

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

***ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN DE TRANSMISORA
QUINDÍO, A TRAVÉS DE SU PLATAFORMA VIRTUAL, CON RESPECTO A
SU AUDIENCIA QUINDIANA FUERA DE COLOMBIA.***

Facultad: Ciencias Humanas y Bellas Artes

Programa: Comunicación Social -Periodismo

Línea de Investigación: Comunicación y medios

Armenia-Quindío, Junio 2012

Angélica María Murcia Hincapié: 316 349 2059
Richard Gemay Aguirre Fernández: 315 417 0539



INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

CONTENIDO

1. RESUMEN DIVULGATIVO DE RESULTADOS	4
2. INFORME CIENTÍFICO	5
3. RESULTADOS DIRECTOS.....	22
4. RESULTADOS INDIRECTOS	25
5. LIMITANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	26

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

FICHA RESUMEN

Título: Análisis de contenido de la programación de Transmisora Quindío, a través de su plataforma virtual, con respecto a su audiencia quindiana fuera de Colombia.	
Programa Académico: Comunicación Social - Periodismo	
Línea de Investigación: Comunicación y medios.	
Facultad: Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes.	
Estudiantes:	Angélica María Murcia Hincapié Richard Gemay Aguirre Fernández
Asesor:	Pedro Felipe Díaz
Jurados	Damaris Ramírez Ernesto Acero
Descriptor / Palabras Claves: Radio, Transmisora Quindío, Inmigración, Análisis de contenido, Internet.	

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

1. RESUMEN DIVULGATIVO DE RESULTADOS

Análisis de contenido de la programación de Transmisora Quindío respecto a su audiencia quindiana fuera de Colombia, es un estudio que buscó indagar acerca de aquello que dicha emisora transmite y cómo esto estaba de una u otra manera involucrado con los oyentes en el exterior. Esto se dio gracias al surgimiento hace 4 años de la plataforma virtual de la emisora, elemento que permitió subir a internet toda la programación, en tiempo real y diferido, que la emisora transmite en el dial Am.

Gracias al internet la emisora llegó a más de 50 países y permitió que miles de oyentes pudiesen sintonizar la emisora como si estuvieran en el Quindío. De igual manera estas nuevas tecnologías permitieron a la emisora darse cuenta de la existencia de estos oyentes en el extranjero a través de la plataforma estadística Google analytics, que muestra el flujo de personas que llegan a la página de la emisora y de aquellos que sintonizan la misma.

Tras definir la parrilla de programación y buscar en ella los programas emitidos y, con Google analytics, cuáles eran los más sintonizados, se dispuso a analizar el contenido de estos, qué emitían que generaba el interés de los oyentes en el extranjero y, teniendo consciencia de esto, qué hacían para aprovecharlo o en otro caso, cómo manejaban la información para conservar dicha audiencia. Se definió que Tribuna Popular, informativo de la emisora, es el programa con más audiencia según los datos de la plataforma.

Luego de aplicar una serie de fichas con las que se analizó 10 programas de Tribuna Popular en diferentes fechas del mes de abril de 2012, se descubrió que la programación es fundamentalmente popular, esto se difiere del uso de música de este género, escuchada con bastante regularidad en la región, de la información local que maneja el noticiero, el lenguaje de fácil comprensión para la audiencia, sin tecnicismos y con la visión de hacer toda la información digerible al público.

Los locutores y periodistas son conscientes y están mentalizados en que su audiencia en el Quindío es aún considerada popular, ya que su connotación pueblerina está todavía arraigada en sus habitantes, por este motivo el lenguaje al momento de dar la información es muy coloquial, la música ambiental es generalmente canciones reconocidas en los pueblos del Quindío y sus alrededores, las noticias son locales, al igual que las participaciones, ya que gracias a ellas, se discuten temas de interés regional y local. Sin embargo, y a pesar de que gracias a la participación casual a través de la página de internet, las redes sociales y las llamadas a la emisora; saben de esta

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

audiencia quindiana que los escucha, el lenguaje, la información, la música y demás siguen estando enmarcados para sus oyentes en la región.

Luego de hacer este análisis, se concluyó que la emisora Transmisora Quindío sabe de la audiencia quindiana migrante que los escucha en más de 20 países, pero que no hay una programación dirigida especialmente para ellos y la comunicación es muy pobre entre la emisora y sus oyentes en el exterior, además, que sus redes sociales pueden ser un punto fuerte en la generación y proyección de la comunicación y la retroalimentación con la emisora pero que requieren de un trabajo de fortalecimiento y difusión.

2. INFORME CIENTÍFICO

RESUMEN

Esta investigación planteó hacer un análisis de contenido de la emisora Transmisora Quindío con respecto a su audiencia quindiana migrante a través de su plataforma virtual, donde se identificó la parrilla de programación por medio de una “ficha de discriminación” que determinó cuál es el programa con más nivel de audiencia (según la herramienta de estadística Google Analytics), dando como resultado Tribuna Popular. Además, permitió conocer cuáles son los medios de comunicación que emplean los oyentes en el exterior para comunicarse con la emisora: llamadas, mensajes o contacto por redes sociales, de esta manera se identificó la participación de los oyentes y consecuentemente, por medio de “formatos de muestra de programas”, se determinó e identificó cuáles fueron los elementos radiofónicos empleados por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío, así mismo dio a conocer qué temas son los más frecuentes durante las emisiones.

La creación de los formato de entrevistas semiestructuradas para locutores, periodistas y administrativos, permitió conocer cuáles son los motivos más comunes por los que se comunican los quindianos migrantes con la emisora, también posibilitó identificar los objetivos de Tribuna Popular y la interacción que existe entre locutores y periodistas frente a la audiencia quindiana migrante.

La plataforma virtual de la emisora Transmisora Quindío lleva cuatro años funcionando e intenta proporcionar la rapidez y masificación entre los quindianos migrantes y este medio de

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

comunicación, pretende también eliminar las fronteras físicas y hacer sentir como en casa a la audiencia quindiana migrante que los escucha en más de cincuenta países del mundo.

PALABRAS CLAVE: Radio, Transmisora Quindío, Inmigración, Análisis de contenido, Internet.

ABSTRACT

This research sets out to do an analysis of content of the station Transmisora Quindío regarding its migrant audience from Quindío through its virtual platform, identifying the program schedule by "discrimination record" and determine which the most popular program is according to Google Analytics statistics tool, giving as result Tribuna Popular. Also, can know what are the media used by listeners abroad to contact the station: phone calls, messages or contact by social networks, so it is possible to identify the audience participation and consequently, by "formats of programs sample" determine and identify the elements used by radio broadcasters and journalists from Transmisora Quindío, likewise to know what issues are most frequent during the different broadcast of the station.

The creation of semi-structured interview formats for broadcasters, journalists and administrative personal allowed knowing what the most common reasons are whereby migrant from Quindío department communicate with the radio station, also it made possible to identify the objectives of Tribuna Popular and the interaction towards the migrant audience from Quindío department.

The virtual platform of Transmisora Quindío has been working for four years and attempts to provide the speed and expansion between Quindío migrants and this means of communication, it also aims to remove physical barriers and make to feel like at home to Quindío migrant audience who listen them in more than fifty countries in all the world.

KEYWORDS: Analysis of content, Migrant audience, Google Analytics statistics tool, social networks, virtual plataform, Internet.

INTRODUCCIÓN

Transmisora Quindío es una emisora popular con una trayectoria de 29 años en el departamento del Quindío, desde hace 4 años cuenta con la plataforma virtual en el link <http://transmisoraquindio.com/>, a partir de ese momento permitió el acceso de cualquier persona en

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

cualquier lugar del mundo y a cualquier momento a su programación, dando un salto en la tecnología y logrando una cobertura global en la que más de 20 mil usuarios los visitan mensualmente. Oyentes en Estados Unidos, España, Venezuela y Aruba, entre otros, han reportado sintonía con la emisora a través de llamadas, mensajes o simplemente a través de elementos de análisis virtuales como Google analytics, herramienta que permite ver en tiempo real el tráfico en la página web.

Tras notar que esta emisora comercial tiene un dominio propio de internet y que, gracias a este avance tecnológico su cobertura ha sido mayor y por ende su audiencia también, que tiene una trayectoria amplia y de tradición en la región y un número considerable de audiencia extranjera a través de su plataforma virtual, nos preguntamos ¿qué contenido transmite esta emisora que crea esa filiación con la comunidad extranjera? y ¿cómo maneja ese contenido teniendo el conocimiento de que una considerable población quindiana que reside o trabaja en el exterior los sintoniza vía internet?.

Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual, ofrece una opción de comunicación y conexión con su tierra al inmigrante por medio del uso de las nuevas tecnologías de la información. La virtualidad se convirtió en la manera de seguir acompañando a los oyentes que durante 29 años, nacieron, crecieron y disfrutaron de la emisora en su dial AM, a través de esta, tienen la posibilidad de tener ese contacto perdido por la migración hacia otro país, buscando satisfacer, tal vez, un vacío social y cultural creado por el desplazamiento al extranjero.

Es menester de la investigación hacer un aporte contextual y académico a las investigaciones que giran alrededor de los inmigrantes como audiencias, si bien este proyecto no se centra en un estudio de audiencia ni profundiza acerca de las necesidades de estos oyentes, sí indagamos acerca de lo que ofrece Transmisora Quindío a este nicho, dando un contexto y ampliando el conocimiento respecto al contenido de emisoras con plataforma virtual, hasta ahora poco estudiado en el ámbito académico y nulo en la ciudad de Armenia que ya cuenta con dos emisoras radiales con dicha característica: Transmisora Quindío y La Súper Estación Latina.

Esta emisora tiene la particularidad de ser consciente de que son escuchados por una alta población inmigrante quindiana, llevan un seguimiento a través de herramientas virtuales para medir el nivel de audiencia en Colombia y en el extranjero, por lo tanto saben a ciencia cierta que una población escucha sus contenidos.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

ACERCAMIENTO AL MARCO TEÓRICO

Desde lo teórico, la investigación se apoyó en autores que tocan de diversas maneras, algunos a profundidad, otros someramente; los ejes principales de este proyecto. Cuatro ejes se desarrollaron a lo largo de la construcción del marco teórico: La radio, la migración, la técnica de análisis de contenido y, en menor medida pero sin restarle importancia, la audiencia.

