



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva 19 de Octubre de 2020

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Erika Marcela Chaux Sotto , con C.C. No. 1075252010 de Neiva

Autor(es) de la Monografía titulado **Caracterización de la audiencia estudiantil de pregrado de la Universidad Surcolombiana sede central en relación con la Emisora Institucional Radio Universidad Surcolombiana**

presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar al título de

Comunicadora Social Y Periodista;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS						
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 2

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE: Erika Marcela Chaux Sotto

Firma:

c.c. 1075252010de Neiva

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 59702 OS-CER 59705

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 9

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Caracterización de la audiencia estudiantil de pregrado de la Universidad Surcolombiana sede central en relación con la Emisora Institucional Radio Universidad Surcolombiana

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Chaux Sotto	Erika Marcela

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 597026 OS-CER 597055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 9

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Polanco	Olmedo

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Comunicadora Social y Periodista

FACULTAD: Ciencias Sociales y Humanas

PROGRAMA O POSGRADO: Comunicación Social y Periodismo

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2020 **NÚMERO DE PÁGINAS:**149 **TIPO**

DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas **X** Fotografías ___ Grabaciones en discos ___ Ilustraciones en general ___ Grabados ___
Láminas ___ Litografías ___ Mapas ___ Música impresa ___ Planos ___ Retratos ___ Sin ilustraciones ___
Tablas o Cuadros **X**

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO: Encuesta y Manual de Estilo de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 587026 OS-CER 587055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

3 de 9

PREMIO O DISTINCIÓN *(En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):*

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:,”””

Español

Inglés

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. Audiencias | Audiences |
| 2. Estudiantes | students |
| 3. Radio universitaria | university radio |
| 4. emisora institucional | institutional station |
| 5. consumo | consumption |

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

4 de 9

En este trabajo de investigación tiene como objetivo caracterizar la audiencia estudiantil de estudiantes de pregrado en relación con la emisora Radio Universidad Surcolombiana. Para llevar a cabo esto se diseña y aplica una encuesta. A fin de determinar quiénes escuchan la emisora institucional se recogen información general sobre algunas variables o categorías de segmentación de las audiencias como la edad, género, estrato socioeconómico, lugar de procedencia, programa al que pertenece... entre otros, además de indagar sobre los horarios de escucha y los contenidos posibles para incluir en la parrilla. Los datos analizados sugieren que las audiencias estudiantiles de la emisora Radio Universidad Surcolombiana son juveniles, donde se establecen las características principales de los estudiantes encuestados y de los que escuchan la Emisora Institucional. Los datos recogidos sugieren que las audiencias estudiantiles están fragmentadas y se sujetan a las categorías básicas de segmentación y al contexto que los circunda.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 587026 OS-CER 587055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

5 de 9

Empty box for the description of the thesis or degree work.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 597026 OS-CER 597055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

6 de 9

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



SC 7384-1 SA-CERE 597026 OS-CER 597055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

7 de 9

The objective of this research work is to characterize the student audience of undergraduate students in relation to the Radio Universidad Surcolombiana station. To carry out this, a survey is designed and applied. In order to determine who listens to the institutional station, general information is collected on some variables or categories of segmentation of audiences such as age, gender, socioeconomic status, place of origin, program to which it belongs ... among others, in addition to inquiring about the schedules listening and possible contents to include in the grid. The data analyzed suggest that the student audiences of the Radio Universidad Surcolombiana station are youthful, where the main characteristics of the students surveyed and of those who listen to the Institutional Station are established. The data collected suggests that student audiences are fragmented and subject to the basic categories of segmentation and the surrounding context.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 587026 OS-CER 587055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

8 de 9

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN
SERVICIOS BIBLIOTECARIOS**

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



SC 7384-1 SA-CERE 597026 OS-CER 597055

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

9 de 9

APROBACIÓN DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: OSCAR IVÁN FORERO MOSQUERA

Firma:

Nombre Jurado: ERINSO YARID DÍAZ RODRÍGUEZ

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

Caracterización de la audiencia estudiantil de pregrado de la Universidad Surcolombiana
sede central en relación con la emisora Institucional Radio Universidad Surcolombiana

Erika Marcela Chaux Sotto

Universidad Surcolombiana

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Neiva

2020

Caracterización de la audiencia estudiantil de pregrado de la Universidad Surcolombiana
sede central en relación con la emisora Institucional Radio Universidad Surcolombiana

Erika Marcela Chaux Sotto

Asesor

Olmedo Polanco

Trabajo de grado para obtener el título de Comunicadora Social y Periodismo

Universidad Surcolombiana

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Neiva

2020

Dedicatoria

A mi madre Ana Lorena Sotto.

Agradecimientos

En primer lugar, al Dios que me presentó mi madre y al cual me aferro. Ese Dios que la hace nunca dejar de creer y tener fe cuando yo estoy vencida.

En segunda estancia le agradezco al docente Olmedo Polanco, por su enorme paciencia y generosidad al guiarme en este proceso de aprendizaje en el área de la investigación, por su amor al enseñar con exigencia y calidad. Son para mis sus enseñanzas el abono que nutre ese gustito por La Radio.

Así mismo, agradecerle al docente Erison Díaz por su apoyo incondicional. Su respaldo eliminó cualquier obstáculo que hubiera impedido lograr mi objetivo, incluso, eliminar ese sentimiento de fracaso que pudiera tener mientras el resto me daba la espalda.

De igual forma al docente Oscar Forero por siempre estar abierto al dialogo, por sus ánimos constantes y por recibirme en su oficina cuantas veces pudiera molestarle.

Por último, a Olguita, la secretaria del programa cuya prontitud en diligencias aportaron esperanzas para culminar mis estudios.

Me siento afortunada y muy agradecida por haber encontrado en mi recorrido académico, con la Universidad Surcolombiana, especialmente por permitirme conocer aquellos docentes que ayudaron a construirme como un ser humano consciente y sensible ante las problemáticas de la Región Surcolombiana.

Mi formación académica se las debo a ustedes mis apreciados docentes. Muy orgullosa de haber sido su estudiante.

Eternamente agradecida. El Dios que amo les bendiga.

Resumen

En este trabajo de investigación tiene como objetivo caracterizar la audiencia estudiantil de estudiantes de pregrado en relación con la emisora Radio Universidad Surcolombiana. Para llevar a cabo esto se diseña y aplica una encuesta. A fin de determinar quiénes escuchan la emisora institucional se recogen información general sobre algunas variables o categorías de segmentación de las audiencias como la edad, género, estrato socioeconómico, lugar de procedencia, programa al que pertenece... entre otros, además de indagar sobre los horarios de escucha y los contenidos posibles para incluir en la parrilla. Los datos analizados sugieren que las audiencias estudiantiles de la emisora Radio Universidad Surcolombiana son juveniles, donde se establecen las características principales de los estudiantes encuestados y de los que escuchan la Emisora Institucional. Los datos recogidos sugieren que las audiencias estudiantiles están fragmentadas y se sujetan a las categorías básicas de segmentación y al contexto que los circunda.

PALABRAS CLAVE: Audiencias, estudiantes, radio universitaria, consumo, emisora institucional.

Summary

The objective of this research work is to characterize the student audience of undergraduate students in relation to the Radio Universidad Surcolombiana station. To carry out this, a survey is designed and applied. In order to determine who listens to the institutional station, general information is collected on some variables or categories of segmentation of audiences such as age, gender, socioeconomic status, place of origin, program to which it belongs ... among others, in addition to inquiring about the schedules listening and possible contents to include in the grid. The data analyzed suggest that the student audiences of the Radio Universidad Surcolombiana station are youthful, where the main characteristics of the students surveyed and of those who listen to the Institutional Station are established. The data collected suggests that student audiences are fragmented and subject to the basic categories of segmentation and the surrounding context.

KEY WORDS: Audiences, students, university radio, consumption, institutional station

Introducción

El siguiente proyecto de grado titulado “caracterización de la audiencia estudiantil de la emisora Radio Universidad Surcolombiana” se caracteriza por ser uno de los primeros estudios de aproximación a las audiencias de la emisora Institucional y tiene como objetivo conocer los estudiantes que la escuchan.

La investigación se realiza en el marco de la coyuntura mundial del virus COVID-19 y de piensa en el diseño de una encuesta que luego se adaptada al formato digital para aplicarla vía web y con ayuda de docentes de la Universidad Surcolombiana se consigue la muestra.

En el primer capítulo establece el problema de investigación y los referentes teóricos por los cuales se guía el estudio. Además, presenta algunas características de la radio Universitaria en Colombia junto con una breve descripción de la emisora institucional, incluyendo sus primeros pasos, el manual de estilo y la parrilla de programación radiofónica.

Por último, ahonda en el objetivo principal de esta investigación sobre las características de las audiencias, presentando los resultados a través del análisis de los datos organizados en Figuras con el fin de definir quienes la escuchan y qué sugieren en relación con los contenidos existentes frente a nuevos contenidos.

