

**MAPA DE COBERTURA Y CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE LA
AUDIENCIA DE LA EMISORA COREDI FM 90.5**

YELITZA HERRERA GUTIÉRREZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

BUCARAMANGA

2019

**MAPA DE COBERTURA Y CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE LA
AUDIENCIA DE LA EMISORA COREDI FM 90.5**

YELITZA HERRERA GUTIÉRREZ

Trabajo de grado en la modalidad pasantía, para optar por el título de

COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

Director

Mg. ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

Magister en Pedagogía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

BUCARAMANGA

2019

Nota de aceptación

JOSÉ RAMÓN GARCÍA GIRALDO

Director de la Emisora COREDI FM

ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

Supervisor de pasantía

Marinilla, 20 de enero de 2019

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios por permitirme realizar este proceso en la Fundación Tecnológica Rural Coredi, ya que tuve la oportunidad de crecer a nivel personal, espiritual y profesional. También agradezco al equipo de trabajo de la Emisora COREDI FM, a las directivas de la Fundación y al personal en general que hicieron de la pasantía una experiencia única y enriquecedora. Y por último, pero no menos importante quiero agradecer a mis padres por el apoyo infinito que me ofrecen a diario.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	11
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	13
1.1 Generalidades.....	13
1.2 Reseña Histórica.....	13
1.3 Misión.....	14
1.4 Visión.....	14
1.5 Valores.....	14
1.6 Principios.....	15
1.7 Objetivos.....	17
1.8 Organigrama.....	17
1.9 Emisora COREDI FM.....	18
1.9.1 Reseña histórica.....	18
1.9.2 Misión.....	18
1.9.3 Visión.....	18
2. OBJETIVOS.....	19
2.1 Objetivo General.....	19
2.2 Objetivos Específicos.....	19
3. RESULTADOS.....	20
3.1 Mapa de cobertura.....	20
3.2 Tabulación de la encuesta.....	21
3.3 Matriz de análisis del grupo focal.....	27

	Pág.
3.4 Otras actividades realizadas.....	31
4. DISCUSIÓN.....	32
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	34
BIBLIOGRAFIA.....	35
ANEXOS.....	36

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama de la Fundación Tecnológica Rural Coredi.....	17

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta.....	35
Anexo B. Guía del grupo focal.....	38
Anexo C. Transcripción grupo focal.....	41
Anexo D. Fotos de actividades realizadas.....	46
Anexo F. Audios de producciones realizadas	48

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: MAPA DE COBERTURA Y CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE LA AUDIENCIA DE LA EMISORA COREDI FM 90.5

AUTOR(ES): YELITZA HERRERA GUTIÉRREZ

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

RESUMEN

Se presenta en este documento el informe final de la pasantía realizada en la Emisora COREDI FM como modalidad de trabajo de grado para la obtención del título profesional en Comunicación Social- Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana- seccional Bucaramanga. El objetivo principal de esta pasantía era la realización de un mapa de cobertura y la caracterización del perfil de la audiencia en la Emisora COREDI FM. Para lograr cumplir este objetivo se utilizaron dos instrumentos de recolección de datos: Encuesta y grupo focal, permitiendo la descripción de los hábitos y preferencias de escucha de los oyentes de la radio estación. Conocer la audiencia, sus hábitos y preferencias de escucha le permite a este tipo de medios masivos de comunicación generar estrategias para mejorar el contenido y la programación que se ofrece y así gestionar recursos para el sostenimiento de los mismos.

PALABRAS CLAVE:

Programación radial, Comunicación Participativa, Comunicación y Educación.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Coverage map and characterization of the audience profile of the Emisora COREDI FM 90.5

AUTHOR(S): YELITZA HERRERA GUTIÉRREZ

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

ABSTRACT

The final report of the internship in the Coredi FM broadcaster is presented in this document as a degree work modality for obtaining the professional degree in Social Communication-journalism from Universidad Pontificia Bolivariana- seccional Bucaramanga. The main objective of this internship was the realization of a coverage map and the characterization of the profile of the audience in the Coredi FM station. To achieve this objective, two data collection instruments were used: survey and focal group, allowing the description of the listening habits and preferences of the listeners of the radio station. Knowing the audience, their habits and listening preferences allows this type of mass media to generate strategies to improve the content and programming offered and manage resources to sustain them.

KEYWORDS:

Radio programming, participatory communication, communication and education.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

COREDI FM es una emisora de carácter de interés público en Gestión Directa y clasificada como Emisora Educativa Universitaria, concedida a la Fundación Tecnológica Rural Coredi por el Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia –MinTic- en el año 2012, con potencia de 5 kilovatios, en frecuencia modulada y con dial 90.5.

Su gestor, el Presbítero Francisco Ocampo Aristizábal quien la visualizaba como un medio educativo para el campesino, con un lenguaje cotidiano que mantuviera a la sub-región oriente de Antioquia más unida e informada.

Sin embargo, la emisora no había tenido la posibilidad de hacer una investigación que definiera el tipo de audiencia, sus hábitos de escucha y sus preferencias de consumo. Es por esta razón que los directivos de la Fundación solicitan que se realice esta labor como actividad principal de la pasantía realizada en la emisora durante en el periodo Agosto-diciembre de 2018.

Realizar un estudio de audiencia para un medio masivo como este es muy costoso, dispendioso y extenso. Pero es de vital importancia para generar estrategias de posicionamiento, creación de contenido y para la sostenibilidad económica de una radio estación.

En este informe se presenta “El mapa de cobertura y caracterización del perfil de la audiencia de la Emisora COREDI FM”, para la cual me apoye en dos investigaciones realizadas en Bucaramanga: la primera ejecutada por el Magister Alfredo Álvarez Orozco en la Emisora Radio Católica Metropolitana donde se realizó la caracterización de la audiencia de la misma. Y la segunda elaborada por Diego Alejandro García Sanabria, un estudiante de último semestre de la Universidad Pontificia Bolivariana- Seccional Bucaramanga, titulada

“Radio comunitaria: una aproximación al perfil de la audiencia de la emisora comunitaria La Brújula”

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

A continuación se presenta la identificación de la Fundación Tecnológica Rural Coredi, institución educativa a la que fue concedida la Emisora COREDI FM por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones de Colombia.

1.1 Generalidades

Nombre de la empresa: Fundación Tecnológica Rural Coredi

Dependencia: Emisora COREDI FM

Ubicación: Calle 30 N 36 - 11 - Marinilla (Antioquia)

Teléfono: (57-4) 569 01 20 ext. 229

Correo: institucional@tecnologiocoredi.edu.co

1.2 Reseña Histórica

La Fundación Tecnológica Rural Coredi, conocida en la región como Tecnológico Coredi, es una Institución de Educación Superior, con Personería Jurídica 1896 de 2007, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional, es una Institución creada por la Corporación Educativa para el Desarrollo Integral –COREDI- con el fin de dar oportunidad de acceso a la Educación Superior a todos pero de manera especial a la población rural.

Con miras a complementar su proyección social, el Tecnológico Coredi, solicitó al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MinTic, la concesión de una emisora, para llegar a través de la radio de manera más eficaz a las comunidades; concesión que fue otorgada por Resolución 000325 el 23 de febrero del año 2012 para una

Emisora de Interés Público, con clasificación de Emisora Educativa Universitaria, la cual tiene como nombre COREDI FM 90.5.

1.3 Misión

Somos una Institución de Educación Superior, comprometida con el desarrollo integral y solidario en el marco del espíritu cristiano, a través del desarrollo de la docencia, la investigación y la proyección social, con criterios de sostenibilidad económica, ambiental, cultural y social.

1.4 Visión

En el año 2022 nuestra Institución, será líder en los procesos de formación y desarrollo con excelencia educativa, para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes en sus propios contextos, conforme a las tendencias mundiales, en la participación social y en la integración comunitaria.

1.5 Valores

La Fundación Tecnológica Rural Coredi actúa bajo principios éticos y orienta a la comunidad a vivir en armonía consigo misma y con los demás en la práctica de los siguientes principios y valores.

1. El respeto por la vida en todas sus manifestaciones.
2. El respeto por la persona humana y su dignidad a la luz del Evangelio.
3. El desarrollo integral.

4. La búsqueda de la paz.

1.6 Principios

La Fundación Tecnológica Rural Coredi se rige con los siguientes valores:

- 1. Solidaridad.** Entendida como la capacidad de actuar con las demás personas en un marco de equidad, igualdad y de trabajo en equipo, fomentando las acciones colectivas y asociativas, que se enseñan y aprenden en las prácticas educativas, productivas y comunitarias. Estos aspectos se respalda en la Doctrina Social de la Iglesia –DSI- cuando expresa que es la “intrínseca sociabilidad de la persona humana como sujeto que posee gran dignidad e igualdad de derecho” (No. 192), y que es la “exigencia de reconocer en el conjunto de los vínculos que unen a los hombres y a los grupos sociales entre sí, el espacio ofrecido a la libertad humana para ocuparse del crecimiento común, compartido por todos” (DSI. 192 y 194).
- 2. Tolerancia.** Capacidad de comprender, aceptar y valorar a las demás personas en la diversidad cultural, social, étnica, religiosa, ideológica y económica. Es la virtud que permite solucionar pacíficamente los conflictos y armonizar la convivencia en las comunidades.
- 3. Autonomía.** Independencia y objetividad en el pensar y actuar, de acuerdo con principios y normas. Las comunidades son autónomas en la medida en que toman sus propias decisiones a partir de la participación comunitaria con enfoque de derechos y de desarrollo territorial. En lo referente a la autonomía universitaria la institución ejerce libre y responsablemente, con actitud crítica y libertad de cátedra, reconociendo que la autonomía es un paso a la libertad.

- 4. Responsabilidad.** Compromiso en el actuar frente a las demás personas y el medio ambiente, tomando decisiones conscientemente, aceptando las consecuencias de sus actos y rindiendo cuenta de ellos.
- 5. Respeto.** Práctica de las buenas relaciones con la naturaleza y con la dignidad humana. en este sentido la institución oriente hacia el acatamiento a la norma y al buen trato a los congéneres, permitiendo la expresión de las ideas y formas de pensar.
- 6. Liderazgo.** Capacidad de emprender e influir en otros para la acción, buscando el bien colectivo y tomando decisiones de acuerdo con lo acordado por una comunidad o cuando es necesario por decisión propia. El líder que pretende ayudar a formar la institución, es una persona firme de carácter para hacer cumplir lo decidido, cumpliendo primero él con los compromisos pactados.
- 7. Honestidad.** Rectitud, coherencia y sinceridad en el actuar, se relaciona con los principios de verdad y justicia y con la integridad ética y moral. La honestidad permite la libertad de conciencia y el camino a la legalidad.

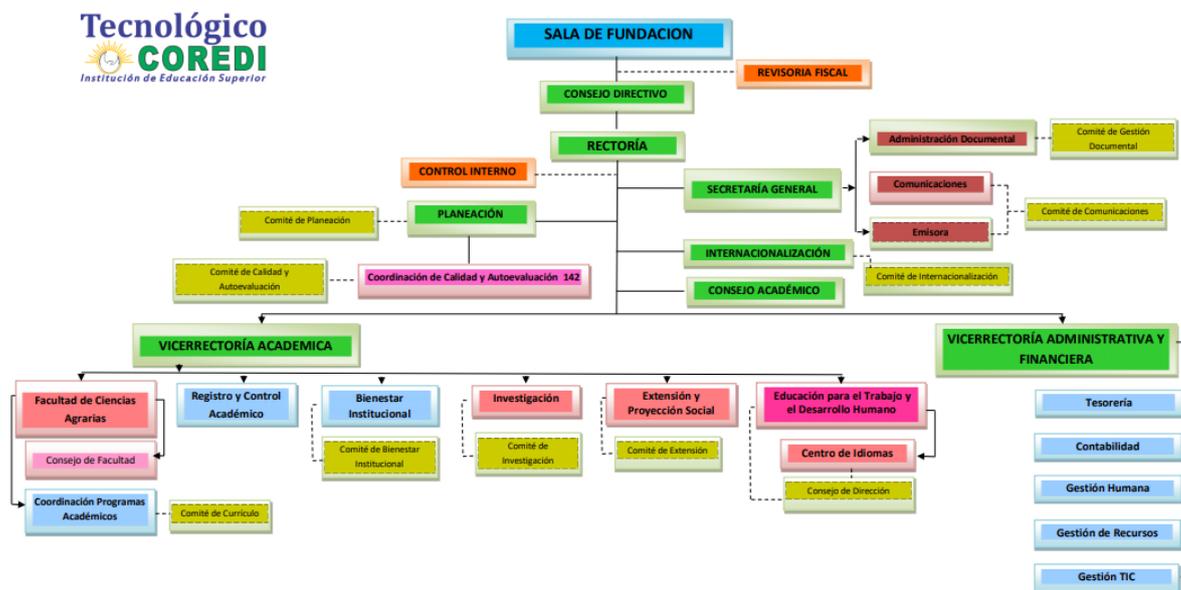
1.7 Objetivos Institucionales

Los objetivos de la Fundación Tecnológica Rural Coredi, en armonía con los establecidos en el Artículo 6 de la Ley 30 de 1992, son:

1. Desarrollar un proyecto educativo con responsabilidad social, articulado a los planes estratégicos territoriales que promueva la acción colectiva.
2. Producir nuevos conocimientos para el desarrollo multidimensional local, basados en las capacidades, la equidad, la sostenibilidad territorial y la gobernanza.

3. Formar profesionales para la gestión del desarrollo de los territorios rurales, para la construcción de redes de innovación rural, el emprendimiento y el autoempleo.
4. Promover acciones de investigación con los actores sociales para contribuir a la transformación de la realidad.
5. Desarrollar un modelo de extensión y proyección social contextualizado a las necesidades y posibilidades de las comunidades.
6. Promover desde las líneas misionales de la institución, el desarrollo humano integral de la persona.
7. Promover alianzas y proyectos con instituciones de orden nacional e internacional.

1.8 Organigrama



1.9 Emisora Coredi Fm

1.9.1 Reseña Histórica

La emisora COREDI FM 90.5 inicia como una propuesta del Presbítero Francisco Ocampo Aristizábal, Gerente de COREDI (1992-2018), quien visiona una emisora educativa para el campesino, con un lenguaje no tan técnico buscando mantener la región del oriente Antioqueño unida.

En 2010 la Institución empieza a tramitar la concesión de la emisora y en el 2012 logra obtener la licencia para una emisora de interés pública, en gestión directa, en la clasificación de emisora universitaria educativa, con potencia de 5 kilovatios en FM.

1.9.2 Misión

La emisora Coredi FM 90.5, es una emisora de interés público que promueve los valores éticos y morales prestando servicios de educación, comunicación y entretenimiento en busca de un desarrollo integral más humano, en el espíritu cristiano, que promueve el trabajo solidario y el crecimiento del individuo para el bienestar común.

1.9.3 Visión

La emisora Coredi FM 90.5 en el año 2022 habrá contribuido de manera específica y significativa en el desarrollo educativo y cultural de la población rural dispersa del oriente antioqueño, permitiendo a la comunidad la realización de estudios formales desde la primera infancia hasta la educación superior, ofertando una radio educativa y cultural de calidad reconocida por los entes territoriales.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Realizar un mapa de cobertura y caracterización del perfil de la audiencia de la emisora COREDI FM 90.5

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los municipios de Antioquia donde tiene cobertura la emisora COREDI FM 90.5
- Determinar los hábitos de escucha de los oyentes de la emisora COREDI FM 90.5
- Describir las preferencias de consumo radiofónico de los oyentes de la emisora COREDI FM 90.5.

3. RESULTADOS

Durante el periodo de la pasantía se realizó como actividad principal un mapa de cobertura y una caracterización del perfil de la audiencia de la Emisora COREDI FM.

A continuación se presentan los resultados del mapa de cobertura y la aplicación de los dos instrumentos utilizados: encuesta (anexo A) y grupo focal (anexo B y C).

3.1 Mapa De Cobertura

ITEM	MUNICIPIO	N. DE HABITANTES	MUESTRA
1.	Sonsón	38.359	19
2.	La Unión	27.035	14
3.	La Ceja	46.366	23
4.	Abejorral	19.893	10
5.	El Retiro	16.974	8
6.	Rionegro	101.046	51
7.	Guarne	39.753	20
8.	El Santuario	26.152	13
9.	El Carmen de Viboral	40.968	20
10.	San Francisco	6.273	3
11.	Cocorná	14.741	7
12.	San Luis	10.780	5
13.	San Carlos	13.000	6
14.	San Rafael	13.203	7
15.	Granada	9.436	5
16.	Guatapé	5.800	3
17.	El peñol	16.177	8
18.	San Vicente	19.273	10
19.	Alejandro	3.730	2
20.	Concepción	4.410	3
21.	Jericó	12.761	6
22.	Montebello	7.389	4
23.	Santa Barbara	23.442	12
24.	Santa Rosa	31.028	16
25.	San Pedro de los Milagros	22.100	11
26.	Campamento	7.828	4
27.	Yarumal	41.362	21
28.	Puerto Triunfo	16.349	8
29.	Caramanta	5.603	3
30.	Marinilla	45.658	23
MUESTRA TOTAL			345

Fuente: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/.../antioquia.xls>

Muestra: 0.05%

Tipo de muestreo: Probabilístico – aleatorio simple

Margen de error: 4%

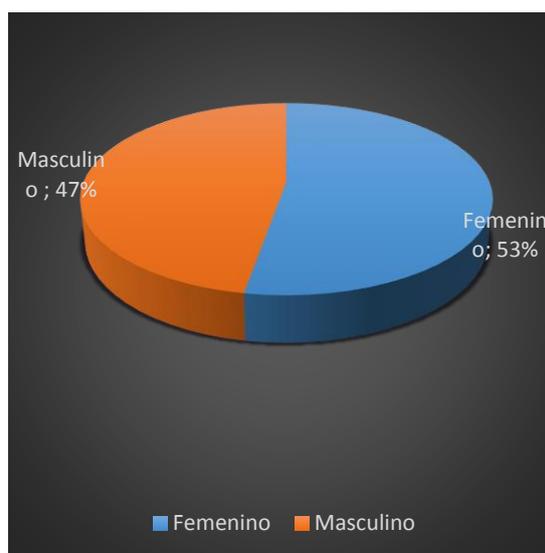
Hombres y mujeres de los 30 municipios en los siguientes rangos de edad:

- a. 15 – 24
- b. 25 – 34
- c. 35 – 44
- d. 45 – 54
- e. Más de 55

3.2 Tabulación De La Encuesta

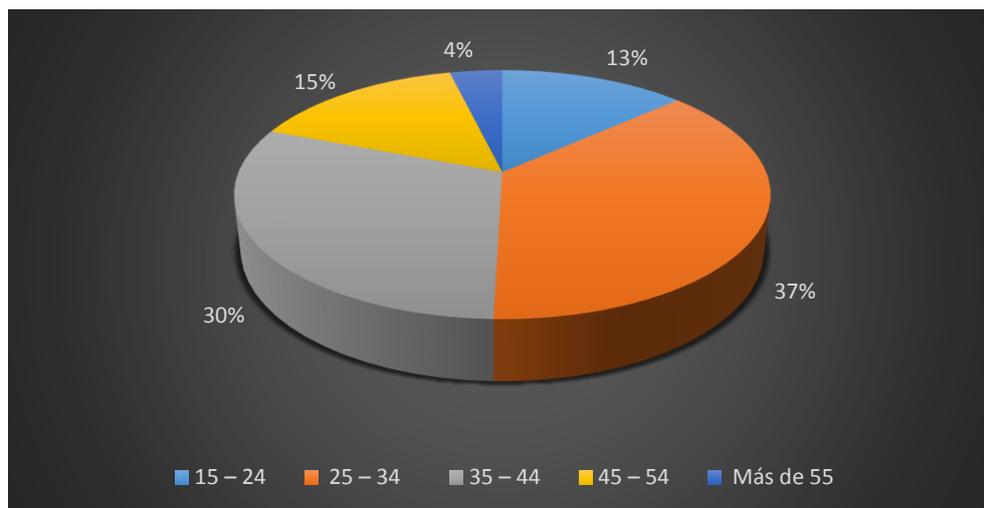
La encuesta aplicada a la muestra poblacional de cada uno los treinta municipios donde tiene cobertura la emisora COREDI FM tuvo los siguientes resultados:

1. SEXO



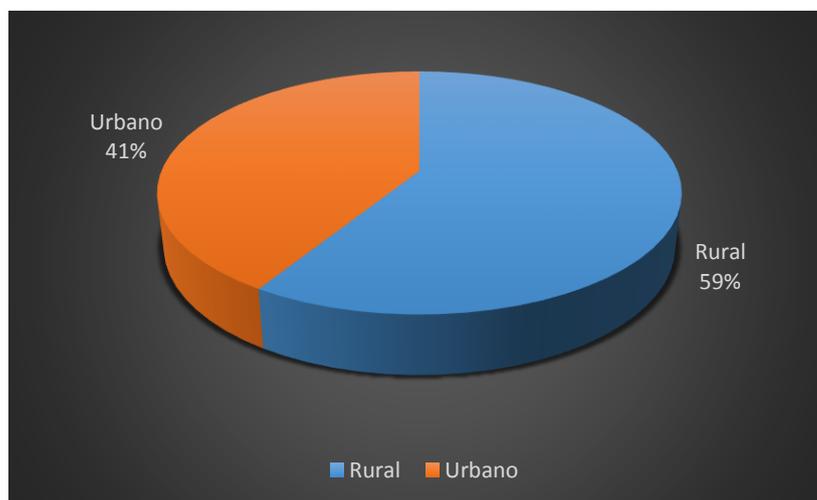
El resultado aquí obtenido nos permite confirmar que la emisora es escuchada tanto por hombres como por mujeres. Aun así predomina la audiencia femenina.

2. EDAD



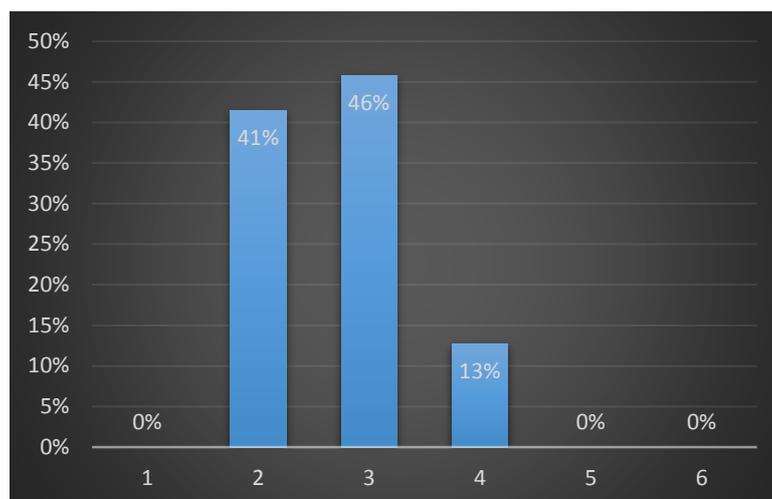
La respuesta predominante a esta pregunta fue el rango de edad “25 a 34 años” con un 37%, seguida del rango “35 a 44 años” lo que denota que los oyentes de la emisora son en su mayoría adultos.

3. SECTOR DONDE VIVEN



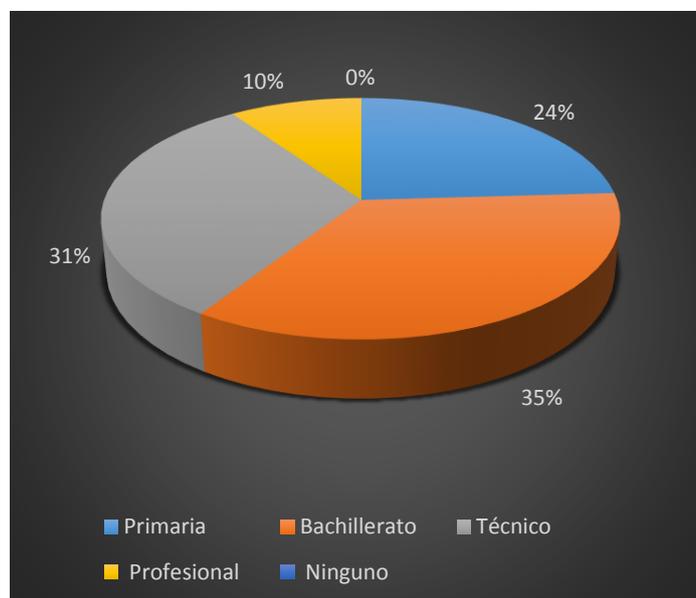
La encuesta confirmó lo que ya se intuía. La emisora es escuchada principalmente por la población rural.

4. ESTRATO SOCIO ECONÓMICO



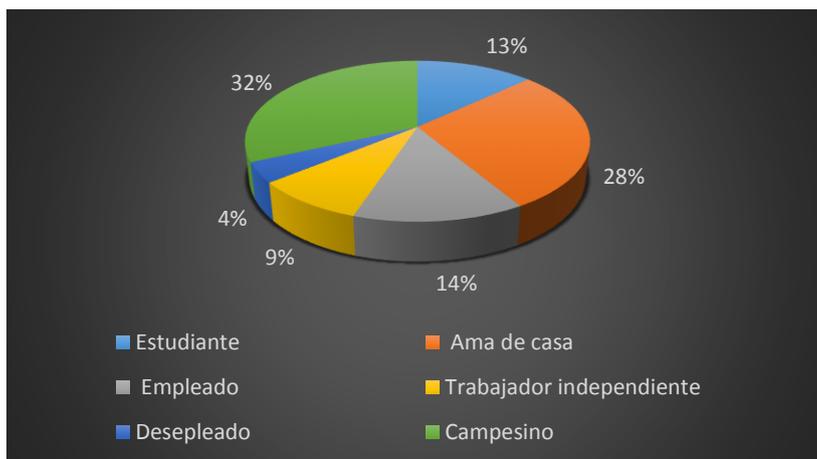
El estrato socio económico predominante entre los radioescuchas de la emisora es medio- bajo. Para ser más específicos la audiencia corresponde a los estratos 2 y 3.

5. NIVEL DE ESCOLARIDAD



Es importante tener en cuenta que la Emisora está adjudicada a una institución educativa, por lo tanto el nivel de escolaridad de la audiencia es directamente proporcional a este hecho. (Bachillerato 35% y técnico 31%).

6. OCUPACIÓN



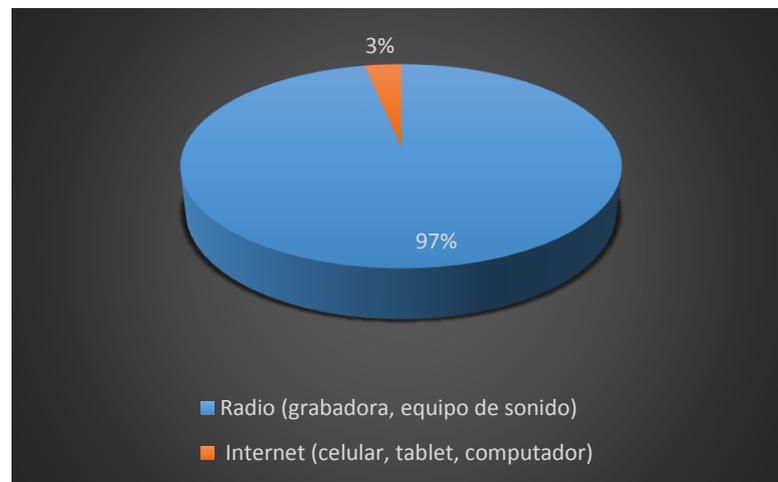
Teniendo en cuenta que la audiencia de la emisora es principalmente del sector rural y femenino, resulta evidente que las ocupaciones predominante sean “campesino” 32% y “ama de casa” 28%.

7. ¿HACE CUÁNTO ESCUCHA COREDI FM?



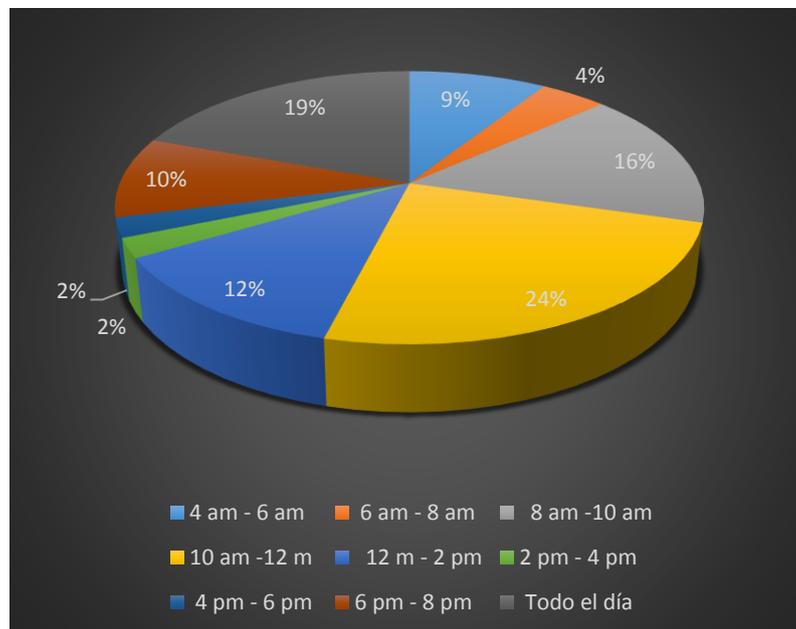
La emisora COREDI FM se encuentra al aire desde el 2012, pero muestra mayor fidelidad de la audiencia desde hace dos años.

8. ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO ESCUCHA LA EMISORA COREDI FM?



La respuesta que presumíamos era evidente ratifico que la radio es el medio más utilizado para escuchar la emisora COREDI FM.

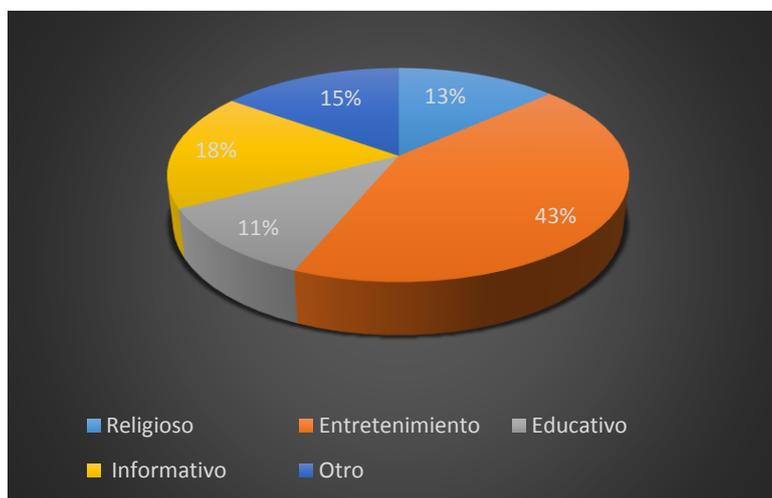
9. ¿EN QUÉ HORARIO DEL DÍA ACOSTUMBRA ESCUCHAR COREDI FM?



Con esta pregunta evidenciamos que la franja con mayor audiencia es la de la mañana, para ser más específicos entre las 8 am y las 2pm. Una respuesta que ya nos esperábamos debido a la gran participación de los oyentes en los programas de esa

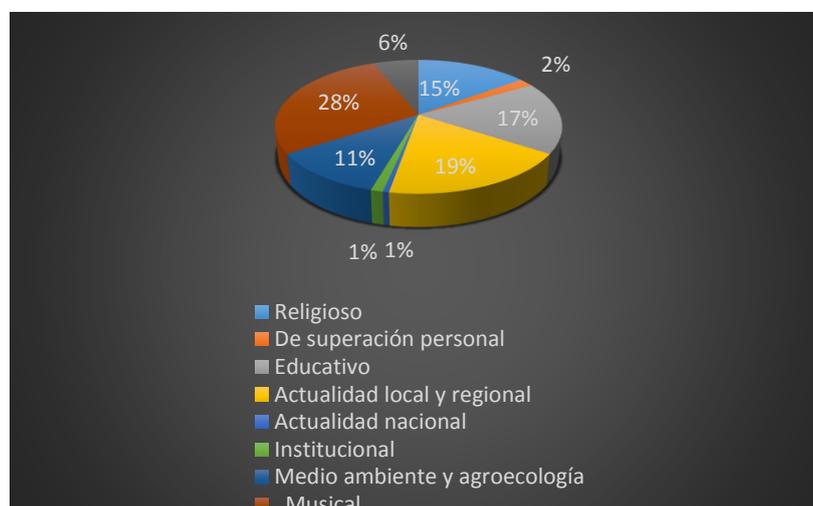
franja. También, encontramos que un 19% de la población encuestada presume escuchar la emisora todo el día.

10. ¿QUÉ TIPOS DE PROGRAMA PREFIERE ESCUCHAR?



Tanto en la encuesta como en el grupo focal la respuesta a las preguntas con respecto a las preferencias de escucha indican que los oyentes de la emisora le gustan más el contenido de entretenimiento con el 43%. Y lo ratifica la opción otros con un 15%, esta respuesta la debían argumentar con otra pregunta: ¿Cuál?, donde la respuesta fue contenido musical.

11. ¿QUÉ TEMAS Y CONTENIDOS PREFIERE ESCUCHAR EN LA EMISORA COREDI FM?



En esta pregunta la respuesta con mayor incidencia es el contenido musical lo que confirma el resultado obtenido en la pregunta anterior. Pero también nos permite evidenciar el interés de los oyentes por sentirse informados de lo que sucede a nivel local, regional y nacional.

12. ¿CUÁL ES SU PROGRAMA FAVORITO DE LA EMISORA COREDI FM?

Si bien, la mayoría de los encuestados no identificaba el nombre de los programas de la emisora, se pudo detectar que los programas más escuchados son: Tu canción, vive la mañana, magazine corediano, la misa y del campo al campo.

13. ¿QUÉ OTRO TEMA LE GUSTARÍA ESCUCHAR EN LA EMISORA COREDI FM?

Las respuestas predominantes a esta pregunta fueron los temas deportivos y de farándula.

3.3 Matriz de Análisis del Grupo Focal

CATEGORIA	DEFINICIÓN CATEGORICA	HALLAZGOS	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Comunicación participativa	Kaplún afirma que “la auténtica comunicación – interpersonal o masiva- se forja en el diálogo y en la participación libre y equilibrada de los distintos actores sociales: “La verdadera comunicación no	Entrevistada 5: programas donde presentaran a las personas de nuestra comunidad contando sus historias, sus experiencias, que hubiera más contacto con los oyentes, que	Se reconoce la importancia de la participación de los oyentes en la construcción de contenido que garantice la calidad de la programación y la fidelización de la audiencia.

	<p>está dada por un emisor que habla y un receptor-recipiente que escucha, sino por dos seres o comunidades humanas que dialogan (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales)” (p.17)</p>	<p>tuvieran en cuenta nuestra opinión como por ejemplo este tipo de actividades.</p>	
<p>Comunicación educativa</p>	<p>Kaplún afirma que la comunicación educativa “tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su</p>	<p>Entrevistada 4: Me gustan los programas educativos y culturales.</p> <p>Entrevistada 4: sería bueno que hicieran programas más educativos de temas sobre salud, superación personal</p>	<p>Si bien, la emisora emite programas pedagógicos, los participantes enfatizan en la importancia de la diversificación de los temas educativos, ya que reconocen la utilidad del medio para poder adquirir conocimiento sin desplazarse de su entorno.</p>

	<p>función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas” (p.244)</p>		
<p>Programación Radial</p>	<p>López Vigil afirma que “La programación es una conversación planificada entre emisores y receptores, tomando en cuenta la disponibilidad de éstos últimos. Los programas no se suceden simplemente unos tras otros, al tuntún, cuando a los productores les viene en gana producirlos. ¿Quiénes queremos que nos escuchen? ¿Cómo coincidir con ellos? La programación viene siendo la</p>	<p>Entrevistada 1: Me gustaría escuchar programas juveniles y deportivos, que hubieran franjas mejor segmentadas para los diferentes oyentes.</p> <p>Entrevistada 1: Que la programación que presentan en la emisora estuviera dividida por tipos de oyentes, por ejemplo en la mañana para las amas de casa que escuchan música mientras hacen aseo y que en la tarde fuera para</p>	<p>La entrevistada es muy enfática en la necesidad de segmentar la programación de la emisora el públicos específicos y diversos. Lo que se convertiría en la opción perfecta para atraer diferentes tipos de patrocinadores que garanticen la sostenibilidad económica de la emisora.</p>

	solicitud que hace una radio determinada buscando a un público determinado”. (cap.11).	personas jóvenes y la música más variada	
--	--	--	--

3.3 Otras Actividades Realizadas

Vale la pena resaltar que durante la pasantía también se desarrollaron actividades apoyando la pre-producción, producción y pos-producción de los diferentes programas que conforman la parrilla de programación de la emisora Coredi FM 90.5.

Las actividades laborales inician con la programación de la misa a las 7 a.m. que consiste en enlazar la emisora por internet con la Parroquia La Asunción de Marinilla (Antioquia).

A las 7: 30 am empieza la transmisión del programa La Voz del Papa, al cual se le acompaña en el control master. Otro de los programas que se realizan en la emisora es “Vive La Mañana”, en este la programación musical está pre-determinada por los siguientes géneros: romántico, vallenatos clásicos, rancheras, popular y tropical. Está dirigido a la población rural y tiene la siguiente estructura: reflexión, resultado de loterías, estado de las vías, pronóstico del tiempo y actualidad agropecuaria que se realiza con la ayuda de los docentes de la Fundación Tecnológica Rural Coredi. Cada sección va seguida de una canción.

Durante el medio día se realiza el informativo “Magazine Corediano”, en el cual además de tener varias secciones, tenía la responsabilidad del control master y locución.

También se apoya en el control master otros programas, entre los cuales encontramos, Educando con Valores y Marinilla Somos Todos.

Y por último, se realizó acompañamiento en los procesos comunicativos de eventos asociados a la Fundación Tecnológica Rural Coredi y la Emisora Coredi FM 90.5.

4 DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos con cada uno de los instrumentos aplicados se relacionan a continuación de manera categórica:

- *Comunicación Participativa:* Los oyentes de la emisora COREDI FM mostraron gran interés al diligenciar la encuesta, al igual que las participantes del grupo focal. En ambas situaciones las personas manifestaban que sentían que su opinión era tenida en cuenta para mejorar la programación de la emisora. También, indicaron que era muy importante para ellos tener una comunicación bidireccional, que les permitiera la participación dentro de la construcción del contenido que se emite en la radio difusora.
- *Comunicación Educativa:* Teniendo en cuenta que la emisora es de carácter de interés público, clasificada como emisora educativa universitaria, los oyentes no la perciben como tal, expresándose así que la emisora no está cumpliendo su función primordial: “educar”. Esto, en razón que los resultados de las encuestas y el grupo focal manifiestan mayor interés por temas de entretenimiento y contenido musical. En el caso específico de la encuesta las respuesta a la pregunta 12 “¿Qué temas y contenidos prefiere escuchar en la emisora COREDI FM?”, tienen como resultado: entretenimiento con un 43% dejando de lado al contenido educativo que solo obtuvo un 11%; y para la pregunta 13 “¿Qué tipos de programa prefiere escuchar?” la respuesta predominante fue contenido musical con un 28% y la opción educativa tan solo obtuvo un 17%.
- *Programación Radial:* Los resultados obtenidos para esta categoría nos indican que la emisora debe concentrarse en la segmentación por franjas de los diferentes públicos objetivos. Construyendo una parrilla de programación que permita cubrir la diversidad sociodemográfica de la audiencia actual y la audiencia potencial. Vale la

pena resaltar lo citado anteriormente en la matriz de análisis para esta categoría, donde el autor López Vigil (1997) afirma:

“La programación es una conversación planificada entre emisores y receptores, tomando en cuenta la disponibilidad de éstos últimos. Los programas no se suceden simplemente unos tras otros, al tuntún, cuando a los productores les viene en gana producirlos. ¿Quiénes queremos que nos escuchen? ¿Cómo coincidir con ellos? La programación viene siendo la solicitud que hace una radio determinada buscando a un público determinado” (p. 285).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El primer resultado obtenido en este proceso fue el mapa de cobertura que se realizó a través de un sondeo por *whatsapp* que permitió identificar los municipios donde tiene cobertura la emisora COREDI FM. En su totalidad son 30 municipios que fueron relacionados anteriormente (Mapa de Cobertura de la emisora COREDI FM).
- A partir de los resultados de la encuesta y el grupo focal se pudo definir la caracterización del perfil de la audiencia de la emisora. En base a estos se pudo determinar que la audiencia de la emisora COREDI FM es principalmente del sector rural, que se dedican a las labores del campo, compuesta por personas de ambos géneros en proporciones muy similares, que se encuentran entre los 25 y 44 años de edad, con un nivel de escolaridad bachillerato y técnico, y con un estrato socioeconómico entre 2 y 3.
- Dentro de los hábitos de escucha de los oyentes de la emisora se puede referenciar que la franja más escuchada es de 8 am a 2 pm. Sin embargo un porcentaje significativo también manifestó que escuchan la emisora todo el día, por su contenido religioso, educativo, musical y de superación personal.
- Se pudo determinar que los oyentes de la emisora prefieren escuchar temas de entretenimiento y contenido musical. También, se identificó que los oyentes estarían interesados en escuchar temas deportivos, información de interés y farándula y contenido educativo con temáticas variadas.

A partir de este informe se puede generar una estrategia para la creación de contenido y reestructuración de la parrilla de programación. Además de ser una herramienta vital para la obtención de patrocinios que garanticen el auto sostenimiento de la Radio estación.

BIBLIOGRAFÍA

GARCIA SANABRIA, Diego Alejandro. (2016). Radio comunitaria: una aproximación al perfil de la audiencia de la emisora comunitaria La Brújula. Recuperado en julio de 2018 de https://biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co/docs/digital_31357.pdf

ÁLVAREZ OROZCO, Alfredo. (2016). Caracterización del perfil de la audiencia de Radio Católica Metropolitana. Recuperado en julio de 2018 de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/puente/article/download/7017/6415>

EL'GAZI, Jeanine. Que suene la radio: Guía de trabajo del taller de producción radial. Bogotá: Ministerio de cultura, 1998.

MATA, María Cristina. Como conocer la audiencia de una emisora: Los sondeos de audiencia. Cuaderno de investigación 3. Quito: ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), 1994

LÓPEZ Vigil, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Gráficas Silva, 1997.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 1991.

KAPLÚM, Mario. Una pedagogía de la comunicación. Madrid: Ediciones dela torre, 1998.

KAPLÚM, Mario. Comunicación entre grupos. El método de cassette-foro. Buenos Aires: Humanitas, 1990.

ANEXOS

Anexo A.
ENCUESTA

Presentación: La EMISORA COREDI F.M. pertenece a la Fundación Tecnológica Rural Coredi, la cual ha sido concedida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –MinTic-

Esta encuesta hace parte de una investigación de la Emisora COREDI F.M y busca identificar el perfil de la audiencia de la emisora. La información que nos proporcione será confidencial.

De antemano les agradecemos por su información y disposición para resolver la encuesta.

1. Sexo

- a. Femenino
- b. Masculino

2. ¿Qué edad tiene?

- f. 15 – 24
- g. 25 – 34
- h. 35 – 44
- i. 45 – 54
- j. Más de 55

3. ¿En qué municipio vive?

4. ¿En qué sector vive?

- a. Rural
- b. Urbano

5. ¿En qué vereda o barrio vive?

6. ¿Cuál es su Estrato Socioeconómico?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6

7. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

- a. Primaria
- b. Bachillerato
- c. Técnico
- d. Profesional
- e. Ninguno

8. ¿Cuál es su ocupación?

- a. Estudiante
- b. Ama de casa
- c. Empleado
- d. Trabajador independiente
- e. Desepleado
- f. Campesino
- g. Otra

¿cuál? _____

9. ¿Hace cuánto escucha COREDI FM?

- a. Hace menos de un año
- b. Hace más de un año
- c. Hace más de dos años
- d. Hace cinco años

10. ¿A través de que medio escucha la emisora COREDI FM?

- a. Radio (grabadora, equipo de sonido)
- b. Internet (celular, tablet, computador)

11. ¿En qué horario del día acostumbra escuchar COREDI FM?

- a. 4 am - 6 am
- b. 6 am - 8 am
- c. 8 am -10 am
- d. 10 am -12 m
- e. 12 m - 2 pm
- f. 2 pm - 4 pm

- g. 4 pm - 6 pm
- h. 6 pm - 8 pm
- i. Todo el día

12. ¿Qué tipos de programa prefiere escuchar?

- a. Religioso
- b. Entretenimiento
- c. Educativo
- d. Informativo
- e. Otro ¿cuál?_____

13. ¿Qué temas y contenidos prefiere escuchar en la COREDI FM?

- a. Religioso
- b. De superación personal
- c. Educativo
- d. Actualidad local y regional
- e. Actualidad nacional
- f. Institucional
- g. Medio ambiente y agroecología
- h. Musical
- i. Otro ¿cuál?_____

14. ¿Cuál es su programa favorito de la emisora COREDI FM?

15. ¿Qué otro tema le gustaría escuchar en la Emisora COREDI FM?

Anexo B.

GUIA DEL GRUPO FOCAL

“CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE LA AUDIENCIA DE LA EMISORA COREDI F.M”

INICIACIÓN

1. Presentación del moderador, del observador-asistente y de los participantes del grupo
2. Presentación de los objetivos del grupo focal
3. Presentación de la metodología

DESARROLLO

1. Aplicación de la guía del grupo focal anexa por parte del moderador
2. Presentación del resumen general de la discusión por parte del moderador
3. Reflexión final. Preguntar a los participantes sobre aspectos que no se hayan abordado en la discusión y que deseen incluir

CIERRE

1. Sesión de preguntas finales e inquietudes de los participantes
2. Agradecimientos y despedida
3. Revisión y ajuste de las notas tomadas por el moderador y el observador (En privado)

PERCEPCIONES E INTERESES DE LOS OYENTES DE LA EMISORA COREDI F.M FRENTE AL CONTENIDO DE LA RADIO ESTACIÓN

GUÍA DEL GRUPO FOCAL

OBJETIVO: Identificar las percepciones y los intereses de los oyentes de la Emisora COREDI F.M. frente al contenido de la radio estación.

TEMA 1: Imaginarios de los oyentes frente a la emisora COREDI F.M.

Todos en algún momento de nuestra vida hemos tenido un tipo de acercamiento al medio radial. Recuerden Ustedes *¿Cómo ha sido su experiencia como oyentes de la emisora COREDI F.M?*

Tópicos aclaratorios:

1. ¿De qué manera nos acercamos por primera vez a la Emisora COREDI F.M.?
2. ¿Qué tipo de contenidos radiales consumíamos antes y qué contenidos consumimos ahora?
3. ¿Ha cambiado nuestra relación y percepción frente a la Emisora COREDI F.M.?

TEMA 2: Programación de la Emisora

“La programación es la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite” -Elsa Moreno, Profesora Adjunta de Programación Radiofónica de la Universidad de Navarra.

¿Cómo perciben los oyentes la programación de la Emisora COREDI F.M?

Tópicos aclaratorios:

1. ¿Qué tipos de programas quisiera escuchar en la Emisora COREDI F.M.?
2. Entre los programas que emite actualmente la Emisora COREDI F.M. ¿cuál de ellos prefiere escuchar y por qué?
3. ¿Qué opinión tiene usted de los contenidos culturales y musicales realizados en la Emisora?
4. ¿Qué recomendaciones pueden dar para que los programas educativos de la Emisora sean atractivos para los distintos tipos de públicos?

Anexo C.

TRANSCRIPCIÓN DEL GRUPO FOCAL

**PERCEPCIONES E INTERESES DE LOS OYENTES DE LA EMISORA COREDI
F.M FRENTE AL CONTENIDO DE LA RADIO ESTACIÓN**

Las entrevistas realizadas en este grupo focal se realizaron en la Vereda la Asunción del municipio de Marinilla a seis oyentes de la Emisora Coredi FM.

TEMA 1: Imaginarios de los oyentes frente a la emisora COREDI F.M.

¿De qué manera nos acercamos por primera vez a la Emisora COREDI F.M.?

- Entrevistada 1: buscando en la radio algo para escuchar sintonicé la emisora y me quedo gustando.
- Entrevistada 2: Mi esposo siempre la sintoniza, por eso la escucho.
- Entrevistada 3: la escuche por primera vez en la tienda y me gustó mucho la música que ponen.
- Entrevistada 4: También la escuche por primera vez buscando en la radio.
- Entrevistada 5: Siempre me ha gustado escuchar la misa por Coredi
- Entrevistado 6: La verdad es que en mi casa es la única emisora que se sintoniza bien.

¿Qué tipo de contenidos radiales consumíamos antes y qué contenidos consumimos ahora?

- Entrevistada 1: Siempre me ha gustado escuchar música, pero desde que escucho Coredi también pongo la misa.

- Entrevistada 2: También escucho música y ahora me gusta escuchar las noticias al medio día
- Entrevistada 3: Antes no escuchaba ninguna emisora, pero me gusta la música que ponen en Coredi
- Entrevistada 4: Me gustan los programas educativos y culturales, así que ahora me gusta mucho el programa del Cura de Rionegro: “Las fondas de mi pueblo”
- Entrevistada 5: Yo antes solo escuchaba “La vida de todos los Santos” con el Padre Pacho y la misa de la tarde pero ahora la escucho todo el día porque ponen muy buena música.
- Entrevistado 6: A mí solo me gusta la Música

¿Ha cambiado nuestra relación y percepción frente a la Emisora COREDI F.M.?

- Entrevistada 1: Desde que la escuche por primera vez me gustó mucho esta emisora
- Entrevistada 2: En realidad pensaba que solo era de música popular y guasca pero ahora también sé que hay programas informativos, educativos y religiosos.
- Entrevistada 3: Siempre ponen muy buena música pero ahora también hacen unas reflexiones muy bonitas en casi todos los programas y eso lo ayuda a uno a mejorar en muchos aspectos de la vida.
- Entrevistada 4: Ahora la escucho más porque hay más variedad en los programas. Me gustan los programas informativos y culturales
- Entrevistada 5: Mi gusto por Coredi siempre ha sido por la programación religiosa, pero ahora también me gusta mucho la música
- Entrevistado 6: No, la verdad siempre la he escuchado y me gusta mucho.

TEMA 2: Parrilla de programación

¿Qué tipos de programas quisiera escuchar en la Emisora COREDI F.M.?

- Entrevistada 1: Me gustaría escuchar programas juveniles y deportivos, que hubieran franjas mejor segmentadas para los diferentes oyentes.
- Entrevistada 2: A mí me gustaría que hubieran más noticias regionales y nacionales, por ejemplo por las mañanas que uno se despierta temprano poder escuchar la información de lo que pasa en el pueblo y en el país.
- Entrevistada 3: Yo quisiera escuchar un programa donde cuenten la historia de los artistas y su música.
- Entrevistada 4: sería bueno que hicieran programas más educativos de temas sobre salud, superación personal o sobre tips para el hogar.
- Entrevistada 5: programas donde presentaran a las personas de nuestra comunidad contando sus historias, sus experiencias, que hubiera más contacto con los oyentes, que tuvieran en cuenta nuestra opinión como por ejemplo este tipo de actividades.
- Entrevistado 6: A mí también me gustaría encontrar más programación juvenil sobre todo por las tardes y que uno pudiera llamar para dar saludos, pedir canciones y opinar sobre algunos temas divertidos.

Entre los programas que emite actualmente la Emisora COREDI F.M. ¿cuál de ellos prefiere escuchar y por qué?

- Entrevistada 1: Me gustan mucho los programas de música, porque ponen vallenato, música popular, y salsa. Además los locutores son muy animados y alegres.
- Entrevistada 2: El noticiero es mi programa favorito porque dan las noticias del Oriente Antioqueño y ponen música más romántica.

- Entrevistada 3: Me gusta mucho escuchar “Vive la mañana” porque ponen buena música, entrevistan artistas y dan reflexiones que lo ayudan a mejorar la vida de las personas.
- Entrevistada 4: yo escucho las fondas de mi pueblo, **es un programa cultural** y me gusta porque el Cura da buenos concejos, también tiene invitados muy divertidos, también trovan y eso es muy representativo de nosotros los paisas.
- Entrevistada 5: A mí me gusta mucho “La vida de todos los santos”, la misa y “La voz del Papa”, porque soy muy católica y me gustan esos temas donde Dios es el tema principal, además es la mejor bendición para empezar el día.
- Entrevistado 6: A mí me gustan los **programas musicales** porque me gusta la música que ponen.

¿Qué opinión tiene usted de los contenidos culturales y musicales realizados en la Emisora?

- Todas respondieron que los programas que hay son muy buenos pero que deben variar más los temas.

¿Qué recomendaciones pueden dar para que los programas educativos de la Emisora sean atractivos para los distintos tipos de públicos?

- Entrevistada 1: **Que la programación que presentan en la emisora estuviera dividida por tipos de oyentes**, por ejemplo en la mañana para las amas de casa que escuchan música mientras hacen aseo y que en la tarde fuera para personas jóvenes y la música más variada.

- Entrevistada 4: Que los temas de los programas educativos fueran más variados, y que permitieran que los oyentes participaran de los programas para dar su opinión.
- Las demás entrevistadas indicaron estar de acuerdo con lo que respondieron las compañeras del grupo focal.

Anexo D.

FOTOS DE ACTIVIDADES REALIZADAS

- Entrevista realizada al Gobernador de Antioquia Luis Pérez Gutiérrez, en visita realizada a las instalaciones de la Fundación Tecnológica Rural Coredi.



- Participación como Maestra de ceremonia en la entrega de las titulaciones de la Fundación.



- Entrevista al delegado del Parque Explora en “La Feria de Ciencia” en marinilla, donde hicimos trasmisión especial desde la Institución Educativa Simona Duque.



- Realizando grabaciones para “Noticoredi”.



Anexo E.

AUDIOS DE PRODUCCIONES REALIZADAS

- <https://drive.google.com/open?id=1sJrbrWNgqX1pr0wuPJhAVuR9z6s65WHa>
- https://drive.google.com/open?id=1UiGuxawAM3-8D05yLEZ9Tx0JJly5n3_m
- https://drive.google.com/open?id=1_UYSAUAgCwCzW26d0fyQfcgrgLZ1cHrh
- https://drive.google.com/open?id=1Is8aLN3m_Gv3z3jRmrC1ETDJHeuwCfPx
- https://drive.google.com/open?id=1QpqsjRHaQfKPx_G_Qw5120FJa9XVVxuF
- <https://drive.google.com/open?id=1TZwsKKophgy9drNwSyAcYaqKLUUpUIea2>