones sobre demandas/conocimiento/reconocimiento/propuesta de programación radiofónica municipal por parte de los colectivos receptores que no se han analizado en base al planteamiento hipotético inicial sino teniendo en cuenta su aportación al tema abordado.

Esto nos demuestra que es adecuado, en parte, el procedimiento de elaborar una tesis en base a la selección de un sólo método científico pero que debemos tener en cuenta, además, cualquier eventual insuficiencia epistemológica o eurística al aplicarlo y disponer de otros recursos metodológicos (paradójicos, indiciarios, etc) tal y como hemos concretado en el capítulo introductorio.

- Por ejemplo, al descubrir que el género preferido de las audiencias encuestadas (macroámbito de referencia dual con cada microámbito) de las emisoras municipales es el musical y que le sigue el informa-

tivo queda demostrada la hipótesis de partida: el micromedio radiofónico puede generar procesos de dinamización macrosocioculturales antes que microsocioculturales en los microámbitos radiofónicos de las emisoras municipales, en caso de que lo musical sea sinónimo de transmisión de códigos de socialización macrosocioculturales y lo informativo de microsocioculturales en cada microámbito estudiado.

- Pero semejante lógica explicativa global, es en cierto modo insuficiente si tenemos en cuenta que esta investigación pretende estudiar las interrelaciones emisores-receptores de un micromedio con los procesos de dinamización social de los microcontextos, tal y como hemos subrayado en otras conclusiones de la tesis.

- El análisis socio-estadístico de los resultados obtenidos, nos permite comprobar que aparecen demandas radiofónicas peculiares del medio municipal en cada microámbito encuestado al tener en cuenta los aspectos: sintonización principal del micromedio, conocimiento (memorístico) y reconocimiento (mencionados por el encuestador) de los nombres de los espacios emitidos, contenidos principales de los espacios reconocidos, y usos de la microestación para la información y/o la música pero que la variable 'microámbitos de recepción de las programaciones de las radios municipales' es relativamente poco indica-



tiva. Al desagregar las informaciones obtenidas en función del análisis socio-estadístico multivariable detectamos que las influencias potenciales o efectivas del medio radiofónico municipal en los procesos de dinamización microcontextuales se plasman principalmente a partir de ciertas desagregaciones multivariadas y no desde cruzamientos bi o trivariados.

- Por ejemplo, el análisis socio-estadístico de los resultados del muestro efectuado, nos permite averiguar que la demanda (real o potencial) del género informativo y el conocimiento de los nombres de estos espacios, aumenta de manera homogénea en los estratos medios, medios-altos (2, 9 y 15) de los diferentes microámbitos estudiados. Pero al comprobar la relación de los estratos con las demandas y conocimiento/reconocimiento con los espacios musicales se obtiene que los estratos medio-bajo y bajo (1 y 10) de Sant Boi arrojan cifras de reconocimiento de casi el doble que las recogidas en el estrato medio/medio-alto (15) de la misma población, sin embargo en Valls se invierte dicha tendencia: el estrato medio/medio-alto (9) reconoce más la música que el bajo.

- El mismo tipo de observaciones se obtienen al estudiar el comportamiento de las variables independientes sexo, edad, rol familiar, etc...

- Esto quiere decir que en cada microámbito hay que distinguir las demandas/reconocimiento/propuestas de programación en función del análisis multivariable.

- En suma los datos obtenidos sobre seguimiento de las programaciones radiofónicas de las emisoras municipales demuestran, ante todo, que las interrelaciones de las informaciones obtenidas con los colectivos emisores-receptores y los macro y/o micro-procesos de dinamización social deben partir de una apreciación apriorística, hipotética, más precisa y diversificada que la utilizada si deseamos ir más allá de las simples aportaciones cuantitativas.

**CAPITULO 7  
INFORMACION EXCLUSIVA  
DE ACTIVIDADES  
MICROCONTEXTUALES  
EN LA RADIO MUNICIPAL  
Y DINAMIZACION SOCIAL**

### 7.1.- INTRODUCCION

En este capítulo pretendemos cuantificar (o aproximarnos a un tipo de cuantificación con matizaciones cualitativas) determinados efectos, más que nada usos y gratificaciones, que en algún caso como el analizado a continuación son de difícil distinción de las funciones socioculturales-comunicativas de las radios municipales catalanas en sus microámbitos de incidencia.