En conclusión, este proyecto de investigación se realiza con el fin de conocer, a partir de criterios de segmentación generales y de preguntas abiertas, los gustos de los oyentes respecto de los contenidos radiofónicos de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1	12
Planteamiento Del Problema	12
Pregunta Problema	14
Específicos.	14
Capítulo 2	17
Antecedentes:	17
Marco Referencial	19
Emisora Radio Universidad Surcolombiana.	25
Organigrama de los miembros de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana	28
Figura 1A : Organigrama miembros del equipo de producción Emisora Radio Universidad Surcolombiana	29
Capítulo 3	30
Capítulo 4	32
Análisis de Resultados	32
Tabla 1. Respuestas sobre cambiar la parrilla de programación.	58
Capítulo 5	69
Conclusiones	69
Capítulo 6	71
Recomendaciones	71
Lista de referencias	72
Capitulo 7	78
Anexos	78
Tabla 1. Respuestas sobre cambiar la parrilla de programación.	92

Tabla de Figuras

Figura 1A : Organigrama miembros del equipo de producción Emisora Radio Universidad Surcolombiana	30
Descripción de la muestra	33
<i>Figura 2:</i> Edad en años cumplidos de los encuestados	33
<i>Figura 1.</i> Muestra de estudiantes según el género	34
<i>Figura 3:</i> Estrato socioeconómico de los estudiantes	35
<i>Figura 5.</i> Lugar de procedencia antes de entrar a la Universidad	36
<i>Figura 6.</i> Lugar específico de procedencia de estudiantes	37
Figura 4. Orientación política	38
Figura 7. Número de estudiantes por facultad	39
Estudiante de la muestra en relación con la Emisora Radio Universidad Surcolombiana	40
Figura 9.¿Sabe si la Universidad Surcolombiana tiene emisora ?	40
Figura 10. Conoce el nombre de la Emisora de la USCO.	41
Figura 11. Escribir el nombre de la emisora	42
Figura 12. ¿Conoce el eslogan de la emisora?	42
Figura 13. Escribir el eslogan de la Emisora	43
Figura 14. Escucha la emisora Radio Universidad Surcolombiana	44
Audiencia estudiantil que escucha la Emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.	45
<i>Figura 15.</i> Oyentes de Emisora Institucional por género	45
<i>Figura 16.</i> Oyentes de Emisora Institucional según edad	46
<i>Figura 17.</i> Oyentes de Emisora Institucional según estrato socioeconómico	47
<i>Figura 18:</i> Lugar de procedencia de estudiantes oyentes	48
<i>Figura 19.</i> Oyentes según su orientación política	49
Figura 20. Oyentes por programa	50
Figura 25: Programas que prefieren los oyentes	51
<i>Figura 23:</i> Dificultades al escuchar la Emisora Institucional	52
Figura 24: Momento del día en que escucha la Emisora Institucional	53
Figura 26: Características más atractivas de la Emisora Institucional	54
Figura 27: Temas que el oyente quisiera escuchar.	55
<i>Figura 22:</i> Sistema por el cual sintoniza la emisora	56
<i>Figura 28:</i> Transformar la parrilla de programación	57
Estudiantes que no escuchan la Emisora Institucional	61
<i>Figura 29:</i> No oyentes de la emisora Institucional por género	61
<i>Figura 30:</i> No oyentes de la emisora Institucional por género	62
<i>Figura 31:</i> No oyentes de la emisora Institucional según la edad	63
<i>Figura 32:</i> No oyentes de la emisora Institucional según la edad	64
<i>Figura 34:</i> No oyentes de la emisora Institucional según su programa de preferencia	65
<i>Figura 35:</i> No oyentes de la emisora Institucional según el programa académico	66
<i>Figura 36:</i> No oyentes de la Emisora Institucional según estrato socioeconómico	67
<i>Figura 37:</i> Momento el día en que escucha su emisora de preferencia	68
<i>Figura 38:</i> características de emisoras favoritas para No oyentes	69
Capítulo 5	70

Anexos

Lista de tablas

Tabla 1. Respuestas sobre cambiar la parrilla de programación.

59

Capítulo 1

Planteamiento Del Problema

El estado reconoce mediante El Ministerio de Comunicación: “...las emisoras educativas tienen a su cargo la radiodifusión estatal con el objeto, entre otros de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada” (Ministerio de Comunicación, 2004, p.2). De este modo la importancia de las radios universitarias en Colombia se sostiene a partir de la producción de contenidos que apoyen la generación de conocimiento nuevo y práctico que permita formar y ser una alternativa al fomento de la cultura.

Entonces, la divulgación de la cultura y la investigación prioriza los procesos universitarios generando espacios de discusión sobre “los contenidos, el lenguaje, formas de comunicar, la democracia, la participación ciudadana, la educación y la construcción de identidades” (Zambrano, 2012).

De acuerdo con lo dicho por Zambrano (2012) las radios universitarias se convierten en una herramienta importante para el aporte de información y para entretener

con el fin de tener un mejor aprovechamiento del tiempo libre y de paso mantener una sociedad bien informada. Tarea que queda a merced de los jóvenes, ya que en su tarea de divulgación genera la creación de nuevos formatos, nuevos métodos de producción y contenidos que identifican las nuevas generaciones.

Por lo tanto, la Radio Universidad Surcolombiana en su propósito de restituir los tejidos comunicativos y formar audiencias críticas resulta pertinente conocer quienes están escuchando la emisión en la dial 89.7 FM estéreo, ya que desde su primera emisión el 31 de Mayo de 2011, no se registra ninguna investigación que permita caracterizar a quienes están llegando los contenidos de la parrilla de programación, establecer cuantos son los que la sintonizan la emisora, el rango de edad, a qué carreras pertenecen , que facultad sintoniza más la emisora... categorías que caracterizan la audiencia de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM estéreo.

Pregunta Problema

¿Cuáles son las características de los estudiantes de pregrado sede central que escuchan la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7F.M.?

Objetivos:

General.

1. Identificar el nivel de sintonía y caracterizar la audiencia radial estudiantil de la emisora Radio Universidad Surcolombiana

Específicos.

1. Establecer el nivel de sintonía que tiene la Emisora de la Universidad Surcolombiana en los estudiantes de la sede central de esta institución
2. Definir el perfil de los estudiantes que sintonizan la emisora de la Universidad según variables sociodemográficas.
3. Identificar los programas y frecuencias de sintonía de acuerdo con la parrilla de programación de la emisora Radio Universidad Surcolombiana.
4. Identificar las percepciones y motivaciones de los estudiantes al sintonizar la emisora Radio Universidad Surcolombiana.

Justificación

La radio fue y aún sigue siendo el mundo hecho sonido, de tal manera que la relevancia de su existencia radica en la construcción oyentes con criterios que son frutos de su interacción en el contexto en que están inmersos.

En los años 20 los jóvenes motivaron el consumo musical a través de la radio, fueron los que convirtieron la música en un acto cultural y encontraron en la radio un puente perfecto para transmitirla, adquiriendo un rango de autonomía y libertad que empezaba a traspasar barreras invisibles, construyendo nuevas identidades dando a conocer al mundo los diferentes tipos de culturas que se pueden desarrollar a través del entorno musical. A través del paso del tiempo y con la evolución tecnológica y los cambios sociales y culturales la juventud de hoy en día ha encontrado nuevas formas de percibir el mundo, de concebirse, de crearse y así mismo de transmitir y de formarse como seres sociales, encuentra en el consumo descontrolado de ropa, tecnología, comida, placeres banales, la forma para relacionarse con su entorno. Los jóvenes han sido un blanco fácil para el capitalismo y el consumismo

El tiempo ha enmarcado la formación integral, en el mismo campo que la académica, no se puede hablar de una práctica social si no se ha aplicado en los pequeños entornos en los que cada joven se desenvuelve. Cada una de experiencias que se viven a nivel cultural y social deben y con parte de una formación integral que impacte positivamente dentro de lo social.

La Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC, 2020) se crea con el fin de difundir y crear cultura, ciencia educación, además de estimular el flujo de investigaciones e

información científica y tecnológica aplicada al desarrollo social sin finalidad de lucro, tiene como propósito la creación de identidad y de fomentar pensamiento crítico, aprovechando su medio radial se insita a la disciplina y el análisis crítico de la realidad a través de los diferentes campos que presenta la radio como lo es el jurídico, empresarial, político, psicológico y medicinal con el objetivo de guiar al oyente hacia la creación de nuevas perspectivas y visiones del mundo

Así las cosas, caracterizar los estudiantes que escuchan la emisora Radio Universidad Surcolombiana, permite promover y repensar los contenidos radiofónicos que se emitan y que estén relacionados con difusión cultural, divulgación académica, proyección social, así como el mejoramiento de la experiencia radial. Teniendo como base los propósitos como los anteriores se debe estudiar, después de casi 9 años de estar al aire con el Dial 89.7 en Frecuencia Modulada, el género, clase edad, lugar de procedencia o residencia de la audiencia activa que abarca la emisora, asumiéndose igual manera que existen otros referentes relacionados con el contexto de la situación mundial a causa del virus COVID-19. Siendo esta investigación el primer acercamiento a la audiencia estudiantil de pregrado sede central con la intención de caracterizarla y así determinar sus comportamientos en relación con la producción de los contenidos.

Capítulo 2

Antecedentes:

En los estudios relacionados a las audiencias radiofónicas, algunas empresas a nivel mundial se han encargado de medir los gustos y los niveles de satisfacción de los públicos de este tipo de medios. De esta manera, Los primeros estudios de medición de audiencias como el Crossley Rating (30's) que se hacía acerca de los programas que estaban patrocinados. Los resultados de este estudio facilitaban sus informes de sintonía de manera semanal y se fue desplazando por un sistema de medición de audiencias mejorado por CE Hooper (Llamado Hopperating en 1946). Los anteriores estudios, fueron los pioneros en el estudio de las audiencias de los medios masivos de comunicación y sus conocimientos y avances de cada uno se ajustan a la época influenciando a muchas agencias de medición de audiencias. Entre los estudios de audiencias que pretenden además de mostrar el nivel de sintonía y permanencia en relación con los medios masivos de comunicación. El estudio realizado en Madrid por Otero (1999), quien desde 1997 y 1998, hace un análisis de los contenidos en las parrillas de programación de las emisoras en Galicia evidenciando los cambios en los contenidos radiofónicos en el transcurso de los dos años.