En la categoría de la radio, se utilizó como uno de los referentes a María Cristina Mata. Esta autora define este medio como “la radio es canal a través del cual unos estímulos (mensajes que buscan provocar un determinado efecto) impactarán o no en la audiencia (serán escuchados o no, gustados, atendidos) es decir lograrán o no su cometido.” Mata (1993). A través de estos conceptos se contextualizó la investigación en este medio. Sus aportes permitieron vislumbrar cómo estudiar este medio, los componentes o ejes más relevantes al momento de estudiarlo, elementos importantes para definir el rumbo del análisis, en este caso los actores a analizar fueron los locutores, productores y realizadores de los programas, los administrativos como columna de la emisora y de sus bases conceptuales y los oyentes migrantes como audiencia, a pesar de que en análisis se centro en el contenido de los programas emitidos, estos otros elementos permitieron contextualizar y enriquecer el análisis.

Para Mata (1993), la radio esta pensada para crear, configurar y construir sentido, a través de discursos que abren un campo de posibles sentidos dados por el receptor u oyente de dicho discurso. “El cambio significativo consiste pues en afirmar que el sentido no circula o se trasmite de unos sujetos a otros sino que un proceso comunicativo es una relación o una práctica significativa en la cual emisores y receptores producen el sentido que puede ser unánime o disonante pero que, en todo caso, no puede ser juzgado en términos de decodificación óptima o aberrante (como sucedía desde las perspectivas informacionales). Ambos tipos de sujetos, emisores y receptores, cumplen la misma función de productores de sentido aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no simétricos dentro del proceso.”

La radio en AM tiene como característica principal la capacidad de onda larga, media o corta, entre tanto, la radio en internet brinda la posibilidad de ser escuchada por medio de una conexión a internet, por medio del streaming, es decir, brinda la posibilidad multimedia de escuchar la radio y verla, por eso capta más sentidos que la radio tradicional. “La nueva comunicación radiofónica por Internet incorpora los elementos originales de ésta: interactividad, hipervínculos y navegación. Son conceptos enriquecedores y que suponen un cambio tan importante...” (Cebrián. 2001.). La radio digital o DBA (Digital Audio Broadcasting) que traduce transmisión de señales de audio digital ha sido el primer ejercicio de radio en internet creado por la Unión Europea de Radiodifusión, la

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

principal función de la DBA es la posibilidad de ser escuchada por medio de teléfonos celulares que tengan acceso a internet.

Otro elemento fundamental que integra esta investigación es el Análisis de Contenidos. Para esta categoría uno de los referentes fue Miguel Aigeneren, para quién “el análisis de contenido es la técnica que permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje. En esta metodología de análisis interesa fundamentalmente el estudio de las ideas comprendidas en los conceptos y no de las palabras con que se expresan. Estudia la comunicación o mensaje en el marco de las relaciones “emisor – receptor” (1999), para efecto de esta investigación se prevé hacer un análisis de los discursos, de los contenidos radiofónicos, sintácticos, además del lenguaje las tonalidades respecto a la voz, luego interpretar los elementos emotivos respecto de la música, y del diálogo entre emisor y receptor.

Del mismo modo Aignerren (1999) menciona que “Los objetivos generales del Análisis de Contenido son tres: 1. La descripción sistemática de las características de una comunicación. 2. La formulación de inferencias sobre asuntos exteriores al contenido de la comunicación. 3. La comprobación de hipótesis, es decir comparar los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido, con datos que han sido obtenidos de forma diferente e independiente”. De manera más precisa se debe caracterizar los tipos de conversaciones que se hayan presentado durante el dialogo entre los interlocutores, las deducciones que se manifiestan gracias a dicha conversación y por ende relacionar los contenidos, los diálogos, el lenguaje y el contexto en el que se presentó. Otro referente importante en esta categoría fue Klaus Krippendorff. Según Krippendorff (1990) “El análisis de contenido es una técnica de investigación [que utiliza un conjunto de procedimientos] para hacer inferencias reproducibles y válidas a partir de un texto”.

Para definir qué son los contenidos de las emisoras se debe aclarar que la parrilla de programación radiofónica tiene su naturaleza en “El proceso de combinar varias unidades de entretenimiento y comerciales dentro de un programa completo en sí mismo, como también puede aplicarse a una distribución de tales unidades dentro de una secuencia de continuidad para un día a la semana” (Francisco de Anda. 1997) con el fin de tener un orden coherente brindándole a los oyentes un lugar donde encontrar un vínculo sino emocional, por lo menos, un lugar que le brinde confianza para quedarse escuchando, o tan solo dejando sonar la voz y la música que esté pasando en la emisora, como en síntesis, dice López Vigil (1997), la radio es la compañía que siempre está esperando por quien la escuche. También se dice que “La radio no es celosa de su público, como la televisión y la prensa, no la quiere para ella sola. La radio sabe que la gente tiene mil cosas que hacer y otras mil

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

en qué pensar. Ella está ahí, al lado de quien la llame, siempre disponible, nunca absorbente. Ningún medio de comunicación es más generoso que la radio". (López Vigil, 1997)

Al momento de analizar los contenidos se debe tener en cuenta varios elementos, entre ellos el lenguaje radiofónico, que equivale al lenguaje característico de la programación radial, elemento fundamental en esta investigación pues creemos que el lenguaje utilizado por los periodistas y locutores es uno de los generadores de afiliación y fidelización con la emisora.

El Lenguaje radiofónico, o el característico de la radio lo define Armand Balsebre como: "Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes" (1994). Románticamente se podría decir que gracias al Lenguaje Radiofónico, se pueden construir mundos o imágenes a través de las palabras, permite la creación de sentido y pensamiento a través del significado del mensaje, no se queda solo en la transmisión del mensaje sino que tiene una intencionalidad.

En el lenguaje radiofónico las funciones o características son dos, la primera es la función de transmisión de ideas: para ello la voz debe ser clara, diferente, distinta, con un timbre adecuado e inteligible. Se podría decir que esta función es de carácter informativo y la otra función es, la Emocional: Importa más el tono que la palabra. Se transmite un mensaje emotivo que el oyente debe traducir por sentimientos o sensaciones, es la característica por medio de la cual la intencionalidad, tono y volumen de la voz, hacen una referencia o generan cierto sentimiento psicológico en el que escucha.

El segundo de los elementos a analizar es el mensaje sonoro, según Balsebre "...podemos concebir a los mensajes sonoros de la radio como una sucesión ordenada, continua y significativa de "ruidos" elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico" (1994). La naturaleza estructural de mensaje sonoro se asigna a tres sistemas expresivos: La palabra, la música y el ruido o efecto sonoro. La música, por ejemplo, es una fuente creadora de imágenes auditivas. Constituye un elemento integro dentro del lenguaje radiofónico, con una autonomía significativa o semántica. Está subordinada a un mensaje radiofónico, y convive con los restantes elementos que componen el lenguaje de la radio, se constituye en un elemento importante en la radio, debido a que puede tener diferente significado, según el uso del lenguaje verbal radiofónico (o Palabra) o del contexto en el que se esté presentando

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

cierta melodía musical, también solo puede ser usada como ambientación o para dar coherencia entre el discurso retórico expuesto por alguno de los interlocutores.

La palabra, por su parte, brinda la posibilidad de generar sentido en los oyentes, dependiendo de la manera en que se de una información puede causar mayor o menor impacto. Arnheim, citado por Balsebre (1994) afirma que “la radio está en posesión no sólo del mayor estímulo que conoce el hombre para los sentidos, la música, la armonía y el ritmo, sino que al mismo tiempo, es capaz de dar una descripción de la realidad por medio de ruidos y con el más amplio y abstracto medio de divulgación de que es dueño el hombre: la palabra”. Ambos autores dan relevancia a la importancia que tiene la palabra en la distribución de información, exaltan su carácter imprescindible en la radio pero rescatan también que no es el único elemento expresivo que se puede utilizar en este medio.

El lenguaje radiofónico es importante para este estudio ya que nos orienta acerca de los elementos persuasivos de la radio para llegar al oyente y como se pueden usar según la intencionalidad. Balsebre (1994) concluye: “También la audición de la radio, y no necesariamente la ficción dramática o el ritmo músico/verbal de un "disc-jockey", también la radio informativa, puede causar una verdadera emoción estética, reutilizando así el lenguaje radiofónico como un auténtico instrumento de comunicación y expresión.”

Los géneros y formatos radiales también hacen parte importante de la contextualización teórica del proyecto ya que permiten definir una categoría para el programa que se analizó y, en base a ello, hacer un estudio y un análisis más preciso. El programa utilizado en este proyecto se enmarca dentro del género informativo y el formato de Radio periódico, que, en la categorización de Mario Kaplún (1999), se define como la versión de la prensa en la radio, con sus diversas secciones: Económica, judicial, deportes, etc. Pero que, a diferencia del noticiero, permite fragmentos de dialogo, opinión y hasta incluso debate, acerca de la información que se brinda.

Sin embargo, el mismo autor explica que estos formatos no deben ser camisas de fuerza, puesto que son los productores quienes tienen la tarea de dinamizar los programas radiales, en sus propias palabras “Los formatos son relativos. No siempre se dan ni deben darse químicamente puros. En manos de un libretista creativo pueden dar lugar a combinaciones múltiples, difíciles de enmarcar en ninguna clasificación, pero no por ello menos válidos” (1999).

Tras Kaplún, muchos estudiosos más enriquecieron esta clasificación, sin embargo está sigue siendo la básica para categorizar un programa radial.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Para entrar a hablar sobre la audiencia, otra de las categorías estudiadas en el marco teórico de la investigación, se debe tener en cuenta que en este caso la audiencia es remota, y que son las nuevas tecnologías de la información las que están permitiendo que este fenómeno de “oyente virtual” se de y por ende permita este estudio.

La denominada ‘Sociedad de la información’ o ‘Sociedad Red’ (Castells, 2000 en Terrero, 2006) pone su fuerza mediática en el uso de los medios tradicionales por medio de la relación creciente entre tradicional y virtual, es decir, las plataformas virtuales hacen que trascienda la información y haya una retroalimentación plenamente fortalecida por la rapidez e inmediatez que se puede tener por medio de los flujos mediáticos con conexiones a la red. Para efectos de la investigación, la Teoría de la sociedad de la información, orígenes de la sociedad de información cumple con el vínculo presente entre radio virtual y la unión o relación entre los ciudadanos separados por la migración, cumpliendo con la premisa fundamental de la era de la información unir o ignorar las fronteras físicas.