Los usos del medio radiofónico así como las posibles gratificaciones sociocomunicativas que puede transmitir a los oyentes, se sustentan, además, en los conceptos teóricos desarrollados en el capítulo segundo de la tesis sobre interrelaciones entre dinamización social y el micromedio radiofónico municipal.

Las preguntas, variables e hipótesis utilizadas en el análisis empírico aparecen descritas en la introducción de cada subapartado.

## 7.2.- LA EMISORA MUNICIPAL COMO UNICA FUENTE DE INFORMACION DE ACTIVIDADES MICROCONTEXTUALES

### 7.2.1.- VARIABLE E HIPOTESIS

Antes de conocer determinados efectos macro-microcontextuales de las emisoras municipales era conveniente despejar la incógnita del uso social del medio micro-radiofónico como instrumento informativo exclusivo de las actividades desarrolladas en los microcontextos urbanos.

Partiamos en esta ocasión de la hipotética afirmación siguiente:

El importante uso social exclusivo de la emisora municipal como medio de información sobre las actividades microcontextuales, comporta que ésta desempeñe un papel fundamental en los procesos de dinamización desarrollados en su microámbito.

Considerábamos que la verificación de dicha hipótesis podía realizarse mediante las respuestas obtenidas a la pregunta siguiente (ver p.54 del cuestionario en el anexo metodológico de la tesis): "¿Cree que radio... (nombre de la emisora municipal) le ha servido para enterarse de alguna actividad social, cultural,

deportiva, festiva, etc., que desconocía hasta la fecha? ".

Según puede comprobarse, la pregunta incorporó en este redactado final los términos: "social, cultural, deportiva, festiva...". Se sabía de antemano, que la inclusión de dichas matizaciones condicionaría parte de las respuestas de los individuos encuestados pero debieron de quedar incorporadas tras descubrirse, de un lado, que el modelo de encuesta diseñada no podía rehuir las deficiencias inherentes a este problema epistemológico irresoluble de la ciencias sociales, ni tampoco podía, de otro, dejar de alinearse con determinados planteamientos teórico-prácticos rutinarios de las metodologías socio-estadístico-cuantitativas, a pesar de ser conscientes de las críticas que se han vertido sobre ellos y, en concreto, sobre sus limitadas posibilidades operativas y objetivas.

La raíz del problema fue detectada en la encuesta piloto realizada previamente a la definitiva a una muestra de individuos de las localidades estudiadas (Sant Boi, Valls, Arenys de Mar y Camprodon) seleccionados al azar.

En el cuestionario piloto, previo al definitivo, quedó de manifiesto el alto grado de dispersión de las respuestas obtenidas al plantear la pregunta de una manera menos explícita, según el redactado si-

guiente: "¿la emisora municipal le ha servido para enterarse de alguna actividad local que desconocía?".

Semejante redactado sirvió, a la vez, para comprobar que aparecía un colectivo significativo de individuos entrevistados que relacionaban la expresión "alguna actividad local", incluida en dicha pregunta, con tan sólo tres aspectos microcontextuales: culturales (según el concepto funcional-parcial perfilado en esta tesis en el capítulo 2 y el anexo) deportivos y festivos de la localidad.

La decisión final, siguiendo los pasos lógicos de cualquier trabajo de campo socio-estadístico, consistió en incorporar dichos adjetivos calificativos al término actividad en la pregunta definitiva, quedando finalmente redactada de la forma descrita anteriormente.

Se tomó la precaución suplementaria de instruir a los encuestadores en la necesidad de recoger cualquier otra respuesta sobre tan disperso particular, con lo cual la pregunta reunía la doble condición de cerrada y abierta a la vez.

Sirva, por tanto, dichas precisiones para significar que el análisis de ciertos efectos del medio microradiofónico en su ámbito de incidencia pasa por semejantes reduccionismos metodológicos con el fin de

evitar cualquier dispersión conceptual en términos como los que se abordan en este capítulo. De esta forma, son los entrevistados los que determinan los conceptos empleados en el estudio de campo. Dicho proceder científico nos permite, en suma, poner en práctica la ubicación científica fronteriza, conceptualizada en el capítulo introductorio, entre el concreto y más bien racional cuantitativismo y el disperso y casi irracional cualitativismo.