Actualmente, el Estudio General de Medios EGM es un grupo conformado por diferentes agencias que tienen especial interés por estudiar el comportamiento de las audiencias con relación a consumo de medios. Actualmente este estudio cuenta con un modelo de estudios multimediales donde se analizan los consumos de diferentes medios (2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, advierte a este estudio una metodología sencilla, ya que diseñan un cuestionario que permite indagar sobre los que producen los contenidos radiofónicos, aunque la muestra no sea la misma.

Al respecto, a nivel nacional en el 2008 La emisora de la Universidad Pontificia Javeriana, Javeriana Estéreo, fue la primera emisora en invertir dinero para realizar un estudio que permitiera definir la audiencia de dicha emisora junto con sus preferencias específicas de los contenidos. El anterior estudio aporta una referencia sobre la metodología que se pudiera usar en el presente proyecto de investigación. Además, arroja los resultados a través de gráficos sencillos y da una mirada generalista de lo que es la radio universitaria.

Para dar por terminado los antecedentes de este estudio, la investigación realizada por el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR) realizado cada trimestre midiendo las audiencias desde un abordaje cuantitativo y que arroja resultados de las preferencias radiales en el casco urbano de la ciudad de Neiva. La importancia de este estudio radica en que se evidencia que se realiza un sondeo sobre las emisoras “más importantes” de radios comerciales, pero no se tienen en cuenta emisoras locales o educativas como el caso de la Radio Universidad Surcolombiana. Por tal razón resulta importante rescatar para la presente investigación, la pertinencia de realizar una caracterización enfocada en la población estudiantil que sintoniza la emisora institucional, ya que no hay investigaciones al respecto.

Marco Referencial

Las décadas de los años treinta y cuarenta del siglo XX, constituyen según Murelaga (2008) la época dorada de la radio. Según los autores, los adelantos técnicos sumados a la transmisión de programas musicales en vivo y de concursos, posicionaron a la radio como el principal medio de entretenimiento, especialmente en los Estados Unidos. La audiencia radiofónica, estaba determinada como un conjunto de oyentes pasivos que poco o nada incidían en la construcción de los contenidos emitidos. A diferencia de Bertolt Brecht que proponía la incorporación de las audiencias de la radio no sólo como consumidoras sino como productoras de contenidos.

Según Zambrano (2012) las audiencias de la radio comercial en los años 70 en Colombia se caracterizaban por ser diversas y fragmentadas. Además, el mismo autor otorga más importancia a la audiencia que al propio medio por cuanto la primera determina el contenido radiofónico que se produce y se emite. Quiere decir que las audiencias condicionan los modos o rutinas de producción de las emisoras de radio.

Además, de acuerdo con Cebrián Herreros (1994) no solo existen audiencias generales sino oyentes que buscan contenidos específicos en las emisoras, de acuerdo con sus intereses

particulares. El autor señala “el conjunto de destinatarios potenciales y reales a los que se dirige la emisora con su programación y en muchos casos con la información”. (p.109)

Igualmente, Portilla y Herrera (citados por Murelaga Ibarra, 2008) definen la audiencia como el “...conjunto de individuos que entran en contacto con un medio, en este caso la radio, por un tiempo determinado” (p.1). En otras palabras, ambos autores reconocen la audiencia como objetivo de los contenidos y de todas las actividades del medio radiofónico, razón por la cual los profesionales de la radio alimentan el interés particular por cuantificar la audiencia.

Este interés cuantitativo por las audiencias es, en especial, para las radios comerciales, sólo cifras que facilitan segmentar la sociedad. Quiere decir que el propósito de la radio comercial consiste en conseguir el mayor número de oyentes sin importar su formación ciudadana, como un propósito de elevar el nivel crítico y analítico de los oyentes, que sí es una obligación de las radios educativas y culturales. No obstante, el propósito deja minorías desatendidas.

Según Cebrián Herreros (1994) las minorías que son desatendidas merecen que alguna emisora se ocupe de ellas. Advierte, además, que, aunque no sea un número significativo para crear una emisora sí pueden crearse productos radiales específicos para ellas (p. 225)

Según Orozco (1997) la academia percibe a la audiencia como “...muchas cosas a la vez, aunque todavía no comprendamos bien sus múltiples roles y mediciones, porque mientras se es audiencia no se deja de ser sujetos sociales, históricos y culturales” (p.27). Aquellos sujetos referidos por Orozco, además de pertenecer a varias instituciones sociales y valerse de ellas para construir sus propias identidades, son también capaces de discernir, reaccionar y organizarse para manifestarse públicamente. Además, otra característica de las

audiencias es que en su afán de buscar en los medios aquello que los emocione y los haga salir de la rutina, pueden perderse en lo banal y convertirse en sujetos pasivos. En conclusión, las audiencias se van construyendo de diferentes maneras y cada vez más se hace necesario que los medios las transformen de simples cifras a sujetos sociales, históricos y culturales.

Del interés que surge por conocer las audiencias, según Orozco (1997), no solo existencia de ciertos criterios de segmentación, tales como la edad, el género, el lugar de residencia, el estrato socioeconómico, nivel de educación, y sobre todo las preferencias que tienen sobre los programas ofrecidos, que son también índices de los diferentes tipos de recepción; sino también los criterios de una segmentación mediática de los sujetos: las subjetividades, las sensibilidades, las gratificaciones y los placeres, muy evidenciados en el ámbito recepción-audiencias surgido en aras de la aparición de nuevos medios de comunicación como la televisión (Orozco, 2001, p.156). En el caso de la radio, el tema de las gratificaciones resulta útil porque son el fruto de la interacción entre audiencias y el medio radiofónico.

De acuerdo con McQuail (como se cita en Merayo, 2003, p.154) existen cuatro formas de estudiar las audiencias. La primera de ellas alude a la audiencia como *agregado de oyentes*, dejando de lado la calidad de sujeto. La segunda forma, considera a la audiencia como masa, al tiempo que pierde el carácter de individualidad y considera el contexto social como elemento de filtro entre el ejercicio mismo de la recepción y el efecto creíble que tiene el mensaje. Esta última forma de estudiar la audiencia no se tendrá en cuenta en el presente estudio. Lo anterior porque niega al oyente como un ser reflexivo y crítico.

Una tercera forma de estudiar las audiencias según Merayo (2003) consiste en percibir las como grupo social o público, en calidad de subgrupos receptores con conductas, opiniones e intereses propios, muy pertinente para los estudios cualitativos. Por último, McQuail propone una cuarta forma de estudiar la audiencia. Consiste en percibir las como mercado. Es decir, las audiencias como un conjunto de sujetos pasivos dispuestos a consumir lo que se les ofrezca. En consecuencia, Merayo (2003) afirma que no se puede difundir información radiofónica desconociendo elementos cualitativos de los públicos o destinatarios, sobre todo, cuando se habla de radios de interés público. Lo dicho hasta aquí supone que los medios radiales públicos son prestadores de un servicio y no deben dedicarse a la “concentración de audiencias para hacer rentable el programa, sino hacia la multiplicación y diversificación de los contenidos para satisfacer necesidades más específicas de audiencias reducidas o fragmentadas” (Cebrián,1994)

De acuerdo con Soengas (2013), la audiencia tradicional y fiel que prefería la radio por encima de cualquier otro medio, se ha transformado. Quiere decir que las nuevas audiencias tienen nuevos gustos y han evolucionado sus necesidades informativas y comunicativas, gracias a los escenarios creados por las nuevas tecnologías (p.31). El escenario digital actual, exige a la radio un mayor nivel de competencia desde el punto de vista de los contenidos. Dicha exigencia demanda un modelo radiofónico nuevo dispuesto a satisfacer las necesidades de la audiencia del siglo XXI, caracterizada por avanzados sistemas de recepción digital. Hacen parte de los nuevos aparatos de recepción, los I-pad y los Smartphone.

Según el modelo de investigación de audiencias, planteado por Soengas, los oyentes de la radio ahora no son fieles a una estación en particular. Las audiencias buscan en la variedad de ofertas informativas los contenidos que satisfagan sus necesidades que les facilite vivir el

día a día. Es más, han cambiado las nociones de tiempos fijos para la escucha de los programas. Gracias a las tecnologías contemporáneas, el programa que no se pueda escuchar en el horario asignado en la parrilla de programación, puede ser “bajado” y escuchado posteriormente al horario de emisión.

Para terminar, en el presente trabajo de investigación se tendrá en cuenta lo expresado por los autores aquí citados, sin inclinarse por un abordaje puntual con relación a las audiencias. Todo lo contrario, se tomará de ellos lo relacionado con las características propias de las audiencias como: su condición de ser fragmentadas, críticas y reflexivas. Además de sintonizar los contenidos del medio dependiendo de sus necesidades y gustos particulares.

Rádios Universitaria

El servicio de radiodifusión en Colombia se actualiza con la Resolución 415 de 2010 del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Dicha resolución establece los criterios de prestación del servicio, los términos de permanencia y la duración de las concesiones. De acuerdo con la resolución, se definen tres tipos de emisoras: comerciales, de interés público y comunitarias (Resolución 415, 2010).

Según lo establecido por el Ministerio de las TICs, las emisoras de interés público deben orientar su programación hacia el fortalecimiento de la comunicación entre el Estado y los ciudadanos. Les compromete, además, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación. Otras obligaciones de la radio de interés público son las siguientes:

- Difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia.
- Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona.
- Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.
- Asegurar el respeto al pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.

Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población, y la formación de los individuos con sujeción a las finalidades del servicio

- Permitir la libre y leal competencia en la prestación del servicio.
- Asegurar el acceso equitativo y democrático en igualdad de condiciones a las concesiones del servicio y al uso del espectro radioeléctrico atribuido para su prestación.
- Ejercer los derechos de rectificación y réplica.
- Asegurar la libre expresión de las personas, con sujeción a las leyes y reglamentos sobre la materia.
- Garantizar como derecho fundamental de la persona la intimidad individual y familiar contra toda intromisión en el ejercicio de la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.
- Garantizar como derecho fundamental de los niños: la vida, la integridad física, la educación, la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión.
- Garantizar que los derechos de los niños prevalezcan sobre los derechos de los demás.

