

#### 4.6.3.- AUDIENCIAS Y DINAMIZACION

Decíamos que el conocimiento de la implicación de las radios municipales, en los procesos de dinamización microcontextuales, pasa inevitablemente por el análisis de los rasgos sociológicos de sus audiencias cuantitativas y cualitativas. Las conclusiones más significativas a las que podemos llegar tras analizar los datos obtenidos son:

a.- Volvemos a descubrir, de un lado, la misma tendencia observada en el subapartado destinado al análisis del conocimiento microsocial de las emisoras municipales. La audiencia del medio incrementa en determinados microcontextos de menores dimensiones demográficas (Arenys, Valls y Camprodon) y en los estratos sociales compuestos por rasgos sociológicos predominantemente medios, medios-altos. Pero, el peso que ejercen dichas zonas y colectivos sobre los totales potenciales de recepción del medio, es menor, que el de otros entornos demográficos más amplios (Sant Boi) y estratos sociales en los que predominan las capas medias-bajas o bajas.

Por tanto, el medio radiofónico municipal puede incidir con su programación cotidiana en los procesos dinamizadores microcontextuales (y proyectar trayectorias crecientes, decrecientes, estables en los rangos/peldaños comunicativos:

interpersonal y/o intergrupala, mecánico y/o activo) en los que se implican o puede implicar a los receptores de dos tipologías principales y manifiestamente antagónicas:

- De un lado, los sujetos de las capas medias-medias altas que son, a la vez, los que suelen disponer de un círculo más amplio de interrelaciones comunicativas (por el simple hecho de poseer las rentas familiares más altas), capaz de rebasar los límites estrictos de los microámbitos de recepción de las radios municipales, según ha podido constatarse en la información obtenida por ciertas variables (actividades en el tiempo libre) o índices socioestadístico-comunicativos (índice de vacaciones) disgregados en la informatización de los datos obtenidos en la encuesta.

- De otro, los habitantes-receptores de ciertos microcontextos que muestran las tasas más bajas de desplazamientos interurbanos por diversas causas, entre las que destacan, aquellas que vienen impuestas por la estructura social predominante (religiosa, ideológica, política, socio-laboral, económica, educativa, etc) y los procesos de socialización, las conductas sociales, los valores morales, las normas de urbanidad, etc. que comportan.

- b.- Asimismo, la audiencia asidua de la radio municipal, aumenta entre colectivos antagónicos como pueden ser, de un lado, las mujeres, casadas, de lengua materna castellana (salvo en Arenys) y, de otro, los estudiantes con estudios medios (BUP o FP).
- c.- La misma bipolarización se refleja entre los colectivos que parecen más alejados de las audiencias asiduas de las emisoras municipales: los de niveles de instrucción universitarios, de un lado, y los que manifiestan tener tan sólo primarios incompletos, de otro.
- d.- Por tanto, aunque vamos observando ciertas tendencias homogéneas de la relación entre el medio radiofónico municipal y los receptores, reiteramos, nuevamente, que las bipolarizaciones descritas vienen marcadas, sobre todo, por el carácter microcontextual del fenómeno comunicativo. Salvo el colectivo dedicado a tareas domésticas (casi en su totalidad compuesto por mujeres de 25 años en adelante) es el que parece mostrar unas cotas de audiencia asidua bastante similares en los cuatro ámbitos estudiados.

e.- Al utilizar, en el análisis socio-estadístico, diferentes índices (vivienda, vacaciones, equipamientos de hogar y socio-económico global) aparecen algunos datos que si bien arrojan tendencias desiguales y difícilmente interpretables como el de vivienda, en los otros vuelve a detectarse la bipolarización subrayada en el párrafo anterior.

En este caso viene perfilada, de un lado, por las características socio-económicas predominantes del municipio y los equipamientos medios por hogares de la localidad metropolitana y eminentemente obrera de Sant Boi y, de otro, las restantes localidades estudiadas (Valls, Arenys de Mar Camprodrón) en las que predominan rasgos socio-económicos acomodados y están ubicadas en otros lugares extrametropolitanos de la geografía catalana.