#### 7.2.2.- AMBITOS

La pregunta recoge un primer dato cuantitativo de interés que aparece reproducido en la gráfica siguiente: uno de cada dos oyentes de las emisoras municipales estudiadas (St. Boi, Arenys, Valls y Camprodon), o lo que es lo mismo, uno de cada cuatro individuos mayores de 15 años de nuestra muestra total (suma de las cuatro localidades encuestadas) aseguran haberse informado únicamente en este medio de comunicación de alguna actividad microcontextual (según la definición perfilada en el subapartado anterior) de su población.

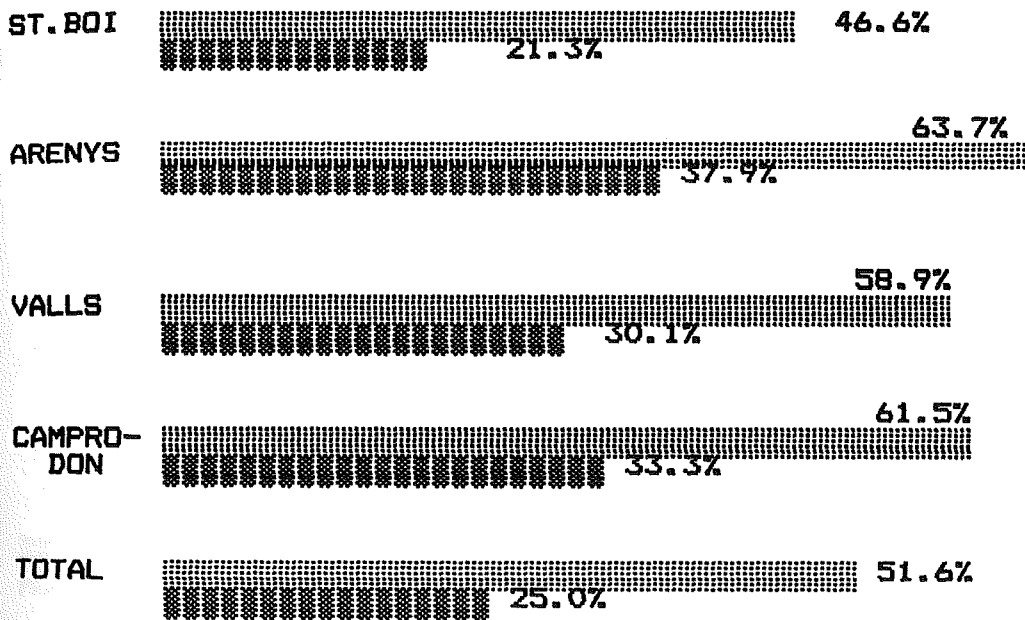
En la gráfica 7.2.2.1 puede observarse, además, que la proporción de la audiencia que asegura haberse informado de alguna actividad en la emisora municipal exclusivamente, disminuye en Sant Boi, que es, a su



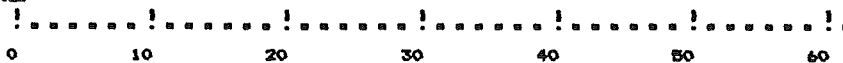
vez, el núcleo demográfico de mayores dimensiones de los cuatro microámbitos estudiados.

GRAFICA 7.2.2.1

**INFORMACION DE ACTIVIDADES (\*)**  
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (BE+A+Y+C)



**% OYENTES DE RADIO MUNICIPAL**



▤ % Sobre audiencia de la emisora municipal en cada microámbito.

▨ % Sobre población encuestada en cada microámbito.