De acuerdo con la Resolución antes mencionada, el sostenimiento económico de las emisoras de interés público proviene de dineros reglamentados por las respectivas entidades estatales. Además, de auspicios, colaboraciones, patrocinios y donaciones. Entre las emisoras de interés público tenemos las operadas por entidades estatales, Fuerzas Militares, las administradas por la RTVC y las pertenecientes a instituciones educativas.

De acuerdo con Castro P. y Pineda A. (Citado por Ballesteros L.2010) la radio universitaria es importante porque fortalece la divulgación de las actividades académicas y científicas de la casa de estudios (p.15). Por otro lado, Zambrano (2012) agrega que las emisoras universitarias son “...aquellas que divulgan la cultura, la música de las diversas regiones del país y del mundo; transmiten eventos, magazines, programas temáticos y de radios internacionales” (p.120).

La Radio Universitaria en Colombia nació en Medellín con la emisora de la Universidad de Antioquia en el año de 1933, la radio de la Pontificia Universidad Bolivariana en el año de 1948 y la emisora de la Universidad Javeriana en 1977; De acuerdo con la Red de Radio Universitaria en Colombia *RRUC* (2020) hay 60 Emisoras de instituciones educativas superiores en nuestro país.

Emisora Radio Universidad Surcolombiana.

La idea de una emisora de radio en la Universidad Surcolombiana se originó en el naciente programa de Comunicación Social y Periodismo (1995). No obstante, sólo el año 2005 la Universidad Surcolombiana tramitó ante el Ministerio de Comunicaciones la

licencia para operar una emisora. El trámite administrativo fue adelantado por el Vicerrector Administrativo, *Gustavo Adolfo Cabrera Silva*. La aprobación de la licencia se obtiene en el año 2006 mediante resolución N° 002503. Dicha resolución permite operar en gestión directa, el servicio de radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada (FM), a través de una estación de clase C, de cubrimiento zonal restringido y de interés público en la capital del departamento del Huila.

El Consejo Superior Universitario, mediante el Acuerdo 079 de noviembre 30 de 2010, institucionaliza la emisora con apoyo del exrector Jorge Antonio Polanía Puentes, que aportó el estudio técnico. Luego de sortear varias exigencias técnicas y administrativas La Emisora inicia periodo de prueba el 31 de mayo de 2011 a las 3:45 de la tarde, en la frecuencia 89.7 *F.M.*, y con distintivo de llamada HJM 61.

Manual de estilo

Según el Ministerio de las TIC's (2015) el Manual de estilo es:

“Documento que contiene la visión, las políticas, los principios y criterios propios de las emisoras, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y a la pornografía y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del servicio. El manual de estilo servirá de guía para la generación de contenidos, formatos, redacción y planes de programación.” p.1

De acuerdo con el anterior Decreto, el Manual de Estilo debe contener la visión, las políticas, los principios y los criterios propios de las emisoras además de servir de guía para la producción de contenidos, formatos, redacción y planes de programación.

En efecto, el Manual de Estilo de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F. M., Establece que la estación de radio tiene como propósito la búsqueda y divulgación de la verdad soportada en el correcto uso de la Lengua Castellana. Además, los contenidos de la emisora deben garantizar el respeto a la diversidad y a la diferencia, y defender la dignidad humana. El Manual de estilo niega la promoción de mensajes discriminatorios o cualquiera otros relacionados con el proselitismo político, ideológico y religioso. El documento que es punto de partida para la producción de contenidos radiales garantiza la interacción, de manera dialógica, con sus oyentes en defensa de la libertad de opinión, de expresión e información.

Según el Manual de Estilo (2016) de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana, la producción de contenidos está soportada en tres franjas de programación a saber: de opinión, institucional, y cultural y de entretenimiento. La primera franja de opinión se ocupa en analizar, debatir y opinar sobre hechos de interés público, económico y social, desde la perspectiva académica. La franja de opinión busca que el oyente contextualice y reflexione sobre temas de agenda pública. La segunda franja, se ocupa de difundir las actividades académicas que realiza o en las que participa la Universidad Surcolombiana. La tercera franja de programación indica los principios que soportan la calidad de las músicas nacionales e internacionales emitidas por la Emisora, incluyendo espacios infantiles, además de los dedicados al arte, el cine y al deporte. Esta franja se propone formar a las audiencias a través del entretenimiento.

Parrilla de Programación.

Según Ballesteros (2013) la Parrilla de Programación “es una herramienta que visibiliza cada uno de los programas que se emiten en la emisora”, contiene todos los mensajes emitidos y acordes al perfil de la emisora. Los contenidos de la parrilla de programación se elegirán de manera democrática por el consejo editorial, integrado por el director general, director de contenidos y de programación, periodistas-productores, coordinadores de sonido y los productores externos. Estos últimos son estudiantes practicantes y docentes de otras facultades.

Así mismo, Ramírez, B. (2013) aclara que la programación en radio implica “idear, realizar y presentar contenidos que brinden un servicio a la audiencia”. Los contenidos que divulga una emisora y que están definidos en la parrilla de programación, deben estar en consonancia con los principios editoriales de la estación incluidos en el manual de estilo.

El Manual de Estilo (2016) de la radio Universidad Surcolombiana (HJM 61 89.7 FM), establece que la parrilla de programación sigue un modelo de radio especializada, es decir, que la calidad académica e investigativa de la Universidad Surcolombiana le permite abordar temas desde diferentes áreas del conocimiento. En consecuencia, la oferta de contenidos se estructura en segmentos de programación y disposición de programas en el transcurso del día, y se articula semanalmente según las audiencias.

Organigrama de los miembros de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana

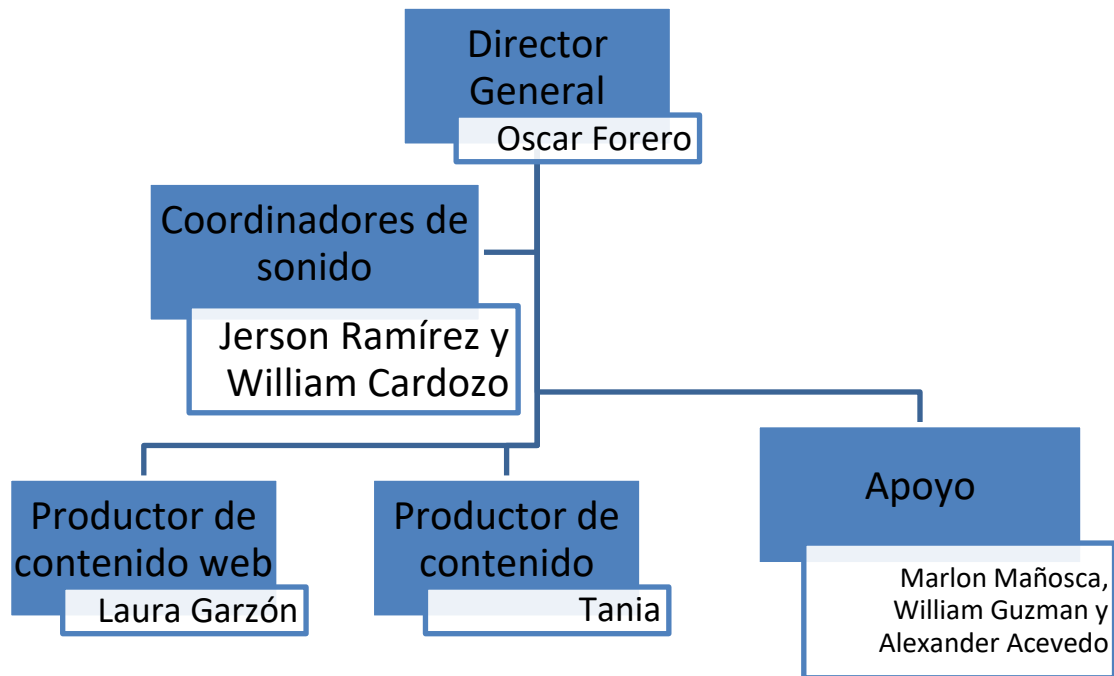


Figura 1A : Organigrama miembros del equipo de producción Emisora Radio Universidad Surcolombiana

Fuente: Página Oficial Emisora Radio Universidad Surcolombiana.

Capítulo 3

Metodología

Particularmente Cebrián (1995), recomienda a las radios públicas avivar el interés por conocer las necesidades informativas de sus audiencias. Así mismo, indica que conocer el número de seguidores, además de las variables de sexo, edad, nivel educativo, nivel socioeconómico, orientación política, lugar de residencia, entre otros aspectos, es indispensable en el objetivo de caracterizar la audiencia de una emisora de interés público.

El presente estudio aplica la recomendación de Cebrián en el diseño del cuestionario de preguntas para caracterizar el perfil de audiencia de Radio Universidad Surcolombiana. Hemos aplicado una encuesta que consta de tres partes. La primera, alude a aspectos generales del encuestado. La segunda parte, indaga las características específicas de los estudiantes con relación a la emisora institucional. La tercera parte de la encuesta está destinada a conocer los consumos informativos de los estudiantes que no escuchan Radio Universidad Surcolombiana.

