

LES PROGRAMMES DE RADIO DU POINT DU JOUR, UN SERVICE PUBLIC

Analyse de quatre programmes de participation des auditeurs en Espagne

**Aurora García González
M^a José Rivero Portela¹**

Ce projet de recherche entend mettre en rapport le concept de service public de la radio et la capacité du média de susciter une participation de la part des auditeurs. Ce service se traduit par la transmission de programmes intéressant les auditeurs et par la capacité de mettre les auditeurs en rapport les uns avec les autres, et donc de les faire entrer en relation. Le service que la radio offre à l'audience se matérialise ici dans les programmes de radio « de l'aube », ou du point du jour, c'est-à-dire les programmes diffusés au plus profond de la nuit. L'organisation de ces programmes est très différente de celle des autres programmes dans la mesure où, dans le cas qui nous préoccupe, les récepteurs se transforment alors en émetteurs et parfois en acteurs sociaux porteurs d'initiatives promues par eux-mêmes.

¹ Facultade de Ciencias Sociais e Comunicación. Universidade de Vigo.

Concepts préliminaires

Quelques concepts préliminaires vont nous aider à circonscrire notre thème. Aborder la question qui nous préoccupe nous force à utiliser le terme « communication ». Nous suivrons à ce propos la définition qu'en donne le professeur Martín Algarra (2003 : 55), considérant que la communication ne peut être qu'interactive.

De cette façon, communiquer ne consiste pas seulement dans le fait d'établir un contact. Cela revêt une finalité, une signification, avec deux aspects très intéressants : la compréhension et la connaissance, moyens qui permettent que l'on puisse attendre une réponse au message émis.

La capacité de communication collective de la radio fut théorisée par Bertold Brecht au commencement du XX^e siècle dans *Radiotheorie* lorsqu'il écrivit que la radio pouvait devenir « le plus important des médias de communication » (Herrera Damas, S. 2000 : 1) si elle parvenait à prendre en compte les réponses des récepteurs. Ces paroles prophétiques se sont accomplies à partir du moment où la qualité technique s'est développée et que, en parallèle, est apparue la participation des auditeurs à la communication radiophonique. Le Chat, les « chat-voix », le courrier électronique, les espaces de débat, les blogs et les SMS... sont présents dans la radio et renforcent l'intervention des auditeurs anonymes. Tant et si bien qu'on peut parler aujourd'hui d'une « communication interactive » conçue comme un processus dans lequel l'auditeur est un élément actif capable de s'impliquer et de répondre aux messages émis à travers la radio.

La radio s'est toujours caractérisée par sa proximité avec l'auditeur et sa capacité à l'impliquer dans ses contenus, mais la radio a d'autres pouvoirs de communication. Muñoz et Gil (1994 : 26) affirment que la radio est un moyen suggestif : à travers la parole, il a la capacité de créer des images et, en plus, de combattre la solitude. Au même temps que la radio développe ces capacités, le média présente une caractéristique que décrit très bien son pouvoir à impliquer son audience. Elle offre la possibilité de participer à la vie sociale à travers les interventions des auditeurs dans les programmes. Car non seulement on écoute la radio, mais, via la radio, les gens ont aussi la possibilité de se faire écouter. De cette façon, la communication radiophonique possède des virtualités pour établir un contact très proche avec celui qui l'écoute

et avec celui qui attend une réponse effective à travers n'importe quel moyen de communication.

Dans ce cadre, le public est considéré comme un agent actif dans le processus de communication, doté d'une volonté et d'un caractère individuel, et d'une capacité de se positionner et de réagir aux messages qu'émettent les médias. Messages que peuvent être considérés « d'intérêt public » mais que chaque membre de la société peut interpréter de façon différente. Par la radio, on peut manifester ses points de vue dans la sphère publique et rétro-alimenter le système communicatif initial.

Par la radio, l'auditeur peut aussi se maintenir informé, se former et se divertir, exprimer ses idées, se mettre en relation avec les autres.