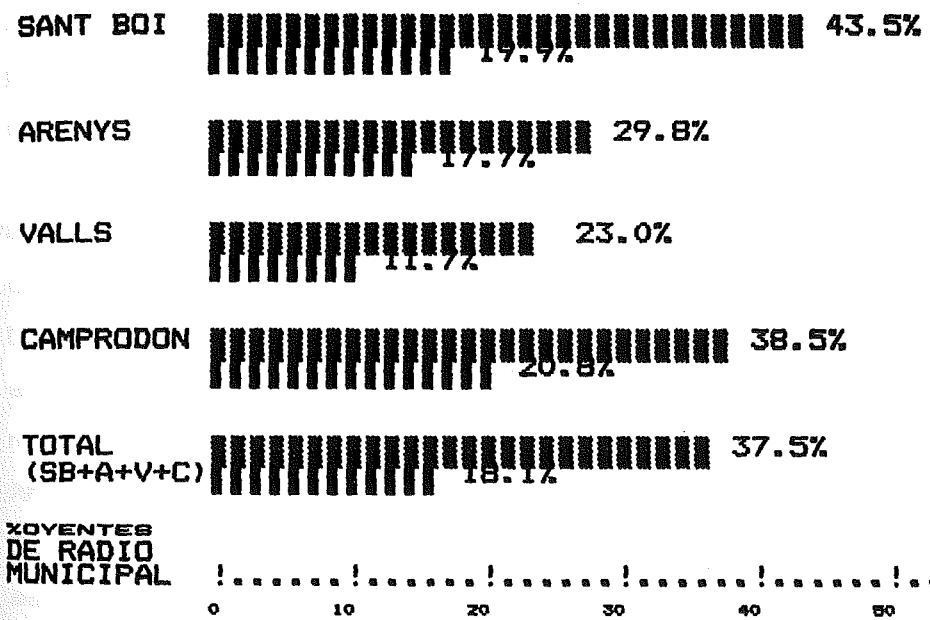
(\*) Del microcontexto en la emisora municipal exclusivamente.

Es asimismo en Sant Boi donde se obtiene el margen

más elevado de oyentes de la emisora que responden con el ítem: 'no, ninguna actividad' a la pregunta, según recoge la gráfica siguiente:

GRAFICA 7.2.2.2

**NO SE HAN INFORMADO DE NINGUNA ACTIVIDAD (4)**  
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (SB+A+V+C)



▤ - % Sobre audiencia de la emisora municipal en cada microámbito.

▨ - % Sobre muestra total de cada microámbito.

(4) Del microcontexto en la emisora municipal exclusivamente.

### 7.2.3.- ESTRATO SOCIAL

Al desagregar los datos obtenidos por cada estrato social (ver anexo metodológico) vemos que la variable 'ámbito', estudiada en el apartado anterior, es relativamente indicativa de diferentes tasas de conocimiento de actividades microcontextuales mediante la sintonización exclusiva de la radio municipal y poco orientativa de distintas implicaciones de los oyentes en los procesos de dinamización.

Los individuos de los estratos medios/medios-altos, como por ejemplo 2 de Arenys, 9 de Valls, y 8 de Camprodón, arrojan márgenes de información sobre actividades microcontextuales superiores a los obtenidos en los estratos 6 y 13 de tipo medio-bajo de Arenys y Valls respectivamente (ver cuadro 7.2.3.1). Sin embargo, en Sant Boi (el microámbito estudiado de mayores dimensiones demográficas) se invierte dicha tendencia. En concreto puede observarse que el estrato social 1, de características sociológicas predominantemente bajas, es el que muestra el porcentaje de respuestas afirmativas más alto. Los márgenes disminuyen conforme nos situamos en el estrato 10 (medio-bajo) y alcanza la cota más baja en el 15 (medio-alto).

CUADRO 7.2.3.1

**CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES (1)**  
ESTRATOS SOCIALES

		SI		NO, NINGUNA		NO SABE/NC	
		H	V	H	V	H	V
<b>SANT BOI:</b>							
Bajo	(1)	<u>49.3</u>	32.0	43.7	30.3	7.0	21.5
Medio-bajo(10)		<u>44.3</u>	36.4	51.5	45.3	4.1	15.9
Medio-alto(15)		<u>40.9</u>	10.0	45.5	11.9	13.6	15.7
<b>ARENYS:</b>							
Medio-alto(2)		<u>68.6</u>	58.3	23.5	42.8	7.8	64.8
Medio-bajo(6)		<u>42.9</u>	12.1	50.0	30.1	7.1	19.6
<b>VALLS:</b>							
Medio-alto(9)		<u>61.5</u>	64.8	25.6	69.3	10.3	43.1
Medio-bajo(13)		<u>40.0</u>	13.6	26.7	23.2	33.3	45.2
<b>CAMPRODON:</b>							
Medio-alto(8)		61.5	100.0	38.5	100.0	-	-

H.- % lectura horizontal: conocimiento en cada estrato.