La encuesta se iba a aplicar de manera presencial aprovechando la presencia de estudiantes en las aulas de clase. No obstante, la emergencia sanitaria provocada por el virus COVID-19, a mediados del mes de marzo del presente año 2020, impidió aplicar la encuesta como se había programado inicialmente. Ante el confinamiento decretado por el gobierno nacional, la encuesta fue diseñada a través de la plataforma Google Forms. De igual manera, la muestra de encuestados disminuyó de un cálculo inicial de 368 estudiantes a 112. Lo anterior, motivado por el limitado acceso de los estudiantes a las plataformas digitales.

En consecuencia, entre Marzo 21 y Julio 24 del presente año, se utilizaron los recursos de WhatsApp y Facebook con el fin de contactar estudiantes que quisieran apoyar la presente investigación diligenciando la encuesta. El apoyo de profesoras y profesores de las facultades de Ciencias de Salud, Ingeniería, Economía y Administración, Ciencias Jurídicas, además, de los pregrados de Matemática, Educación física y de Comunicación Social y Periodismo, fueron fundamentales para lograr el objetivo de comprometer al estudiantado.

Capítulo 4

Análisis de Resultados

Descripción de la muestra

Según Soengas (2013) los cambios repentinos ocurridos con la llegada de las nuevas tecnologías trajeron consigo ofertas diversas y el surgimiento de nuevas necesidades informativas y comunicativas.

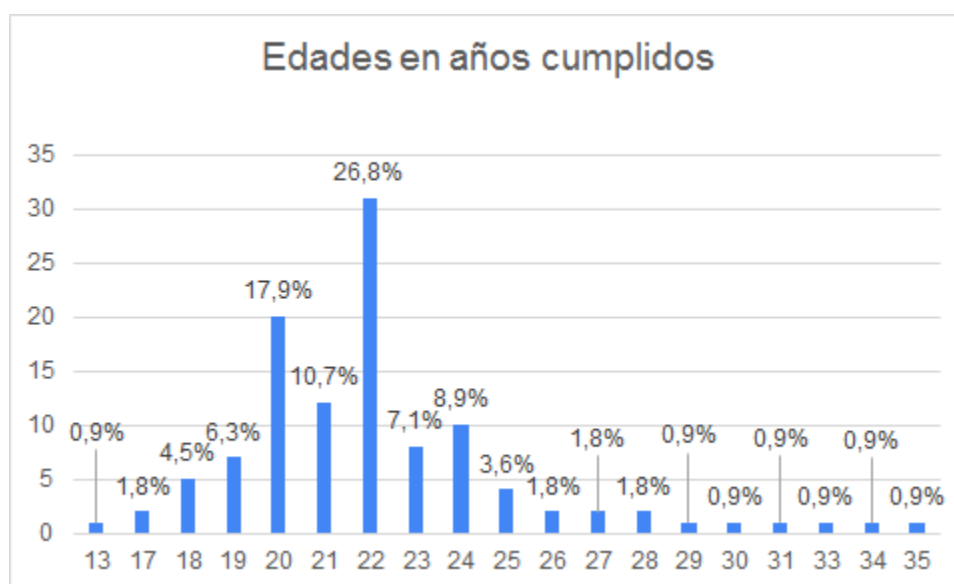


Figura 2: Edad en años cumplidos de los encuestados

Fuente: Este proyecto de investigación

En el caso de las audiencias estudiantiles de la emisora Radio Universidad Surcolombiana, están conformadas por jóvenes *Centennials* (Nombre dado a los nacidos después del 95) entre los 13 y 25 años (véase Figura 2), siendo la edad más común 22 años (26.8%) y muy pocos están entre los 27 y 35 años (9%). Lo anterior evidencia que los jóvenes como el grupo más representativo de las audiencias estudiantiles de la emisora

institucional. Sin embargo, aunque estamos en un mundo donde la juventud está rodeada por medios de comunicación, el Estudio general de Medios (EGM,2020) realizado en Colombia durante la Cuarentena generada por pandemia del virus COVID-19, muestra que el consumo de medios de comunicación masiva en especial el acceso diario de contenidos audiovisuales por demanda es de 54.8%. Entre tanto, el consumo de contenido de audio por demanda es del 45.1%. Esto quiere decir, que, aunque las actuales condiciones de la era tecnológica, donde lo audiovisual tiene preponderancia a la hora de escoger un medio de información y comunicación, los contenidos exclusivos de audio también son escuchados, aunque tenga una diferencia mínima entre ellos de 9 puntos.

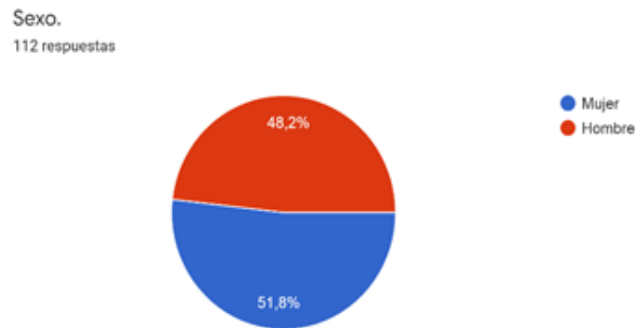


Figura 1. Muestra de estudiantes según el género

Fuente: Este proyecto de investigación

Por otro lado, las cifras de hombres (48.2%) y mujeres 51.8% son casi iguales (Véase Figura 1). Esto podría reafirmar la capacidad inclusiva de la propuesta radiofónica de la emisora. De igual forma, por ser una radio de universidad pública, las audiencias estudiantiles están en los estratos socioeconómico 1,2 y 3 (Véase Figura 3).

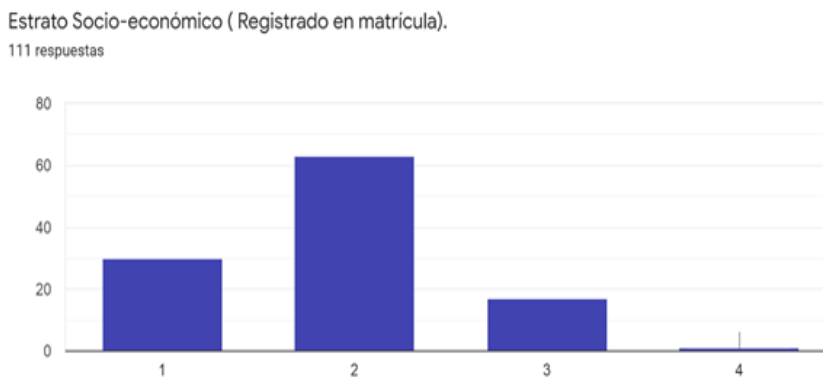


Figura 3: Estrato socioeconómico de los estudiantes

Fuente: Este proyecto de investigación

Según el DANE (2020) los estratos en los que se pueden clasificar las viviendas y predios son: 1 Bajo-bajo, 2 bajo, 3 bajo-medio, 4 medio, 5 medio alto y 6 alto. La anterior clasificación evidencia la relación vivienda-entorno, es decir, que las viviendas además de ocuparse se habitan, y en este concepto las fisonomías de una casa muestran las condiciones culturales, social-históricas, psicológicas y sobre todo la condición socioeconómica de quienes las habitan. Por tal razón la figura 3 resalta al estrato 2 como cualidad predominante, es decir, una audiencia de escasos recursos económicos, que son beneficiados por los subsidios gubernamentales.

Lugar de procedencia antes de entrar en la Universidad Surcolombiana.

112 respuestas



Figura 5. Lugar de procedencia antes de entrar a la Universidad

Fuente: Este proyecto de investigación.

Además de conocer el contexto social que puede arrojar la segmentación de las audiencias por estratos socioeconómicos, es decir, definir cómo viven (material del que está hecha la vivienda, si posee todos los servicios básicos, acceso a la educación, la pobreza es la limitante para tener acceso a todo lo anterior) resulta pertinente conocer el lugar de procedencia de los encuestados. Para ello la Figura 5 muestra que el 60.7% de los estudiantes sur colombianos reside en Neiva. Quiere decir que la mayoría de los estudiantes encuestados habitan zonas urbanas, con identidades distintas a los jóvenes que provienen de otros municipios o de otros departamentos del país (12.5%).

Teniendo en cuenta lo anterior, la Figura 6 muestra con especificad el lugar de procedencia y cabe rescatar que el 26.8% de los estudiantes vienen de otros municipios del Huila, el 11% vienen de Pitalito y San Agustín y son los municipios con cantidades más altas de estudiantes en relación con otros municipios. Estos resultados permiten establecer la diversidad cultural y de tradiciones de las audiencias estudiantiles de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana.