La audiencia es el público al que va dirigido un medio, sin embargo no se queda allí, necesita de un estudio profundo que permita reconocer cual es la verdadera audiencia de dicho medio. “Las teorías de audiencia indican cómo se relaciona la audiencia con los medios. Para saber cómo relacionarse mejor con los medios, conviene partir de cómo la audiencia los usa, cuál es su tendencia 'natural' de usar los medios” (Terrero, 2006. P.71). La audiencia, que para esta investigación se focalizó en los ciudadanos quindianos inmigrantes, su participación y la posible relación con la emisora Transmisora Quindío en su plataforma virtual, evidencia su relación con la emisora a través del número de participaciones virtuales, llamadas y número de personas que sintonizan vía Internet la emisora. La misma Sociedad de la Información en la que estamos, nos ofrece multitud de opciones para suplir necesidades, en este caso la medición de la audiencia se hizo a través del elemento virtual Google Analytics, herramienta diseñada por la compañía Google que permite seguir estadísticamente los comportamientos de una página web, en este caso, el tránsito por la página de Transmisora Quindío permite deducir el nivel de audiencia y, según las horas que más tránsito tenga, los programas con más audiencia. El redireccionamiento de la página al reproductor de la emisora en vivo a través de la red asegura que quienes están allí están escuchando la emisora.

En el ámbito teórico la audiencia es ese grupo selecto al que va dirigido el medio, sin embargo se puede clasificar según algunos teóricos. “Hay cinco teorías principales de audiencia: - la de los efectos psicológicos (teoría linear, modelo bala de comunicación), - la de los usos y gratificaciones, - la del enfoque consciente-democratizador (con las teorías de recepción crítica, la tradición Screen (de Inglaterra) y la de la lectura (reading) y la de los movimientos sociales: cfr. Jensen y Rosengren 1990). - la de la recepción activa e interpretativa (con los estudios críticos culturales y las teorías de

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

acomodación y liminalidad: Jenkins, De Certeau), - la de las mediaciones sociales (con la de las comunidades interpretativas) y - Además están el simbolismo interaccionista, los estudios consensuales culturales. Las teorías de la audiencia descritas ayudan a estructurar la teoría del sujeto” (Terrero, 2006, p. 72)

Esas cinco teorías hacen una descripción y acercamiento a cada una de las categorías presentes en las audiencias desde los medios, los vínculos de relación e interacción presente entre los medios y sus audiencias son las herramientas que tienen los medios para saber qué deben hacer para tener a mano lo que desean los oyentes, teniendo en cuenta lo que piensan las audiencias frente a los medios, se fortalecerá la producción de elementos mediáticos para que así se cree un vínculo directo entre los medios y las audiencias.

Por último, es sustancial tener en cuenta que nuestra audiencia tiene una característica especial, es migrante, gracias a las nuevas tecnologías, escuchan la emisora en diversos lugares del planeta. Es la población migrante la que aquí nos interesa, pues se abre como un nuevo nicho dentro de la audiencia de las emisoras tradicionales que han decidido lanzarse a la era de la información facilitando su contenido vía internet, como la de la presente investigación. Si bien es un punto sumamente importante, se debe aclarar que el estudio es un análisis de contenido, y el estudio de la audiencia es más contextual que a profundidad puesto que lo que nos interesa es indagar acerca de la programación transmitida y escuchada por esta población, mas no entramos a realizar un estudio de audiencia que discrimine las necesidades que esta precisa.

Respecto a la característica especial de esta audiencia, la Real Academia (2005) define inmigración como “Dicho del natural de un país: Llegar a otro para establecerse en él, especialmente con idea de formar nuevas colonias o domiciliarse en las ya formadas.” A partir de esto podemos diferenciarla de migración definida como “Dicho de una persona, de una familia o de un pueblo: Dejar o abandonar su propio país con ánimo de establecerse en otro extranjero. Ausentarse temporalmente del propio país para hacer en otro, determinadas faenas. Abandonar la residencia habitual dentro del propio país, en busca de mejores medios de vida.” (RAE, 2005). De este modo podemos decir entonces, que emigrar es el acto de partir del lugar de origen hacia otro con el ánimo de establecerse en otro ya sea para trabajar, residir temporalmente, etc. También podemos deducir que inmigrar es entonces, llegar a otro país con la idea de establecerse en él, lo que correspondería a la residencia en el exterior. Para términos práctico inmigrar será tomado como la entrada extranjera al país y emigrar la salida del país al exterior.

Migrar como tal, es el acto de desplazarse de un lugar a otro, tal como en la naturaleza podemos ver las aves migrar al sur en ciertas temporadas. Colombia ha mostrado ser uno de los países con más

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

movilidad migratoria hacia los países desarrollados. El Perfil migratorio de Colombia 2010 clasifica a la población colombiana dando como causas de la migración en el contexto socio económico del país tomando las categorías de mercado laboral, educación, salud y situación política.

A través de este perfil, tenemos datos como el reporte del Banco Mundial, el cual afirma que para el 2007 el número estimado de migrantes fue de 1.969.282 y el Development Research Centre on Migration el número estimado es de 1.646.937, Las estimaciones de estas dos fuentes indican que los países donde hay una mayor migración por parte de los colombianos son en su orden la República Bolivariana de Venezuela, Estados Unidos de América y España. (OIM, 2010).

Estas categorías surgieron tras la estipulación de los objetivos del trabajo que son:

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el contenido emitido por la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual con respecto a su audiencia migrante quindiana fuera del país.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar la parrilla de programación y las temáticas de los programas emitidos en la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual en Abril de 2012.
- Describir el nivel de audiencia y de participación quindiana migrante de Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual y en qué programas se ven los niveles más altos en Abril de 2012.
- Determinar los contenidos de los programas con más audiencia y participación migrante quindiana y el uso de los elementos radiofónicos (voz, música y efectos sonoros) por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío en Abril de 2012.
- Evidenciar la relación entre la programación de la emisora Transmisora Quindío y su audiencia quindiana fuera de Colombia.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA

La investigación es de enfoque cualitativo, la metodología que se implementó fue la técnica de análisis de contenido, basada en los aportes de Aigner (1999) y Krippendorff (1990), quienes exponen el significado de esta técnica y explican lo que está debe llevar. El instrumento fue una ficha de discriminación del contenido de la emisora (ver anexo 3) tomado de otras investigaciones que manejan la misma técnica y que hicieron parte del levantamiento del estado de arte de la investigación, sin embargo, fue rediseñado y adaptado para dar respuesta a la pregunta de investigación en el contexto de las emisoras de la región.

Por medio de este, se quiso conocer la relación directa o indirecta que hay entre los oyentes que están fuera del país con la emisora Transmisora Quindío, a su vez, conocer si la emisora tiene contenidos dirigidos solamente para ellos, identificar los niveles de audiencia de la emisora, y de igual manera, cuáles eran los programas con más altos niveles de audiencia en el mundo y su nivel de participación e interacción con el programa y la emisora. Con esto definiríamos qué características había en esa interacción y en el uso del lenguaje empleado por cada uno de los locutores o periodistas.

Para lograr los objetivos, se implementaron las siguientes estrategias: primero, realizar un acercamiento a las directivas de la emisora Transmisora Quindío para conseguir datos indispensables como los niveles de audiencia, obtenidos a través de Google Analytics, y además, hacer entrevistas a los locutores, periodistas y personal administrativo que permitieran un acercamiento a las dinámicas de trabajo en la emisora, creando así un vínculo directo entre la investigación y el objeto investigado.

La técnica de análisis de contenido brinda la posibilidad de encontrar información que se relacione directamente entre los sujetos investigados, con esta se encontraría resultados claros y concisos y se despejaría la pregunta inicial de investigación: qué contenidos emite Transmisora Quindío respecto a su considerable audiencia en el exterior. Además, para fortalecer dicha técnica, se acudió a los medios tecnológicos que permitieron obtener datos relevantes como, por ejemplo, nombre y número de países donde se escucha la emisora, motores de búsqueda por los que se encuentra a la emisora y la relación oyentes - emisora por medio de las redes sociales.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Objetivo General.

Por medio de las herramientas creadas para dar respuesta al análisis de contenidos de la emisora Transmisora Quindío, respecto de su audiencia quindiana migrante se descubrió que el programa más escuchado es Tribuna Popular con el 38,34% del total de oyentes de la página web de la emisora. En su parrilla de programación hay 13 programas con diferentes géneros radiales, entre los que se encuentran, informativo, magazín, clasificados y musicales. A su vez la interacción entre la emisora y su audiencia quindiana es relativamente poca, ya que tan sólo hay 6 mensajes dirigidos al programa con la intención de saludar, felicitar y solicitar servicios sociales. Las entrevistas con periodistas y locutores arrojaron resultados relacionados con los tres objetivos específicos, entre las respuestas que sobresalen entre los cuatro entrevistados, el respeto y el manejo de lenguaje común hace que sea más fácil llegar a los oyentes.

Objetivo 1.

Resultados obtenidos a partir de la identificación de la parrilla de programación y temáticas manejadas en sus programas se encontró que hay 13 programas, siete son musicales, uno informativo, uno de clasificados y cuatro de género magazín.

Objetivo 2.

De acuerdo con el objetivo número dos, Transmisora Quindío es escuchada en más de 20 países entre los que se encuentran con más niveles de audiencia son: Usa 22.56%, España 12.20%, Francia 2.73%, Suiza 2.25%, Suecia 1.61%, Argentina y Canadá con 0.87 por ciento del total de oyentes a través de la página web. Durante las dos primeras semanas de Abril se comunicaron 6 personas con el fin de saludar, felicitar y solicitar servicios sociales, estas comunicaciones se hicieron por medio de la página web de la emisora.

Objetivo 3.

Según la ficha de discriminación diseñada para dar cumplimiento al objetivo número tres, el programa Tribuna Popular de formato “radio periódico” y con género informativo, estructuralmente se maneja en temas de índole económico, climático, Judicial, económico, político, regional, deportivo y la sección micrófono abierto; en promedio se utilizan seis cortinas musicales, también

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

hay una sección llamada “La Nota Musical” en la que se evoca un artista y se le rinde un homenaje por su trayectoria. La audiencia del programa es tradicionalmente campesina, adultos en capacidad de informarse y de clase popular por esto el lenguaje empleado por los locutores y periodistas es manejado sin tecnicismos optando por el lenguaje popular y de fácil entendimiento, refranes, dichos y palabras coloquiales sin disminuir la importancia y seriedad de la información la relación entre locutores periodistas y oyentes es con un trato respetuoso y de cierta familiaridad, esto hace que la información sea más fácil de entender o acatar por parte de los oyentes (Respuestas de Formato Entrevista Para Locutores Periodistas), hay que tener en cuenta, que esta característica del lenguaje es comprendida por los locutores y periodistas, de esta manera hay una relación directa entre oyentes y emisora. El programa emplea estrategias de participación, donde se da el espacio al oyente para mostrar sus denuncias y hacer parte del programa opinando o aportando noticias.

Objetivo 4.

La emisora Transmisora Quindío no tiene contenidos dirigidos especialmente a los oyentes fuera del país, puesto que lo que hacen es transmitir la misma programación de las ondas magnetofónicas en el audio real de la página web, sin embargo hay un contacto directo entre la audiencia fuera del país y la emisora, debido al interés local, regional y nacional de los contenidos emitidos en el programa Tribuna Popular, programa con mayor audiencia de quindianos fuera del país, así pues se pudo conocer el nivel de audiencia y nivel de participación por medio de mensajes, llamadas y comentarios en las redes sociales, página de internet y teléfonos de la emisora.

DISCUSIÓN

La investigación planteó el análisis de contenido de la emisora Transmisora Quindío, respecto de su audiencia quindiana migrante, creando objetivos que determinarían la programación de la emisora, las temáticas, niveles de audiencia y contenidos en los programas con más altos niveles de audiencia, así pues, se puso en marcha la definición de la parrilla de programación, en la que se encontraron 13 programas con 4 diferentes géneros radiales, informativo, musicales, magazín y clasificados comerciales, conociendo la parrilla de programación, seguidamente, los niveles de audiencia encontrados, dieron respuesta a otro objetivo, determinar cuál es el programa con más audiencia migrante; el 38.34% de los oyentes de la emisora en su página web escuchan Tribuna Popular, programa de género informativo, con un formato de radio periódico en el que se manejan diferentes temáticas según la estructura que se puede encontrar en el “Formato Análisis de Muestra

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

de Programas” y a su vez mostraría la interacción de los migrantes frente a los programas de esta emisora; durante el mes de Abril los resultados de dicha interacción arrojó que sólo hubo 6 mensajes dirigidos al programa y la emisora, y que tenían como intención, saludar, felicitar y solicitar servicios sociales, seguidamente de conocer la cantidad de comunicaciones enviadas desde los oyentes hacia la emisora, se creó un formato de entrevista semi estructurada para oyentes, cuyas preguntas podrán encontrar en el formato “Entrevista Semi Estructurada para Oyentes”, de este formato se enviaron 10 mensajes, seis a personas que entraron en contacto directo con la emisora y cuatro que lo hicieron vía Facebook, así pues se enviaron 10 entrevistas, y fue contestada una (1) por la señora Lucy Martínez Salazar, nacida en Armenia y residente en Sídney, Australia desde hace 36 años, manifestando que lleva cerca de 3 años escuchando la emisora y que normalmente lo hace por gusto musical y por la información de su ciudad natal, seguidamente, responde que se comunica vía telefónica para saludar y pedir música “vieja”. Es relevante mencionar que los 4 locutores/periodistas encargados del programa más escuchado en la emisora, son conscientes que el horario en el que aparece Tribuna Popular (6:30 Am a 8:00 Am y 12:00 M a 12:30 Pm) los oyentes están levantándose para ir a trabajar o llegando a sus casas a almorzar, ignorando la población quindiana migrante que tiene horarios diferentes y que posiblemente realizan alguna otra actividad, sin embargo, los locutores y periodistas hacen esfuerzos para mantener a los oyentes en diferentes países del mundo, ¿Cómo lo hacen? Primero que todo el lenguaje que utilizan es de carácter popular, sin tecnicismos, con refranes o dichos populares, además de la complacencia musical o respondiendo a sus inquietudes o recomendaciones hechas por medio de los mensajes. La información y temática manejada en Tribuna Popular y en la emisora Transmisora Quindío, es manejada bajo principios de ética, verdad y responsabilidad, con el fin de informar y entretener a todos su oyentes en el AM y esforzándose por sostener y aumentar los oyentes que se encuentran fuera de Colombia y que están ubicados en más de 20 países del mundo, pero que se mantienen conectados con sus orígenes por medio de la tecnología.

CONCLUSIONES

- La emisora Transmisora Quindío tiene definida su parrilla de programación cubriendo las 24 horas del día durante los siete días de la semana, manejando cuatro géneros radiales, informativo, musical, magazín y comercial (clasificados). Según los resultados obtenidos a través de Google Analytics, el programa con más audiencia es Tribuna Popular con el 38.34% , de género informativo y formato radio periódico, este, se divide en secciones que abarcan toda la información noticiosa del departamento, la región y el país, de igual manera, manejan las secciones judicial, económica, deportiva, plano general y las opiniones de los

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

oyentes que se comunican comúnmente a denunciar irregularidades o a saludar y felicitar a los locutores y periodistas del programa.

- La emisora Transmisora Quindío sabe que la audiencia quindiana migrante los escucha en más de 20 países, sin embargo, no hay una programación dirigida especialmente para esta y hay muy poca comunicación entre la emisora y sus oyentes en el exterior, esto, según las comunicaciones presentadas durante el tiempo de la investigación de análisis de contenido.
- Los países donde es más escuchada la emisora son: Estados Unidos (22.56%), España (12.20%), Francia (2.73%), Suiza (2.25%), Suecia (1.61%), Argentina y Canadá con 0.87 por ciento del total de oyentes a través de la página web.
- La información ofrecida en el programa bandera de la emisora, Tribuna popular, es netamente local, con esto nos atrevemos a deducir que es el sentimiento de cercanía y de filiación con las raíces lo que hace de este programa tan exitoso. Cabe resaltar que el segundo programa con más audiencia es una franja musical con listas de reproducción populares, canciones y música popular de la región, elemento que fortalece dicha hipótesis pero que, sin embargo, sólo podría consolidarse con un estudio de audiencia.

REFERENCIAS

Bibliográficas:

Antequera Ripoll, J.C. & Obregón, R. (2002). La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en barranquilla, Colombia. Investigación y desarrollo, Universidad del norte. Barranquilla, Colombia vol. 10, N° 2, 146-169.

Balsebre, Armand (1994). *El lenguaje radiofónico*. Ed. Cátedra. Madrid, España.

Krippendorff, Klaus (1990). Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica. Editorial Paidós. Barcelona, España.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Kaplún, Mario. (1999). Producción de programas de radio. El guión – la realización. Segunda edición. CIESPAL. Quito, Ecuador.

Ortiz, M.A. & Volpino, F. (1995). Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y formulas. E. Paidós. España.

Pareja, Reynaldo (1984). Historia de la radio en Colombia: 1929-1980. Servicio colombiano de comunicación social. Bogotá.

Ramírez, C.; Zuluaga, M. & Perilla, C. (2010). Perfil migratorio de Colombia. OIM Organización Internacional para las Migraciones. Bogotá.

Rodero Antón, Emma (2001). La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red. Ed. Cervantes. Salamanca, España.

Terrero Martínez, José (2006). Teorías de comunicación. Universidad Católica Andrés Bello, Núcleo Guayana. Ciudad Guayana, Venezuela.

Cibergráficas:

Aigeneren, Miguel (1999). Análisis de contenido: una introducción. Centro de estudios de opinión, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Antioquia. Recuperado el 15 de abril de 2012. En <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1550/1207>.

Cebrían Herreros, Mariano. La Radio en la Convergencia. Gedisa. Barcelona. Recuperado el 7 de Junio de 2012. En <http://es.scribd.com/doc/14149453/Mariano-Cebrian-HerrerosLa-radio-en-Internet>.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Colombia, Censo 2005. Base de datos en línea. Recuperado el 28 de agosto del 2011. En <http://www.dane.gov.co/>

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

García Dávila, D.M. y Meza Tovar, J.G. (1999). De radio en radio: el escenario radiofónico. Revista Latina de Comunicación Social La Laguna, Tenerife número 20. Recuperado el 20 de septiembre del 2011. En <http://www.revistalatinacs.org/a1999eag/59mara.htm>

Lemos, José (s.f). Radios web: ¿espacios de interactividad real o ficticia? Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales UNLZ Año III, Número 4, VI. pp. 121-133. Recuperado el 20 de septiembre de 2011. En <http://www.hologramatica.com.ar/>

Mata, Maria Cristina. Revista Diálogos de la comunicación N° 35. (La radio: una relación comunicativa). 1993. Recuperado el 25 de Marzo de 2012. En http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/mata_la_radio_una_relacin_comunicativa.pdf

Martínez Costa Pherez, M. & Herrera Damas, S. (2007). La participación de los oyentes en la programación de la radio española. Estudio del caso de RNE Radio 1. Comunicación y Sociedad, Vol. 20. N° 1. pp. 29-49. Recuperado el 25 de Septiembre de 2011. En http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=49

Morales Reyes, Ignacia (2009). La música y la radio, elementos transformadores de la identidad de los migrantes mexicanos en estados unidos. Revista Iberoamérica global Vol.2. N° 2. Recuperado el 28 de agosto de 2011. En <http://iberoamericaglobal.huji.ac.il/vol2num2/Article-%20Reyes.pdf>

Pherez, Jorge Mario (s.f). Recuperado el 20 de agosto de 2011. En <https://sites.google.com/a/alaire.info/rrtic/la-radio-virtual-en-colombia-el-antes-el-hoy-y-el-manana>.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

3. RESULTADOS DIRECTOS

Objetivos y Resultados esperados planteados en el proyecto	Resultados obtenidos en el proyecto
<p>Analizar el contenido emitido por la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual con respecto a su audiencia migrante quindiana fuera de Colombia en Abril de 2012.</p>	<p>Por medio de las herramientas creadas para dar respuesta al análisis de contenidos de la emisora Transmisora Quindío, respecto de su audiencia quindiana migrante que el programa más escuchado es Tribuna Popular con el 38,34% del total de oyentes de la página web de la emisora. En su parrilla de programación hay 13 programas con diferentes géneros radiales, entre los que se encuentran, informativo, magazín, clasificados y musicales. A su vez la interacción entre la emisora y su audiencia quindiana es relativamente poca, ya que tan solo hay 6 mensajes dirigidos al programa con la intención de saludar, felicitar y solicitar servicios sociales. Las entrevistas con periodistas y locutores arrojaron resultados relacionados con los tres objetivos específicos, entre las respuestas que sobresalen entre los cuatro entrevistados, el respeto y el manejo de lenguaje común hace que sea más fácil llegar a los oyentes.</p> <p>La población mostró que su interés por la emisora y por su contenido es significativo, hay una buena audiencia, lo que demuestra que las noticias locales, el manejo de la información y la afinidad con los locutores y periodistas crean un vínculo entre la emisora y sus oyentes, generando así que estos mantengan su sintonía. Se ve también que el hecho de ser un contenido digital no es un obstáculo sino una ventaja para los oyentes en el exterior, que si bien son generalmente personas mayores y consideradas “de pueblo” han demostrado interés por las nuevas tecnologías y a través de ellas, acercarse a su tierra para informarse o entretenerse escuchando su propio</p>

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

	dialécto.
<p>Identificar la parrilla de programación y las temáticas de los programas emitidos en la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual en Abril de 2012.</p>	<p>A partir de la identificación se encontró que hay 13 programas, siete son musicales, uno informativo, tribuna popular, realizado por cuatro periodistas, Lius Carlos Rodríguez, Leonel Sepulveda, Óscar Galvis y Wilson Rúa Bedoya. uno de clasificados realizado por un locutor y cuatro de género magazín. En la sección de mensajes y llamadas son evidentes los saludos, cumpleaños, quejas y reclamos a entidades de servicio público y privado. Los locutores y periodistas que realizan cada uno de los programas de la parrilla de programación de Transmisora Quindío. Esta parrilla de programación es más atractiva frente a las demás debido a que los temas que tratan generan familiaridad, cotidianidad y cercanía entre los oyentes y la emisora.</p>
<p>Describir el nivel de audiencia y de participación quindiana migrante de Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual y en qué programas se ven los niveles más altos entre Abril 2012.</p>	<p>De acuerdo con el objetivo número dos Transmisora Quindío es escuchada en más de 20 países entre los que se encuentran con más niveles de audiencia son: Usa 22.56%, España 12.20%, Francia 2.73%, Suiza 2.25%, Suecia 1.61%, Argentina y Canadá con 0.87 por ciento del total de oyentes a través de la página web. Durante las dos primeras semanas de Abril se comunicaron 6 personas con el fin de saludar, felicitar y solicitar servicios sociales, estas comunicaciones se hicieron por medio de la página web de la emisora.</p>
<p>Determinar los contenidos de los programas con más audiencia y participación migrante quindiana y el uso de los elementos radiofónicos (voz, música y efectos sonoros) por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío en Abril de 2012.</p>	<p>El programa Tribuna Popular de formato “radio periódico” y con género informativo, estructuralmente está diseñado bajo contenidos de índole económico, climático, Judicial, económico, político, regional, deportivo y la sección micrófono abierto; en promedio se utilizan seis cortinas musicales, también hay una sección llamada “La Nota Musical” en la que se evoca un artista y se le rinde un homenaje por su trayectoria. La audiencia del programa es tradicionalmente campesina, adultos en capacidad de informarse y de clase popular, la comunicación presente en los locutores y periodistas es manejada sin tecnicismos, optando por el lenguaje popular y de fácil</p>

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

	<p>entendimiento, refranes, dichos y palabras coloquiales sin desmeritar o disminuir la importancia y seriedad de la información.</p>
<p>Evidenciar la relación entre los contenidos de la emisora Transmisora Quindío y su audiencia quindiana fuera de Colombia.</p>	<p>La relación entre locutores periodistas y oyentes es con un trato respetuoso y de cierta familiaridad, esto hace que la información sea más fácil de entender o acatar por parte de los oyentes (Respuestas de Formato Entrevista Para Locutores Periodistas), hay que tener en cuenta, que esta característica del lenguaje radiofónico es comprendida por los locutores y periodistas, de esta manera hay una relación directa entre oyentes y emisora. El programa emplea estrategias de participación, donde se da el espacio al oyente para mostrar sus denuncias y participar noticias. Las noticias son de indole local, lo que genera interés en los quindianos fuera del país que, aunque no esten aquí, se sienten identificados con esta información y con la manera en que esta les es dada.</p> <p>Cada sección tiene una temática, sin embargo ninguna de ellas entra a hablar directamente de información exclusiva para migrantes o para personas en el exterior, la única ocasión en que en este programa tienen participación los quindianos fuera del país, es si alguien plantean una denuncia respecto a algo que afecta lo local o en la sección de Microfóno abierto, dedicado a opiniones y aportes de los oyentes.</p>

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

4. RESULTADOS INDIRECTOS

Resultados indirectos esperados planteados en el proyecto	Resultados indirectos obtenidos en el proyecto
<p>Generar interes en la comunidad académica sobre un objeto de investigación poco estudiado: la audiencia migrante.</p> <p>Ampliar el estudio de contenidos en las emisoras locales como generadores de opinión en y de la región en sus audiencias.</p>	<p>La investigación aporta resultados del análisis de contenido de una emisora en relación con su audiencia migrante, tema poco trabajado y tal vez desconocido para esta región, además de intentar fortalecer los vínculos informativos entre los migrantes y su región de nacimiento. Esta investigación, contribuye y hace un acercamiento frente a los diferentes procesos de conocimiento alrededor de las emisoras del departamento del Quindío, además de saber qué se dice, quiénes lo dicen y qué tanto se tiene en cuenta a las audiencias cuando se plantea una investigación.</p> <p>También pueden definirse como resultados indirectos el acercamiento del programa de Comunicación Social – Periodismo y de la Universidad del Quindío a las realidades locales, la receptividad del medio que fue objeto de estudio, tanto en sus administrativos como en periodistas y locutores, mostrando que si se apoya la producción de conocimiento a través de los estudios de investigación en los medios de la región; El interés despertado en estudiar el tema de las emisoras con plataformas virtuales y la apertura del camino para el estudio de las audiencias en el exterior, a través de estas plataformas.</p>

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

5. LIMITANTES EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Pregunta	SI	NO
¿Las actividades se realizaron en el tiempo previsto?	X	
¿Los recursos se utilizaron conforme a lo planeado?	X	
¿Se obtuvieron las metas y los resultados esperados?	X	
Si el proyecto presentó retrasos indique por cuál de las siguientes causas:		

OTRAS DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Al momento de intentar hacer un acercamiento a los oyentes migrantes, como apoyo a la técnica de investigación principal, nos encontramos con que la comunicación es bastante complicada, por medio telefónico prima la desconfianza al momento de facilitar los datos y por medios electrónicos la respuesta es casi nula.

RECOMENDACIONES Y PROYECCIÓN:

Se recomienda a los entes administrativos y a los locutores tener en cuenta la población a la que están llegando a través del internet, además que la virtualidad de la emisora puede trascender más de sólo retransmitir el contenido emitido en el dial Am y que este espacio puede ser de gran provecho para conocer acerca de la situación de los migrantes quindianos en el exterior y servir de puente para ayudar a sus oyentes. Por ejemplo, con su programa bandera Tribuna Popular, se puede incluir información acerca de trámites, nuevas reglamentaciones o procesos de interés para la comunidad inmigrante.

De igual manera, es necesario fortalecer las redes sociales como medio de interacción con el oyente, los comentarios a través de la página demuestran que son útiles y que los oyentes están interesados en participar de alguna manera en la programación, así que la recomendación es fortalecer las redes, difundirlas y hacer campañas a través de ellas para generar fidelidad en los oyentes, en especial, los del extranjero.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

A manera de proyección, se sugiere la creación de mínimo un programa dedicado a la audiencia migrante, emitido en la plataforma virtual que también podría o no emitirse en el dial Am, pero que sin duda favorecería la inclusión de la audiencia migrante en la programación y aprovecharía este medio virtual en beneficio de la emisora. Las propuestas para esta actividad podría darse precisamente desde la academia a través de practicantes de Comunicación Social – Periodismo o conocedores de la comunicación interesadas en esta temática.

ANEXOS

Anexo 1

Parrilla de programación

Programación de la mañana:

Horario	Programa	Fecha	Temática	Duración
12:00 a.m – 5:00 a.m	Lo mejor de la música popular	Lunes a viernes	Musical	5 horas
5:00 – 6:00 am	Mañanitas campesinas	Lunes a viernes	Magazin	1 hora
6:00 – 6:15 am.	En familia	Lunes a viernes		15 minutos
6:15 – 6:30 am	Lo mejor de la música popular	Lunes a viernes	Musical	15 minutos

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

6:30 – 8:00 am	Informativo Tribuna Popular	Lunes a viernes	Informativo	1 hora 30 minutos
8:00 – 8:30 am	Buenos días salud	Lunes a viernes	Magazin	30 minutos
8:45 – 9:00 am	En familia	Lunes a viernes		15 minutos
9:00 - 11:30 am	Lo Mejor de la Música Popular	Lunes a viernes	Musical	1 hora 30 minutos
11:30 - 12:00 pm	Programa Médico	Lunes a viernes	Magazin	30 minutos

Programación de la tarde:

12:00 - 12:30 pm	Informativo Tribuna Popular	Lunes a viernes	Informativo	30 minutos
12:30 - 1:00 pm	Lo Mejor de la Música Popular	Lunes a viernes	Musical	30 minutos
1:00 – 2:00 pm	Ofertas y canciones	Lunes a viernes	Clasificados/ musical	1 hora

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

2:00 – 4:30 pm	Lo Mejor de la Música Popular	Lunes a viernes	Musical	2 horas 30 minutos
4:30 - 7:00 pm	Atardecer del Labriego	Lunes a viernes		3 horas 30 minutos
7:00 - 10:00 pm	Lo Mejor de la Música Popular	Lunes a viernes	Musical	3 horas

Programación fines de semana:

10:00 - 11:00 pm	Noches Porteñas	Lunes a viernes	Musical	1 hora
11:00 - 5:00 am	Lo Mejor de la Música Popular	Sábado	Musical	6 horas
5:00 – 7:00 am	Mañanitas campesinas	Sábado	Magazin	2 horas
7:00 – 8:00 am	Informativo Tribuna Popular	Sábado	Informativo	1 hora
8.15 - 8:45 am	Buenos días salud	Sábado	Magazin	30 minutos

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

8:45 – 10:00 am	Lo Mejor de la Música Popular	Sábado	Musical	1 hora 15 minutos
10:00 am - 2:00 pm	Fiesta de Radiola	Sábado	Musical	4 horas
2:00 – 12:00 pm	Lo Mejor de la Música Popular	Sábado	Musical	10 horas
12:00 - 6:00 am	Lo Mejor de la Música Popular	Domingo	Musical	6 horas
6.00 - 10:00 am.	Cantina Abierta	Domingo	Musical	4 horas
10:00 am - 2:00 pm	Chupoteca de Juankarry	Domingo	Musical	4 horas
2:00 – 12:00 pm	Lo Mejor de la Música Popular	Sábado	Musical	10 horas

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Anexo 2

Nivel de audiencia

Informativo Tribuna popular		
	Abril 2 - 9	Abril 10 - 17
Nivel de audiencia en la página web	37,34% ¹	40,22% ¹
Cantidad de personas que se comunican al programa	2	4
Motivo de la participación en el programa	Saludos	Saludos, felicitaciones, solicitud de servicio social
Medio por el que se comunica (mensaje de texto, llamada telefónica, e-mail, página web oficial de la emisora, otros)	Página web de la emisora	Página web de la emisora

¹ Datos obtenidos a través de la plataforma Google analytics

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Anexo 3

COMPILACIÓN ANALISIS MUESTRAS DE PROGRAMAS

Género radial: Informativo

Formato radiofónico: Radio periódico

Estructura del programa[Secciones]:

- Datos económicos y del clima.
- Titulares.
- Judiciales.
- Sección económica.
- Sección política.
- Panorama regional.
- Deportes.
- Micrófono abierto.

Fecha: 2 de abril a 28 de abril de 2012

Horario: 6:30 am – 8:00 am y 12:00 m a 12:30 m.

Duración: 1 hora 30 minutos en la mañana y 30 minutos al medio día.

Frecuencia: Diaria

Tipo de audiencia: Adultos

Número de emisiones: Dos, una en la mañana y otra al medio día.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Contenido del programa

Palabras clave más usadas:

Lotería del Quindío, policía Nacional, Semana Santa, turismo, , Gobernación del Quindío, Alcaldía de Armenia, Plan de Desarrollo, Mesa de Concertación Indígena, Cultura, Clopad, Crepad, Delincuencia, Movilidad, Contaminación, fuentes hídricas, Cámara de Comercio, Liberación de secuestrados, Nevado del Ruiz. Asamblea departamental, Desarrollo Territorial. Vacunación. Economía. Tránsito. Informe de Gestión. Cabalgatas. Contratación. Mes de los niños. Sismología. Ideam. CRQ (Corporación Autónoma Regional del Quindío). Red Salud. Memoria Histórica. Víctimas, Conflicto. Armenia, Policía, salud, servicios públicos, seguridad, cárcel, Ajedrez. Secretaria de Salud. Gasolina, mes de los niños, , Servicios Públicos, indigencia, Túnel de la línea, Efigas, , Plan desarme, Ola Invernal, Rendición de cuentas, Universidad del Quindío, Desplazados Indígenas, Deportes, Telecafé, TBC (Tuberculosis), Daños en vías, Alcaldías, motociclistas. Imdera. Planeación Municipal, Colombia Humanitaria, Café, Pro-export, Natación.

Estructura del programa:

Siempre entre el cabezote, en las mañana se empieza por el saludo, la presentación y los titulares, se prosigue con los indicadores económicos, el clima y el pico y placa del día. Se inicia por las noticias locales, la noticia más relevante es de la que primero se habla, no importa si es política, económica, judicial, etc. Los deportes se dejan de último, justo antes de abrir los micrófonos a las llamadas del público, las cuales están generalmente referidas a quejas contra organizaciones públicas, empresas prestadoras de servicios públicos u organizaciones gubernamentales.

Al medio día el programa inicia con su tradicional cabezote pero se empieza hablando de

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

la noticia más relevante del día y se discute sobre ella, se profundiza mediante llamadas telefónicas a los implicados, entrevistas en cabina y pregrabadas, entre otros.

Autores/fuentes usados generalmente:

IDEAM, CRQ, Alcaldía de Armenia, Gobernación del Quindío, Alcaldía de Calarcá, Cámara de Comercio. Fenalco, Gobernación del Quindío. Gobernación del Quindío. Fiscalía. Creg (Comisión de regulación de energía y gas), observatorio sismológico del Quindío. Universidad del Quindío. Alfonso Londoño Orozco (Rector UQ). Fiscalía. Alcaldías. ICBF.

Invitados por programa:

Julio Ernesto Ospina Gómez, Director de Cultura del Departamento del Quindío. Héctor Fabio Urrea, Alcalde de Filandia. Luis Enrique Roca Merchán, General, comandante de policía Quindío. Carlos Collins, Representante consorcio “Segundo Centenario”. Wartski Patiño, Gerente de multipropósito Calarcá (Empresa de acueducto y alcantarillado). Piedad Correal, Defensora del Pueblo. Juan Carlos Giraldo, Alcalde de Calarcá. Sandra Paola Hurtado, Gobernadora Departamento del Quindío. Luisa León, Directora Corporación Cultura y Turismo Armenia. Luz Jenny Gutiérrez, Jefe de Salud Pública. Javier Vélez, Alcalde de Montenegro. (Abril-3-2012 Mañana). Luz Piedad Valencia, Alcaldesa de Armenia. Sandra Urrea, abogada. Luisa Fernanda León, Directora Corpocultura (Corporación de Cultura y Turismo). Luz Jenny Gutiérrez, Sub directora de Salud Pública de Armenia. Diego Alejandro, funcionario municipal de Salento. (Abril-10-2012. Mañana). Leidy Bueno, Representante Organización Regional de Indígenas seccional Quindío (ORIQ). Carlos Alberto Mejía, Personero Municipio de Armenia. Omar Valencia, Alcalde municipio de Córdoba. Rubén Darío Salazar, Alcalde municipio de Buenavista. Alfonso Londoño Orozco, Rector Universidad del Quindío. Héctor Alberto Marín, secretario de Gobierno municipio de Armenia. José Ignacio Rojas, Director ICBF Quindío. (Abril-11-2012. Mañana).

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Promedio cortinas musicales:

El promedio de cortinas empleadas en el programa es de siete institucionales. Y la “Nota Musical”, esta, es un espacio dedicado a un artista, en él se hace un pequeño homenaje y se sacan al aire un par de canciones de este.

Estrategias de recepción:

Participativa, donde se da el espacio al oyente para mostrar sus denuncias y participar noticias.

Lenguaje:

Se abstienen de utilizar lenguaje con tecnicismos optando por el lenguaje popular y de fácil entendimiento. Se usan expresiones del común, refranes, dichos y palabras coloquiales sin desmeritar o disminuir la importancia y seriedad de la información. Trato respetuosos a los oyentes pero con un deje de familiaridad, hace que la información sea más fácil de entender o acatar por parte de los oyentes, hay que tener en cuenta, que esta característica del lenguaje es comprendida por los locutores y periodistas, de esta manera hay una relación directa entre oyentes y emisora.

Publicidad: Campañas privadas de empresas locales y algunas cuñas reiterativas de entidades que prestan servicios públicos o sociales, en total son nueve cuñas. Almacenes Iván Botero Gómez, Ibg, 2. Actuar Fami Empresa. Motel el Placer. Esaquín. Pez a Mar. Efigas. Cámara de Comercio. Droguerías Pro Familiar.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Audiencia:

Campesina, adultos en capacidad de informarse. Generalmente de clase popular.

Análisis:

El programa maneja un estilo propio, delimitado por la clasificación auto impuesta de la emisora de ser “popular”, los temas tratados van dirigidos a una población de clase media y baja, especialmente esta última, campesina, veredal, de pueblo; por tanto la información suministrada implica que sea de relevancia para esta población, el lenguaje utilizado sea de fácil comprensión para cualquier persona y que genere interés por vincular la población de manera directa. La participación de los oyentes juega un papel fundamental como estrategia para tener contacto con el oyente y fidelizarlo con el programa. Este, tiene una alta sintonía extranjera revelada a través de los datos de medición de tránsito en la página web de Transmisora Quindío, sin embargo la participación en el noticiero es mínima y los comentarios u interacciones con la emisora se hacen de manera general a través de llamadas en otros programas, comentarios en redes sociales, en la página de la emisora y a través de correos electrónicos. Conocida la estructura y el manejo dado a las noticias por parte de los locutores y periodistas es notable decir que por la característica popular y campesina de la emisora, gran parte de las noticias tratadas van dirigidas a ellos. La división en el tiempo que hacen durante el transcurso del programa, se tiene muy en cuenta la debida sectorización en las secciones que se manejan, entre las que están, indicadores económicos y ambientales, judiciales, políticas, nacionales, regionales, deportes y la última, micrófono abierto, es en esta sección donde hay interacción directa entre oyentes y emisora, en esta, los oyentes hacen sus llamadas, envían mensajes y correos electrónicos, denunciando, informando u opinando sobre cualquier tema de interés social y general. Durante los programas analizados los temas que estuvieron en la agenda del programa fueron, la contaminación a recursos hídricos en el municipio de Calarcá, por mal manejo de residuos en la construcción del Túnel de la Línea, por parte del Consorcio Segundo

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Centenario. Los informes de Gestión de los primeros cien días por parte de la alcaldesa de la capital del departamento, Luz Piedad Valencia y la de la señora gobernadora del Departamento del Quindío, la señora Sandra Paola Hurtado. De igual manera se vio reflejada la preparación de los especiales religiosos que se realizaron en La Semana Santa en el departamento. Así mismo fue tema de la agenda la alta sismicidad en el Nevado del Ruiz y su debido seguimiento por parte del Observatorio Sismológico de la Universidad del Quindío, a su vez también se puso en la mesa, la preparación por parte del Crepad y Clopad del departamento.

Anexo 2

Universidad del Quindío

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes

Programa de Comunicación Social – Periodismo

Guía de preguntas

Entrevista semiestructurada para locutores y periodistas

Objetivo: Analizar el contenido emitido por la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual con respecto a su audiencia migrante quindiana.