Sin embargo, los resultados que más llaman la atención, son los obtenidos en los índices de vacaciones. El de los encuestados que no han sintonizado jamás la emisora municipal es algo inferior al de los oyentes asiduos o esporádicos, tanto en la muestra total como en la particular de cada una de las cuatro poblaciones.

Esto quiere decir, que el mayor o menor seguimiento del medio guarda, estrecha relación con la mayor o menor capacidad (económica, imaginativa, educativa, etc.) del individuo para salir del municipio durante los periodos vacacionales, y que, en definitiva, el micromedio puede incidir en mayor grado en aquellos colectivos que están mejor comunicados con lo macrocontextual.

Es posible, por tanto, que las municipales estén desarrollando en mayor grado su interrelación con aquellos individuos que frecuentan todo tipo de códigos macrocontextuales antes que con los que usan y se desenvuelven en procesos eminentemente microcontextuales.

#### 4.6.4.- LUGAR DE SINTONIZACION DE LA AUDIENCIA Y DINAMIZACION

En este sentido, se nos planteaba la hipótesis sobre la peculiaridad colectiva o individual del espacio físico de recepción de la radio municipal (ver el texto en el apartado 4.4.12), basada en razonamientos como que las posibilidades de transmisión inmediata, interpersonal o intergrupal de los contenidos radiados son distintas al usar el micromedio en contextos sociales como el puesto de trabajo, el centro social, etc. o en espacios privados, individuales, como el

coche particular o el dormitorio del lugar de residencia.

Los datos extraídos indican los principales aspectos siguientes:

a.- La emisora municipal se sintoniza principalmente en el domicilio. En concreto siete de cada diez oyentes de las emisoras municipales de la muestra total (SB+A+V+C) la escuchan en su hogar. Y dentro del domicilio particular se escucha principalmente en el comedor, le sigue el dormitorio y después la cocina, por este orden.

b.- Si agrupamos, de un lado, los espacios de la vivienda en los que es posible establecerse interrelaciones comunicativas socio-familiares mientras se recibe la programación de la radio municipal (comedor), y de otro, los espacios privados/individuales (dormitorio) o colectivos pero de usos individuales, principalmente baño, cocina, descubrimos que son estos segundos lugares privados los que destina el receptor principalmente a escuchar la emisora municipal.

c.- Sólo el 28% asegura oír la fuera del domicilio. Destaca algo el lugar de trabajo, y en segundo lugar el coche. No obstante, este uso colectivo o

privado del medio varía considerablemente entre los cuatro microámbitos estudiados.

d.- De todos los datos extraídos resalta uno en concreto: nadie dice escuchar la radio municipal en un centro social (teniendo en cuenta, incluso, que la demanda se formuló como variable y no como ítem). En parte puede ser lógico el resultado, porque la misma dinámica asociativa no incorpora en su funcionalidad la emisión-recepción de la radio. Pero, la observación tiene su interés si partimos de la base de que uno de los objetivos principales de las radios municipales es el de implicar a los receptores e implicarse en los procesos de dinamización microcontextuales. Es lógico preguntarse por tanto, ¿cómo es posible que no se haya desarrollado este recurso en ciertos espacios socioculturales en los que se sabe que puede existir una transferencia comunicativa inmediata, efectiva, intergrupala activa de los contenidos difundidos?

e.- Tampoco se oye la radio municipal en otros lugares públicos como los mercados o las tiendas, tan determinantes o más que el anterior en su connotación comunicativa inmediata, activa.

- f.- La audiencia de las emisoras municipales en el domicilio, aumenta conforme pasamos de los estratos con rasgos sociológicos que denotan un tipo de colectivo social de las capas bajas de la muestra encuestada a los de las capas medias, medias-altas. Sin embargo, la audiencia de la radio municipal en el domicilio, es menor en los hogares con los índices socio-económicos más elevados. Esta disparidad sociológica nos pone en disposición de añadir un aspecto que puede contradecir de alguna manera los enfoques socio-estructuralistas clásicos: es posible, que los índices socio-económicos más elevados estén localizados en mayor grado dentro de los que hipotéticamente consideramos como estratos de condición social baja o media-baja.
- g.- En suma, los estratos sociales que reúnen una serie de rasgos sociológicos (laborales, educativas, lingüísticas, autóctonas, etc) catalogados subjetivamente de medios o medios-altos, son los que arrojan los porcentajes más altos de audiencia de la emisora municipal en el domicilio.
- h.- La audiencia femenina en el domicilio es superior a la masculina y la audiencia fuera de él es principalmente masculina.

i.- En definitiva, los datos resumidos en estas conclusiones y los ofrecidos detalladamente en el apartado "lugar de sintonización", demuestran, en cierta manera, un uso eminentemente individual y mecánico del medio microradiofónico. Ello, quiere decir, que las posibilidades dinamizadoras del medio microradiofónico son mínimas.

De todas formas la crítica principal que hay que formular a semejante procedimiento analítico de las interrelaciones DS-EE.MM. es, que las variables utilizadas no nos permiten ajustarlas de manera totalmente racional.

En concreto, es conveniente seleccionar mejor los espacios físicos de recepción e incluso demandar directamente al encuestado su sintonización en soledad o en compañía, y la transmisión o nó, de los contenidos escuchados, etc.

#### 4.6.5.- HORA PUNTA Y DINAMIZACION

Pretendíamos descubrir las franjas horarias de mayor audiencia de las emisoras municipales con el propósito de saber además cuáles son los rasgos sociológicos principales de los oyentes durante dichas horas puntas y, paralelamente, descubrir los periodos temporales diarios en los que el medio puede incidir hipotéticamente, en mayor grado, en su interrelación con los procesos de dinamización microcontextuales. Los principales datos extraídos de la encuesta son los siguientes:

- a.- Las horas puntas de estas microestaciones son similares a las de la audiencia de la radio en general (de 9 de la mañana a 13 del mediodía y de 18 a 20 horas de la tarde). Pero, el seguimiento de la radio en general durante dichas franjas horarias, es bastante superior al de las municipales. Esto quiere decir que sin proponérselo hemos descubierto que los contenidos emitidos por la radio en general, pueden incidir cuantitativamente bastante más que los difundidos por la emisora municipal en los procesos de dinamización microcontextuales.

- b.- Al cruzar las horas punta de la audiencia de las emisoras municipales (tratadas como variables y no como items) con las variables sociológicas principales (estratos más significativos, grupos de edades, etc.) no es posible construir una interpretación lógica de los resultados. Ello es debido a la heterogenidad de las componentes sociales de las audiencias, que respaldan dicho fenómeno comunicativo y que ya se han puesto de manifiesto en los cruzamientos analizados con otras variables dependientes.
- c.- Por lo tanto, vemos que para estudiar audiencias de componentes sociológicas tan sumamente dispersas, es necesario aplicar muestreos multivariantes, estratificados, como el que se utiliza en esta investigación.
- d.- Determinados datos que nos aseguran algo más la observación anterior son los siguientes: el estrato 15 de Sant Boi arroja seguimientos horarios muy diferentes al estrato 2 de Arenys y ambos, reúnen rasgos sociológicos predominantes similares catalogados como medios/altos-medios de manera subjetiva con pretensiones objetivas. El seguimiento de la radio durante las horas punta de los diferentes grupos de edades estudiados varían sensiblemente de un microámbito a otro.

Sin embargo, cuando se analiza la hora punta de audiencia de radio municipal por las variables sexo y estado civil aparecen comportamientos bastante homogéneos entre los diferentes ámbitos estudiados.

- e.- Podemos asegurar en definitiva, como aportación crítica final, que habría que matizar los grados de incidencia en cada franja horaria o en las más relevantes, en función de las peculiaridades sociológicas cualitativas de los microámbitos y precisar bastante más la interrelación de los contenidos emitidos por la radio municipal y la radio en general en el ámbito estudiado y los procesos de dinamización.
- f.- En cualquier caso es más fácil que el medio radiofónico municipal, así como el radiofónico general, desempeñen papeles claves en la interrelación DS-Radio Municipal durante sus horas punta de mayor audiencia con colectivos sociales como el femenino que con el masculino. Por tanto, habría que partir de la estructuración de muestras distintas para uno y otro colectivo sexual. Lo mismo habría que tener en cuenta otras tipologías auditivas principales en función de la hora punta.

**CAPITULO 5**  
**EMISORAS MUNICIPALES Y**  
**DINAMIZACION SOCIAL:**  
**COLECTIVOS EMISORES**

## 5.1.- INTRODUCCION

Entre las diferentes sedes de la Escuela de Radio de la Coordinadora de Emisoras Municipales de Catalunya (EMUC), en las que se impartieron las clases de la asignatura "Dinamización Social y Radio Municipal", se seleccionaron un total de ocho (ver anexo metodológico), para distribuir un cuestionario con el propósito de investigar la posición de los colectivos emisores de las radios municipales, en torno a preguntas como las siguientes:

- ¿Realizan o piensan realizar un trabajo radiofónico microcontextual en el futuro, o bien desean incorporarse a las macrocadenas y emitir un modelo de programación dirigida a los macroámbitos sociales de recepción?
- ¿Desempeñan estas microradios un papel de escuelas preparatorias, de "lanzaderas" hacia las macroprogramaciones radiofónicas?
- Y en caso de que así sea, ¿no estarán contribuyendo al desarrollo de procesos de dinamización 'macro-micro versus macro' en sus ámbitos de recepción?

Dichas cuestiones partían de la hipótesis previa, bastante compleja y de difícil verificación (tal y como tendremos ocasión de experimentar en los párrafos posteriores) siguiente:

La experimentación y emulación (consciente o inconsciente) de los colectivos emisores de las radios municipales con modelos de programación, previstos para ser emitidos en las macrocadenas radiofónicas introducen procesos de dinamización macrosocio-culturales-lingüísticos en los micro-ámbitos de influencia de estas radios y generan, en suma, lo que en esta tesis se conceptualiza con el nombre de efecto "lanzadera".

Las preguntas e hipótesis anteriores, pretenden desarrollarse de acuerdo con los temas estructurados a continuación:

- Conceptualización y apreciaciones cualitativo-personales del efecto "lanzadera".
- Modelo de radio de los colectivos emisores (en el que emitirían su espacio ideal y el que sintonizan habitualmente).
- Tipologías de programación: emitidas (reales) y preferidas (hipotéticas).
- Significados micro/macrocontextuales de los nombres de los espacios emitidos y preferidos.
- Locución ideal de los colectivos emisores.
- Otros criterios "macro-micro versus micro".

## 5.2.- CONCEPTUALIZACION Y APRECIACIONES CUALITATIVAS DEL "EFECTO LANZADERA"

### 5.2.1.- CONCEPTUALIZACION DEL EFECTO "LANZADERA"

Mediante la expresión "efecto lanzadera", puede que demasiado simple pero tal vez la más adecuada, pretende conceptualizarse, en síntesis, la voluntad implícita y/o explícita, manifiesta y/o latente, de un sector (importante según tendremos ocasión de comprobar a continuación con los datos extraídos del sondeo efectuado) de los colectivos emisores de las

radios municipales por transitar a las macrocadenas radiofónicas, y cómo, dicho deseo puede repercutir en los procesos de dinamización microcontextuales en los que se implica socialmente el medio de comunicación.

Desde sus orígenes, a finales de los 70 y principios de los 80, estas radios microcontextuales tienden a asumir, voluntaria o involuntariamente, los roles de escuelas-taller, experimentadoras de todo tipo de espacios, técnicas, discursos, códigos y mensajes pre-radiofónicos y/o radiofónicos. Siendo, además, prácticamente los únicos locutorios en los que es posible ensayar, practicar, diferentes ejercicios informativos, comunicativos, periodísticos, e incluso poner a prueba cualquier nuevo artilugio técnico.

Algo que caracteriza, por tanto, a estas radios y que genera la conceptualización teórica y plasmación práctica del "efecto lanzadera", es que albergan unos colectivos, socializados en la doble vertiente de aprender en la radio "pequeña", municipal, para "emigrar" a la radio "grande", macrocadena radiofónica (entrecorramos los adjetivos que utiliza más de un encuestado).

Durante los primeros años de funcionamiento de la experiencia microcomunicativa, los análisis críticos, embrionarios (ver capítulo 3), sobre este fenómeno radiofónico, ya avisaban de las dificultades de las

emisoras municipales para plasmar un modelo comunicativo participativo, bidireccional, alternativo al convencional de las macrocadenas radiofónicas, propulsado en los primeros encuentros/'trobades' (ver capítulo 3).

En concreto, aparecieron argumentos como que obedecía a que:

"...los 'animadores' de la experiencia suelen ser aspirantes a profesionales en las radiodifusión de ámbitos más amplios, y suelen reproducir la lógica productiva clásica sin cuestionarla. Es más, aspiran a integrarse totalmente en ella" (PRADO, 1983: 164).

La transición de los emisores de las municipales a las radios de ámbitos amplios se origina y sustenta principalmente, en el poder de emanación que ejercen ciertas funciones, aspectos y efectos económicos, técnicos, periodísticos, psico-sociales de las macrocadenas de radio, algunos de los cuales tendremos ocasión de disgregar y analizar a continuación.

Para estudiar, descubrir o simplemente apuntar los rasgos fundamentales del "efecto lanzadera" y sus repercusiones paralelas sobre los procesos de dinamización de los microámbitos estudiados, se ha aplicado el mismo procedimiento metodológico mixto cualitativo-cuantitativo, usado en otros capítulos de esta tesis (ver anexo metodológico).

### 5.2.2.- APRECIACIONES CUALITATIVAS DEL EFECTO "LANZADERA"

El cuestionario empleado formulaba a los colectivos radiodifusores encuestados la pregunta siguiente: "¿por qué haces radio municipal?". Parte de las respuestas obtenidas se analizan a continuación.

Al leer las respuestas seleccionadas y agregarlas por temas específicos puede comprobarse que todas reúnen una misma peculiaridad: llevan impreso algún matiz distinto del "efecto lanzadera". Son justificaciones/criterios/opiniones personales sobre la permanencia momentánea en el micromedio, sustentada en el deseo principal de transitar por el macromedio y, por lo tanto, indican el posible interés, implícito o explícito, de los emisores de las municipales por plasmar modelos macroradiofónicos en el microámbito de la radio municipal y en sus interrelaciones con los procesos de dinamización del microcontexto.

En concreto, el efecto "lanzadera" o 'macro-micro versus macro' aparece formulado por los radioemisores de las municipales de las formas siguientes:

#### A.- Formulado explícitamente

Ante todo, el deseo de transitar a las macrocadenas radiofónicas aparece formulado de una manera totalmente explícita.

Este es el caso de una entrevistada de 19 años, residente en Barcelona ciudad, encargada de transmitir un maratoniano magazine matinal en Ràdio Montmeló. Resume a la perfección su deseo explícito de insertarse en las macrocadenas radiofónicas mediante la frase: "De momento, siento reconocer, que me lo he planteado como plataforma de lanzamiento..."

En éste y otros casos similares, el tránsito a las radios de ámbitos generales aparece complementado, pero a la vez, ténuemente disfrazado de un apesadumbrado sentido de culpabilidad. Por ejemplo, esta encuestada manifestó al entrevistador su frustración personal en el momento de efectuar la encuesta. Semejante complejo o frustración personal se transmite, sobre todo, cuando el entrevistado, además de manifestar su deseo de transitar a los micromedios radiofónicos y de plasmarlo en el cuestionario, lo advierte verbalmente al encuestador, por lo bajo, procurando que no se enteren los demás, pretendiendo hacerle cómplice de su "lógica" y meditada transición. Es por eso, que se intenta justificar con expresiones como: "siento reconocer", rematadas incluso con: "...aunque algunas veces he pensado que no me importaría dedicarme a una radio municipal a fondo."

Otros datos extraídos en el cuestionario demuestran que esta locutora/redactora ya se dedica "a fondo" a la radio en la actualidad. Emite un magazine matinal a diario de varias horas de duración. Sin embargo,