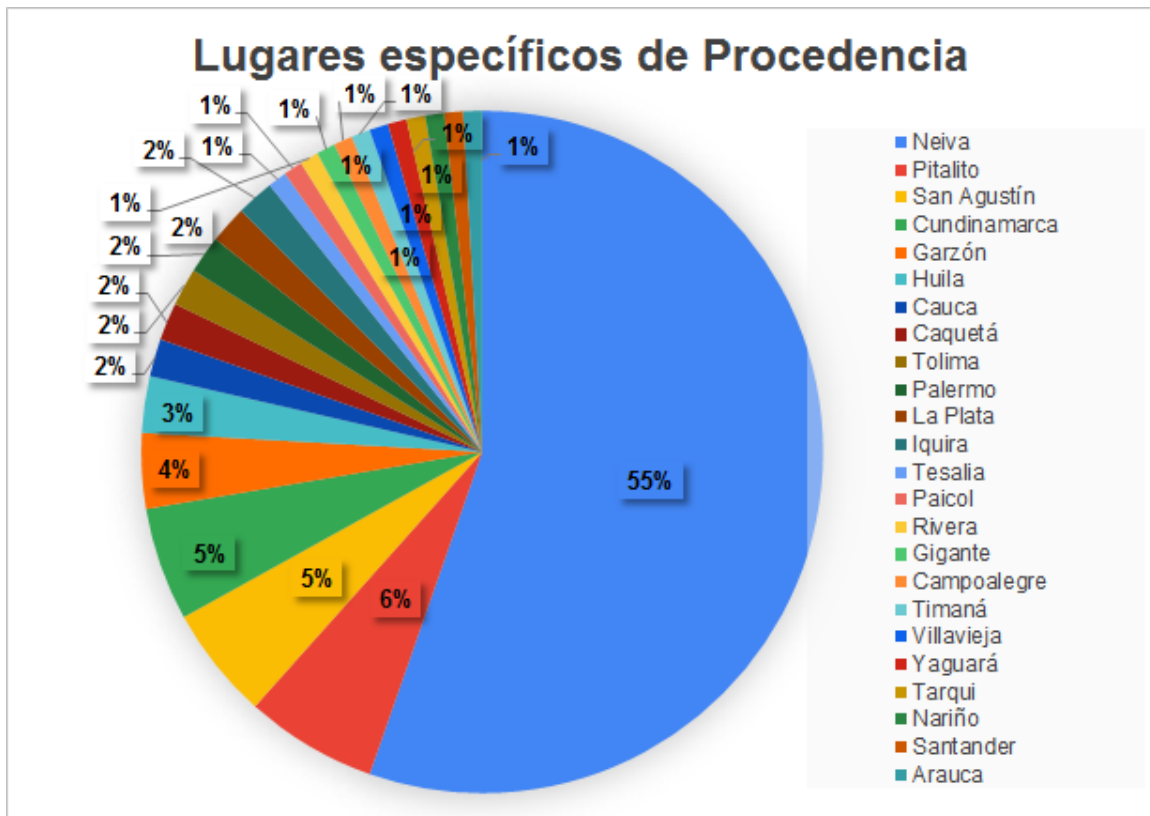


Figura 6. Lugar específico de procedencia de estudiantes

Fuente: Este proyecto de investigación.

Otro aspecto que caracteriza a las audiencias juveniles es el desinterés político. A raíz de la situación presentada por la pandemia, la economía y las relaciones sociales cambiaron totalmente los estilos de vida de la población huilense. Según el DANE (2020a) la tasa de desempleo del total nacional para el mes de Julio de 2020 fue de 20.2% con un aumento del 9.5% en relación con el mismo mes del año anterior, sumado a la corrupción política, la violencia y los altos índices de pobreza en el país, en los estudiantes de la muestra se ve reflejado la apatía política que puede ser adjudicada a la nulidad de la defensa de los intereses colectivos en el ejercicio del poder.

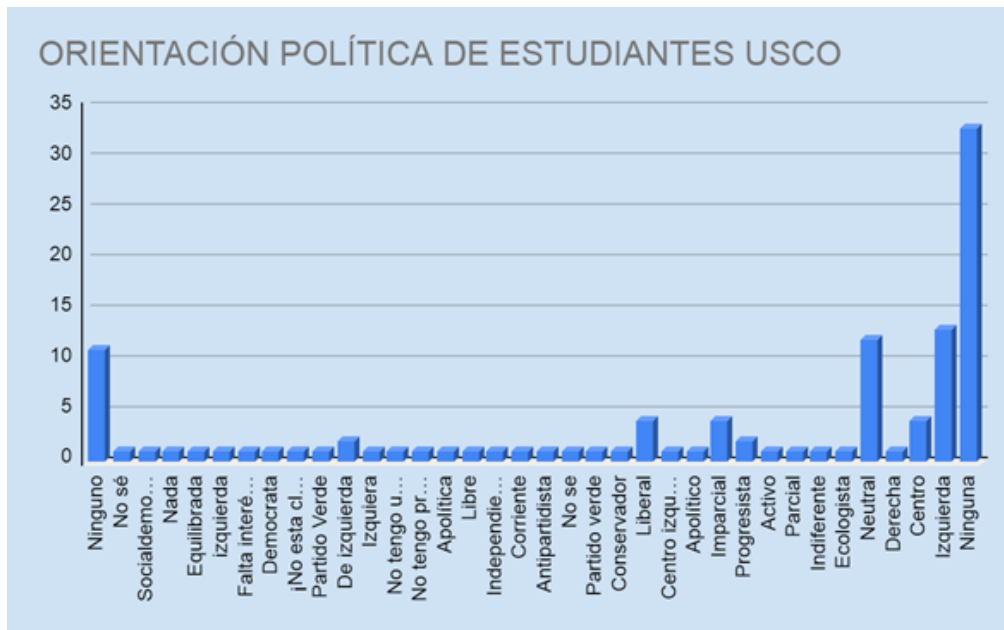


Figura 4. Orientación política

Fuente: Este proyecto de investigación.

Así, en la figura 4, se puede apreciar que la mayoría de los estudiantes no tienen una orientación política definida y los que afirman tener alguna apelan al uso de términos como “neutralidad”, “centro” o “imparcial” para referirse a la no participación ni práctica de ninguna orientación, grupo o partido político. En consecuencia, es necesario la creación de contenidos que apunten a la formación política para la democracia.

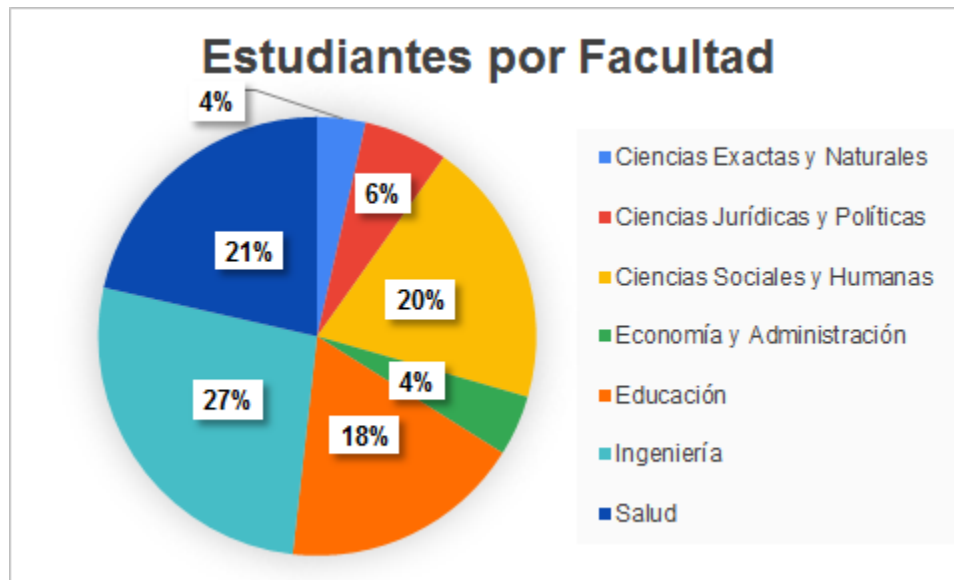


Figura 7. Número de estudiantes por facultad

Fuente: Este proyecto de investigación.

En lo relacionado a las áreas de formación académica a las que pertenecen los encuestados, la Figura 7 muestra una participación mayoritaria de estudiantes pertenecientes a las facultades de Ingeniería (23%), Salud (21%), Ciencias Sociales (15%) y Educación 19 (17%), lo cual motiva a que se sigan emitiendo contenidos relativos a estas áreas.

Estudiante de la muestra en relación con la Emisora Radio Universidad Surcolombiana

¿Sabe usted si la Universidad Surcolombiana tiene emisora de radio?
112 respuestas

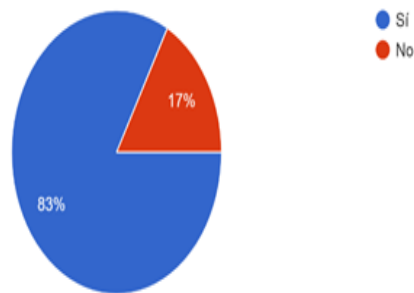


Figura 9. ¿Sabe si la Universidad Surcolombiana tiene emisora ?

Fuente: Este proyecto de investigación.

Según la Figura 9, del total de estudiantes encuestados el 83% de ellos conocen la emisora radio Universidad Surcolombiana. Aunque es provechoso que más de la mitad de los estudiantes encuestados conozcan la emisora, resulta pertinente que se recupere ese 17% restante.

¿Conoce usted el nombre de la emisora de la Universidad Surcolombiana?
112 respuestas

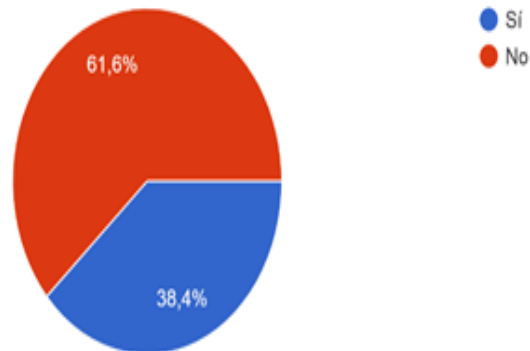


Figura 10. Conoce el nombre de la Emisora de la USCO.

Fuente: Este proyecto de investigación.

Por otro lado, los estudiantes afirmaron en un 61.6% que no conocen el nombre de la emisora institucional, además de ello, dentro de la población que dice conocer la emisora también se encuentran estudiantes que no conocen su nombre (véase Figura 10) y sólo el 22.3% del total logra escribirlo (véase Figura 11).

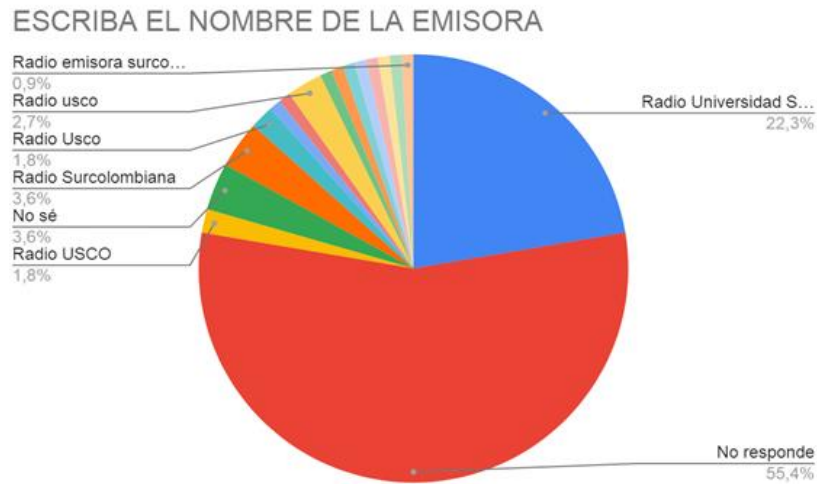


Figura 11. Escribir el nombre de la emisora

Fuente: Este proyecto de investigación.

Situación contraria ocurre cuando se refieren al eslogan, ya que el 87.5% de ellos afirman conocerlo (véase figura 12),



Figura 12. ¿Conoce el eslogan de la emisora?

Fuente: Este proyecto de investigación.

una evidente muestra del manejo publicitario de la emisora institucional Radio Universidad Surcolombiana en conseguir reconocimiento de marca. Este logro publicitario se reafirma al conseguir que el 64.3% de los estudiantes que escuchan la emisora institucional (véase Figura 13) escribieron de manera correcta el eslogan.

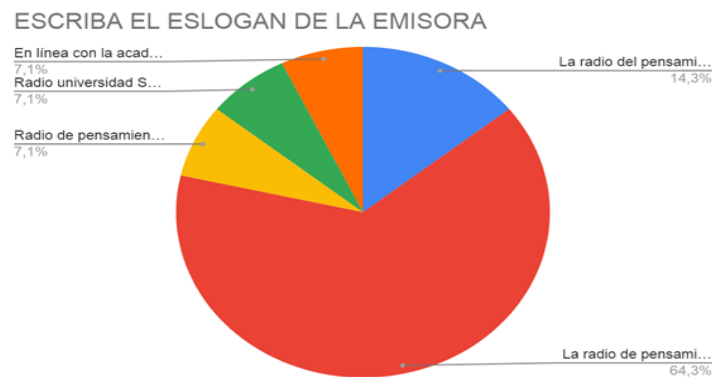


Figura 13. Escribir el eslogan de la Emisora

Fuente: Este proyecto de investigación

Para terminar, la cantidad de estudiantes que afirman no escuchar la emisora institucional son el 77.7%, una cantidad poco significativa, mientras que el 22.3% restante afirma escucharla. Sin embargo, al preguntar por el eslogan (véase Figura 13), el 64.3% lo recordaron y lo escribieron completo y bien escrito, el resto de los estudiantes podrían recordar algunas palabras del eslogan o los confundían con el nombre de la Emisora, hay que rescatar que ese porcentaje de oyentes se debe a una elección de preferencia.

¿Escucha usted la emisora de la Universidad Surcolombiana? Si respuesta es NO por favor dirijase a la sección 4 "NO OYENTES", si su respuesta es...ondiendo hasta terminar solamente esta sección :
112 respuestas

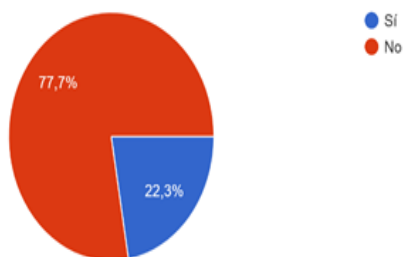


Figura 14. Escucha la emisora Radio Universidad Surcolombiana

Fuente: Este proyecto de investigación.

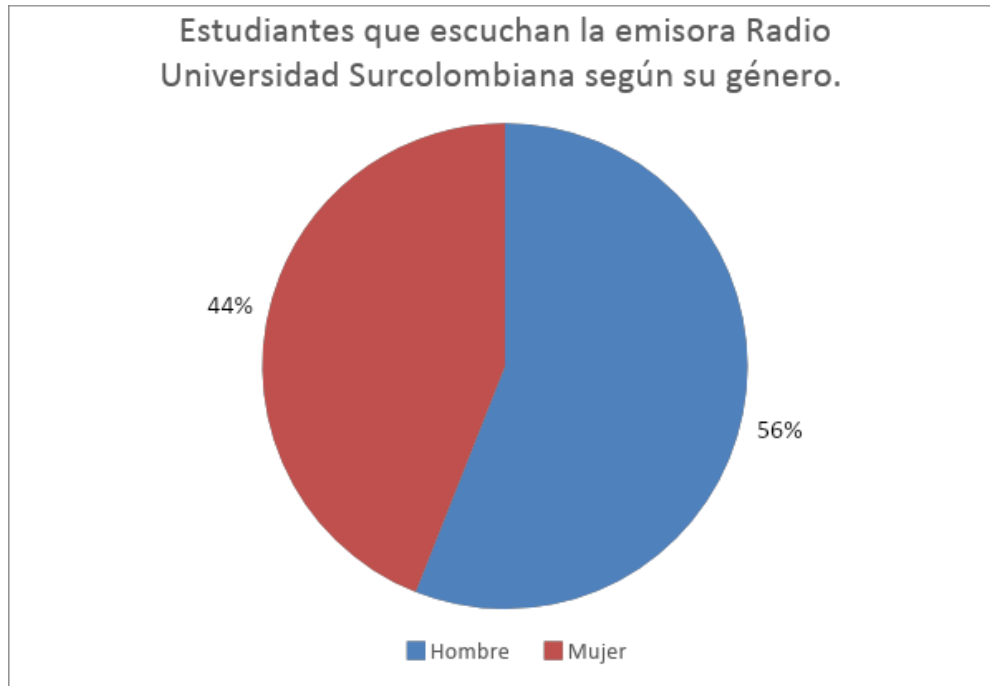
Audiencia estudiantil que escucha la Emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7**F.M.**

Figura 15. Oyentes de Emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación.

Las audiencias estudiantiles que escuchan la emisora Radio Universidad Surcolombiana las conforman más Hombres (56%) que mujeres (44%) y están entre los 20 y 22 años de edad (véase Figura 16).

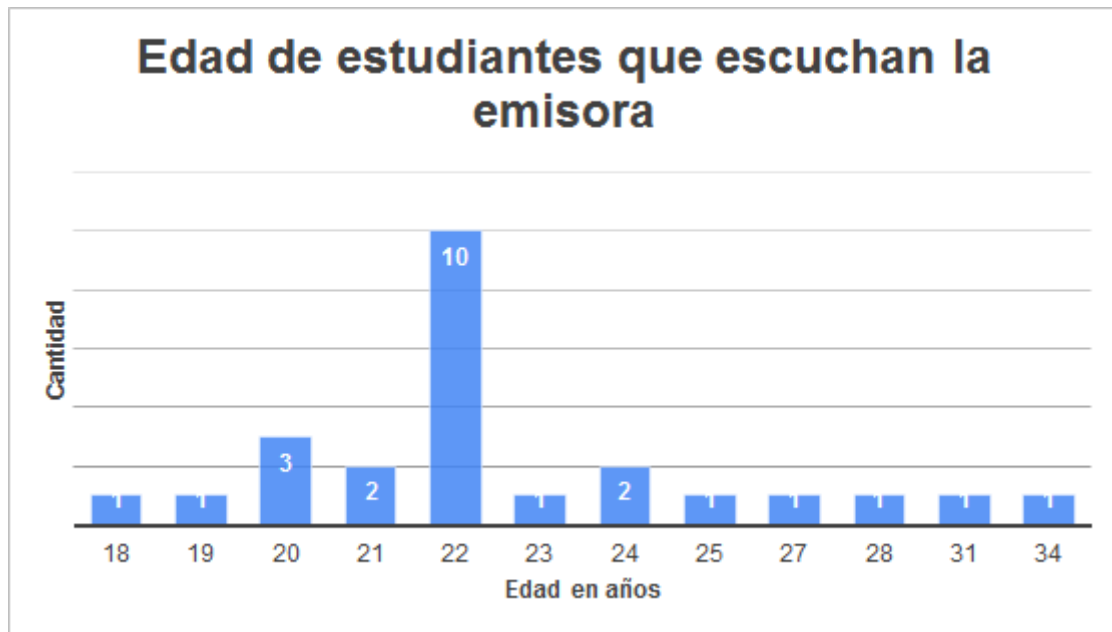


Figura 16. Oyentes de Emisora Institucional según edad

Fuente: Este proyecto de investigación

Aunque las diferencias porcentuales de género son mínimas, resulta ser significativamente alta la predominancia de los hombres, sin embargo, aún siguen siendo los jóvenes nacidos entre 1998 y 2002, los llamados Centennials (Gutiérrez C. & Posada P. 2018) los que conforman las audiencias.