Preguntas que apoyan el cumplimiento del objetivo específico 3: Determinar los contenidos de los programas con más audiencia y participación migrante quindiana y el uso de los elementos radiofónicos (voz, música y efectos sonoros) por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío.

Formato entrevista semiestructurada para locutores y periodistas.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Entrevista 1

Nombre: Leonel Sepúlveda Peña

Cargo: Lector de noticias

Programa que realiza: Tribuna popular.

Entrevistador: ¿Desde cuánto hace parte de Transmisora Quindío?

Leonel Sepúlveda: Hace 10 años más o menos.

E: ¿Y del programa?

L.S: En el noticiero estoy vinculado hace unos 4 años en la lectura y en la sección de deportes.

E: ¿Cuál es el objetivo del programa?

L.S: Información, mantener informada a la comunidad de los hechos. Ojala en el momento en que ocurran la gente se dé cuenta inmediatamente.

E: ¿Qué temática maneja y por qué?

L.S: Tenemos en este momento secciones, información local, lo que tiene que ver con el departamento del Quindío es lo que va primero, judicial también primero y luego en el desarrollo del informativo mezclamos la información regional y todo lo que tiene que ver con el eje cafetero y posteriormente la información nacional.

E: ¿En qué horario se presenta y por qué?

L.S: Vamos en horarios de 6:30 a 8:00 de la mañana y de 12:00 a 12:30 del día. Es una hora de información de 6:30 a 7:30, el horario aprovechando que a esa hora la mayoría de las personas se

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

están levantando para irse a trabajar, y la última media hora, de 7:30 a 8:00, la dejamos para los oyentes, quejas, reclamos, sugerencias, lo que quieran hablarnos en esa media hora.

E: Entrando a hablar de los oyentes, ¿cómo maneja el lenguaje hacia ellos?

L.S: Con mucho respeto pero con mucha claridad, que el mensaje les llegue claro. Manejamos un lenguaje respetuoso pero a la vez muy popular, muy de la gente.

E: ¿Cómo manejan la musicalización?, ¿es intencionada?, ¿en base a qué?

L.S: Ya en la programación musical de Transmisora Quindío es tradición de la empresa, desde su creación, manejar la música popular, música de despecho, aunque se mezclan canciones de otros ritmos como el vallenato o la música popular, pero en general es popular, popular.

E: ¿Cómo definiría el formato del programa?

L.S: A nivel personal considero que es un formato bueno, viene con sus secciones separadito, cada sección tiene su presentación, entonces la gente ya identifica a qué es lo que nos vamos a referir. En el noticiero hay espacios para la lectura, entonces vamos con unos minutos de solo lectura de información, entonces ya viene una charla cuando hay una queja de alguien o cuando hay una noticia de interés local primaria como por decir algún corte en el servicio de acueducto o energía, entonces ya se charla, se da el espacio a los compañeros para que hagan su intervención también y hay espacio para las polémicas también, para todos hay espacio.

E: ¿Tiene participación de los oyentes?

L.S: Si, claro, hay varias formas, nos pueden llamar directamente, la llamada sale en tiempo real, salen al aire dependiendo del tema que vayan a tocar, nos pueden escribir a los correos o directamente a la página de la emisora.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿A qué se comunican generalmente?

L.S: En el informativo la gente llama a quejarse, a reclamos, a inconformidades, los oyentes del exterior llaman a saludar a sus familiares que se encuentran aquí. El 98% de las llamadas que recibimos del exterior es a saludar a la familia aquí en Colombia, a reportar que están bien y a saludarnos.

E: ¿Hay un trato especial para los oyentes migrantes?

L.S: Si, claro. Hablamos un poquito más con ellos, no es discriminatorio los de allá o los de acá, sino que con los de allá hay un poquito más de que hablar, cuantos años llevan allá, por qué se fueron, como les ha ido con la cultura, con la nueva comida, si extrañan Colombia y ese tipo de cosas, entonces el dialogo es más larguito.

E: ¿Desde que esta en funcionamiento la plataforma virtual, el programa se ha adaptado para ello?

L.S: Si, hemos hecho algunos especiales solo para oyentes de la emisora virtual, desde que arranco Transmisora Quindío.com el objetivo era el oyente de afuera.

Entrevista 2

Nombre: Wilson Rúa Bedoya

Cargo: Locutor

Programa que realiza: Tribuna popular

Entrevistador: ¿Desde cuánto hace parte de Transmisora Quindío?

Wilson Rúa: Hace 3 meses, al igual que del noticiero.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Cuál es su función dentro del programa?

W.R: Mi función es apoyar a don Luis Carlos, a don Oscar Galvis y al señor Leonel Sepúlveda, apoyarlos en la lectura, en la consecución de alguna entrevista o apoyar algún reportaje.

E: ¿En el tiempo que ha estado ha notado de alguna manera la importancia o fuerza de la audiencia migrante en el programa gracias a la plataforma virtual?

W.R: Si, el noticiero siempre se ha caracterizado por tener una buena sintonía, lo que he visto en estos 3 meses, es la armonía que existe en el equipo de compañeros, la aceptación que ha tenido en la audiencia por que el enfoque que se le da no es solamente local, sino regional y nacional y amé que son muchas las personas que llaman, que se vinculan, que dicen que nos están escuchando, entonces ha sido un buen trabajo el del noticiero.

E: ¿Cómo maneja el lenguaje en el noticiero?

W.R: Un lenguaje común y corriente, sin rebusques, sin adjetivos, sin subjetivos, únicamente lo que viene.

E: ¿Cómo definiría el formato del programa?

W.R: Es un formato 100% informativo, ágil, veraz, donde el gran número de noticias es lo que creo que le gusta a la gente por que no nos metemos a una cabina a improvisar, sino que ya venimos sobre un libreto concebido, aunque nos salimos de él constantemente, pero un libreto concebido con 40, 50, 60 noticias elaboradas, que con eso tenemos para hacer los noticieros, amen de los reportajes que hacen mis compañeros, amen de las entrevista que nacen de una denuncia o de otra noticia.

E: ¿Hay un trato especial para los oyentes migrantes?

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

W.R: 100%, es lo que el oyente quiera, aquí el oyente llama y se le da la oportunidad de que denuncie con responsabilidad. Aparte de la responsabilidad del oyente, esta la responsabilidad nuestra de hacerle seguimiento a esa denuncia, a esa queja, de ir donde el funcionario a decirle: dijeron esto, que tiene de cierto y defiéndase, ese es el objetivo, por eso creo que gusta el noticiero.

Entrevista 3

Nombre: Luis Carlos Rodríguez Peralta

Cargo: Periodista

Programa que realiza: Tribuna popular

Entrevistador: ¿Desde cuánto hace parte de Transmisora Quindío?

Luis Carlos Rodríguez: Voy a cumplir 6 años en Transmisora Quindío.

E: ¿Cómo empezó en el Noticiero?

L.C.R: Bueno, yo estaba trabajando en otro medio de comunicación, don James Acosta me llamó para que hiciera parte del grupo de periodistas que estaban en ese momento, de ahí empezamos a hacer un buen trabajo y desde entonces estoy en frente del noticiero.

E: ¿Sabe cómo inició el noticiero?

L.C.R: Ni idea, pero Tribuna Popular es un informativo de la empresa, el periodista que llegue, el grupo que llegue siempre se va a llamar Tribuna popular, y creo y no me quiero equivocar pero creo que T.B va a cumplir los mismo años que T.Q que son 30 años que se cumplirán el próximo mes de Julio.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Cuál es el objetivo del programa?

L.C.R: Indiscutiblemente uno de los objetivos principales del programa es llevar información, contarle a la gente, a los oyentes, que son bastantes, cuál es la novedad, cuál es la actualidad noticiosa en el departamento del Quindío y no solo en el departamento sino también a nivel regional, nacional e internacional, porque los avances tecnológicos que hemos tenido permanentemente nos obligan a no pensar solo en lo regional sino a nivel internacional.

E: ¿Por qué el orden de las secciones del programa?

L.C.R: Porque hay que destacar las noticias más importantes. Dentro del noticiero tenemos información económica, y permanentemente hay noticias económicas, pero siempre hay una que sobresale, entonces con la sección económica se le da ese matiz a esa noticia. También tenemos secciones como la política, entonces destacamos la noticia política, no politiquera del momento. Los viernes, por lo general, ya está institucionalizado en este equipo, hacemos el editorial; como usted sabe, el editorial es el tema más importante de cualquier medio, aquí el viernes es el espacio para ese punto, ese concepto que se da por parte de los periodistas de Tribuna popular.

E: ¿En qué horario se presenta el programa y por qué?

L.C.R: T.P va de lunes a viernes de 6:30 am a 8:00 am y de 12:00 m a 12:30 m. Y los sábados se hace un gran resumen de informaciones de 7:00 a 8:00 de la mañana. Son horarios que están institucionalizados hace muchos años y por muchos medios, y siempre va a escuchar noticieros a esa hora, es el horario en que más cobertura y más oyentes se pueden tener.

E: ¿Cómo maneja el lenguaje en el noticiero?

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

L.C.R: Estamos enfocados a una clase popular, tiene que ser un lenguaje muy sencillo, muy acorde a donde queremos llegar, los campesinos. Tenemos que explicarles muy clarítico sobre la noticia y el tema que estamos tratando.

E: ¿Cómo es la participación de los oyentes migrantes en el programa?

L.C.R: Es mucha, porque siempre, las personas que se van para otros países, les gusta qué esta pasando en su región y ahí es donde T.Q, que durante las 24 horas, no solo de información sino de música y de servicio social, es fundamental para que la gente escuche, conozca, sepa, que está pasando en Armenia. Se ha llegado en algunos momentos, en donde son los familiares en España y otros países “no se le olvide que mañana no va a haber agua en Armenia, ¿ya recogieron?” entonces mire que el impacto que estamos cogiendo es bastante. Muchas veces hay programas especiales de entidades privadas en el departamento, promocionando de pronto algún plan de vivienda, lo escuchan y es el de afuera que dice, “mire en T.Q escuche que hay un plan de vivienda, vaya mire como e, a ver si nos hacemos a la casita.” Porque muchos se van a eso precisamente, a conseguir platica para comprar su casita.

E: Yendo a eso precisamente ¿a qué se comunican generalmente?

L.C.R: A felicitar la gente, un cumpleaños, a dar el saludo, a felicitar la programación, en la página tenemos un link que se llama Cuéntenos usted, y la cantidad de comentarios que nos hacen son muy buenos y nos obliga cada día a seguir trabajando con el mismo objetivo que es el objetivo final, el oyente.

E: ¿Por qué medios se comunican?

L.C.R: Tenemos Facebook, tenemos Twitter, vía telefónica, tenemos varios medios de comunicación.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Hay un trato especial para el oyente migrante?

L.C.R.: No por qué aquí no queremos discriminar, es tan importante el que está aquí como el que está allá. Todos tienen un trato especial todos son muy importantes para nosotros.

E: ¿Desde que está en funcionamiento la plataforma virtual, el programa se ha adaptado para ello?

L.C.R.: Sí, claro. Hemos tenido algunas informaciones importantes que los van a beneficiar a ellos donde estén.

Entrevista 4

Nombre: Oscar Galvis Giraldo

Cargo: Periodista

Programa que realiza: Tribuna popular

Entrevistador: ¿Desde cuánto hace parte de Transmisora Quindío?

Luis Carlos Rodríguez: Voy a cumplir ya 6 años en Transmisora Quindío.

Entrevistador: ¿Desde cuánto hace parte de Transmisora Quindío?

Oscar Galvis: Dos meses y medio, del programa el mismo tiempo.

E: ¿Cómo maneja el lenguaje en el noticiero?

O.G.: Para nadie es un secreto que T.Q es una emisora inminentemente popular, con gran penetración en los municipios de la cordillera donde no llega ninguna otra estación radial distinta a

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

esta. Por eso, detectado desde hace años el alcance de la emisora y la potencia de la misma, el lenguaje es inminentemente popular.

E: ¿Cómo describiría el formato del programa?

O.G: Elemental y sencillo. Para ser concordantes con lo que le acabo de decir, poderle llegar al campesino que a las 6 de la mañana está en el cafetal por decir algo, para poderle llegar al empleado que está en la fabrica y para poder llegarle al empleado oficial, al empleado del gobierno departamental o municipal de turno.

E: ¿Cómo es la participación de los oyentes migrantes?

O.G: Muy efectiva, hay un espacio después de las 7:30 am en que se abren los micrófonos y ellos tienen plena libertad de dar a conocer sus quejas y reclamos y esa interacción importantísima que retroalimenta al periodista porque nosotros no nos la sabemos toda; nos llaman de algún lugar remoto, confrontamos con autoridades y servimos de puente a esa problemática que está presentando el oyente.

E: ¿A qué se comunican generalmente?

O.G: Servicios públicos, la salud; a comienzo de año el tema indiscutible de las matriculas, el transporte escolar, de los profesores; pero todos los santos días las quejas tienen que ver con los servicios públicos y el tema de la salud.

E: ¿Hay un traro especial para el oyente migrante?

O.G: Claro, de eso se trata. Si somos consientes que el objetivo de nuestro trabajo es el oyente, es nuestro cliente y tenemos que tenerlo como se dice popularmente, en la mano, ayudándolo e informándolo.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Desde que esta en funcionamiento la plataforma virtual, el programa se ha adaptado para ello?

O.G: Si claro, esa es la herramienta que nos entregan las actuales tecnologías, mire que yo llevo apenas dos meses y medio en la emisora y en el noticiero y conozco ya muchos, muchos ciudadanos en Armenia que me dicen que tienen hermanos, primos, sobrinos en España, en Londres, en cualquier lugar del mundo, que escuchan que esta pasando noticiosamente en Armenia en tiempo real y que además se deleitan en sus tiempo de descanso escuchando la música tradicional que les coloca Transmisora Quindío.

Anexo 3

Universidad del Quindío

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes

Programa de Comunicación Social – Periodismo

Guía de preguntas

Entrevista semiestructurada para oyentes

Objetivo: Analizar el contenido emitido por la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual con respecto a su audiencia migrante quindiana.

Preguntas que apoyan el cumplimiento del objetivo específico 2: Describir el nivel de audiencia y de participación quindiana migrante de Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual y en qué programas se ven los niveles más altos. Y el objetivo específico 3: Determinar los contenidos de los programas con más audiencia y participación migrante quindiana y el uso de los elementos

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

radiofónicos (voz, música y efectos sonoros) por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío.

Preguntas realizadas vía e-mail:

Nombre:

Edad:

Lugar de origen:

1. ¿En qué parte del mundo reside en este momento y Hace cuánto escucha Transmisora Quindío?
2. ¿Por qué motivo llamó a la emisora?
3. ¿Es oyente constante o circunstancial, Qué programas escucha con regularidad?
4. ¿Se comunica constantemente a la emisora? ¿por qué medios?
5. ¿En general gusta de las temáticas, música y locutores/periodistas de Transmisora Quindío?

Muchas gracias.

Respuesta entrevista vía e-mail:

Hola:

Mi Nombre es LUCY MARTINEZ SALAZAR soy hermana de la periodista BETTY MARTINEZ SALAZAR que es profesora de Comunicación Social de la Universidad del Quindío.

Mi edad 64 años

Soy de Armenia pero vivo hace 36 años en Sydney Australia.

Hace más o menos tres años escucho Transmisora Quindío.

Escucho la Emisora tres horas diarias.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Llamo a la Emisora para solicitar música vieja.

El programa que mas escucho es el de las 10 de la noche o musical de Amanecida.

No me puedo comunicar constantemente con ellos pero si llamo esporádicamente por teléfono.

Algunas veces no los puedo escuchar porque se cae el Audio y yo los escucho es a través de Internet.

En este momento no tengo Audio y no los puedo escuchar y muchas veces me he quedado hasta tres meses sin poderlos escuchar.

En general la Emisora es muy buena sobre todo por la música y las noticias de Armenia.

Espero haber dado respuesta a su solicitud y les deseo muchísima suerte en el proyecto que están realizando.

Con mucho cariño.

Lucy.

Anexo 4

Universidad del Quindío

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes

Programa de Comunicación Social – Periodismo

Guía de preguntas

Entrevista semiestructurada para administrativos

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Objetivo: Analizar el contenido emitido por la emisora Transmisora Quindío a través de su plataforma virtual con respecto a su audiencia migrante quindiana entre enero y marzo de 2012.

Preguntas que apoyan el cumplimiento del objetivo específico 3: Determinar los contenidos de los programas con más audiencia y participación migrante quindiana y el uso de los elementos radiofónicos (voz, música y efectos sonoros) por parte de los locutores y periodistas de Transmisora Quindío entre enero y marzo del 2012.

Formato entrevista semiestructurada para administrativos.

Entrevista 1

Nombre: Felipe Isaza.

Cargo: Gerente Comercial

E: ¿Cuánto tiempo lleva la emisora al aire?

F.I: 29 años.

E: ¿Desde cuánto hace parte usted de este proyecto?

F.I: Toda mi vida, pero a cargo de ella hace 5 meses.

E: ¿Qué es Transmisora Quindío?

F.I: Una emisora independiente que presta un servicios a la comunidad.

E: ¿Cómo han logrado mantenerse vigentes?

F.I: Mediante la responsabilidad cumplimiento e innovación.

E: ¿Qué ha sido lo más difícil?

F.I: Mantenernos es el primer lugar de sintonía por encima de grandes cadenas de radio nacionales e internacionales y mantener las ventas de publicidad para el cumplimiento de las obligaciones económicas.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Cuáles son los objetivos principales de Transmisora Quindío?

F.I: Informar, entretener y generar ingresos económicos.

E: ¿Tiene visión y misión? ¿Cuáles son?

F.I: Están en la pagina.

E: ¿Quiénes trabajan en la emisora?

F.I: Locutores, periodistas, abogada-contadora, aseadora, transmisorista, gerente administrativo, gerente general y diseñador industrial-director comercial, yo.

E: ¿Hace cuánto existe la plataforma virtual de la emisora?

F.I: 4 años.

E: ¿De dónde surgió la idea?

F.I: De la necesidad de estar a la vanguardia tecnológica.

E: ¿Con qué objetivo se lanzó la plataforma virtual?

F.I: Prestar un servicio a las quindianos que residen donde no entra nuestra señal AM.

E: ¿Qué ventajas y desventajas les ha traído?

F.I: Ventajas, cautivar nuevos oyentes. Desventajas, es difícil la venta de publicidad en la página y los costos de manutención son altos.

E: ¿Genera ingresos monetarios la plataforma?

F.I: No.

E: ¿Qué atención le dedican a la actualización y el buen funcionamiento de la plataforma?

F.I: 2 personas 2 horas al día.

E: ¿Hay un trato especial para los oyentes migrantes?

F.I: Preferencias en las llamadas y en los mensajes que quieran mandar.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

Entrevista 2

Nombre: Yoly Rocio Romero Jaramillo.

Cargo: Secretaria Administrativa

Entrevistador: ¿Cuánto tiempo lleva la emisora al aire?

Yoli Romero: 30 años

E: ¿Desde cuánto hace parte usted de este proyecto?

Y.R: 5 años

E: ¿Qué es Transmisora Quindío?

Y.R: Una empresa radial.

E: ¿Cómo han logrado mantenerse vigentes?

Y.R: Con programación alegre, primero los oyentes.

E: ¿Qué ha sido lo más difícil?

Y.R: Cuando salimos del aire por algún problema técnico.

E: ¿Cuáles son los objetivos principales de Transmisora Quindío?

Y.R: Mantenerla tecnológicamente bien y estar a la vanguardia con lo nuevo en radio.

E: ¿Quiénes trabajan en la emisora?

Y.R: Locutores, parte administrativa, transmisorista, mensajero.

E: ¿Hace cuánto existe la plataforma virtual de la emisora?

Y.R: 3 años

E: ¿De dónde surgió la idea?

Y.R: De que nuestros oyentes que están en el exterior escucharan la emisora.

INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN

E: ¿Con qué objetivo se lanzó la plataforma virtual?

Y.R: De mantenerlos informados de todo lo que pasa en nuestra región.

E: ¿Qué ventajas y desventajas les ha traído?

Y.R: Ventajas todas, desventajas ninguna.

E: ¿Genera ingresos monetarios la plataforma?

Y.R: Si

E: ¿Qué atención le dedican a la actualización y el buen funcionamiento de la plataforma?

Y.R: 24 horas

E: ¿Hay un trato especial para los oyentes migrantes?

Y.R: Sí, tratamos de sacar sus llamadas al aire, y que sus mensajes sean al instante.