V.- % lectura vertical: conocimiento de cada estrato en cada microámbito.

(1) Del microcontexto mediante la sintonización de las emisoras municipales exclusivamente.

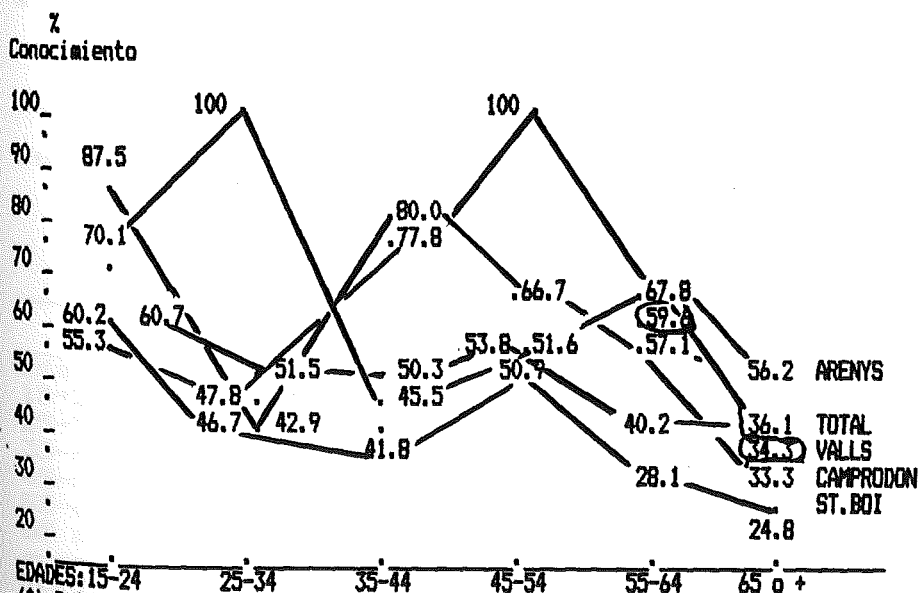
#### 7.2.4.- GRUPOS DE EDADES

La muestra total (SB+A+V+C) indica que el conocimiento de actividades de la localidad, en la emisora municipal únicamente, aumenta entre los individuos más jóvenes (menores de 25 años).

Pero, nuevamente, no nos podemos fiar de las tendencias generales en el análisis de la incidencia social de un micromedio de comunicación, puesto que si observamos los resultados de la submuestra de Arenys de Mar aparecen márgenes afirmativos superiores a los juveniles en el grupo de edades de 25 a 34 años e incluso casi idénticos en el de 55 a 64 años.

Lo mismo sucede en Valls: los porcentajes obtenidos en las franjas de 35-44, 45-54 y 55-64 años superan, también, los de conocimiento de actividades por los más jóvenes en la radio municipal exclusivamente, según recoge la gráfica 7.2.4.1, reproducida a continuación.

GRAFICA 7.2.4.1  
**CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES (\*)**  
 GRUPOS DE EDADES Y AMBITOS



(\*) Del microcontexto en cada grupo de edades y cada microámbito y de la emisora municipal exclusivamente.

Al estudiar el cruzamiento de las dos variables ('edad' por 'conocimiento de actividades en la radio municipal exclusivamente') de una manera inversa a la anterior, es decir, analizando el peso relativo ejercido por cada grupo de edades sobre el total de conocimiento de actividades en cada microámbito, ratificamos que el colectivo que está más al tanto de dichas informaciones es principalmente juvenil en tres de los cuatro contextos sociales encuestados: Sant Boi, Arenys y Camprodon. En Valls se detecta una incidencia similar en la franja de 35 a 44 años. No hay que olvidar que ello obedece, principalmente a que la audiencia de estos micromedios radiofónicos es eminentemente juvenil. En concreto, tres de cada diez oyentes que afirman haberse informado de alguna actividad tan sólo en la radio municipal, pertenecen a la franja de edades comprendidas entre 15 y 24 años. Si a estos se le suma el 18.8% obtenido por el colectivo de 25 a 34 años vemos que la mitad tienen menos de 35 años (ver cuadro 7.2.4.1).

