

No hemos de olvidar que los procesos de dinamización microcontextuales pueden analizarse desde perspectivas multifocales y pluri-ideológicas (ver capítulo 3) y que se establecen de acuerdo con los conceptos defendidos en esta tesis, perfilados en el capítulo 2.

7.5.2.- PARTICIPACION Y DIFUSION

Al dejar intencionadamente abierta la pregunta y, por tanto, la posibilidad de incluir cualquier tipo de respuesta, apareció un grupo, que se codificó posteriormente como ítem específico, recogido por el encuestador (tal y como se le advirtió), correspondiente a los que difundieron la actividad, conocida en el medio radiofónico municipal exclusivamente, entre familiares y amigos principalmente, pero que no llegaron a ponerla en práctica por diversas razones de signo laboral, patológico, etc.

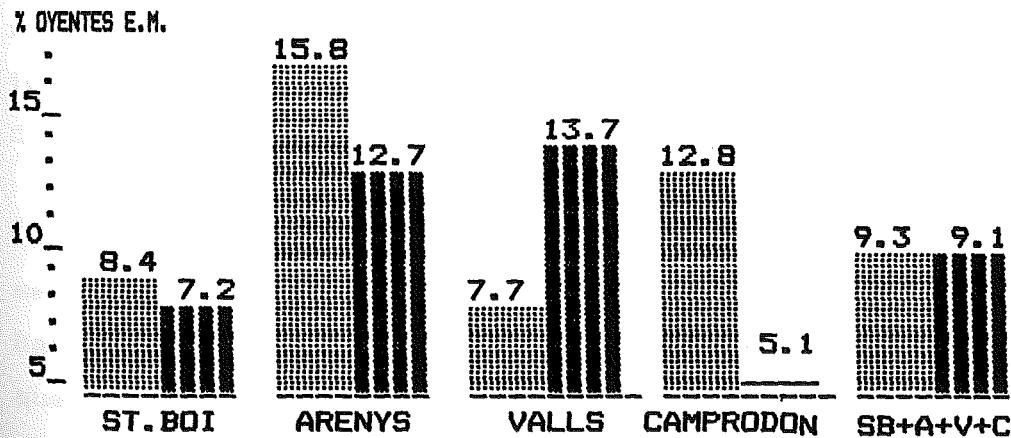
Es un sector de la audiencia de las radios municipales cuyos actos comunicativos, mediados por la radio municipal, cabe ubicarlos en los rangos/peldaños, conceptualizados en esta tesis como propios de la comunicación activa interpersonal o intergrupala. Transmiten un tipo de información, sintonizada en el medio radiofónico, que puede implicar interconexiones activas y/o desarrollar trayectorias de dinamización creciente en los microcontextos sociales indistinta-

mente de que su no participación en las actividades sea nula.

Descubrir dicha posibilidad en el sondeo y no despreciarla, trajo como consecuencia que al agregar este colectivo con los que respondieron afirmativamente a la pregunta (participaron y la propagaron) los márgenes de difusión de la actividad sean mayores que los de participación en todos los ámbitos estudiados (St. Boi, Arenys, Camprodon y macrocontexto de referencia) menos en Valls, según recoge la gráfica 7.5.2.1.

GRAFICA 7.5.2.1

DIFUSION Y PARTICIPACION (2)



▨ % de DIFUSION de la actividad de los oyentes de la emisora municipal por ámbito.

■ % de PARTICIPACION en la actividad de los oyentes de la emisora municipal por ámbito.

(2) De/en las actividades conocidas en la radio municipal exclusivamente.

7.5.3.- DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES

7.5.3.1.- Ambitos

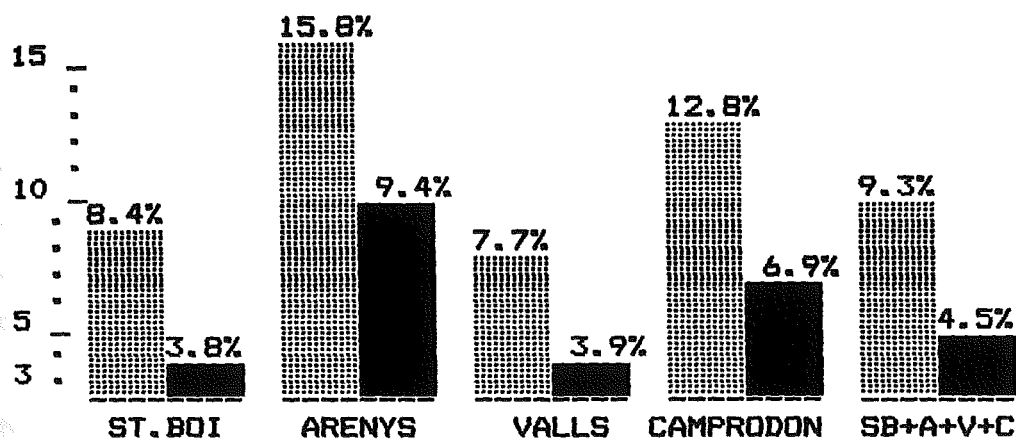
En concreto, y tras tener en cuenta la observación del apartado anterior sobre difusión y participación, los datos obtenidos indican que uno de cada diez oyentes, o uno de cada veinte individuos encuestados (proporción algo mayor en Arenys y Camprodón, e inferior en Sant Boi y Valls) ha difundido la actividad conocida en la radio municipal, según recoge la gráfica 7.5.3.1.

El "clan" familiar y el colectivo de amigos son los interlocutores principales a los que los oyentes difunden las informaciones sobre actividades sintonizadas en las emisoras municipales exclusivamente.

Las respuestas más significativas recogidas en este sentido son las siguientes: "Dije lo del cursillo de baile a una amiga", "en la familia", o bien un oyente que dió a conocer la actividad a un amigo practicando otra: "en la cursa popular".

GRAFICA 7.5.3.1
DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES(*)
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (SB+A+V+C)

% OYENTES
 DE LA EMISORA
 MUNICIPAL



▨ % Calculados sobre oyentes de la emisora municipal en cada ámbito.

■ % Calculados sobre el total de encuestados en cada población.

(*) Conocidas en la emisora municipal exclusivamente.

7.5.4.- DIFERENCIAS ENTRE DIFUSION Y NO DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES

7.5.4.1.- Ambitos

Entre las respuestas a la pregunta se detecta otro colectivo de oyentes, más significativo incluso que el anterior, que se posicionan conscientemente como

interlocutores receptivos desde un plano comunicativo del primer rango/peldaño de los procesos de dinamización, interpersonal mecánico (ver capítulo 2). Aseguran haber participado en la actividad conocida en la radio municipal exclusivamente, pero afirman, a la vez, que no la han difundido a nadie de su microentorno.

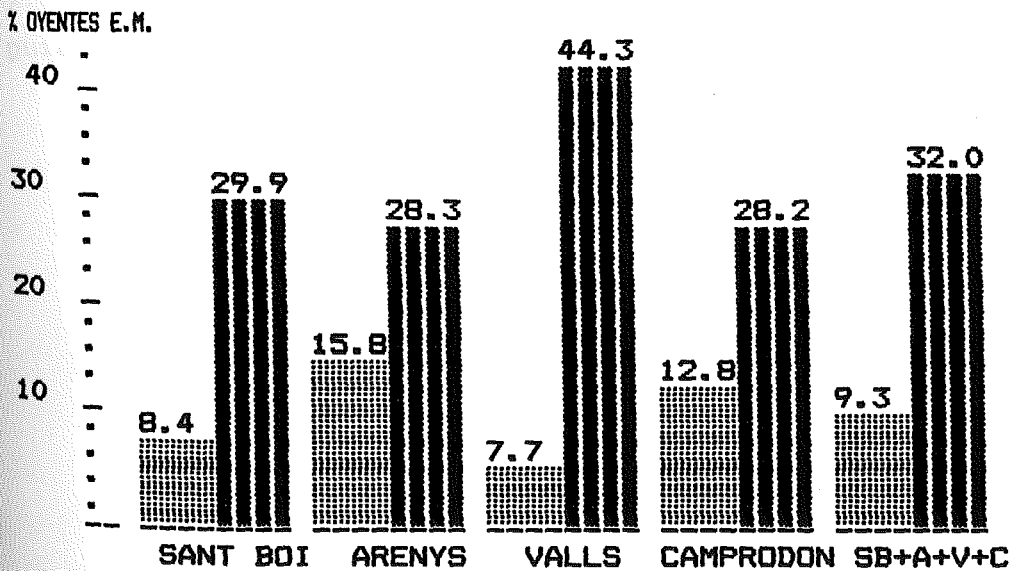
El mismo problema detectado en las respuestas afirmativas (participan) analizadas anteriormente surgió con las negativas (no participan). Se filtró otro colectivo, mínimo también, que no correspondía incluir en este ítem.

Nuevamente fue conveniente delimitar, por tanto, un tipo de agregación específica en el proceso de codificación con la característica siguiente: "se informa, no ha participado y no ha difundido la actividad conocida en la emisora municipal" para diferenciarlo de aquellos oyentes que se informaron, participaron y no la difundieron.

Al margen de la advertencia anterior sobre las precauciones que hay que tener al analizar las respuestas afirmativas y negativas a la pregunta utilizada en este apartado, vemos que los márgenes de no difusión interpersonal y/o intergrupales de las actividades conocidas en la emisora municipal exclusivamente son bastante superiores a los de su difusión, en todos los microámbitos estudiados.

Una observación interesante es que ambos extremos (difusión y no difusión) tienden a igualarse en Arenys de Mar que es el microámbito en el que la radio municipal se elabora siguiendo un modelo de participación más de tipo microcontextual, activo, según hemos podido constatar en el capítulo 6. Las diferencias entre ambos polos se incrementan en Valls (la "no difusión" muy por encima de la "difusión") que es el microámbito dónde se emiten unos contenidos eminentemente musicales y la participación se centra en las votaciones de discos, según se ha podido comprobar en otros apartados de la tesis.

GRAFICA 7.5.4.1.1
DIFUSION, NO DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES (1)
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (SB+A+V+C)



▨ % de DIFUSION de la actividad por oyentes de la emisora municipal en cada ámbito.

■ % de NO DIFUSION por oyentes de la emisora municipal en cada ámbito.

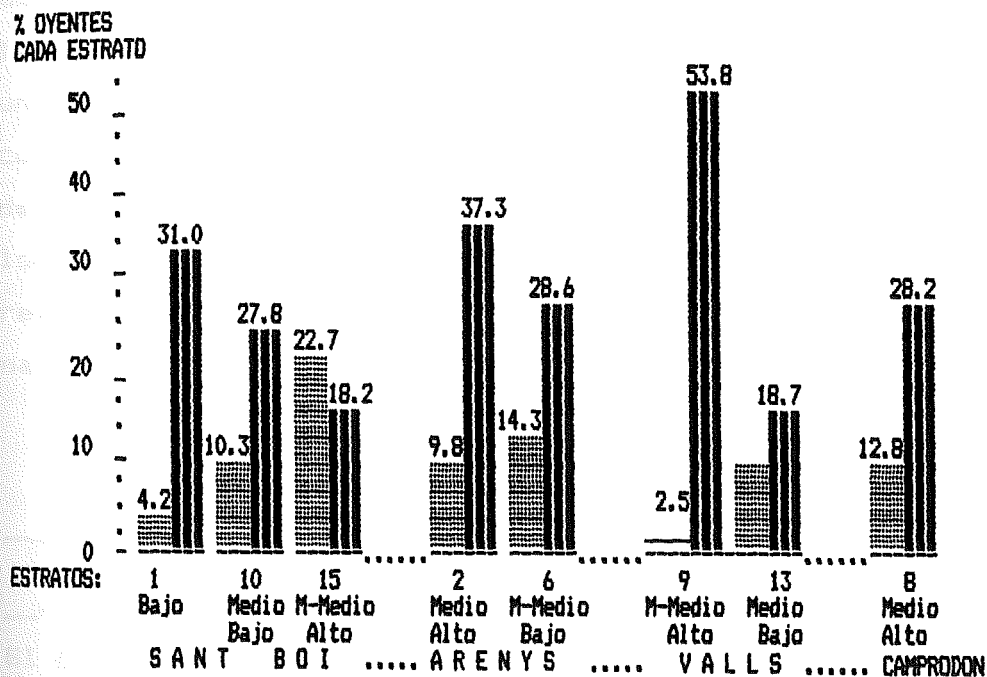
(1) De la actividad conocida en la emisora municipal.

7.5.4.2.- Estratos sociales

Los márgenes de difusión de las actividades conocidas exclusivamente en la radio municipal aumentan y disminuye paralelamente los de la no difusión, conforme pasamos del estrato bajo (1) al medio/medio-bajo (10) y de éste al medio-alto(15) en el ámbito de Sant Boi.

Sin embargo, dicha tendencia se invierte en Arenys de Mar y Valls. En ambos microcontextos los estratos de las capas sociales acomodadas (2 y 9) indican márgenes de difusión inferiores a los obtenidos en los estratos sociales caracterizados como medios-bajos (6 y 13), según aparece reproducido en la gráfica siguiente (7.5.4.2.1).

GRAFICA 7.5.4.2.1
DIFUSION, NO DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES (*)
 POR ESTRATOS SOCIALES



▨ % de DIFUSION de la actividad por oyentes de la emisora municipal en cada estrato.

▤ % de NO DIFUSION por oyentes de la emisora municipal en cada estrato.

(*) De las actividades conocidas en la emisora municipal exclusivamente.

7.5.5.- DIFUSION Y SEXO

Al efectuar el cruzamiento socio-estadístico de los márgenes de difusión de las actividades conocidas en la radio municipal exclusivamente por los oyentes de uno y otro sexo en cada microámbito estudiado (ver cuadro 7.5.5.1), puede observarse que los porcentajes de difusión masculina superan a los femeninos en localidades como Sant Boi y Camprodon y que ocurre al revés, la difusión femenina por encima de la masculina, en Arenys y Valls.

CUADRO 7.5.5.1
DIFUSION DE ACTIVIDADES (*)
SEXO Y AMBITOS (**)

	ST. BOI		ARENYS		VALLS		CAMPRODON		SB+A+V+C	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
SI	65.0	35.0	46.4	53.6	37.9	62.1	80.0	20.0	57.0	43.0
NO	68.0	32.0	38.1	61.9	49.7	50.3	36.4	63.6	58.8	41.2
NS	37.8	62.2	27.0	73.0	58.1	41.9	42.9	57.1	41.7	58.3
NC	45.4	54.6	39.6	60.4	32.4	67.6	-	-	40.5	59.5

H.- Oyentes hombres / M.- Oyentes mujeres. / NS.- No Saben. / NC.- No Contestan.

(*) De actividades conocidas en la emisora municipal únicamente.

(**) $\%H + \%M = 100$ en cada variable (si, no, no saben y no contestan) y dentro de cada ámbito.

A nivel general (total muestra encuestada: SB+A+V+C) los hombres obtienen 14 puntos porcentuales más que las mujeres en lo que respecta a la difusión. Sin embargo las tasas masculinas de no difusión también

superan a las femeninas. En concreto los hombres que aseguran no difundir personalmente las actividades superan en casi 20 puntos porcentuales a las mujeres. Ello obedece principalmente a que los hombres suelen responder de manera biunívoca (sí o no). Las mujeres tienden a seleccionar opiniones menos comprometidas ("no saben", "no contestan"), según puede observarse en la gráfica 7.5.5.1, reproducida a continuación y ha quedado de manifiesto en los cruzamientos analizados de otras variables.

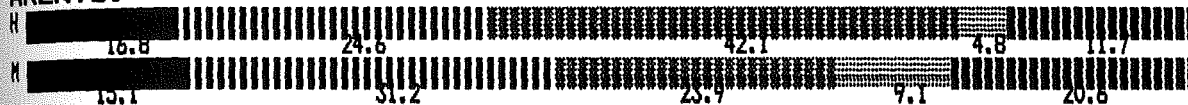
No hay que olvidar que influyen en la selección de las respuestas de uno u otro sexo aspectos de tipo socio-psicológico-educativo como pueden ser: la inseguridad personal, el desconocimiento del tema, la desconfianza mostrada hacia el encuestador/a, el papel socio-familiar asumido de esposa convencional relegado a un plano secundario por debajo del hombre/marido, etc. aspectos todos ellos analizados detalladamente en otros trabajos de las ciencias sociales y que han sido subrayados en diferentes apartados de esta tesis.

GRAFICA 7.5.5.1
DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES (*)
 SEXO Y AMBIENTOS

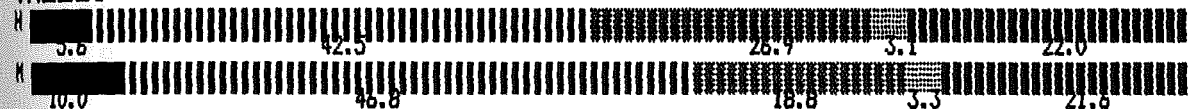
SANT BOI:



ARENYS:



VALLS:



CAMPRODON:



H.- Hombres / M.- Mujeres

■ Si difunden. / ■■■ No difunden. / ■■■■ Se informan de la actividad y no participan.

■ No contestan / ■■■ No saben.

(*) De las actividades conocidas en la emisora municipal exclusivamente.

7.5.6.- DIFUSION Y GRUPOS DE EDADES

Los resultados de la muestra total (SB+A+V+C) indican que el margen de difusión de las actividades conocidas únicamente en la radio municipal aumenta algo entre los oyentes de edades medias (35 a 54 años).

Sin embargo, las tendencias de los grupos de edades no son las mismas en cada microámbito estudiado. Por ejemplo, el grupo de 15 a 34 años (los índices de fiabilidad impiden desagregarlo en los dos grupos: 15 a 24 y 25 a 34 años) muestra márgenes de difusión (D) que oscilan entre el 3.1% en Valls y el 20.0% en Arenys.

Con la variable edad aparece un comportamiento de los encuestados similar al detectado con el sexo femenino. Las respuestas de los sujetos de edades más avanzadas tienden a posicionarse en el ítem del "no sabe" y paralelamente disminuyen los márgenes de "difusión" (D) y "no difusión" (ND).

No obstante, las respuestas correspondientes a la no difusión muestran una tendencia general que vale la pena subrayar: en tres de los cuatro ámbitos estudiados (Sant Boi, Arenys y Valls) aumenta considerablemente esta proporción entre los colectivos juveniles (15 a 34 años).

CUADRO 7.5.6.1
DIFUSION DE LA ACTIVIDAD (*)
GRUPOS DE EDADES Y AMBITOS (**)

GRUPOS DE EDADES:	ST. BOI		ARENYS		VALLS		CAMPRODON		SB+A+V+C	
	D	ND	D	ND	D	ND	D	ND	D	ND
15-34	8.5	33.6	20.0	37.4	3.1	46.7	13.3	33.3	8.5	37.1
35-54	9.7	26.8	18.8	16.6	16.5	44.8	-	45.5	11.6	28.7
55 o+	5.1	22.0	7.1	29.8	7.9	37.7	23.1	7.7	6.9	25.9

D.- % de oyentes de cada grupo de edades que Difunden la actividad por microámbito.

ND.- % de oyentes de cada grupo de edades que No Difunden la actividad por microámbito.

(*) De las actividades conocidas en la emisora municipal.

7.6.- ACTIVIDADES DIFUNDIDAS EN LAS EMISORAS MUNICIPALES Y MODIFICACIONES OBSERVADAS EN LA COTIDIANIDAD DE LOS RECEPTORES

7.6.1.- VARIABLE E HIPOTESIS

No fue fácil redactar una pregunta que recogiera desde la perspectiva autoevaluativa de los oyentes los cambios cotidianos personales experimentados al informarse, participar y difundir ciertas actividades conocidas en el medio radiofónico exclusivamente. Tras probar un redactado en el cuestionario piloto se diseñó la pregunta definitiva siguiente: "Cree, finalmente, que al desarrollar esta/s actividad/es que ha conocido a través de radio..... (mencionar nombre de la emisora municipal) ¿ha cambiado de alguna manera su vida cotidiana? (ver P.58 de cuestionario en el anexo de la tesis).

El principal obstáculo con el que se tropezaron los encuestadores al plantearles esta última pregunta de la batería de cinco utilizadas en los apartados anteriores de este mismo capítulo, fue que los individuos encuestados no reunían un mismo concepto universal de cotidianidad. Incluso se advirtió que más de uno desconocía el significado del término.

De todas formas, los datos extraídos permiten aportar algún último matiz sobre el papel que desempeñan las radios municipales en los procesos dinamizadores

microcontextuales, y verificar, en suma, la hipótesis que teníamos planteada como colofón de las cuatro anteriores. En concreto:

El sector de la audiencia que se integra en el eje: información exclusiva de actividades en el micromedio radiofónico-participación y/o difusión de ellas, logra transformar simultáneamente sus interrelaciones socio-comunicativas cotidianas de mecánicas en activas, y ello nos indica que la radio municipal contribuye a la ubicación de los procesos de dinamización microcontextuales en los rangos/peldaños de los niveles de comunicación activos y a que se perfilen trayectorias de dinamización crecientes o estables a lo largo de las series temporales preestablecidas.

7.6.2.- AMBITOS

En concreto sólo el 3.1% de la audiencia considera que han variado sus hábitos cotidianos tras haber conocido alguna o determinadas actividades locales en la emisora municipal exclusivamente y haber contribuido a la posteriormente participación/difusión de ellas.

Sobre este particular coinciden los márgenes obtenidos en los cuatro microámbitos encuestados, según puede observarse en el cuadro 7.6.2.1. Tan sólo en Valls se detecta un margen algo superior de oyentes que se acogen a las respuestas de "no sabe", "no contesta".

CUADRO 7.6.2.1

CAMBIOS DE LA COTIDIANIDAD PERSONAL (1)
 MICROAMBITOS Y MACROAMBITO (SB+A+V+C)

	SI CAMBIA		NO CAMBIA		OTRAS RESPUEST.		NO SABEN		NO CONTESTAN	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
SANT BOI	2.9	1.3	32.4	14.8	53.9	24.7	6.3	2.9	4.4	2.0
ARENYS	6.4	3.8	38.7	23.0	45.7	27.2	4.1	2.5	5.1	3.0
VALLS	1.6	0.8	32.5	16.6	37.7	19.3	16.8	8.6	11.4	5.8
CAMPRODON	2.6	1.4	38.5	20.8	41.0	22.2	15.4	8.3	2.6	1.4
SB+A+V+C	3.1	1.5	33.4	16.2	49.3	23.8	8.3	4.0	5.9	2.8

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

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

(1) Tras informarse de una actividad en la emisora municipal y participar.

7.6.3.- SECTORES SOCIALES

Los datos aportados de los diferentes colectivos sociales delimitados en el análisis no arrojan diferencias significativas en este caso. La agregación permite observar algunas tendencias generales significativas del macroámbito de referencia como son que:

Los oyentes que responden afirmativamente la pregunta, o sea, los que consideran que su vida cotidiana ha cambiado, son los de edades comprendidas entre los 25 y 44 años, hombres, casados y de lengua materna catalana. Responden negativamente: jóvenes por debajo de los 35 años, hombres, solteros y catalán como lengua materna.

Conviene tener en cuenta el significativo grupo de oyentes que se informaron de alguna actividad en la

emisora municipal pero que "no saben" o "no contestan" a la pregunta (ver cuadro 7.6.3.1). Forman parte de este amplio segmento de la muestra las mujeres sobre todo, jóvenes (menores de 25 años) o los encuestados pertenecientes a la franja de edades medias 35 a 44 años. Se trata, en suma, del sector de la audiencia que, según comentarios recogidos por los encuestadores, no sabe en qué consiste la cotidianidad o no se detiene a racionalizarla o, simplemente se siente molesto cuando pretenden indagar más de la cuenta en su vida personal.

CUADRO 7.6.3.1

CAMBIOS DE LA COTIDIANIDAD PERSONAL (*)
TOTAL MUESTRA (BB+A+V+C)

	SI	NO	OTRAS	N.S.	N.C	TOTAL
EDADES:						
15-24	1.4	36.7	44.1	9.9	7.9	100
25-34	7.0	41.2	44.6	3.3	3.9	100
35-44	4.7	28.8	47.8	17.1	1.6	100
45-54	-	34.5	55.4	2.1	8.1	100
55-64	2.5	24.8	61.7	1.8	9.2	100
65 o +	0.9	28.1	55.9	7.0	8.0	100
SEXO:						
Hombres	3.9	39.8	45.3	6.0	5.1	100
Mujeres	2.3	26.8	53.5	10.8	6.6	100
ESTADO CIVIL:						
Soltero/a	2.4	38.7	39.7	10.0	9.2	100
Casado/a	3.5	31.8	52.7	7.8	4.2	100
LENGUA MATERNA:						
Catalán	3.6	37.9	44.3	7.1	7.2	100
Castellano	3.0	31.7	52.4	8.4	4.5	100

(*) Tras informarse de una actividad en la emisora municipal y participar en ella.

7.6.4.- OTRAS RESPUESTAS CUALITATIVAS

Entre el colectivo que afirma que cambió su vida cotidiana tras informarse en la radio municipal de ciertas actividades de su entorno que desconocía y llegar a implicarse en ellas y a difundirlas, se recogieron ciertos argumentos como: "Me ha imprimido otro espíritu", "Ahora hablo del tema con la gente", "Me aburro menos", "Abans mai ballaba sardanes", "He acabat coneixen mes gent d'Arenys", "Me ha alegrado" y "He après català".

A grandes rasgos podemos observar que son aspectos relacionados con:

- La extroversión y la modificación anímica del carácter personal.
- La ampliación del círculo de amistades.
- La implicación en una actividad desconocida.
- Aumento del grado de satisfacción personal al incrementar su nivel de conocimiento del catalán.

De otro lado, el significativo colectivo (33.4% sobre la audiencia total -SB+A+V+C-) que considera que las informaciones recibidas en la emisora municipal sobre actividades locales (según la estructuración del apartado 3 de este capítulo) no han modificado lo más mínimo su vida cotidiana, argumentan, entre otras, las siguientes causas: "Tanto como eso, no", "hay

cosas más importantes", "ja tinc la vida organitzada", "las actividades no forman parte de la vida cotidiana" y "sempre faig la matexa vida".

En este caso aparecen respuestas que:

- Desconocen o minimizan la incidencia que pueda causar la radio municipal en ellos.
- Muestran una actitud conservadora.
- O bien desligan el concepto de cotidianidad del de la actividad conocida.

Estas respuestas cualitativas nos aportan, además, ciertas pistas sobre el concepto de vida cotidiana que impera entre los sujetos interrogados (ver conclusiones del capítulo).