Ces éléments, qui caractérisent le service public de la radio, se retrouvent particulièrement dans les programmes diffusés en pleine nuit ou à la fine pointe de l'aube, et qui englobent une participation de l'audience.

Les programmes de la pointe de l'aube Contexte et caractéristiques

Pour mieux décrire les caractéristiques des programmes de la pointe de l'aube, leurs finalités et leurs fonctions, il est important de comprendre le contexte précis de développement de ces programmes à différents endroits de la planète et de saisir les circonstances qui ont rendu possible son évolution au cours des dernières décennies.

L'exemple le plus marquant de programmes de la pointe de l'aube se trouve aux États-Unis où les émissions de ce type se sont développées aux alentours des années 1960 avec l'appui des avantages technologiques et sociaux de l'époque. Ils se sont installés dans le cadre de la radio DJ, des Night Shows radiophoniques et de la radio underground. Caractéristique de ces programmes, hormis des programmes exclusivement musicaux : la participation de l'auditeur, intervenant dans des questions politiques, d'humour, de mystère, d'érotisme etc, toutes ces questions relevant du débat social. Aux États-Unis, ces programmes étaient organisés autour de présentateurs puissants et charismatiques. Des programmes comme *Larry King's Show*, un des meilleurs et plus anciens programmes de ce type, en attestent.

Hormis aux États-Unis, le panorama des programmes de la pointe de l'aube est changeant selon la réalité politique, économique et sociale de chaque pays. Un autre exemple en est fourni en Amérique du Sud où ces programmes correspondent à des radios de service qui œuvrent au développement local, à l'identité des régions et aux besoins des communautés locales. Les formats les plus utilisés dans la radio la pointe de l'aube sud-américaine sont les *Talk-radios* où l'on aborde les problèmes de la ruralité, de l'agriculture ou de l'élevage, ainsi que d'autres thèmes de conversation.

En Espagne, la radio de l'aube est née autour des années 1980 lors de l'avènement d'une petite ouverture politique qui permit que s'installe la libre expression entre les citoyens à travers les médias. La nouvelle démocratie et le développement technique de la radio permettront alors la création de radios de compagnie nocturne, qui se sont développées depuis près de trente ans.

En Espagne, la radio de la pointe de l'aube est une radio de conversation. À l'intérieur de ces programmes sont nées quelques des voix parmi les plus admirées dans le panorama radiophonique espagnol. C'est le cas de Jesús Quintero avec son programme « El loco de la colina » ou celui du polémiste Encarna Sánchez.

La caractéristique distinctive la plus importante de ce genre de programmes est qu'ils sont basés sur l'intervention des auditeurs. En ce sens, des auteurs comme Legorburu parlent de proximité psychologique et indiquent que le programmeur doit habiliter des temps et des voies adéquates pour s'assurer la participation assidue des personnes qui écoutent la station émettrice. Il s'agit de « renforcer la sensation de propriété de l'auditeur » face au média. (Martínez Costa, M.P 2003 : 50).

Plusieurs formes de participation entrent alors en lice : des sondages, des votes, des interventions pour se plaindre, des concours, des discussions, le recours à Internet ou à des appels en direct par des auditeurs.

À propos des programmes de participation d'audition, une typologie a été établie par le professeur García González (2001 : 186), organisant une classification des types radiophoniques en trois grands blocs

selon qu'ils font référence à des faits ou des avis. Dans l'un de ces blocs, ce sont les auditeurs qui appellent pour raconter de faits, donner des idées et des avis, en s'exprimant parfois à la première personne ou parfois à la troisième personne d'une manière familière. D'autres auteurs considèrent que les programmes de participation d'auditeurs sont à classer dans le type commun des programmes de dialogue.

Plusieurs auteurs ont élaboré une liste des caractéristiques des programmes de participation en radio¹. La plupart des caractéristiques qu'ils mentionnent sont communes aux différentes études.

Selon la professeur García González, on entend par programmes de participation « ceux qui ont pour but principal de rendre public le contact immédiat et particulier entre l'émetteur et l'auditeur » (2001 : 238). Cet auteur considère que la participation dans des programmes de la pointe de l'aube est immédiate, égalitaire et publique.

À ces trois caractéristiques, d'autres auteurs comme Muñoz et Gil ajoutent celle de communication ambivalente. Ils affirment que « la radio peut être définie comme un moyen par lequel la communication revêt un caractère ambivalent (unidirectionnel et bidirectionnel – dans le sens de la possibilité de réponse –) instruments, à distance, collective, directe, récente, éphémère et qui utilise comme véhicule physique primaire le son. » (Cf. Muñoz J.J et Gil, C 1994 :17).

L'ambivalence ou les « feed-back » dont parlent ces auteurs sont particulièrement présents dans la communication médiatique à l'ère multimédia. La participation traditionnelle dans ces programmes se fait de manière orale, écrite. Mais, actuellement, on peut aussi parler de participation *on-line*. De nos jours (2005), la présence des nouvelles technologies permet une plus grande interaction avec le public et par conséquent une interaction non seulement au niveau individuel avec des interventions personnelles dans les programmes de participation, mais ces programmes ouvrent aussi la porte à des réponses sociales qui peuvent se matérialiser par des actions concrètes. En ce sens, Herrera Damas, S (2000 :3) souligne qu'au début de ce nouveau millénaire « le discours radiophonique peut être défini, entre autres, par les caractéristiques *de dialogue, d'opinion et en d'une croissante interactivité* ». Cet

1 García González, Cebrián Herreros, M Herrera Damas, S Muñoz, J J et Gil, C.E. Merayo, entre autres.

auteur indique l'importance de l'interactivité dans la communication médiatique d'aujourd'hui s'avère fondamentale au moment d'interpréter le contexte dans lequel se situent les programmes de participation d'auditeurs.

Merayo, A. affirme, pour sa part, que « la participation des auditeurs dans les programmes de radio suppose une certaine matérialisation du droit à la liberté d'expression dont dispose chaque citoyen » (1992 : 228). Néanmoins, d'autres auteurs alertent sur les conséquences de l'utilisation illégale de ce droit. Le professeur Fernández Areal, M. signale que « sans liberté il n'y a pas de communication ; mais, s'il y en a, elle peut être utilisée, comme dans tout autre domaine de l'activité humaine, de manière contre-indiquée ». (1999 :163-165). Dans ce même registre, Cebrián Herreros, M (1992 :353) note que ce style d'émission comporte de graves risques de créer des programmes dénués d'intérêt qui peuvent être manipulés par des groupes sociaux concrets ou trop personnalisés, ou qu'ils resteraient hors de ce qu'on présuppose d'intérêt général.

Aux caractéristiques propres aux programmes de participation mentionnées ci-dessus, il faut ajouter, selon différents auteurs, les fonctions principales des programmes qui appartiennent à ce genre.

En général, on considère que ce sont des programmes spécifiques consacrés au divertissement (Muñoz, J.J et Gil, C 1994 :176) mais qui, en outre, remplissent aussi une fonction informative. Herrera Damas (2000 :7,8) considère cette fonction comme un des atouts les plus importants de ce type de programmes. Il affirme que « chaque auditeur peut se transformer en une source d'information potentielle ». Cet auteur ajoute aussi que les programmes de participation de nuit peuvent avoir comme fonction de tenir compagnie aux auditeurs insomniaques ou aux travailleurs nocturnes ou encore d'être un espace de promotion des relations humaines.

José Javier Muñoz et César Gil (1994 : 176), enfin, ajoutent une autre fonction importante de ces programmes de participation : aider. Non seulement dans le sens matériel, disent les auteurs, mais aussi dans le sens de connaître, comprendre et offrir une occasion de communication et éviter parfois à certaines personnes qui n'ont qu'un récepteur de radio de se sentir trop seules.

On retrouve les caractéristiques et les fonctions des programmes de participation dans quatre programmes qui font l'objet de cette étude.

Caractéristiques des programmes qui font partie de cette étude

Les quatre programmes analysés ici ont une couverture nationale et ont des horaires de nuit.

Hablar por Hablar se présente comme un programme de participation animé par une femme, Mara Torres. Dans cet espace, la conversation a une place très importante. « Parler pour le plaisir de parler » (Torres, M 2004 :20). Cette phrase prétend dire qu'il n'existe pas, à priori, une planification thématique du contenu de l'émission. Les auditeurs racontent leurs histoires et définissent le fil conducteur du programme. Contrairement au cas suivant, des collaborateurs sont ici chargés d'autres thèmes, basés sur la participation. Curieusement, ceux-ci sont confiés à deux autres femmes : Cristina Lavignes et Paqui Ramos.

A ver si te atreves est le programme de nuit de Onda Cero, du lundi au vendredi. Comme dans les cas précédents, il est dirigé par une femme, Luján Argüelles. C'est le programme qui compte le plus grand nombre de collaborateurs des quatre cas de figure analysés dans ce travail. L'équipe est composée de deux hommes (José Antonio Vera et Román Cendoya) et de deux femmes (María Díaz et Carmen Gurruchaga). En ce qui concerne les contenus du programme, les sujets qui vont être traités sont planifiés et les sujets sont introduits en dirigeant les avis et les témoignages des auditeurs vers les thèmes proposés, généralement d'actualité.

El ombligo de la luna est un programme qui appartient à une station émettrice publique (RNE). Sa périodicité est hebdomadaire et la durée est de deux heures chaque nuit. L'espace dispose d'une équipe réduite. Une voix féminine conduit le programme, des collaborateurs aident à compléter le contenu. Cet espace radiophonique se base sur la participation des auditeurs dans une fonction d'information. Ce programme place l'auditeur dans un rôle de correspondant en puissance d'événement.

ments, ceci jour après jour. Le reste des contenus du programme est complété par des interviews à caractère culturel, des sondages effectués dans la rue et une partie de l'émission pendant laquelle interviennent des experts dans différents domaines.

Le dernier programme choisi pour cette étude est *La luna en Cope* qui est émis pendant les week-ends par la station Cadena Cope. Il est présenté par une voix féminine et compte une équipe de trois rédacteurs : deux femmes (Rebeca Suárez et María Bandera) et un homme (Miguel Chiwerto).

Cet espace dénote par sa fonction de divertissement. Il est décrit comme « un programme gai, avec une bonne humeur ambiante et une forte participation »¹. En plus de la participation, il dispose aussi des sections élaborées par les collaborateurs dans lesquelles on traite des sujets en rapport avec le mystère, la vie privée des personnalités ou les nouvelles technologies.

Résultats de l'étude de cas

Afin de vérifier la place de l'auditeur émetteur dans des programmes émis à la fine pointe de l'aube, nous avons mené des études de cas. Les quatre cas identifiés comme programmes de nuit avec participation des auditeurs ont été présentés ci-dessus. L'étude de cas repose sur un total de 20 enregistrements audio effectués entre les mois de février et d'avril 2006.

Les variables analysées dans chaque cas ont été les suivantes :

- Émetteur- le locuteur (la figure du locuteur principal et de ses collaborateurs au cas où ils existent).
- L'auditeur-émetteur (la figure de l'auditeur comme agent actif et participant dans chacune des émissions).
- Le message (intention communicative qui déplace à l'auditeur à intervenir dans ce type d'espaces radiophoniques).
- La réponse sociale (le résultat de l'interaction du dialogue qui se produit entre émetteur- animateur et émetteur- auditeur).

1 www.cope.es

L'unité d'analyse dans chacun des enregistrements a été le dialogue entre les deux variables qui dans cette étude ont été identifiées comme émetteur-animateur et émetteur-auditeur. En ce sens, il est nécessaire de clarifier que le dialogue défini dans cette étude n'est pas défini exclusivement par l'intervention en direct par téléphone. On considérera aussi ici comme dialogue la participation de l'émetteur-auditeur à travers des e-mails ou des SMS, à condition que le message soit en contact entre l'émetteur-animateur et soit aussi connu par le reste des émetteur-auditeurs du programme. C'est-à-dire s'il fait partie du processus de communication radiophonique.

Résultats de l'étude du cas dans le programme *Hablar por hablar* (SER)

Émetteur locuteur : E. L	Émetteur locuteur unique Émetteur locuteur modérateur Proposition de dialogue non prévu (histoires en continuité et histoires en récupération qui relaient les auditeurs) Cherche le traitement humain des événements sociaux.
Émetteur-auditeur : E. E	Homme. Qui habite dans une grande ville Son choix: le téléphone. Intention communicative : témoignages, pour demander de l'aide ou du conseil, dénonciations des faits...
Message	Thématique sociale : alcoolisme, relations personnelles, enfants, paternité, couple, drogues, le chômage ...
Réponse	Conseil Opinion Continuité De majorité (manifestation collective avant des événements sociaux importants)

Résultats de l'étude du cas dans le programme *A ver si te atreves* (Onda Cero)

Émetteur Locuteur : E. L	Émetteur locuteur multiple (principal-modérateur, informateur et secondaire-commentateur) Proposition de dialogue prévu (thématique d'actualité) Cherche le traitement informatif des événements sociaux
Émetteur auditeur : E. A	Homme (présence notable d'anonymes par sms et mail) Sans provenance définie Son choix : le téléphone Intention communicative : opinion, commentaire, critique...
Message	Thématique d'actualité : Parlement, corruption, urbanisme, prostitution, grippe aviaire, tabac...
Réponse	Opinion réfutée (résistance d'opinions entre deux ou plus émetteurs-auditeurs)

Résultats de l'étude du cas dans le programme *El ombligo de la luna* (RNE)

Émetteur locuteur : E. L	Émetteur locuteur multiple (principal-modérateur, informateur et secondaire : journaliste, commentateur, expert) Proposition de dialogue prévu : introduit la consultation avec des experts. S'intéresse plus aux questions culturelles qu'à l'actualité
Émetteur auditeur : E. A	Homme Sans provenance définie Son choix : le téléphone et e-mail Intention communicative : informative, consultative, témoignages.
Message	Thématique générale d'actualité (culturelle et loisirs) : interviews, reportages, collaborations... Thématique pour la participation : conseils de consommation, psychologie
Réponse	Réponse d'expert

Résultats de l'étude du cas dans le programme *La luna en COPE (COPE)*

Émetteur locuteur : E. L	Émetteur locuteur multiple (principal: le modérateur et secondaire: le commentateur) Proposition de dialogue prévu (interviews et billets de collaborateurs) Cherche un traitement original des thèmes qui sont abordés au long du programme.
Émetteur auditeur : E. A	Femme Provenance : îles et Andalousie Son choix : le téléphone. Intention communicative principale : opinion et commentaires
Message	Thématique générale : curiosités, internet, cinéma, voyages, rencontres... Thématique pour la participation : connivence (jeux et concours parmi les auditeurs) et conversations non organisées
Réponse	De témoignage Connivence (connexe avec le jeu dans la proposition de dialogue de l'émetteur locuteur) De demande

Conclusions de l'étude

Qu'en est-il de la participation du public ? Les conclusions que nous allons tirer ici seront toutes organisées autour de l'idée initiale d'une proposition de dialogue faite par le locuteur émetteur.

- Une proposition de dialogue ouvert produit davantage de participation des auditeurs
- La proposition d'un dialogue fermé implique moins de participation d'auditeurs et plus de contenus prévus.
- La proposition d'un dialogue ouvert produit des intentions communicatives plus différentes de la part de l'audience.
- La proposition d'un dialogue fermé crée des intentions communicatives plus similaires de part de l'audience.
- La proposition d'un dialogue ouvert transforme l'auditeur en protagoniste du programme.
- La proposition d'un dialogue fermé fait de l'auditeur un élément qui complète le programme.

- La proposition d'un dialogue ouvert produit des réponses sociales diverses permettant aux auditeurs d'interagir entre eux.
- La proposition d'un dialogue fermé produit des réponses sociales similaires et isolées.
- L'émetteur locuteur unique instaure davantage de confiance vis-à-vis de l'audience.
- L'émetteur locuteur multiple produit moins de confiance vis-à-vis de l'audience.

BIBLIOGRAPHIE

- Aznar, H. (1999) *Comunicación responsable : deontología y autorregulación de los medios*. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona.
- Bacells I Juvent, J. (1994) *La investigación social. Introducción a los métodos y las técnicas*. Escuela Superior de Relaciones Públicas. Barcelona.
- Balsebre, A. (1999) *En el aire, 75 años de Radio en España*. Ed. Promotora General de Revistas, S.A.
- Balsebre, A. (2001) *Historia de la radio en España*. Ed. Cátedra. Madrid.
- Bergh, B.L. (1989) *Qualitative Research methods for the social sciences*. Allyn and Bacon, Needham Heights, Massachusetts.
- Blumer, H. (1939) "The crowd, the public and the mass" en LEE, A.M *New outline of the principles of sociology*, Ed. Barnes and Noble, Nova York.
- Blumer, H. (1969) *Symbolic Interactionism, perspective and method*. Prentice Hall, Englewood.
- Blumer, H. (1966) "Social implications of the thought of G.M. Mead", en *American Journal of Sociology*, 71.
- Cebrián Herreros, M. (1995) *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*, Ed Sintesis, Madrid.
- Díaz, L. (1997) *La radio en España. 1923-1997*. Ed. Alianza Editorial. Madrid.
- Díaz, L. (1998) *Años de radio. Recuerdo y semblanzas de los protagonistas del dial*. Ed. Temas de Hoy. Madrid.
- Diezhandino Nieto, M^a P. (1995) "El periodismo de servicio. La utilidad como elemento definidor del nuevo periodismo". En *Comunicación y estudios Universitarios*. Revista de Ciencias de la Información. N^o 5. Ed. Fundación Universitaria San Pablo, CEU. Valencia.
- Fernández Areal. M. (1999) *El proceso comunicativo*. Ed.. Deputación de Pontevedra. Pontevedra.
- Fernández Bogado, B. (2002) "La radio en transición". En Sala de Prensa, web para profesionales de Comunicación Iberoamericanos. n^o 47, Año IV, Vol.II.
- Fuenzalida, V. *Modelos de TV y radio y su influencia en la génesis cultural*. En : Portal temático de humanidades Humanitas.
- Galindo Cáceres, J (Coord.) (1998) *Técnicas de investigación en sociaedad, cultura y comunicación*. Pearson, México.