CUADRO 7.2.4.1  
CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES (1)  
GRUPOS DE EDADES Y AMBITOS

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMPR.	SB+A+V+C
Edades :					
15-24	32.2	29.6	32.7	29.2	31.8
25-34	19.3	17.2	16.0	12.5	18.0
35-44	22.5	13.0	33.3	16.7	23.3
45-54	16.7	11.9	5.0	16.7	13.3
55-64	6.7	14.6	7.7	16.7	8.5
65 o +	2.6	13.6	5.4	8.3	5.2
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

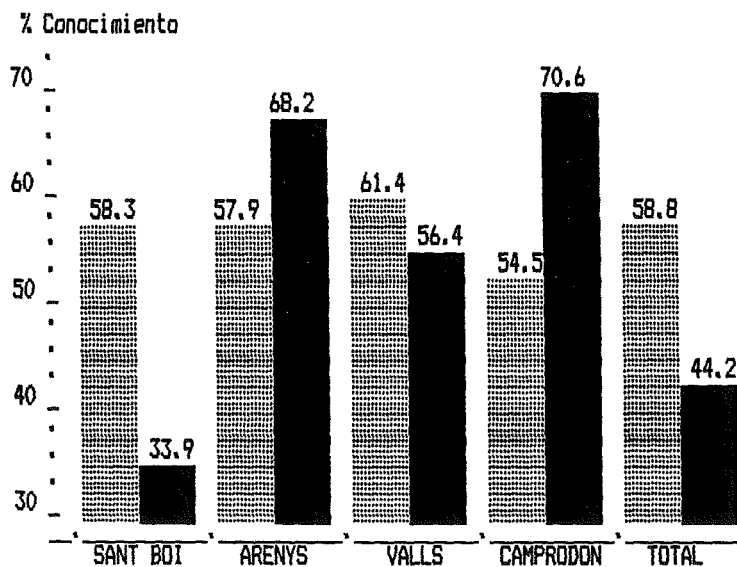
(1) Del microcontexto en la emisora municipal exclusivamente.

7.2.5.- SEXO

Las informaciones sobre actividades microcontextuales en la radio municipal exclusivamente, es mayor entre el colectivo masculino que entre el femenino, en tres de las cinco muestras encuestadas: Sant Boi, Valls y muestra total (ST.B+A+V+C). Sucede todo lo contrario en Arenys y Camprodon (ver gráfica 7.2.5.1).

GRAFICA 7.2.5.1

CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES (\*)  
 AMBITOS Y SEXO



▨ % oyentes masculinos de la e.m. por microámbito.

■ % oyentes femeninos de la e.m. por microámbito.

(\*) Del microcontexto en la emisora municipal exclusivamente.

Lo que más llama la atención de los datos reproducidos en la gráfica 7.2.5.1 es que los hombres parecen ocupar una franja homogénea, casi idéntica, en cada uno de los cinco ámbitos estudiados. Sin embargo, el conocimiento de actividades emitidas por el micromedio radiofónico por parte del colectivo auditivo femenino oscila considerablemente entre el 33.9% de Sant Boi y el 70.6% de Camprodón. En esta segunda localidad y en Arenys se sitúa por encima del masculino.

La tendencia anterior apenas se modifica al analizar el peso de uno y otro sexo sobre los totales de conocimiento de actividades exclusivamente en la emisora municipal en cada localidad estudiada, recogidos en el cuadro 7.2.5.1.

CUADRO 7.2.5.1  
CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES (\*)  
SEXO Y AMBIENTO

	ST. BOI	ARENYS	VALLS	CAMPR.	SB+A+V+C
Hombres	64.9	39.8	54.0	50.0	58.0
Mujeres	35.1	60.2	46.0	50.0	42.0
TOTAL CONOCEN	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(\*) Del microámbito en la emisora municipal exclusivamente.

#### 7.2.6.- ESTADO CIVIL

El conocimiento de actividades es mayor entre los solteros que entre los casados en todos los ámbitos, según recoge la gráfica 7.2.6.1 siguiente: