	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B	
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(1)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Alexandra Durán Ruedas Zharich Adriana Contreras Santos		
FACULTAD	Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Hever Augusto Páez Quintana		
TÍTULO DE LA TESIS	Medición de audiencia del programa de noticias de la emisora La Voz de Curumaní		
TITULO EN INGLES	Audience measurement of the news program of the radio station La Voz de Curumaní		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>La presente investigación tuvo como finalidad determinar el nivel de audiencia de las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní, para ello se centra en la medición y análisis de los oyentes teniendo en cuenta que es una herramienta organizacional que permite obtener información sobre el público objetivo. Buscando también, el establecimiento del alcance que tiene la radio, las características del noticiero matutino, estableciendo sus secciones y aspectos relevantes.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The purpose of this research was to determine the level of audience of the news transmitted in the station La Voz de Curumaní, for this it focuses on the measurement and analysis of the listeners taking into account that it is an organizational tool that allows to obtain information about the target audience. Also seeking the establishment of the scope that the radio has, the characteristics of the morning newscast, establishing its sections and relevant aspects.</p>			
PALABRAS CLAVES	Audiencia, Noticia, Radio y Medición		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Hearing, News, Radio and Measurement		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 79	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 13	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Medición de audiencia del programa de noticias de la emisora La Voz de Curumaní

Alexandra Durán Ruedas

Zharich Adriana Contreras Santos

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Comunicación social

Mg. Hever Augusto Páez Quintana

19 de octubre de 2021

Índice

Resumen	8
Introducción	9
Capítulo 1. Medición de audiencia del programa de noticias de la emisora La Voz de Curumaní.....	10
1.1 Planteamiento del problema.....	10
1.2 Formulación del problema	12
1.3 Objetivos.....	12
1.3.1 Objetivo general.....	12
1.3.2 Objetivos específicos.....	12
1.4 Justificación	13
1.5 Delimitaciones.....	14
1.5.1 Delimitación operativa	14
1.5.2 Delimitación conceptual.....	14
1.5.3 Delimitación geográfica.....	15
1.5.4 Delimitación temporal.....	15
Capítulo 2. Marco referencial.....	16
2.1 Marco histórico.....	16
2.1.1 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel internacional.....	16
2.1.2 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel nacional.....	17
2.1.3 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel local.....	19
2.2 Marco contextual.....	22
2.3 Marco teórico	24
2.3.1 Teoría de la Agenda Setting.....	24
2.3.2 Teoría del ‘framing’ o encuadre noticioso.....	24
2.3.3. Teoría del diseño de la audiencia.....	26
2.4 Marco conceptual	27
2.5 Marco legal.....	30
2.5.1 Ley 1341 de 2009.....	30
2.5.2 Resolución 415 de 2010.....	31
2.5.3 Decreto 4948 de 2009.....	31

2.5.4 Decreto 4350 de 2009.....	31
2.5.5 Resolución 415 de 2010.	31
2.5.6 Resolución 530 del 11 de abril de 2011	32
Capítulo 3. Diseño metodológico	33
3.1 Tipo de investigación.....	33
3.2 Diseño explicativo secuencial	34
3.3 Alcance	34
3.4 Población.....	34
3.5 Muestra	35
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección.....	36
3.6.1 Entrevista abierta.....	37
3.6.2 Encuesta.....	37
3.7 Análisis de información	38
3.8 Procedimiento de la investigación.....	39
Capítulo 4. Presentación de resultados	40
4.1 Características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní.....	40
4.1.1 Aplicación de la entrevista	40
4.1.2 Análisis cualitativo de los resultados de la entrevista.....	41
4.1.3 Descripción de las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní según la entrevista aplicada	41
4.2 Establecimiento de las secciones y aspectos relevantes de las noticias del objeto de estudio	44
4.2.1 Secciones del noticiero de matutino de la emisora La Voz de Curumaní.	44
4.3 Medición del nivel de audiencia.....	46
4.3.1 Resultados de la encuesta aplicada.	46
4.3.1.1 Información general del encuestado	46
4.3.1.2 Información solicitada en relación a la audiencia de las noticias de la emisora la Voz de Curumaní.	51
4.3.2 Análisis de medición de la audiencia a través de la encuesta.....	60
4.3.3 Medición general de audiencia del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní.	62
Capítulo 5. Conclusiones.....	63

Capítulo 6. Recomendaciones..... 65

Referencias..... 66

Apéndices 70

Lista de tablas

Tabla 1. Secciones del noticiero de matutino de la emisora La Voz de Curumaní.....	45
Tabla 2. Género.....	46
Tabla 3. Edad	47
Tabla 4. Nivel educativo.....	48
Tabla 5. Estrato socioeconómico al que pertenece.....	50
Tabla 6. Escucha las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumaní	51
Tabla 7. Frecuencia con la que se escuchan las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní	52
Tabla 8. Quién o quiénes escuchan constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní	53
Tabla 9. Tiempo dedicado a escuchar las noticias	54
Tabla 10. Horario preferido para escuchar las noticias.	55
Tabla 11. Propósito por el cual se dedica tiempo para escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní.....	56
Tabla 12. Fallas encontradas en la programación del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní	57
Tabla 13. Fortalezas encontradas en la programación de la emisora La Voz de Curumaní.....	58
Tabla 14. Recomendaciones dadas por los mejorar la programación noticias de la emisora La Voz de Curumaní.....	59

Lista de figuras

Figura 1. Género.....	47
Figura 2. Edad.....	48
Figura 3. Nivel educativo.....	49
Figura 4. Estrato socioeconómico al que pertenece.	50
Figura 5. Escucha las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumaní.	51
Figura 6. Frecuencia con la que se escuchan las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní.....	52
Figura 7. Quién o quiénes escuchan constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní.....	53
Figura 8. Tiempo dedicado a escuchar las noticias.	54
Figura 9. Horario preferido para escuchar las noticias.....	55
Figura 10. Propósito por el cual se dedica tiempo para escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní.	57
Figura 11. Fallas encontradas en la programación del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní.....	58
Figura 12. Fortalezas encontradas en la programación de la emisora La Voz de Curumaní.....	59
Figura 13. Medición general de la audiencia de la emisora La Voz de Curumaní..	62

Lista de apéndices

Apéndice A. Formato de entrevista dirigida al gerente de la emisora La Voz de Curumaní	71
Apéndice B. Transcripción de la entrevista	72
Apéndice C. Evidencias de la aplicación de la entrevista	74
Apéndice D. Formato de la encuesta	76
Apéndice E. Evidencias de la aplicación de la encuesta	78

Resumen

La presente investigación tuvo como finalidad determinar el nivel de audiencia de las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní, para ello se centra en la medición y análisis de los oyentes teniendo en cuenta que es una herramienta organizacional que permite obtener información sobre el público objetivo. Buscando también, el establecimiento del alcance que tiene la radio, las características del noticiero matutino, estableciendo sus secciones y aspectos relevantes.

Así mismo, señalar que la metodología empleada para dar cumplimiento con los objetivos planteados fue la mixta, debido a que se trabajó con dos tipos de poblaciones, la primera de ellas se conformó por el grupo de trabajo de la emisora, aplicando en este caso la entrevista y de otro lado, fue necesario hallar una muestra poblacional que correspondió a 167 habitantes del municipio, en donde la encuesta fue el instrumento que permitió particularmente conocer la posición que tienen frente a la programación del noticiero.

En este sentido, ha de afirmarse que los resultados arrojan qué cantidad de oyentes prefieren escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní y cuáles son sus características.

Introducción

En el municipio, existen emisoras de carácter público que difunden información de interés general, como las noticias internacionales, nacionales y locales, se permiten mostrar mensajes publicitarios, de entretenimiento, franjas musicales y saludos radiales, de esta manera se beneficia a gran parte de la comunidad. Notando tal significado, es que se hace un estudio donde se pueda determinar los niveles de audiencia de los programas específicamente del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní.

En esta investigación se tienen en cuenta aspectos como las características de las noticias actuales, las secciones y consideraciones más relevantes, que dan lugar a la determinación de los niveles de audiencia. Siendo esta medición el objetivo general del estudio y cuya importancia radica en que contribuye a identificar cómo, cuándo y dónde se sintoniza el contenido emitido por dicha emisora local y conocer el impacto de la información y comunicación establecida con la población.

Capítulo 1. Medición de audiencia del programa de noticias de la emisora La Voz de Curumaní

1.1 Planteamiento del problema

La existencia de la radio privada, anterior a la radio pública, creaba un modelo original de monopolio repartido oligopolio que las especialísimas políticas les restaban casi todas condiciones elementales de competencia entre sí. Por estas razones la investigación de las audiencias, se convertirían en un fenómeno de laboratorio que carecía de interés para las empresas y el público (Nieto, 1993).

En efecto, es esta una forma de medición con la que muchos son críticos ya que no todos los radioyentes ofrecen datos concretos. Muchos no recuerdan el nombre de los programas, ni de los locutores o simplemente realizan la encuesta de forma rápida brindando información incierta. Por lo tanto, las mediciones en radio han sido cuestionados en comparación con otros medios de comunicación, aunque con el crecimiento de las nuevas tecnologías, se están desarrollando nuevos métodos para obtener resultados más acertados (Parra, 2017).

A nivel nacional se dice que “Colombia es uno de los países de mayor penetración de radio, además, de contar con una gran participación en la torta del mercado publicitario del país” afirmó Christian Bieb (S.A.S., 2020).

Dentro de esta perspectiva, decir que, pese a las nuevas transformaciones en la forma de comunicar la información, la radio ha permanecido entre la sociedad, pues 1.596 emisoras se disputan diariamente una audiencia radial de 41,5 millones de oyentes que tienen al medio de

comunicación como su principal fuente informativa y entretenimiento. Es una guerra silenciosa por aquellos que oyen música o se deslizan por la llamada radio hablada. Con la llegada de las nuevas tecnologías que entregan información y entretenimiento de forma instantánea la radio sigue siendo la principal fuente para 55% de los colombianos, sin embargo, al analizar los datos del más reciente ECAR (Estudio Continuo de Audiencia Radial) se ve un movimiento en las tendencias de lo que se consume y en cómo se hace (S.A.S., 2020).

Ahora bien, específicamente en Curumaní, se cuenta con tres emisoras, rumba estéreo, el Príncipe de paz tiene un enfoque religioso y La Voz de Curumaní, de carácter comunitario. De esta última se ha de afirmar que lleva más tiempo al aire. Su noticiero es emitido a las 7 de la mañana, dirigido por Franklin Sánchez y quien junto con su equipo de trabajo aborda las noticias a partir de los acontecimientos nacionales, departamentales y locales. Mencionar que con amplia trayectoria en el mercado logra llegar a diversos públicos que hoy día la reconocen por sus noticias, programas de entrenamiento, deportivos, y por los espacios que brinda a la comunidad para expresar sus opiniones y mantener una comunicación activa. No obstante, en cuanto a medición de audiencia, tal estación radial no ha llevado a cabo ningún tipo de investigación que le permita establecer quiénes son sus oyentes, esto teniendo como base que el municipio cuenta aproximadamente con 42.353 habitantes, de los cuales se desconoce su público meta.

Así, la falta de medición de audiencia obstaculiza los procesos de gestión internos de información y comunicación de la emisora, debido a que sus efectos se reflejan en la poca planificación de los proyectos radiales, noticieros y demás programación. Como también hace que desconozca a sus espectadores, cuáles son sus hábitos de escucha, preferencias, usos informativos y expectativa frente a la emisora.

En este orden de ideas, actualmente no se han realizado estudios dentro de la organización para medir el grado de audiencia de la Emisora La Voz de Curumaní, que dinamice la importancia, para establecer estrategias y posteriores evaluaciones de mejora para la misma, es por ello que el presente trabajo de investigación se enfocará en realizar una medición de audiencia, a través de una encuesta contando con la participación de los oyentes y entrevistas, respaldadas por el gerente y por los demás miembros de la emisora.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de audiencia de las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní actualmente?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de audiencia de las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní.

1.3.2 Objetivos específicos

Conocer las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní.

Establecer las secciones y aspectos relevantes de las noticias del objeto de estudio.

Medir el nivel de audiencia.

1.4 Justificación

La crisis de los medios tradicionales y la transformación del panorama de productores, mediadores y receptores acaecida en las últimas dos décadas han dejado a la radio tratando de definir cuál es su evolución futura respecto a sus audiencias. Una vez más, se cuestiona el futuro del medio ante la irrupción de nuevas formas de producción y consumo. (Pérez, 2012)

Al actual, dicha evolución radial ha hecho que el contenido de la comunicación ocupe un lugar central entre los antecedentes y los posibles efectos de los contenidos mediáticos, en donde la medición juega un papel fundamental en materia de recepción de datos, análisis y comprensión del público al cual está dirigida dicha información. (Perelló & Molina, 2013)

Es por ello que, la medición permite manejar las tendencias que se estén presentando en los medios de comunicación y sobre todo en La emisora “La Voz de Curumaní” contribuye al crecimiento de la participación de la comunidad mediante la programación del noticiero, puesto que además de conocer su audiencia genera nuevas alternativas mediante espacios donde los oyentes se comunican a través de una llamada y dan a conocer sus inquietudes sobre los temas que se están tratando en la actualidad.

Por lo anterior, se requiere determinar las características socio democráticas, qué tiempo dedican los radioescuchas a las noticias de la emisora La Voz de Curumaní.

De esta manera desarrollar estrategias adecuadas de acuerdo al interés de sus oyentes. El cual beneficia a la emisora porque conocerá cuáles son las falencias al momento de transmitir las noticias.

Así, es importante conocer las falencias y aciertos que tienen los contenidos programáticos para que la emisora tome acciones de mejora y genere una mayor cobertura y calidad, con esta información debe hacer los cambios adecuados.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación operativa

Una de las dificultades presentadas fue la falta de disposición de las personas para entregar información respecto al tema de investigación y por tanto se tuvieron en cuenta otras fuentes alternativas.

Fuentes primarias: integrantes del noticiero La Voz de Curumaní.

Fuentes secundarias: habitantes del municipio de Curumaní (Cesar).

Fuentes terciarias: entidades públicas, libros y documentos.

1.5.2 Delimitación conceptual

Para la realización de este proyecto, se tuvieron en cuenta los siguientes conceptos: radio, audiencia, medición y noticiero.

1.5.3 Delimitación geográfica

La investigación se desarrolló en el Municipio de Curumaní (Cesar), Colombia. En los barrios la Santísima Trinidad, San Luain, El Paraíso, San José, Camilo Torres, San Isidro, el Carmen.

1.5.4 Delimitación temporal

El tiempo que duró la investigación y el posterior proceso de producción del provector en Cesar), fue un lapso de dos meses. Curumaní (C

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel internacional.

Los primeros estudios realizados para medir la audiencia se remontan en 1914, con las investigaciones ejecutadas por el ABC (Oficina de Auditoría de Circulaciones) de USA: que se define como la organización patrocinada por editores, agencias y anunciantes de Estados Unidos y Canadá, los cuales se unieron para auditar y certificar las reclamaciones de circulación de los medios (Alliance for Audited Media, 2019).

En segundo lugar, los estudios realizados por Archibald M. Crossley en 1929 “Cooperartive analysys of ofbroadcasting” (CAB) análisis cooperativo de la difusión, sobre el estudio de la audiencia radial, para saber cuántas personas escuchaban los programas emitidos.

Después apareció el ‘Nielsen’ hacia los años treinta, los inventores Roberto f Elder y Luis Woodruff desarrollaron el método audímetro, “que es un aparato conectado a la radio en el que se grababa la estación sintonizada y la duración de la conexión”.

Otro sistema que remplazó los anteriores mencionados, fue el ‘arbitron ratings’ creado por Jin Selier, primero utilizó ‘diaries’ para medir el número de espectadores no solo de la radio sino también de a la televisión, posteriormente creó otro sistema llamado el ‘arbitron’ que se instalaron en la ciudad de Nueva York, cada emisora era hileros de luces y cada vez que cambia de canal las luces se apagaban y se encendía en otra (Nieto, 1993).

2.1.2 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel nacional.

Anteriormente existían diferentes tipos de medición de audiencia en Colombia el ECAR (Estudio Continuo de Medición de Audiencia en la Radio), EGM (Estudio General de Medios).

El sistema de medición de audiencia ECAR se caracterizaba por realizar llamadas telefónicas de forma aleatoria a través de un software llamado CATI, se trata de encuesta realizada a cierta parte de la población de todas las ciudades de edades entre los 12 y los 69 años, de estratos 1 al 6.; esta encuesta se hace vía telefónica en cada uno de los hogares seleccionados gracias a un software llamado CATI, que contiene la base de datos de los números telefónicos de los hogares en las ciudades en donde van a ejecutar las preguntas, después las tabulan cada llamada telefónica para medir el rating, y darán a conocer según su criterio las emisoras más escuchadas cada trimestre. (Centro Nacional de Consultoría, 2017).

La encuesta se elabora durante todos los días del año, en las 18 o 20 ciudades, en los estratos 1 a 6, esta información se recopila en Bogotá y en la costa atlántica en ciudades como Barranquilla, Santa Marta y Cartagena; la cual, se efectúa de voz a voz.

Pero, esta forma de llevar a cabo este tipo de encuestas, se ha vuelto obsoleta porque el teléfono fijo es poco usual en los hogares debido al uso de los celulares. Por consiguiente, varias agencias que financiaban su participación desistieron y llevaron al cierre del programa. (Restrepo, 2016).

Por otra parte, (EGM) según afirma Alarcón, (2017) “el EGM es implementado por Havas Media en el año 1998, es tomada de los estudios realizados en España” pero, ajustándolo a los medios colombianos.

La forma de producción de las encuestas, se efectúa de esta manera, se elige la población de hombres y mujeres entre los 12 y 69 años, en los niveles socioeconómicos 1 al 6 de las 15 principales ciudades del país, donde se mide por dirección de cada vivienda. Después se selecciona un muestreo aleatorio simple que define el conglomerado máximo de encuestas (Avila, 2010).

Por ello, las características principales de EGM son las siguientes; la primera es analizar la audiencia periódicamente o en tiempo real, incluyendo el día anterior, para comprobar qué medios están prefiriendo. Y la segunda determina los hábitos de consumo, es decir, verifican si eligen el mismo medio o por el contrario varían el consumo. Se debe tener en cuenta que la muestra debe realizarse el mismo número de entrevistas todos los días de las semanas que se estipula en la encuesta. (ACIM Colombia, 2018)

Recientemente ACIM ha presentado un nuevo esquema para medir la audiencias, que denomina 'Brand Media', este proceso de medición es considerado una "marca" que interactúa con los usuarios por medio de soportes, dando como resultado un solo dato (AIMC, 2019).

2.1.3 Antecedentes de la medición de audiencia para medios radiales a nivel local

La radio ha jugado un papel muy importante para el municipio porque ha facilitado la comunicación de la administración municipal, ha sido portadora de mensajes familiares y sociales, y comerciales, ha difundido programas cívicos, noticiosos y culturales. Sin embargo, no se han realizado ningún tipo de medición de audiencia.

Además, la entidad encargada de medir la audiencia a nivel nacional EGM, tiene un costo muy elevado para que las emisoras tengan acceso a la medición de audiencia y la emisora La Voz de Curumaní no ha tenido ningún convenio con ellos.

Reseña histórica de las emisoras de Curumaní (Cesar) en orden cronológico

La radiodifusión en Curumaní, inicia con el incremento de las actividades comerciales en el municipio, después del surgimiento de las emisoras ‘Ondas de Curumaní’, después empezaron a formarse otras emisoras, Ondas de Animito, La Voz de Curumaní, radio Rumba.

Ondas de Curumaní: Según relata Rodríguez (2019) “él vino a Curumaní en 1961, en 1965 realizó un curso de electrónica, de ahí surgió la idea de crear una emisora. Al finalizar los estudios empezó a trabajar en Curumaní, organizó un taller de radio y en el año 1989 fundó la emisora, la cual contaba con 200 voltios”.

Ondas de Animito: Esta emisora nació a finales de 1981, fundada por M. de J. Díaz y Luis E. Suarez, allí trabajaron Edgar Sánchez; Emildo Zuleta, quien todavía se dedica a la radio en el municipio de Pailitas, Cesar; Daniel Vásquez y Alercio Jiménez, como locutores, pero, no duró mucho tiempo al aire y se cerró en 1982.

La Voz de Curumaní: En 1982, Antonio Sánchez Rodríguez, “con la ayuda de Jairo Meneses quien le ofrece los controles y Marco Pineda a quien también pidió su colaboración, la primera transmisión fue el 1 de mayo del mismo año, La Voz de Curumaní”.

La emisora contaba con 1 kilovatio efectivo de antena, un transmisor y una planta de emergencia, lo que les permitía permanecer en el aire desde las 5:00 de la mañana hasta las 7:00 de la noche, Antonio Sánchez Rodríguez, el papá de Franklin Sánchez quien, siguiendo sus pasos, es actualmente el gerente de ‘La Voz de Curumaní’.

Entrevista a un ex –locutor de La Voz de Curumaní (Cesar)

¿En qué año empezó a funcionar la emisora? y ¿en ese entonces como eran los programas que se transmitían?

Yo trabajé en La Voz de Curumaní en el año 1984. Cuando yo entré, la emisora tenía un año y medio de funcionamiento, entonces la emisora empezó a funcionar en el año 1983 la fecha exacta no la tengo, pero trabajé en el año 1984. Los programas eran normales, un programa de radio se hacía, me acuerdo que Marcos Pineda un locutor realizaba un noticiero donde daba las

informaciones de Pailitas, la región, hacía un programa de música ranchero y otro de discoteca abierta por teléfono, la gente llamaba, pedía la canción, cuando la persona estaba en línea se buscaba el disco e inmediatamente la persona colgaba se ponía la canción, en especial música vallenata, los temas de Diomedes, los Zuleta la música que estaba de moda.

En esa época como era la tecnología, lo digo en cuanto a qué aparatos se usaban, porque ahora ya con los avances tecnológicos son más específicos.

Bueno en esa época el transmisor era casi igual a que se usa ahora, lo único era que se sintonizaba en la frecuencia AM. Ahora la frecuencia es FM es distinto, El aparato es distinto pero son la misma clase de aparato, se usaban toca discos, con discos que 33 revoluciones por minuto que son los LP los grandes los negros de acetato y se usaba la casetera, o sea una grabadora para pasar las cuñas, las grabaciones, las consolas eran distintas con solas grandes con perillas grandes, ahora se usan las digitales con computador, en esos tiempos no se usaba el computador, no se usaba un DVD ni nada por el estilo, sino dos tocadiscos una grabadora y el micrófono, casi en una emisora había un solo micrófono no habían dos ni tres.

Cuando uno entrevistaba usaba el micrófono y con ese mismo respondía la persona que entrevistaba. Los aparatos han cambiado la tecnología ha cambiado, ahora el computador es el que hace casi todo y funcionan en la frecuencia de FM frecuencia modulada antes las emisoras funcionaba en la frecuencia de AM.

Radio Rumba: “En 1988 fundé una emisora y salió al aire con el nombre de Radio Espectacular, posteriormente cambiamos la razón social por el nombre de Radio Rumba, la cual,

poseía 100 vatios y tenía una frecuencia de 10 kilómetros de distancia, donde trabajó Ramón Benavides”, nos comenta Víctor Urquijo su creador (García, 1996, p.10).

Yo trabajé en La Voz de Curumaní en el año 1984. Cuando yo entré, la emisora tenía un dos en funcionamiento. Junto con Marcos Pineda un locutor hacíamos el noticiero donde daba las informaciones de Curumaní, la región, también se realizaba un programa de música ranchero y otro de discoteca abierta por teléfono, la gente llamaba, pedía la canción, cuando la persona estaba en línea se buscaba el disco e inmediatamente la persona colgaba se colocaba la canción.

En esa época el transmisor se sintonizaba en la frecuencia AM. Ahora la frecuencia es FM es distinto, se usaban tocadiscos, con discos que 33 revoluciones por minuto que son los LP los grandes los negros de acetato y se usaba la casetera, una grabadora para pasar las cuñas, las grabaciones, las consolas eran grandes con perillas manuales, ahora se usan las digitales con computador, y un solo micrófono, el cual, se rotaba con los compañeros de trabajo y cuando daba una entrevista en directo (Zuleta, 2019).

2.2 Marco contextual

El departamento del Cesar es uno de los más ricos en cultura y folclor, pues Valledupar su capital, es considera también la capital mundial del vallenato y está ubicada al noreste del país, en las regiones Caribe y Andina, limitando al norte con La Guajira, al este con Venezuela, al sureste con Norte de Santander, al sur con Santander, al suroeste con Bolívar y al oeste con Magdalena.

El Cesar cuenta con 25 municipios en su mayoría son ricos en recursos agrícolas y ganaderos. Curumaní es un municipio de Colombia ubicado en el departamento del Cesar. Tiene una población de 37.399 habitantes. Limita al norte con Chiriguaná, al este con Venezuela y El Carmen Norte de Santander, al sur y oeste con Chimichagua.

Coordenadas geográficas de Curumaní Latitud: 9.2, Longitud: -73.55 9° 12' 0" Norte, 73° 33' 0" Oeste. Clima de Curumaní Clima tropical seco (Clasificación climática de Köppen: Aw) Superficie de Curumaní 91.400 hectáreas, Altitud de Curumaní 45 m, 914,00 km² (DBCity.com, s.f.)

Los habitantes del municipio de Curumaní tienen su origen en el grupo étnico de los Chimilas, quienes se dedicaban a la pesca, caza, apicultura y a los cultivos de tabaco, ahuyama, yuca y caña brava, que empleaban como materia prima para la elaboración de las flechas. Sembraban, además, diversas cañas que utilizaban en la elaboración de pitos y flautas; y cultivaban frutales como guanábana, níspero, papaya, piña, chirimoya, caimito, naranja, etc. Además, este grupo étnico se distinguió por las riquezas en el arte de la cestería, abanicos, sombreros y demás utensilios domésticos (Wikipedia, 2020).

En el municipio se disputan la audiencia tres emisoras una de ellas es de carácter cristiano, y las otras de comunitario, por eso es necesario saber qué capacidad tiene La Voz de Curumaní para atraer más oyentes a su frecuencia matutina.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Teoría de la Agenda Setting

Una de las teorías que más se ha referenciado a lo largo del tiempo, es la teoría de la agenda setting, que “estudia cómo los medios ejercen influencia en la audiencia mediante los temas escogidos de mayor consumo”. El término de agenda se utiliza para identificar que los temas emitidos por los medios masivos sean de interés público influenciado todas las áreas de la audiencia, ya sea políticos, educativos, judiciales, etc. (Díaz, 2004, p.21).

No obstante, hay que tener en cuenta que dentro de la agenda está el concepto ‘tematización’ creado por Niklas Luhmann, en el cual, trata de escoger el tema principal en el cual se amplía, contextualiza y profundiza la noticia; además se relaciona con los acontecimientos cotidianos en la sociedad, la noticia para generar atención en la opinión pública. (Aruguete, 2009, p.25).

2.3.2 Teoría del ‘framing’ o encuadre noticioso

El ‘framing’ o encuadre noticioso, es una corriente que estudia los medios de comunicación a través de la historia, para crear una serie de matices llamativos en el tema principal, estableciendo una ‘agenda de atributos’ teniendo en cuenta los acontecimientos vivenciados; en el cual, la noticia influye en la percepción de la audiencia (Koziner, 2013, p.85).

Según Belén Amadeo en su escrito “la teoría del framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados” explica la diferencia entre frame y framing y su objeto de estudio:

El ‘frame’ significa “marco, límite, orden establecida, sistema, estructura, construcción, disposición o estado mental o emocional” como verbo el ‘to frame’ significa dar forma o preparar algo para su uso”. Es decir, el frame es unas características determinadas y el framing estudia el procedimiento de la noticia la manipulación que le da el periodista, la recepción entre el mensaje y el oyente (Amadeo, 2002).

Así mismo, el encuadre o *framing* puede concretarse como un enfoque extraído de la realidad, el cual centra el problema, lo verifica a través de un proceso y genera una posible solución. Este tratamiento lo hace con la noticia, buscando contextualizarla y darle un lenguaje llamativo que consiga la atención y facilite un marco de interpretación en el espectador (Abreu, 2015).

Si bien, hay que tener en cuenta la forma como explica Tuchman el término de ‘frame’ considerando a la noticia como un marco donde un equipo de trabajo le dan al informe un encuadre determinado para que el periodista lo analice desde su propia visualización con el fin de manipular a los espectadores.

Por otra parte, según Altheide considera el ‘framing’ es un formato donde se tiene en cuenta, los acontecimientos cotidianos para moldearlos y transmitir la información, dicha investigación no se enfoca en el ‘frame’ sino en los elementos que lo componen. (Armentia, 2006).

2.3.3 Teoría del diseño de la audiencia

Según el estudio realizado por Bell en 1984, hace referencia dos tipos de variación importantes que hay que tener en cuenta: la ‘variación interpersonal’ y ‘la variación personal’, la primera se a las características demográficas (sexo, raza, religión, estrato social, etc). Y la segunda percibe los aspectos estéticos de cada individuo. “La variación intrapersonal es una respuesta a la variación interpersonal, manifestada principalmente en los cambios de interlocutor” Es decir, que la variación se centra en el interlocutor (Espinosa, 2003, p.41).

Bell desprende el proceso que se da entre el interlocutor y el hablante en dos aspectos:

- Ingroup: el autor los explica a través de un proceso de comunicación entre dos emisores, en el que uno interpreta y da a conocer al público lo que dice el otro.

Outgroup: cuando el locutor utiliza lenguaje o expresiones propias del grupo en cual quiere ser escuchado.

La temática de Bell tiene como propósito captar la atención de la audiencia mediante el “estilo o variación de estilística” ya sea utilizando el acento colonial de la región. En el cual, se quiere percibir o general la opinión pública del oyente, para generar una comunicación asertiva. (Castillo, 2013)

2.4 Marco conceptual

A continuación, se muestran una serie de conceptos de palabras claves que se manejaron a lo largo de la ejecución de proyecto:

Radio. La importancia de la radio es la de comunicar a través de todo el espacio territorial, fácilmente alcanza todo el terreno enviando informaciones, prescinde de altas tecnologías para sus frecuencias simples (am).

Se desconoce ciertamente quién fue el inventor de la radio, sin embargo, se destacan grandes avances científicos producidos, que en suma resultaron dando origen a la radio.

Por ejemplo, se destaca el estudio del físico James Clerk Maxwell quien formuló la teoría de las ondas electromagnéticas, y quince años más tarde se dio el descubrimiento de las ondas de radio por parte del científico alemán Heinrich Hertz. Nikola Tesla luego, en 1894, será el primero en realizar la demostración de la primera transmisión radiofónica. (Deborah, 2015)

Audiencia. La audiencia es un elemento clave en la economía de la empresa informativa. Según el punto de vista que se adopte, la calificación de los destinatarios de los medios de comunicación social adquiere una u otra denominación, con expresiones más o menos próximas, pero que representan matices significativos de la diversidad de situaciones, como se pone de relieve en el cuadro que acompaña a estas líneas (Iglesias, 1993, p.1).

La audiencia es vital para el mundo del marketing, ya que sin ella no se puede generar ningún ingreso a través de la publicidad. Si una revista no tiene lectores, nadie va a querer publicitarse en esta. Si un canal de televisión no tiene público, no tiene sentido gastarse el dinero para anunciarse. Una de las partes más importantes en el marketing de contenidos es la construcción de la audiencia. Si no hay audiencia para recibir esa publicidad, no hay razón alguna en primer lugar para crear contenido, por lo que no podremos aumentar las ventas. (Arismetics, 2020)

Según Jeff Rohrs, la audiencia podría dividirse en tres grupos:

1. **Buscadores:** es público que tiene una necesidad. Están buscando algo de interés personal, por lo que se puede atraer su atención a proveyéndoles contenido de su interés. Estos tienen un control absoluto sobre el proceso de consumo, por lo que no hay forma posible de controlar su conexión con el anunciante. Es importante el trato que se les da porque, una vez satisfechos se marchan, así que hay que tratar de convertirlos en clientes fijos o pasarlos a los otros tipos de audiencia. (Arismetics, 2020)

2. **Amplificadores:** este público tiene su propia audiencia y puede ayudar a extender el anuncio. Dentro de este grupo están los influencers, periodistas o analistas. Suelen compartir contenidos para hacer crecer su propia audiencia, pero esto puede ser de provecho para los anunciantes, aunque lo hagan cuando y como ellos quieren. Aportan publicidad gratuita a las empresas y ayudan a dirigir buscadores hacia sus webs o blogs. (Arismetics, 2020)

3. **Participantes:** es un público que también buscan los dos anteriores. La meta del marketing de contenidos es encontrar y mantener la audiencia, y en esto se basan los participantes. Deben dar permiso para comunicarse y dejar compartir contenido con ellos. Se les puede mandar mensajes directos ya que proveen a los negocios una forma directa de contacto. Sus interacciones otorgan datos que pueden ser estudiados para optimizar el negocio. Proporcionan a las empresas un mínimo control sobre el mensaje a enviar. El objetivo de la publicidad es establecer una relación con los participantes. (Arismetics, 2020) Una vez teniendo en claro qué es la audiencia pasamos al siguiente componente la medición.

Medición : Una medición es un acto para determinar la magnitud de un objeto en cuanto a cantidad. (htt1) El concepto de medición de audiencia se hace a través de entrevistas personales o telefónicas, normalmente se recoge la información de la audiencia semanal, nos desplazaremos a los barrios seleccionados para realizar un casa a casa y poder comprobar la información que estamos buscando todo esto por medio de unas encuestas.

Noticiero. Es un formato audiovisual con estilo y ritmo propio. El noticiero pertenece al género periodístico informativo y su finalidad primaria es la de transmitir noticias de actualidad (Heinusac, 2013).

Se denomina noticiero a un programa televisivo o radial que se caracteriza por la presentación de noticias de actualidad; El noticiero suele estar presente en horarios cercanos a los momentos en los que la gente se dispone a comer a la mesa, ya sea durante el almuerzo como en la cena, con la finalidad de captar los mayores niveles de audiencia posible. Suele organizarse en

diversos espacios en donde las noticias se enfocan en temas específicos, temas que generalmente trata un periodista especializado en éstos. (Definición, 2020)

2.5 Marco legal

La Radiodifusión sonora es un servicio que se rige en Colombia por normas que lo regulan para garantizar su prestación conforme a unos principios y fines definidos y normas que regulan el uso del espectro radioeléctrico en el que se soporta la transmisión del servicio con criterios de calidad y eficiencia (MinTIC, 2019).

2.5.1 Ley 1341 de 2009

Establece:

- Lineamientos generales para la prestación de los servicios de radiodifusión sonora
- Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.
- Obligación de registro TIC de radiodifusión sonora
- Funciones del Ministerio TIC (política, reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del servicio de radiodifusión sonora).
- Funciones de la Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico). (Ley 1341, 2009)

2.5.2 Resolución 415 de 2010

Esta es la norma principal que rige el Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia.
(Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación , 2010)

2.5.3 Decreto 4948 de 2009

Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios. (Ministerio del interior, 2009)

2.5.4 Decreto 4350 de 2009

Este decreto tiene por objeto establecer el régimen unificado de las contraprestaciones por concepto de concesiones, autorizaciones, permisos, licencias y registros que se otorguen en materia de servicios de radiodifusión sonora, así como los trámites para su liquidación, cobro, recaudo y pago (Decreto 4350, 2009).

2.5.5 Resolución 415 de 2010

"Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones." (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2010)

2.5.6 Resolución 530 del 11 de abril de 2011

"Por la cual se prorroga el plazo establecido en la Resolución 415 del 13 de abril de 2010, en su artículo 103, para la actualización de Coordenadas del sistema de transmisión para los actuales proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora Comercial" (Resolución 530, 2011)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Para la formulación de este proyecto se aplicó una investigación mixta.

Las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Pueden ser integrados de tal manera que las aproximaciones cuantitativas y cualitativas conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”) (Chen, 2006 citado por Sampieri, 2010).

Por lo anterior, la investigación mixta fue empleada para llevar a cabo la medición de audiencia de la emisora La Voz de Curumaní, debido a que en primer lugar permitió establecer una orientación cualitativa con la aplicación de la entrevista al gerente de dicha organización radial, conociendo a través de esta herramienta las secciones y aspectos más relevantes de su noticiero. Y, por otro lado, mediante la cuantificación de las encuestas dirigidas a la población del municipio, los investigadores lograron establecer las características de sus oyentes.

Llevando a cabo de esta manera, un análisis de la audiencia de la emisora y por tanto establecer variables bajo el marco de la realidad informativa y comunicativa.

3.2 Diseño explicativo secuencial

El diseño se caracterizó por una primera etapa en la cual se recabaron y analizaron datos cuantitativos, seguidamente de otra fase donde se recogieron y evaluaron datos cualitativos. La mezcla mixta ocurre cuando los resultados cuantitativos iniciales informan a la recolección de los datos cualitativos. Cabe señalar que la segunda fase se construyó sobre los resultados de la primera. Finalmente, los descubrimientos de ambas etapas se integran en la interpretación y elaboración del reporte del estudio. Se puede dar prioridad a lo cuantitativo o a lo cualitativo, o bien otorgar el mismo peso, siendo lo más común lo primero (CUAN). Un propósito frecuente de este modelo es utilizar resultados cualitativos para auxiliar en la interpretación y explicación de los descubrimientos cuantitativos iniciales, así como profundizar en estos. Ha sido muy valioso en situaciones donde aparecen resultados cuantitativos inesperados o confusos.

3.3 Alcance

El alcance fue exploratorio por qué se quiso conocer el nivel de audiencia de las noticias de la emisora La Voz de Curumaní.

3.4 Población

Para este estudio de grado se trabajó con las personas que residen en la zona urbana del municipio de Curumaní (Cesar), que según las estadísticas del DANE 2018 cuenta aproximadamente con 37.399 habitantes, donde la cabecera municipal está conformada por 10.257 hogares en 9.613 viviendas, de los cuales se escogió un grupo de individuos que figuran

entre los 20 y 54 años, la sumatoria equivale a 5.326 personas; Siendo considerados los oyentes más activos que favorecen el objetivo de la investigación. Para ello, se tomó como base lo expresado por Tamayo y Tamayo (2004), que define esta como: “La totalidad de fenómenos a estudiar en donde las unidades poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.81).

3.5 Muestra

Para obtener una muestra representativa de la población del municipio de Curumaní (Cesar); se utilizó el método estadístico de muestreo, la cual, se mide a través de la siguiente ecuación con el fin de conocer ese modelo la población a la cual se pretende llegar:

-Parámetros: n: ¿?

N: Tamaño de la población.

Z: Nivel de Confianza.

P: Probabilidad de éxito o proporción esperada.

Q: Probabilidad de fracaso.

d: Error máximo admisible en términos de proporción.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1,81)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 5326}{(0,05)^2 \times (5326-1) + (1,81)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3.2761 \times 0,5 \times 0,5 \times 5326}{0,0025 (5.325) + 3.2761 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{4362.12715}{13.3125 + 0.819025}$$

$$n = \frac{4362.12715}{14.131525}$$

$$n = 308$$

Además, para este proyecto se trabajó con dos tipos de muestra, una no probabilística también conocida como sujeto tipo, con características especiales, esta se le realizó con el personal que trabaja en la sección de noticias de la emisora La Voz de Curumaní y otra muestra probabilística que se realizará aleatoriamente a la población.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección

Este trabajo despliega varias técnicas e instrumentos de recolección de información. Una de ellas fue la encuesta de enfoque cualitativo, aunque haya preguntas cerradas, para la medición de la audiencia y la entrevista semiestructurada (enfoque cualitativo) para el análisis de contenido, así como la revisión documental.

3.6.1 Entrevista abierta

Taylor & Bodgan, (1986) comprenden la entrevista como aquella que reúne un conjunto de frecuentes encuentros cara a cara con el entrevistador y su entrevistado, estos van siendo dirigidos hacia la comprensión de las expectativas que tienen los informantes acerca de sus experiencias o situaciones.

Es importante este tipo de técnica, puesto que permite interactuar de forma directa con la persona, adquiriendo información valiosa de su conocimiento, enfoque y opinión particular sobre el tema a abarcar.

La entrevista estuvo dirigida al personal de la emisora: gerente general Franklin Sánchez, que ha estado a cargo por más de 20 años y es uno de los promotores del noticiero radial, que es el objeto de estudio, periodistas y locutores.

3.6.2 Encuesta

Permitió conocer las opiniones, conocimientos, historia, condiciones y características acerca del tema en cuestión: medición de audiencia, por parte de la misma comunidad del Municipio. Además, conllevo a la identificación de las falencias, que tiene el desarrollo del programa radial en especial las noticias y escuchar sugerencias para el mejoramiento del mismo.

Esta técnica se dividió en dos partes, en donde la primera de estas estaba enfocada en los siguientes aspectos:

- Conocer si los habitantes de Curumaní si escuchan o no el noticiero de la emisora ‘La Voz de Curumaní’.

- Escuchar sugerencias para darle una información adecuada para toda la población de Curumaní.

La encuesta dio la posibilidad de conocer algunos puntos claves para realizar un diagnóstico situacional del tema de investigación, a partir de la opinión de la comunidad.

3.7 Análisis de información

Para analizar la información y darle un buen tratamiento a la misma se elaboraron los siguientes puntos:

- Se tabuló la información recopilada mediante la técnica de la encuesta con el fin de conocer la opinión pública.

- Se seleccionó la información, teniendo en cuenta las condiciones y apreciaciones de los autores. Los cuales, se presentaron mediante gráficas para un mejor entendimiento del proyecto de investigación. Tales gráficos fueron representados mediante diagramas circulares, infografía, mapas, esquemas, tablas de frecuencia, análisis de interpretación textual, entre otras técnicas que muestran los resultados obtenidos.

- De la entrevista se realizó un análisis de las categorías y subcategorías de las noticias tales como: fuentes, estructura de la información, tiempo al aire, comentarios, entre otras variables.

3.8 Procedimiento de la investigación

Para el desarrollo de este proyecto fue necesario determinar el nivel de audiencia de las noticias de la emisora La Voz de Curumaní para lograr un posicionamiento en el municipio, cabe resaltar que en la localidad existen tres emisoras más que compiten la audiencia local.

Se contó con una fase de reconocimiento en donde se desplazó hasta el municipio de Curumaní (Cesar) donde se realizó la investigación, ubicando a los presentadores de las noticias, de esta forma realizarles una entrevista, llamada muestra no probabilística, en donde ellos comentaron las características que posee el noticiero y de qué manera se transmite la información a los oyentes, luego de este se determinó la muestra que arroja a cuantas personas se le debe realizar la encuesta, esta es conocida como muestra probabilística aleatoria por que se escogerán personas al azar.

Una vez establecidas las formas de recolección de información se procedió a buscar los recursos financieros para su desarrollo.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní

El desarrollo del primer objetivo de la investigación se cumple a partir de la aplicación de la entrevista, con la finalidad de realizar un acercamiento al encargado de la emisora local y con ello conocer las características propias del noticiero. En este sentido, a continuación, se muestran las actividades abordadas para dar alcance al mismo:

4.1.1 Aplicación de la entrevista

Hay que señalar que se realizaron un total de seis (6) preguntas dirigidas al gerente de la emisora La Voz de Curumaní el señor Franklin Sánchez Melo. En este caso el tipo de entrevista fue abierta (**ver apéndice A**), es decir que permitió llevar a cabo un diálogo frente a la temática abarcada de manera espontánea directamente con el entrevistado, en donde el enfoque central fueron las características del noticiero.

De igual manera, mencionar que la entrevista fue abordada en tres partes como se muestra en la transcripción de esta (**ver apéndice B**) la primera de ellas, es la presentación inicial entre el entrevistador quien corresponde a la estudiante Alexandra y el entrevistado, gerente de la emisora Franklin. Posteriormente se hace el abordaje de las preguntas y se finaliza con los agradecimientos por la información brindada.

Además, es importante decir que la entrevista se desarrolló en las instalaciones de la emisora (**ver apéndice C**).

4.1.2 Análisis cualitativo de los resultados de la entrevista

Inicialmente, el funcionario manifestó que la estructuración de las noticias transmitidas se hace de la mejor manera posible, saludando entre los cinco comunicadores que forma parte del equipo a la comunidad armonizando el ambiente con frases motivacionales para empezar el día, hablando un poco del clima para dar paso así a los titulares de las noticias nacionales e internacionales, las del departamento y por último las del municipio de Curumaní.

En cuanto a la transmisión de información por el noticiero La Voz de Curumaní el funcionario afirma que este noticiero es eficiente, oportuno y lo más importante confiable, ya que se apoyan en otros medios nacionales que son referentes para la obtención de datos. La información de mayor relevancia es la que llega por parte de los habitantes del municipio, esta se hace a través de llamadas telefónicas.

De otro lado, el entrevistado expuso que nunca se ha realizado un estudio para conocer cuál es el nivel de audiencia que tiene en la actualidad el noticiero, por ello considera necesario el estudio desarrollado, debido a que se tiene la certeza que con esta investigación y con el conocimiento adquirido en la academia se puede medir los niveles de audiencia que tiene en la actualidad el noticiero judicial y ofrecer buenos resultados al gerente de esta emisora.

4.1.3 Descripción de las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní según la entrevista aplicada

Una vez analizados los resultados de la entrevista, es posible hacer una descripción de las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní, las cuales son

identificadas con base a la información suministrada y analizada previamente por los investigadores.

Siendo así el noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní se caracteriza por:

1. Ser estructurada. En la emisora el equipo de trabajo cuenta con una organización y planificación en la manera en que se aborda la noticia radial diariamente, es por ello que cuya estructura es la siguiente:

- **Entrada:** Con la cual se da inicio a la programación del día llevando a cabo el saludo inicial a los oyentes, esto bajo la conformación de equipo de trabajo. En esta misma etapa ofrece la frase del día y hay un preámbulo del clima actual.

- **Cuerpo:** Continuamente el locutor presenta los titulares del noticiero y se presenta de manera intermedia una pausa comercial.

- **Desarrollo de la noticia:** El noticiero es desarrollado desde tres escenarios diferentes, el primero de ellos comprende las noticias nacionales, posteriormente las departamentales y se finaliza con las locales.

2. La información transmitida es veraz y objetiva. Las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní suele ser verificada y estudiada antes de ser comunicada directamente al público, esto teniendo en cuenta la veracidad de los datos a informar, por lo que se consultan fuentes reales e idóneas que demuestren la autenticidad y exactitud de la noticia. De otro lado, la objetividad es impartida mediante la posición que mantienen los comunicadores sociales que

conforman el equipo, ateniéndose a los hechos de la noticia y no desde sus propias consideraciones.

3. Contenido informativo basado en la actualidad. Las noticias suelen basarse en el marco de la realidad y la temporalidad, generando interés en los oyentes y actualizando su información en lo referente a las situaciones que perciben en su medio.

4. Está abierta a la opinión del público. La programación de las noticias de la emisora cuenta con un espacio pertinente para que la comunidad en general de Curumaní haga su intervención y opine sobre la novedad informada y la temática abordada. Y también se brinda un tiempo para que este informe sobre nuevas noticias o acontecimientos que lo estén afectando y sean importantes comunicar.

5. Las fuentes para la recopilación de la información son confiables. Como se mencionó en la entrevista, las fuentes tomadas para verificar la información de las noticias son de orden nacional y departamental, es un análisis que hacen el equipo de comunicadores antes de presentar las noticias.

6. Aborda diversidad de temas nacionales, departamentales y municipales. Haciendo parte del desarrollo de la programación de las noticias, la emisora informa todo aquello relacionado con el país, con el departamento del Cesar y la localidad que corresponde a Curumaní, en este sentido, se pueden abordar temáticas correspondientes a la política, economía, social, cultural y educativas. Entre otras temáticas que sean necesarias mencionar e informar.

7. Coherencia en la información y en la interpretación dada a los oyentes. Las noticias suelen caracterizarse por tener un sentido apropiado que lleve el mensaje indicado al oyente.

4.2 Establecimiento de las secciones y aspectos relevantes de las noticias del objeto de estudio

El establecimiento de las secciones del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní, se hace teniendo en cuenta la entrevista aplicada anteriormente al gerente, específicamente partiendo de la información relacionada con la estructura y programación de las noticias que son desarrolladas en la emisora. Como también, se hace un análisis previo de los aspectos más relevantes identificados en cada una de las secciones.

4.2.1 Secciones del noticiero de matutino de la emisora La Voz de Curumaní

El noticiero se desarrolla de forma ordenada con base a las secciones y contenidos que faciliten al equipo comunicar la información y al oyente interpretarla adecuadamente. Así, los comunicadores sociales que conforman la mesa de trabajo de la emisora son los encargados de fijar la estructura del programa de noticias y hay que mencionar que a raíz de esta es se generan también las características señaladas, como lo son proporcionan consistencia en los datos, estabilidad, calidad de programación, tiempo indicando y relación entre radio-oyentes, manteniendo y asegurando la sintonía.

Por lo anterior se especifican en la siguiente tabla las secciones identificación, su contenido y la descripción de las mismas.

Tabla 1*Secciones del noticiero de matutino de la emisora La Voz de Curumaní*

Sección	Contenido	Descripción	Tiempo
Entrada	Bienvenida al noticiero	Se hace la presentación inicial del programa noticiero. “La Voz de Curumaní presenta las noticias” “con el propósito de...”	3 minutos
Saludo del locutor	Saludo cordial de buenos días, a los oyentes.	Diálogo de forma amena con los compañeros de trabajo, presentación ante los oyentes.	3 minutos
Preámbulo	*Frase del día	El locutor cada día busca una frase célebre que anuncia al público para motivar y captar su atención. Seguidamente comunica los pronósticos del clima para el municipio.	5 minutos
	*Clima esperado		
Presentación de titulares	Transmisión de los enunciados de las noticias más relevantes	Se presentan los titulares de las noticias, esto con música de fondo propia de la emisora con la finalidad de generar interés en los oyentes.	6 minutos
Saludo entre el equipo de trabajo	Saludo y presentación del equipo de comunicadores sociales	Una vez se anuncian los titulares, antes de presentarlas, se ve la necesidad de presentar a cada uno de los comunicadores que forma parte del equipo.	2 minutos
Pausa comercial	Enlace de entretenimiento antes de comenzar con el desarrollo de las noticias	Posteriormente para mantener entretenido al oyente se hace una pausa de promoción informativa	2 minutos
Desarrollo de noticias	Abordaje y transmisión de las noticias del día	...De regreso a la programación del noticiero, cada uno de los encargados de transmitir la noticia presenta las noticias, teniendo en cuenta la agenda nacional, departamental y local. Las cuales son abordadas teniendo en cuenta la dimensión: Económica, social, cultural... Durante el desarrollo de las noticias también se brinda un espacio para que los oyentes opinen e intervengan con su punto de vista frente a las noticias.	34 minutos
Finalización del locutor	Saludo de despido por parte del locutor a cargo	De manera cordial el locutor a cargo de terminar el programa anuncia la finalización del mismo, agradeciendo la escucha de los oyentes y deseando un buen día.	2 minutos
Cierre del noticiero	Anuncios sobre los continuos programas	Finalmente se hacen los anuncios de los programas que continúan en la emisora una vez el noticiero termine.	3 minutos

Tiempo total: 1:00 hr.

Nota: La tabla describe las secciones del noticiero de la emisora Voz Curumaní. Fuente: Autoras del proyecto.

4.3 Medición del nivel de audiencia

La medición de la audiencia de la emisora la Voz de Curumaní y específicamente de su noticiero fue establecida a partir de los resultados de la encuesta aplicada a la población de dicho municipio, con esto se logra relacionar en primer lugar la información general de la audiencia y posteriormente se identifican las variables que influyen en la sintonización de las noticias emitidas. Con base en ello es posible establecer la medición obtenida.

4.3.1 Resultados de la encuesta aplicada

Se relacionan a continuación los resultados obtenidos de la tabulación de la encuesta, hay que decir que este instrumento se diseñó bajo el modelo del cuestionario (ver apéndice D) y cuya aplicación se llevó de manera presencial (ver apéndice E).

4.3.1.1 Información general del encuestado. Inicialmente se presentan los datos

~~estructura social y nivel educacional que posee la audiencia de la emisora. referentes al género, edad,~~

Porcentaje
40%
60%
100%

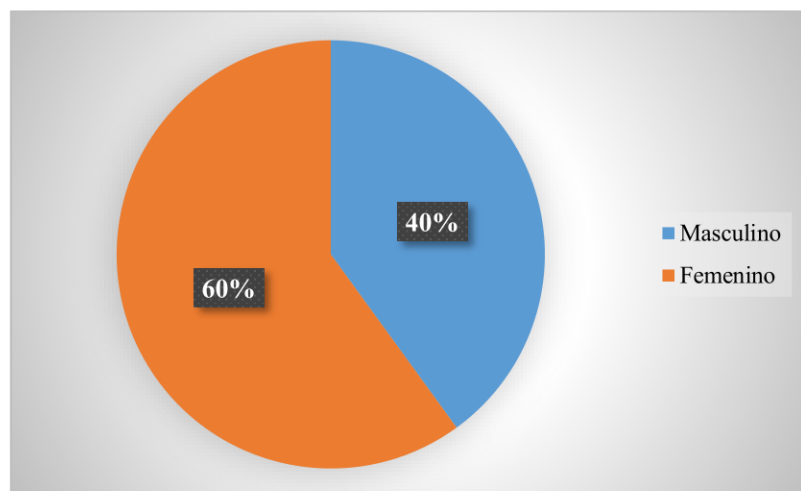
resultados obtenidos con el género de los encuestados. Fuente:

Tabla 2

Género

Ítem
Masculino
Femenino
Total

Nota: La tabla muestra los
Autoras del proyecto.

Figura 1*Género*

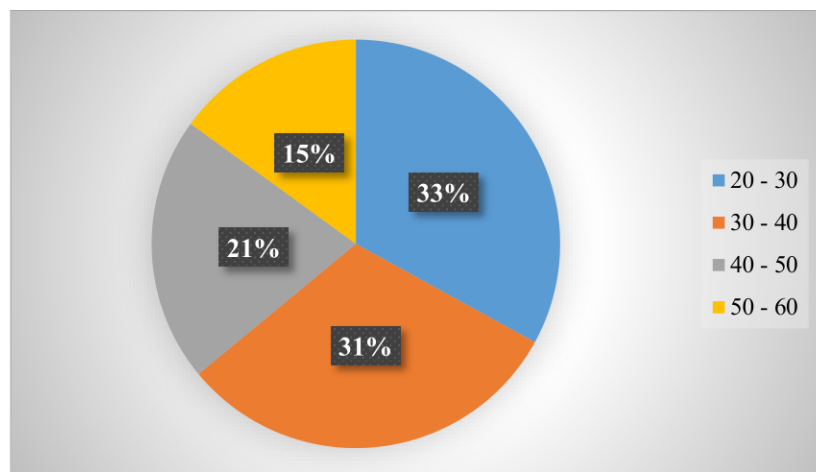
Nota. La figura muestra los resultados obtenidos con el género de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

En primer lugar y en lo relacionado con la información general de los encuestados, la figura indica la distribución de género que se obtuvo al aplicar la encuesta sobre la población de Curumaní oyente de la emisora, haciéndose evidente que el 60% son mujeres, es decir que forman parte del género femenino y las cuales pueden asociarse con el oficio de ama de casa, mientras que el 40% manifestaron ser hombres.

Tabla 3*Edad*

Ítem	Porcentaje
20 - 30	33%
30 - 40	31%
40 - 50	21%
50 - 60	15%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos con la edad de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 2*Edad*

Nota. La figura muestra los resultados obtenidos con la edad de los encuestados Fuente: Autoras del proyecto.

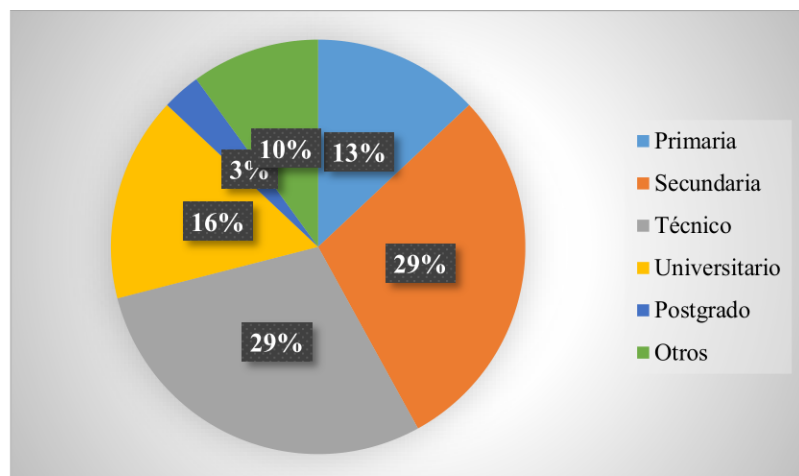
Con respecto a la edad, los resultados reflejan que el 31% de las personas están entre un

rango específico entre los 30 y 40 años de edad. Seguidamente se encuentran un total del 33% que hacen parte de una población más joven que escucha noticias a partir de los 20. Además, es posible evidenciar que el 21% cuentan con una edad que varía alrededor de los 40 y 50 años de edad. Y finalmente señalar que el 15% hacen parte de una población mayor que posee una edad entre los 50 y 60 años.

Tabla 4*Nivel educativo*

Ítem	Porcentaje
Primaria	13%
Secundaria	29%
Técnico	29%
Universitario	16%
Postgrado	3%
Otros	10%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos con el nivel educativo de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 3*Nivel educativo*

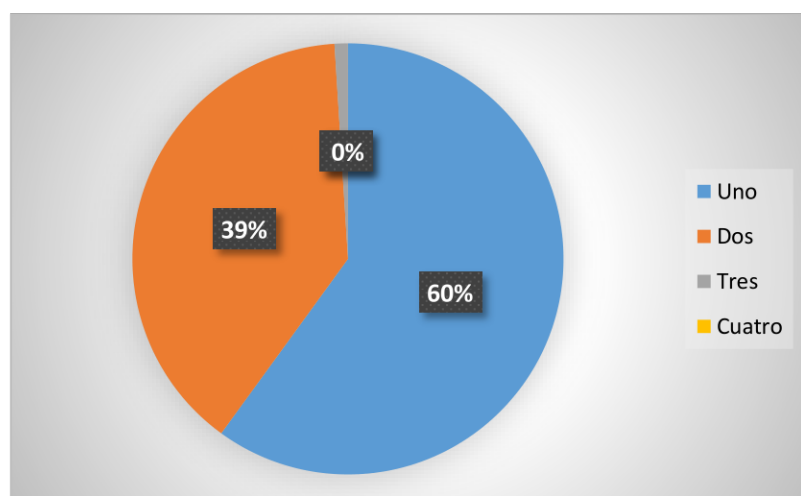
Nota. La figura los resultados obtenidos con el nivel educativo de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

Al conocer los resultados relacionados con el nivel educación, es notable que en su mayoría han alcanzado sus estudios de bachiller, esto correspondiente al 29% de la población de Curumaní que hicieron parte del estudio sobre la medición de la audiencia del noticiero. De igual manera, existe un porcentaje similar (29%) que al día de hoy afirman que son técnicos, es decir que poseen una preparación más allá del colegio, esto en muchos casos son títulos obtenidos mediante cursos del Sena. Mientras tanto, el 16% de los encuestados han estudiado la universidad y son profesionales pertenecientes a las diversas áreas del conocimiento. Sin embargo, una minoría de los encuestados (10%), manifestaron en este apartado haber estudiado solamente la educación básica primaria. En el caso del 13%, quienes consideraron otros estudios, hacen referencias a las tecnologías y a auxiliares. Y tan solo un 3% han logrado los estudios de postgrado, eso en lo referente a las especializaciones.

Tabla 5*Estrato socioeconómico al que pertenece*

Ítem	Porcentaje
Uno	60%
Dos	39%
Tres	1%
Cuatro	0%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos con el estrato socioeconómico de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 4*Estrato socioeconómico al que pertenece*

Nota. La figura los resultados obtenidos con el estrato socioeconómico de los encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

Al indagar sobre el estrato socioeconómico al que pertenecen los habitantes del municipio encuestados, el 60% indicaron que según su posición social conforman el grupo poblacional del estrato 1, esto queriendo decir que cuentan con niveles de ingresos bajos y los recursos son limitados. En cambio, el 39%, afirman que son de clase media, en otras palabras, corresponden al estrato 2 a nivel local, hay que decir entonces que poseen mejores condiciones económicas y

sociales. Finalmente, los resultados demuestran que solo un 1% manifestaron pertenecer al estrato 3.

4.3.1.2 Información solicitada en relación a la audiencia de las noticias de la emisora La Voz de Curumaní. Se muestran a continuación los resultados relacionados con la sintonización de la emisora y el noticiero de la misma.

Tabla 6

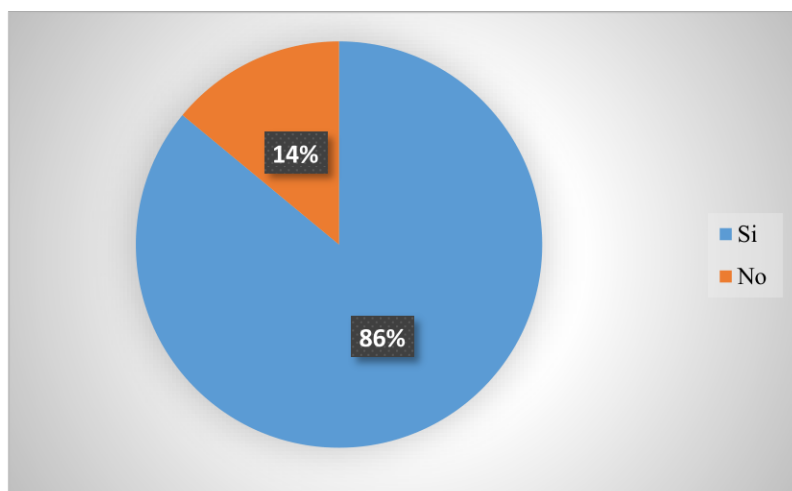
Escucha las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumaní

Ítem	Porcentaje
Si	86%
No	14%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 5

Escucha las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumaní



Nota. La figura muestra los resultados obtenidos en relación con la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Las noticias son consideradas hoy en día una forma de mantenerse informados sobre las novedades que surgen en el entorno que rodea a la sociedad, es por ello que, con base a tal necesidad, el 86% de la comunidad suele escuchar las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumani, siendo relevante para esta población hacer uso de la radio para enterarse de los acontecimientos. Entre tanto, se hace evidente que el 14%, no lo hace de la misma manera, es decir que no sintonizan la emisora para tal finalidad.

Tabla 7

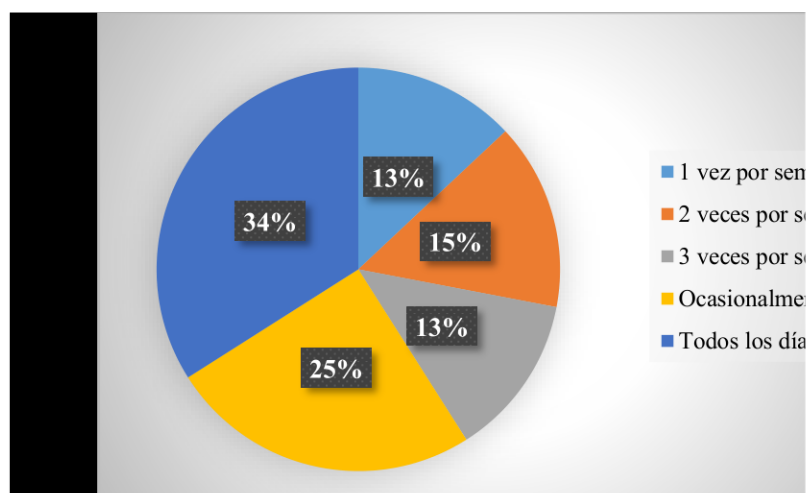
Frecuencia con la que se escuchan las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumani

Ítem	Porcentaje
1 vez por semana	13%
2 veces por semana	15%
3 veces por semana	13%
Ocasionalmente	25%
Todos los días	34%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 6

Frecuencia con la que se escuchan las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumani



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación con la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Sobre la frecuencia con la que los encuestados escuchan las noticias transmitidas, un 34% lo hace todos los días, es decir de manera continua suelen informarse mediante la emisora La Voz Curumaní. En el caso del 25% también sintonizan las noticias emitidas, pero ocasionalmente o algunas veces las escuchan. Por otro lado, el 15% ha manifestado que solo dos veces por semana la escucha, el 13% tres veces por semana y finalmente están aquellos que tienen una menor constancia para establecer la emisora haciéndolo únicamente una vez por semana.

Tabla 8

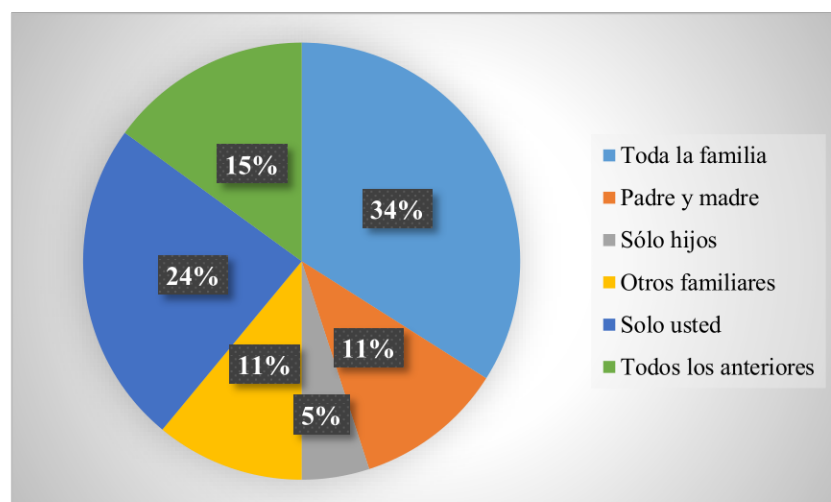
Quién o quiénes escuchan constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní

Ítem	Porcentaje
Toda la familia	34%
Padre y madre	11%
Sólo hijos	5%
Otros familiares	11%
Solo usted	24%
Todos los anteriores	15%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación a quiénes escuchan las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 7

Quién o quiénes escuchan constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación a quiénes escuchan las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Hay que señalar que por tratarse de noticias son escuchadas por lo general por miembros de los núcleos familiares y en este caso un 34% corroboran dicha afirmación al manifestar que toda familia escucha constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní. Sin embargo, el 24% han indicado que solo un integrante lo hace por cuenta propia y el 15% relaciona que todo el grupo familiar escucha las noticias, involucrando al padre, madre e hijos. Aunque debe señalarse los demás resultados aquí evidentes, en donde 11% corresponde solo a padre a madre, otro 11% indican que otros familiares, es decir tíos o primos y finalmente el 5% establece que solo los hijos escuchan noticias en dicha emisora.

Tabla 9

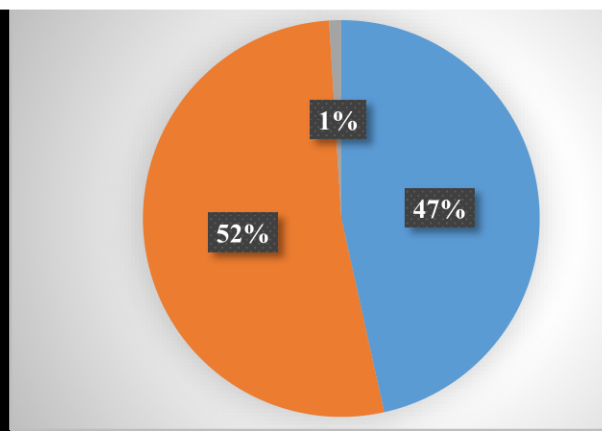
Tiempo dedicado a escuchar las noticias

Ítem	Porcentaje
Media hora	47%
Una hora	53%
15 minutos	1%
No escucha noticias	0%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con el tiempo dedicado a escuchar las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 8

Tiempo dedicado a escuchar las noticias



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación con el tiempo dedicado a escuchar. Fuente: Autoras del proyecto.

De acuerdo con la información obtenida y observada en la figura anterior, un elevado

dedican a
este espacio es
isora. Por el
as noticias
o para ello.

porcentaje de los encuestados dicen en este punto que una hora es el tiempo que de
escuchar las normalmente las noticias, pues aproximadamente un 52% estima que
el suficiente para enterarse de las novedades que son transmitidas a través de la em
contrario, un 42% expuso que solo es posible para ellos dedicarle a la escucha de la
media hora del día. Y finalmente el 1% solo puede destinar 15 minutos de su tiempo

Tabla 10

Horario preferido para escuchar las noticias

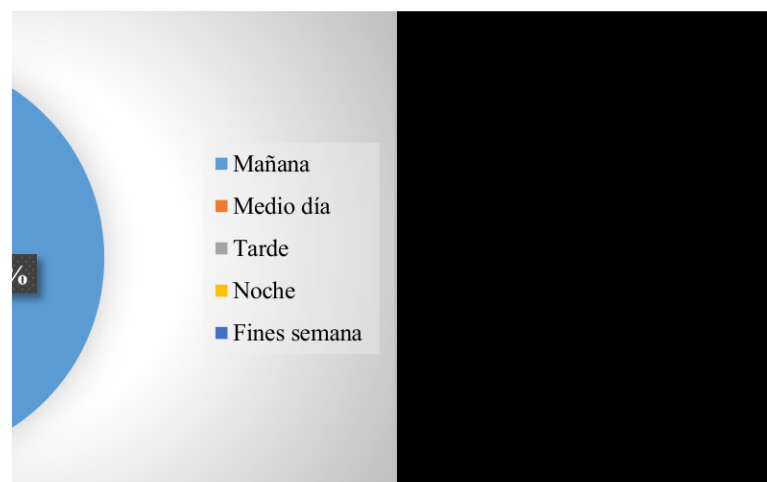
Ítem	Porcentaje
Mañana	55%
Medio día	7%
Tarde	13%
Noche	11%
Fines semana	14%
No escucha noticias	0%
Total	100%

de las noticias.

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con el horario para la escucha
Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 9

Horario preferido para escuchar las noticias



escucha de las

Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación con el horario para la
noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Un 55% de los encuestados afirman que el horario más apropiado para escuchar noticias es en la mañana, esto debido a que consideran que en este horario pueden informarse de los acontecimientos del municipio desde temprano, es importante para ellos poder conocer las noticias acontecen a nivel local y la mejor forma es día a día.

Aunque el 14% prefieren particularmente escuchar la emisora y las noticias solo los fines de semana, es decir entre viernes, sábados y domingos.

En el caso del 13% lo hacen entre semana, pero en horas de la tarde justificando su respuesta en que toma un espacio para ello después de sus trabajos en la mañana. El 11% elige el horario de la noche y tan solo 7% se inclina por escuchar las noticias al medio día.

Tabla 11

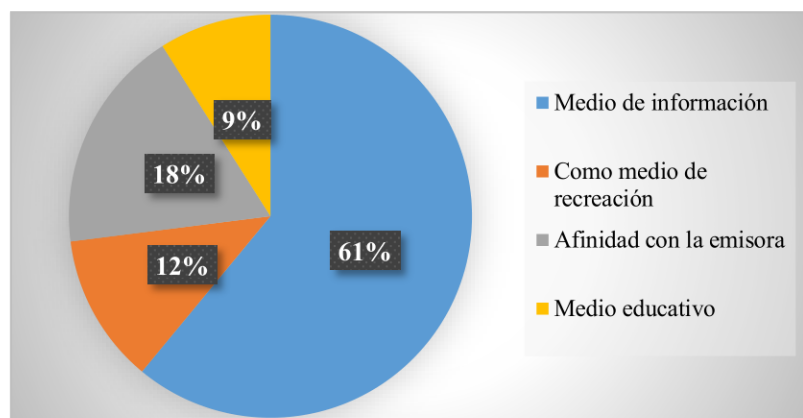
Propósito por el cual se dedica tiempo para escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumani

Ítem	Porcentaje
Medio de información	61%
Como medio de recreación	12%
Afinidad con la emisora	18%
Medio educativo	9%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con el propósito que se tiene al dedicar tiempo a la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 10

Propósito por el cual se dedica tiempo para escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación con el propósito que se tiene al dedicar tiempo a la escucha de las noticias. Fuente: Autoras del proyecto.

El propósito principal de la población al escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní es que este les brinde la información apropiada sobre los acontecimientos que se desarrollan en el contexto actual, en razón a ello el 61% lo ve como un medio de información. Para el 18% siente una afinidad con la emisora por lo que la sintonizan por gusto y con la finalidad de crear una relación más participativa como oyente. El 12% opina que su objetivo es buscar un espacio para recrearse en su tiempo libre y el 9% considera que más bien es un medio educativo que les permite saber datos de gran interés.

Tabla 12

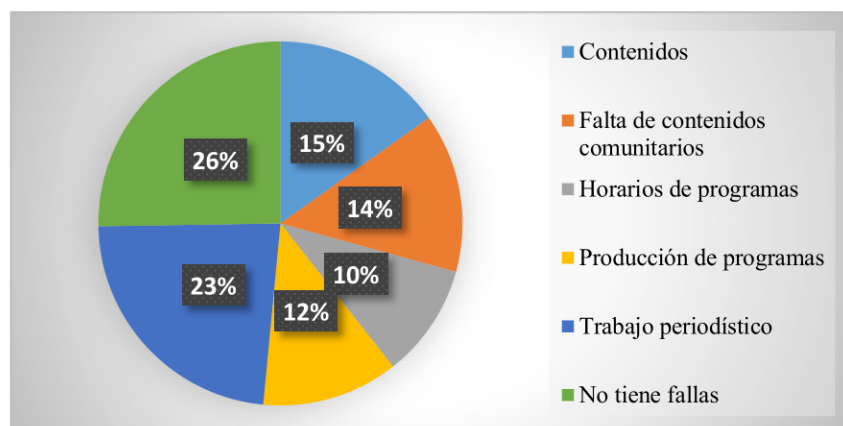
Fallas encontradas en la programación del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní

Ítem	Porcentaje
Contenidos	15%
Falta de contenidos comunitarios	14%
Horarios de programas	10%
Producción de programas	12%
Trabajo periodístico	23%
No tiene fallas	26%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación a las fallas que encuentran los encuestados en las noticias de la emisora. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 11

Fallas encontradas en la programación del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos en relación a las fallas que encuentran los encuestados en las noticias de la emisora. Fuente: Autoras del proyecto.

En cuestiones de indagar sobre las debilidades que la población identifica en la programación de noticiero de la emisora La Voz de Curumaní se obtuvo que un 26% considera que no tiene fallas, no obstante, 23% evidencia inconformidad en el trabajo periodístico, el 15% expone que son los contenidos pocos dinámicos, el 14% establece falta de contenidos comunitarios, el 12% afirma que se han de mejorar la producción de los programas y el 10% afirma que son los horarios establecidos que no les permite informar de una manera más acorde a la disposición de la comunidad.

Tabla 13

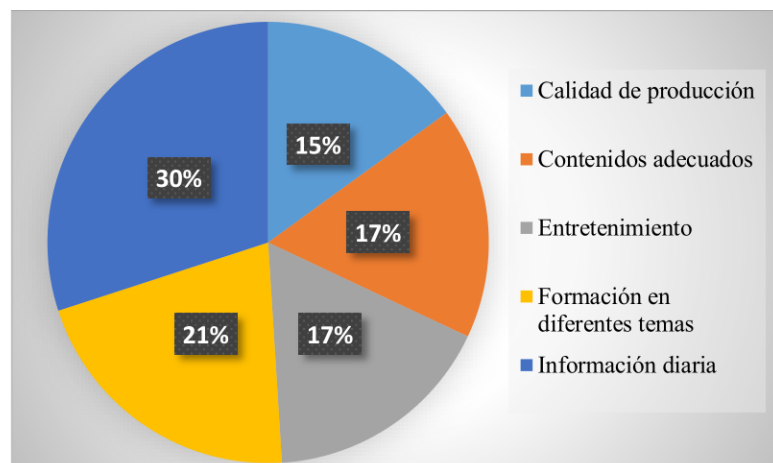
Fortalezas encontradas en la programación de la emisora La Voz de Curumaní

Ítem	Porcentaje
Calidad de producción	15%
Contenidos adecuados	17%
Entretenimiento	17%
Formación en diferentes temas	21%
Información diaria	30%
Total	100%

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con las fortalezas que encuentran los encuestados en las noticias de la emisora. Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 12

Fortalezas encontradas en la programación de la emisora La Voz de Curumaní



Nota. La figura muestra los resultados obtenidos en relación con las fortalezas que encuentran los encuestados en las noticias de la emisora. Fuente: Autoras del proyecto.

Ahora bien, frente a las fortalezas la población determina que el punto más fuerte de la emisora es la información que comunica diariamente, pues hay un 30% quienes afirman que esta es oportuna y acorde con la realidad que rodea al municipio. Así mismo, un 21% imparte formación y conocimiento con los temas abordados. Mientras el 17% considera que una fortaleza son los contenidos y el otro 17% el entrenamiento que genera su programación. Ultimando por mencionar que el 15% establece que existe una calidad en la producción de los contenidos.

Tabla 14

Recomendaciones dadas por los mejorar la programación noticias de la emisora La Voz de Curumaní

Recomendaciones dadas por los oyentes
<p>Como resultado de la última pregunta, se quiso conocer cuáles eran las recomendaciones dadas por los oyentes y obtuvieron de manera general las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos horarios de noticias. • Inclusión de programas de debates. • Generar contenidos comunitarios. • En cuestión de trabajo periodístico aumentar el trabajo de campo que permita informar sobre aspectos del municipio de Curumaní.

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos en relación con las recomendaciones dadas por los encuestados frente a las noticias de la emisora. Fuente: Autoras del proyecto.

Fue pertinente en este punto conocer las recomendaciones que desde el público de la emisora se dan para mejorar su programación, por eso al analizarlas se obtuvieron diversas opiniones, en primer lugar, los oyentes proponen el establecimiento de nuevos horarios de noticias, esto teniendo en cuenta la preferencia de la hora que tiene para escucharlas, pues, aunque la mayoría lo hace en la mañana, muchos de ellos también consideran la necesidad de poder sintonizarlas en la tarde o en la noche. De otro lado, las personas encuestadas consideran que sería muy buena alternativa crear espacios donde se tenga una mayor participación, estos pueden ser programas de debates. A su vez, recomiendan generar nuevos contenidos radiales dirigidos específicamente a la comunidad y finalmente se aborde el tema del trabajo en equipo, como un factor clave para el desarrollo periodístico que realiza la emisora a nivel local.

4.3.2 Análisis de medición de la audiencia a través de la encuesta

Comenzar este análisis mencionando la importancia que tiene para la emisora La Voz de Curumaní la identificación de su audiencia y las características de quienes la escuchan a nivel local, debido a que es un factor estratégico que permite apoyar el proceso de creación de contenidos para la radio y la producción de noticias acordes con su programación, significando esto el índice de la población que los sintoniza. Por lo tanto, es a través del estudio de la audiencia que se pueden conocer factores claves como que sintoniza el oyente, el horario que dispone para escuchar la emisora, que temática prefiere y la manera en que recibe el mensaje, contribuyendo al mejoramiento de la comunicación e interacción que genera particularmente el noticiero.

Siendo así, señalar que como resultado de dicha medición de audiencia obtenida mediante la encuesta, hay que partir del perfil que tiene el oyente de la emisora, pues se hizo evidente que un 60% de la población son mujeres y el 40% son hombres, de los cuales se encuentran en rangos de edades que varían entre jóvenes y adultos, exactamente la mayoría correspondiente al 33% poseen una edad entre 20 a 30 y el 31% es ubicada de 30 a 40 años. En cuestión de nivel educativo, el público al que se dirige la emisora cuenta con estudios de secundaria, técnicos y de básico primario, sólo una minoría son universitarios. Ultimando por mencionar en este apartado que, el estrato socioeconómico al que pertenece la audiencia es al uno, siendo este el grupo población más elevado en el municipio.

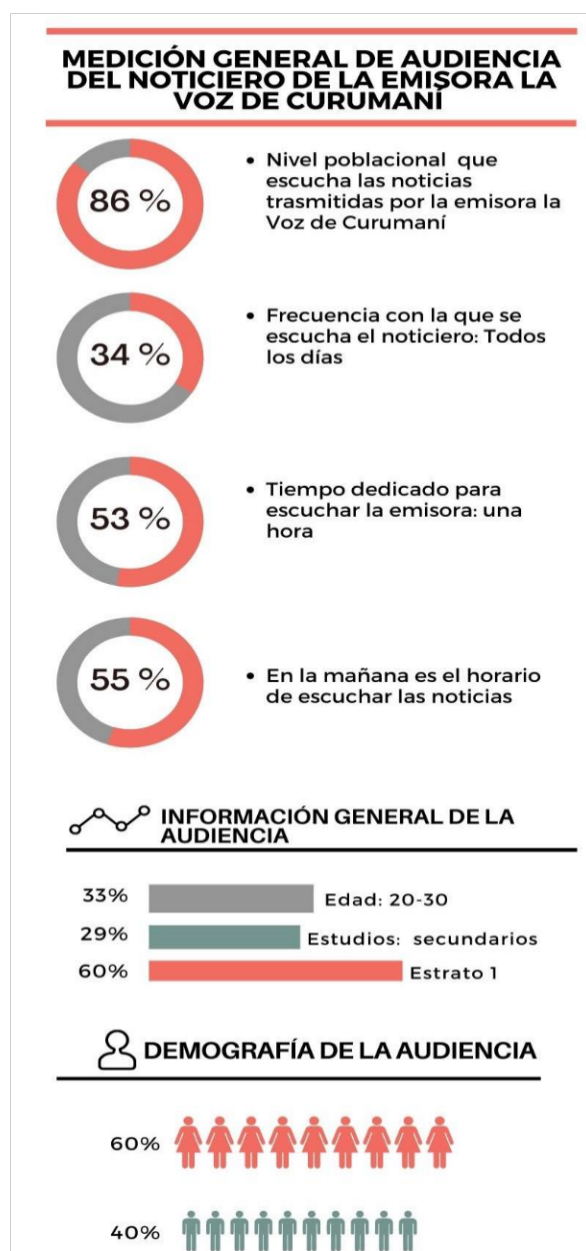
Dentro de esta perspectiva, es conveniente decir que la radio en el municipio de Curumaní es un escenario de la comunicación que juega un papel importante en el acercamiento e interacción personal con su audiencia, esta afirmación se hace en razón que un 86% de la población sintoniza la emisora y un 34% lo hace con alta frecuencia, en otras palabras, escuchan la emisora todo los días y en especial el noticiero de la mañana. A su vez agregar, que el tiempo dedicado a la escucha es de aproximadamente una hora, esto coincide con el horario en que se presentan las noticias que es de 6:00 am a 7:00 am. Ante este panorama, al indagar con la audiencia de la emisora La Voz de Curumaní es escuchada con el propósito de ser un medio para informarse, afirmación que es expuesta por el 61% de la población. Dentro de otras consideraciones como la debilidades o fallas de la emisora, la gran mayoría establece que no la hay, solo se expone el trabajo periodístico como alternativa para mejorar. Y dentro de las fortalezas halladas está la información que es brindada diariamente.

4.3.3 Medición general de audiencia del noticiero de la emisora La Voz de Curumani

La medición presentada se hace con base a los datos generalizados de los resultados de la encuesta:

Figura 13

Medición general de la audiencia de la emisora La Voz de Curumani



Nota: La figura muestra la medición de la audiencia. Fuente: Autoras del proyecto.

Capítulo 5. Conclusiones

Entre las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní identificadas a través de la entrevista aplicada al gerente de esta, se conocieron las siguientes: en primer lugar que dicho programa cuenta con una estructura propia para su desarrollo, la cual es planificada por el equipo de comunicadores sociales que hacen parte del personal de la emisora, hay que decir que además de ello, las noticias transmitidas suelen ser verificadas previamente a través de fuentes viables que aseguran que la información sea coherente con el contexto. Por otro lado, se hizo evidente que las noticias de dicha emisora local son caracterizadas por abordar diversas temáticas (económica, social, cultural y entretenimiento) de índole nacional, departamental y local.

Otra de las conclusiones a las que se llegó con la investigación aquí presentada, fue que para el abordaje de las noticias se cuenta previamente con secciones que permiten el desarrollo ordenado de las mismas, entre estas han de mencionarse la entrada inicial al programa, preámbulo, titulares, pausa comercial, debate de las noticias del día y finalización del noticiero. Teniendo estas secciones una organización del equipo de trabajo, con la finalidad de cumplir con la estructura ya establecida.

Y finalmente, con respecto a la medición del nivel de audiencia de la emisora se concluye que por lo general es sintonizada tanto por mujeres como por hombres de la localidad, de ahí que poseen estudios intermedios como secundaria, y que también son una población joven y adulta, cuya edad está entre los 20 a 40 años. De igual manera decir que los oyentes escuchan el noticiero continuamente, esto es todos los días, lo hace toda la familia y por lo menos dedican

una hora de su tiempo para ello, sobre todo en la mañana, siendo para la audiencia un medio que sirve para informarse.

Es así que, conocer los niveles de audiencia permite determinar qué tan satisfactoria es para el oyente el programa transmitido, las debilidades y fortaleza que se posee al momento de emitir la información, facilitando la forma de cómo deben ser corregidas para no perder calidad, ni cantidad de radioescuchas.

Capítulo 6. Recomendaciones

Partiendo de las características identificadas, sigue siendo importante que la emisora La Voz de Curumaní obtenga un mayor reconocimiento ante su audiencia, para lo cual es recomendable que desarrolle capacitaciones a su equipo de trabajo en aspectos claves como la interacción con el público, producción de contenidos y programación de noticieros, ya que de alguna manera se debe contar la preparación para llegar a la audiencia, establecer un diálogo, conversaciones necesarias para el intercambio de información que da pasa a conocer los puntos de vistas de las comunidad y buscar nuevos escenarios para abordar la noticia.

Se debe establecer una estructuración de formatos de secciones del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní transmitido en las horas de la mañana, con el fin de aumentar la audiencia. Esto le permite innovar y generar comunicación con la población.

Y en últimas instancias, recomendar que han de medir constantemente los niveles de audiencia con el objetivo de conocer cuál es el alcance de las noticias transmitidas por la emisora. Con esta medición se logra evaluar el alcance que tiene la programación actual de las noticias, así mismo es fundamental tener en cuenta la opinión que dan las oyentes dentro del procesos de medición, evaluación y sintonía llevada a cabo, pues son estos los que proponen nuevos horarios de emisión, mayor contenido comunitario y creación de programas de debate, percepción que termina influyendo en la gestión radial.

Referencias

(s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Medici3n>

ACIM Colombia. (2018). Obtenido de ACIM Colombia:

<http://www.acimcolombia.com/estudios/estudio-general-de-medios-egm/>

AIMC presenta un proyecto para medir la audiencia tanto en papel como digital de publicaciones impresas. (17 de 09 de 2019). *Europa press*, pág. 1.

Alarc3n, F. (2017). *Bolet3n de medios y vigilancia*. Obtenido de bolet3n de medios y vigilancia:

<https://www.cancer.gov.co/files/libros/archivos/BOLETINCOM17.pdf>

Alliance for Audited Media. (25 de 05 de 2019). *Alliance for Audited Media*. Obtenido de

Alliance for Audited Media: <https://auditedmedia.com/about/who-we-are>

Amadeo, B. (2002). La teor3a del framing. Los medios de comunicaci3n y la transmisi3n de significados. *revista de comunicaci3n vol 1*, 28. Obtenido de La teor3a del framing. Los medios de comunicaci3n y la transmisi3n de significados:

<https://revistadecomunicacion.com/pdf/2002/Art006-32.pdf>

Ard3vol-Abreu, A. (2015). Framing o teor3a del encuadre en comunicaci3n. Or3genes, desarrollo y panorama actual en Espa1a. *Revista Latina de Comunicaci3n Social*, 423 a 450.

Arismetics. (2020). Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/audiencia>

Armentia, P. G. (19 de Enero de 2006). *Una nueva visi3n del proceso comunicativo: La teor3a del Enfoque (Framing)*. Recuperado el 28 de febrero de 2006, de Una nueva visi3n del proceso comunicativo: La teor3a del Enfoque (Framing):

<http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/827/Hacia%20una%20nueva%20visi%C3%B3n%20del%20proceso%20comunicativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Avila, T. P. (2010). *FICHA TÉCNICA EGM “ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS” (EGM)* .

Obtenido de FICHA TÉCNICA EGM “ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS” (EGM) :

<http://www.acimcolombia.com/wp-content/uploads/2015/07/FICHAEGM2010.pdf>

Castillo, S. S. (15 de Agosto de 2013). *La teoría de la audiencia en el contexto de la entrevista sociolingüística*. Recuperado el 23 de septiembre de 2013, de La teoría de la audiencia en el contexto de la entrevista sociolingüística:

[file:///C:/Users/HP%20BS017/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/HP%20BS017/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLaAudienciaEnElContextoDeLaEntrevistaSoc-4935235.pdf)

[LaTeoriaDeLaAudienciaEnElContextoDeLaEntrevistaSoc-4935235.pdf](file:///C:/Users/HP%20BS017/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLaAudienciaEnElContextoDeLaEntrevistaSoc-4935235.pdf)

Centro Nacional de Consultoría. (2017). *Estudio Continuo de Audiencia de Radio (ECAR)*.

Obtenido de

http://www.encuestascnc.com/cnc_ecar/archivos/FICHA_TECNICA_ECAR_1_2017.pdf

DBCity.com. (s.f.). Obtenido de DBCity.com: <https://es.db-city.com/Colombia--Cesar--Curuman%C3%AD>

Deborah. (30 de julio de 2015).

Decreto 4350. (2009). Obtenido de [http://www.suin-](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1545260)

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1545260](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1545260)

Definición. (2020). Obtenido de <https://definicion.mx/noticiero/>

Heinusac. (2013). *NOTICIERO TELEVISIVO*. Obtenido de

<https://heinusac.files.wordpress.com/2013/08/noticiero-televisivo.pdf>

Ley 1341. (2009). Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html

Min TIC. (14 de febrero de 2019). *El futuro digital es de todos*, MinTic. Obtenido del futuro

digital es de todos, MinTic: <https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-9307.html>

Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. (2010). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_0415_2010.htm

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2010). Obtenido de

https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_415_de_2010_ministerio_de_tecnologias_de_la_informacion_y_las_comunicaciones.aspx

Ministerio del interior. (2009). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38478>

Nieto, m. B. (12 de 1993). *Sistema de medición de audiencia en España*. Obtenido de sistema de medición de audiencia en España:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4155/TMBN2de6.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

nieto, m. b. (1993). *sistema de medición de la audiencia de radio en España*. Barcelona.

parra, v. (5 de mayo de 2017). *blogcpaonline*. Obtenido de blogcpaonline:

<https://www.formacionaudiovisual.com/blog/radio/como-se-mide-la-audiencia-en-radio/>

Perelló, O. S., & Molina, C. M. (2013). Análisis de contenido de la publicidad radiofónica en

España. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 33-52. Obtenido de Sistema de

Información Científica: <https://www.redalyc.org/pdf/4415/441542970004.pdf>

Pérez, M. T. (2012). Sintonizando el futuro: Radio y Producción sonora en el Siglo X. En M. T.

Pérez, *Sintonizando el futuro: Radio y Producción sonora en el Siglo X* (pág. 306).

España .

Resolución 530. (2011). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_0530_2011.htm

Restrepo, H. (22 de noviembre de 2016). El fin del ECAR o la esquivada tarea de medir las

audiencias de radio. *Red Ética*.

S.A.S., E. L. (miércoles de enero de 2020). *RL La República*. Obtenido de RL La República:

<https://www.larepublica.co/empresas/las-audiencias-de-radio-se-reordenan-en-colombia-segun-reporte-ecar-2936371>


Wikipedia. (3 de abril de 2020). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Curuman%C3%AD>

Zuleta, E. (10 de 05 de 2019). La fundación de la emisora 'La Voz de Curumaní'. (Z. A.

Contreras, Entrevistador)

Apéndices

Apéndice A. Formato de entrevista dirigida al gerente de la emisora La Voz de Curumaní

	<h2>Entrevista Abierta</h2>
<p>Entrevista desarrollada con el objeto de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní. • Establecer las secciones y aspectos relevantes de las noticias del objeto de estudio. aplicada al gerente de la emisora La Voz de Curumaní Franklin Sánchez Melo. <ol style="list-style-type: none"> 1. Describa brevemente los inicios de la emisora La Voz de Curumaní 2- ¿Cuál es la estructura que maneja actualmente el noticiero informativo transmitido de lunes a viernes en el horario de 6:00 am a 7:00 am? 3- ¿Cómo manejan la información que será transmitida en el noticiero matutino? 4- ¿Cuál es el tipo de información de mayor relevancia que maneja el noticiero Curumaní al día? 5- ¿Cómo miden la audiencia del noticiero matutino de la emisora La Voz de Curumaní? 6- ¿Qué evaluación y estrategias se hacen del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní? 	

Apéndice B. Transcripción de la entrevista

Entrevista aplicada
<p>• Presentación inicial de la entrevista:</p> <p>Entrevistador (Alexandra). Hola, que tal, soy Alexandra Duran estudiante de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Hoy nos encontramos con Franklin Sánchez, director de la emisora Curumaní estéreo, bienvenido ¿cómo se encuentra?</p> <p>Entrevistado (Franklin). Bien, Alexandra la verdad que es un placer para mí estar compartiendo contigo esta entrevista de algunas preguntas que tienes para hacerme.</p> <p>• Abordaje de las preguntas:</p> <p>1. Entrevistador (Alexandra). Describa brevemente los inicios de la emisora La Voz de Curumaní.</p> <p>Entrevistado (Franklin). La emisora tiene sus inicios en los años ochenta, los programas que se desarrollaban en esa época estaban enfocados a brindar información como noticias y de entrenamiento musical dirigidos a la población en general del municipio de Curumaní. Con el paso del tiempo, la emisora fue renovando tanto su equipo de oficina como su personal y con ello se amplió la oferta de servicios radial como cuñas, propagandas y nuevos programas de locución.</p> <p>2. Entrevistador (Alexandra). Director. ¿Cuál es la estructura que maneja actualmente el noticiero informativo transmitido de lunes a viernes en el horario de 6:00 am a 7:00 am?</p> <p>Entrevistado (Franklin). El noticiero de Curumaní que es un magazine que estamos desarrollando en el horario de seis a siete y treinta de la mañana se estructura de la siguiente manera, empezamos con el saludo, de todos los que intervenimos somos 5 locutores que estamos haciendo parte de ese magazine y de allí cada uno de los participantes en la mesa de trabajo enviamos un saludo a nuestros oyentes, seguidamente viene la frase del día donde también cada uno de los que intervenimos en la mesa de trabajo hacemos referencia a una frase que cada uno escoge, seguidamente entró con el estado del tiempo que es un tema donde los campesinos están muy pendientes del comportamiento del clima y pasamos seguidamente a los titulares, después, del anuncio de los titulares vamos a una pausa comercial y venimos con el desarrollo de las noticias, en las noticias hablamos de las noticias nacionales, las departamentales y por supuesto las noticias locales.</p> <p>3. Entrevistador (Alexandra). ¿Cómo manejan la información que será transmitida en el noticiero matutino?</p> <p>Entrevistado (Franklin). Bueno la información del noticiero la trabajamos una parte de llamada telefónica que recibimos en el transcurso de la programación, noticias de algunos correos de nuestros contactos periodistas de la radio, recopilamos la información de unos diarios como 'El pilón' 'El país vallenato' 'El heraldo' 'El espectador' y 'Blu radio' que maneja mucha información noticia nacional actualizada. Toda esa información la bajamos y la desglosamos a nuestra manera, aquí en el magazine Curumaní al día para mantener a toda nuestra comunidad informada e interesada en noticias muy relevantes que vayan por supuesto ayudando a mantener la sintonía activa de nuestro magazine.</p> <p>4. Entrevistador (Alexandra). ¿Cuál es el tipo de información de mayor relevancia que maneja el noticiero Curumaní al día?</p> <p>Entrevistado (Franklin). Definitivamente, las noticias de mayor relevancia son las que los oyentes se ponen a través de las líneas telefónicas y tiene que ver mucho con lo que pasa en nuestros sectores aquí en el municipio en cada uno de los barrios hay muchas inquietudes de la comunidad y de eso es que ellos están pendiente; seguidamente, pues, algún suceso nacional que esté pasando, pues, lo transportamos acá a nuestro magazine y de esa manera le damos la importancia tanto que los oyentes, pues, empiecen a participar con la misma excentricidad como si fuera una noticia local.</p>

5. Entrevistador (Alexandra). ¿Cómo miden la audiencia del programa del noticiero de la emisora La Voz de Curumani?

Entrevistado (Franklin). bueno, hasta el momento nosotros no hemos hecho ningún estudio cómo está la audiencia del programa, simplemente nos basamos en el número de llamadas y recibimos diariamente pues eso nos da un margen que la audiencia pues está pendiente, somos la única emisora del pueblo, pues, eso nos da como una importancia simplemente que los oyentes a través de nuestras líneas telefónicas 5750216 a través del WhatsApp que manejamos acá en la emisora pues, de esa manera determinamos que tanto nos están escuchando, nos están escuchando tantas personas, hasta el momento no hemos hecho un estudio.

6. Entrevistador (Alexandra). ¿Qué evaluación y estrategias se hacen del noticiero de la emisora La Voz de Curumani?

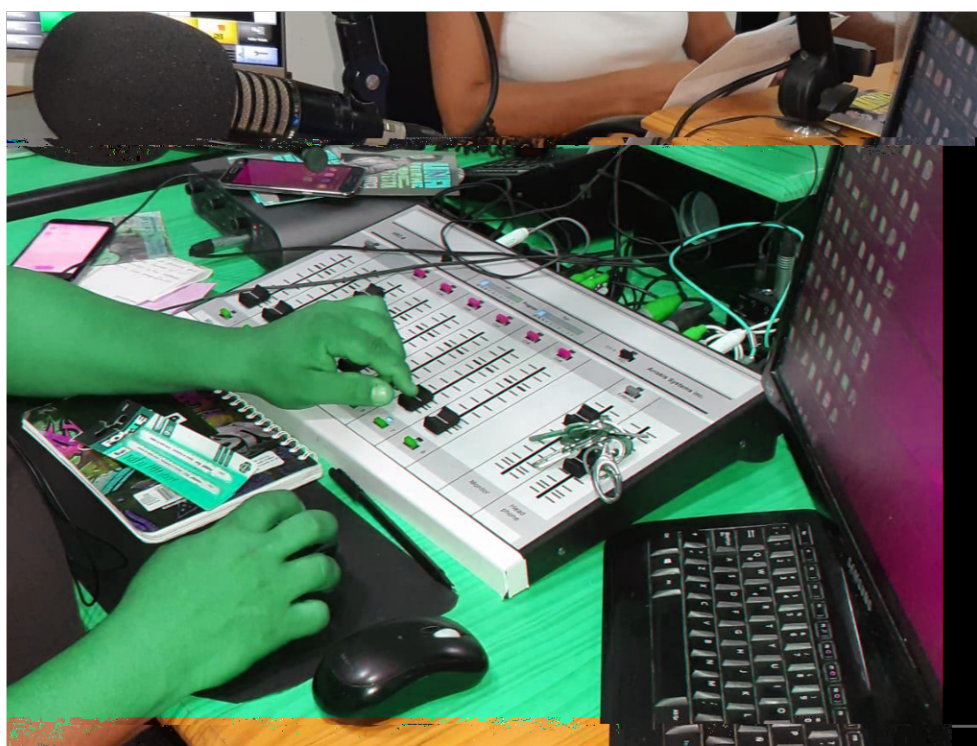
Entrevistado (Franklin). Bueno, las estrategias siempre lo que pretendemos es de manejar una información veraz que sea precisa, que no sea inventada, eso es lo que nos lleva a consolidarnos como el magazine que más escucha la gente, a través de nuestra emisora maneja la información de una manera precisa, es lo que hacemos siempre todos los que intervenimos en el programa somos cinco locutores entre productor y los cuatro locutores que estamos que estamos haciendo parte de este importante magazine, pues lo evaluamos de esta manera simplemente que cualquier detallito o cualquier percance que tengamos pues lo analizamos entre todos después del espacio radial una hora antes del programa estas pendiente de lo que se va a decir sea coherente con lo que está pasando.

• **Finalización de la entrevista**

Entrevistador (Alexandra). Franklin Sánchez director de la emisora de Curumani estereo queremos agradecerle por su atención.


Entrevistado (Franklin). Gracias a ti Alexandra por estar pendiente de lo que estamos haciendo, aquí en nuestra emisora estamos dispuestos a concederte entrevistas cada vez que requieras de ellas con todo gusto estamos dispuestos a atenderte.

Apéndice C. Evidencias de la aplicación de la entrevista





Apéndice D. Formato de la encuesta

 <p>Universidad Francisco de Paula Santander Cúcuta - Colombia Vigencia: 1968</p>	Encuesta de medición de audiencia las noticias transmitidas por la emisora La Voz Curumaní
Objetivo: medir el nivel de audiencia	
Identificación del encuestado:	
1. Sexo: Masculino ___ Femenino ___	
2. Edad: 20-30 ___ 30-40 ___ 40-50 ___ 50-60 ___	
3. Nivel educativo:	
Primaria ___	
Secundaria ___	
Técnico ___	
Universitario ___	
Postgrado ___	
Otros ___	
4. Estrato socioeconómico al que pertenece:	
Uno ___ Dos ___ Tres ___ Cuatro ___	
Información general solicitada	
5. Escucha usted las noticias transmitidas por la emisora La Voz de Curumaní	
Si ___ No ___	
6. ¿Con qué frecuencia escucha las noticias transmitidas en la emisora La Voz de Curumaní?	
Todos los días ___ 3 veces a la semana ___ 2 veces a la semana ___	
1 vez por semana ___ ocasionalmente ___	
7. ¿Quién o quienes escuchan constantemente las noticias de la emisora La Voz de Curumaní?	
Toda la familia ___ padre y madre ___ sólo hijos ___ otros familiares ___ solo usted ___ todos los anteriores ___	
8. ¿Qué tiempo dedica a escuchar las noticias en las mañanas?	
Media hora ___ una hora ___ 15 minutos ___ no escucha las noticias ___	

9. ¿En qué horario prefiere escuchar las noticias?

Mañana__ Medio Día__ Tarde__ Noche__
No escucha noticias __ Fines de semana__

10. ¿Con qué propósito dedicas tiempo a escuchar las noticias de la emisora La Voz de Curumaní?

Medio de información__ Como medio de recreación__ Afinidad con la emisora__
Medio educativo__

11. ¿Qué fallas encuentra en la programación del noticiero de la emisora La Voz de Curumaní?

Contenidos__ Producción de programas__ Horarios de programas__
Trabajo periodístico__ Falta de contenidos comunitarios__ No tiene fallas__

12. ¿Qué fortalezas encuentras en la programación de la emisora la Voz de Curumaní?

Calidad de producción__ Contenidos adecuados__
Información diaria__ Entretenimiento__ Información en diferentes temas__

13. ¿Qué recomendación harías para mejorar la programación noticias de la emisora La Voz de Curumaní?

Apéndice E. Evidencias de la aplicación de la encuesta