- Girard, B. *Radioapasionad@s. Experiencias de radio comunitaria en el mundo*. En Comunica, portal web de comunicación y nuevas tecnologías de la información en medios locales : <http://www.comunica.org/apasionados/pdf/radioapasionados.pdf>
- Glasser, T.L. (1984) *Competition and diversity among radio formats : legal and structural issues*. Journal of Broadcasting nº 28.
- Heritage, J. (1984) *Garfinkel and ethnomethodology*, Cambridge : Polity.
- Herrera Damas, S (2000) "La participación de los oyentes en la radio". XV Jornadas de la Comunicación *Reinventar la Radio*, Ed. Eunate, Pamplona.
- Herrera Damas, S (2003) "Tipología de la participación de los oyentes en los programas de radio". Rev. Anàlisi, Num.30. http://www.revele.com.ve/pdf/revista_ininco/vol2-n3/pag32.pdf
- Hutchins, R. (1947) *A free and responsible press : Commission on Freedom of the Press*. Ed. University of Chicago Press, Chicago.
- Keith, M (2001) "El futuro de la radio en el mercado global". XV Jornadas de la Comunicación *Reinventar la radio*, Ed. Eunate, Pamplona.
- Keith, M. (2001) *Sounds in the dark. All-Night Radio in American Life*. Ed. Iowa University Press. Iowa.
- Legorburu, J.M (2003) "La radio generalista : las técnicas de programación". En Martínez Costa, M.P y Moreno Moreno E. (coords.) *Programación radiofónica : arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Ed. Ariel Comunic@ción, Barcelona.
- Lippman, W. (2003) *La opinión pública*. Ed española Cuadernos de Langre, S.L. Madrid.
- Martí Martí, J. (2003) "La programación radiofónica". En Martínez Costa, Mª P. E Moreno Moreno, E.(Coords) *Programación radiofónica : arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona, Pp.37
- Martín Algarra, M. (2003) *Teoría de la comunicación : una propuesta*. Ed. Tecnos, Madrid.
- Martínez Míguez. M. (2001) "La etnometodología y el interaccionismo simbólico. Sus aspectos metodológicos específicos".
- McLuhan, E. e Zingrone, F. (1998) *McLuhan, escritos esenciales*. Ed. Paidós, Barcelona.
- McQuail, D (1998) *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Mitnick, B.M. (1980) *The political Economy of regulation : creating, desining and removing regulatory forms*. Ed. Columbia University Press, Nova York.
- Moreno Moreno, E. (2002) "El tratamiento radiofónico de la información local", en Martínez Costa, M.P (coord.) : *Información radiofónica*. Ed Ariel, Barcelona.
- Muñoz, J.J Y Gil, C (1994) *La Radio : Teoría y práctica*. Ed. Instituto Oficial de Radiotelevisión Española, Madrid.
- Núñez Encabo, M.(1995) "Código europeo de deontología del periodismo" en Bonete, E. *Éticas de la información y deontología del periodismo*. Ed. Tecnos, Madrid.
- Ortiz, M.A e Marchamalo, J. (1994) *Técnicas de comunicación en radio*. Ed.Paidós, Barcelona.
- Pizarro, N. (1998) *Tratado de metodología de las Ciencias Sociales*. Siglo Vintiuno de España Editores S.A. Madrid.
- Price, V (1994) *Opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona.

- Rodrigo Alsina, M (2001) *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Ed. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ruiz Olabuénaga, J.I (2003) *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto. Bilbao.
- Sánchez Redondo, M^a I. (2001) *Historia de la COPE (1950-1983). Una radio diferente*. Ed. Fundación Universitaria San Pablo C.E.U. Valencia.
- Schwartz, H (1984). *Sociología cualitativa*. México. Trillas.
- Schwoch, J. II Ed. (1990) *The American Radio Industry and its Latin American Activities, 1900-1939*. Ed. University of Illinois Press. Chicago
- Sierra Bravo, R. (1995) *Técnicas de Investigación social . Teoría y ejercicios*. Ed. Paraninfo.Madrid.
- Torres, M (2004) *Hablar por hablar : historias de madrugada*. Ed. Aguilar. Fuenlabrada, Madrid.
- Valles, M.S (1997) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis. Madrid.
- Wolton, D. (1999) *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*. Ed.española : Acento, Madrid.
- Zimmerman, D.H.(1988) "On conversation : the conversation-analytic perspective". En Anderson J.A., (dir), *Communication yearbook II*, Sage, Newbury Park.

web

- www.cadenaser.es
www.cope.es
www.rne.es
www.ondacero.es
<http://www.sarandi690.com.uy/>
<http://www.amdelplata.com/>
<http://www.continental.com.ar/>
<http://www.amclube.com.br/>
<http://www.radioeldoradoam.com.br/>
<http://www.guaiba.com.br/>
<http://www.radiomitre.com.ar/Index.asp>
<http://www.radiosociedadeam.com.br/>
<http://www.itatiaia.com.br>
<http://www.elconquistadorfm.cl/>
<http://www.caracol.com.co/>
<http://www.monumental.co.cr/>
<http://www.columbia.co.cr/>
<http://www.radionacional.com.pe/>

Articles dans la presse

Mara Torres, xornalista. *La Opinión* A Coruña. luns, 5 de abril de 2004

Notes d' agences

"Radio nacional encomienda a Ana Solanes su alternativa al deporte en la radio de medianoche" Europa Press. Madrid, 6 de agosto de 2004