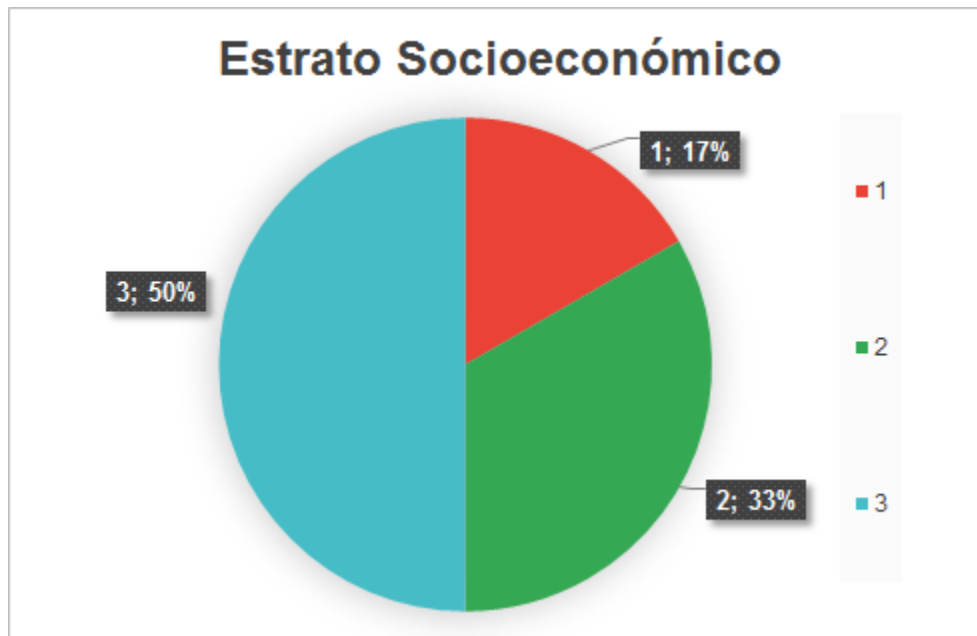


Figura 17. Oyentes de Emisora Institucional según estrato socioeconómico

Fuente: Este proyecto de investigación

Por otro lado, los oyentes de la Emisora Institucional pertenecen al estrato socioeconómico 3, BAJO-MEDIO (véase Figura 17). Lo anterior permite establecer que de los tres primeros estratos socioeconómicos establecidos en los estudiantes encuestados (véase Figura 3), el estrato 3 (véase Figura 17) alude a percibirlos como una población con fisonomía de vivienda digna, con condiciones sociales y económicas medianamente digna con relación a los estratos socioeconómicos de menor categoría.

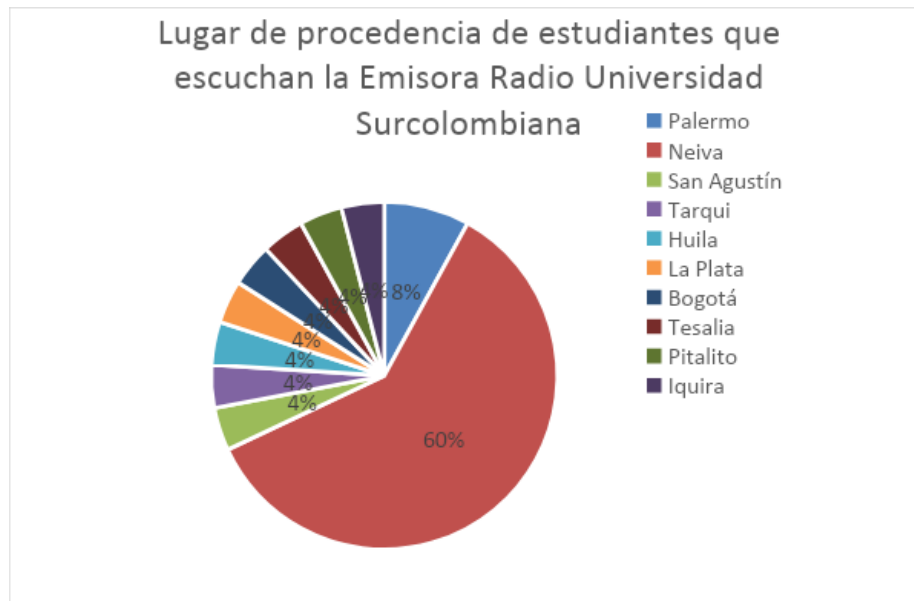


Figura 18: Lugar de procedencia de estudiantes oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

Teniendo en cuenta la Figura 18, los estudiantes que afirman escuchar la Emisora Institucional son de la ciudad de Neiva (60%), el 40% restante se distribuye entre Bogotá, Palermo, Iquira, La Plata, Tesalia, Tarqui y Pitalito. Una audiencia estudiantil joven, que, según el nuevo panorama tecnológico pretende ser más activa, interactiva y participativa (Fernández, 2014, p.5).

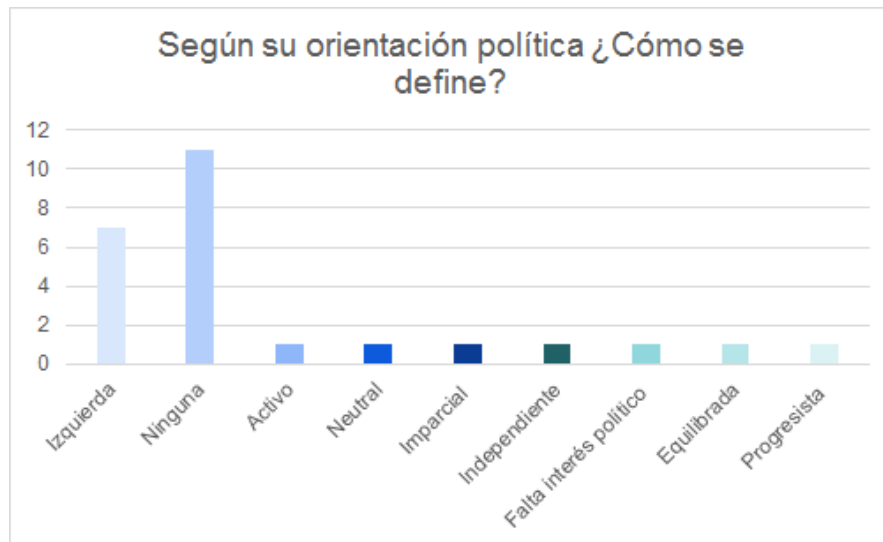


Figura 19. Oyentes según su orientación política

Fuente: Este proyecto de investigación

Con respecto a la orientación política (véase Figura 19), 11 del total de número de oyentes de la Emisora Institucional, no tienen ninguna orientación política y solo 7 oyentes afirman ser de Izquierda. Esto permite establecer que las formas globalizadas de condicionar los medios actuales restan el acceso a informaciones que todo ciudadano tiene derecho (Villafranco R. C. 2005), y para permitirse satisfacer esas necesidades de información en democracias, está la radio universitaria.

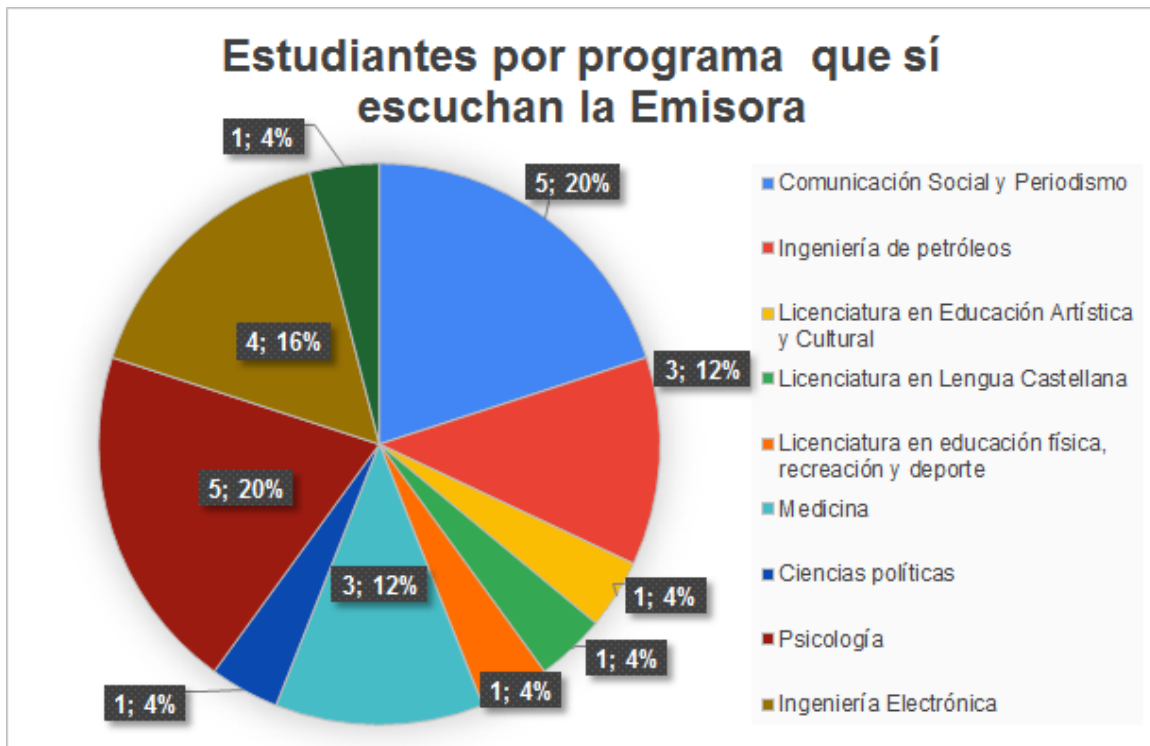


Figura 20. Oyentes por programa

Fuente: Este proyecto de investigación

En cuanto a los programas académicos a los que están inscritos los oyentes, La Facultad de Ciencias Sociales y Humanas es la que más escucha la Emisora Radio Universidad Surcolombiana (Véase Figura 20). Integrada por los programas de Comunicación Social Y Periodismo (40%) y el programa de Psicología (20%). Luego el Programa de Ingeniería Electrónica (12%) y la Facultad de Medicina (12%). Esto evidencia el interés por los contenidos científicos e informativos además de contenidos musicales (40%) y culturales (32%) que se registran como preferencias en la oferta actual de la parrilla de programación de la Emisora Institucional y que se observan en la Figura

25.

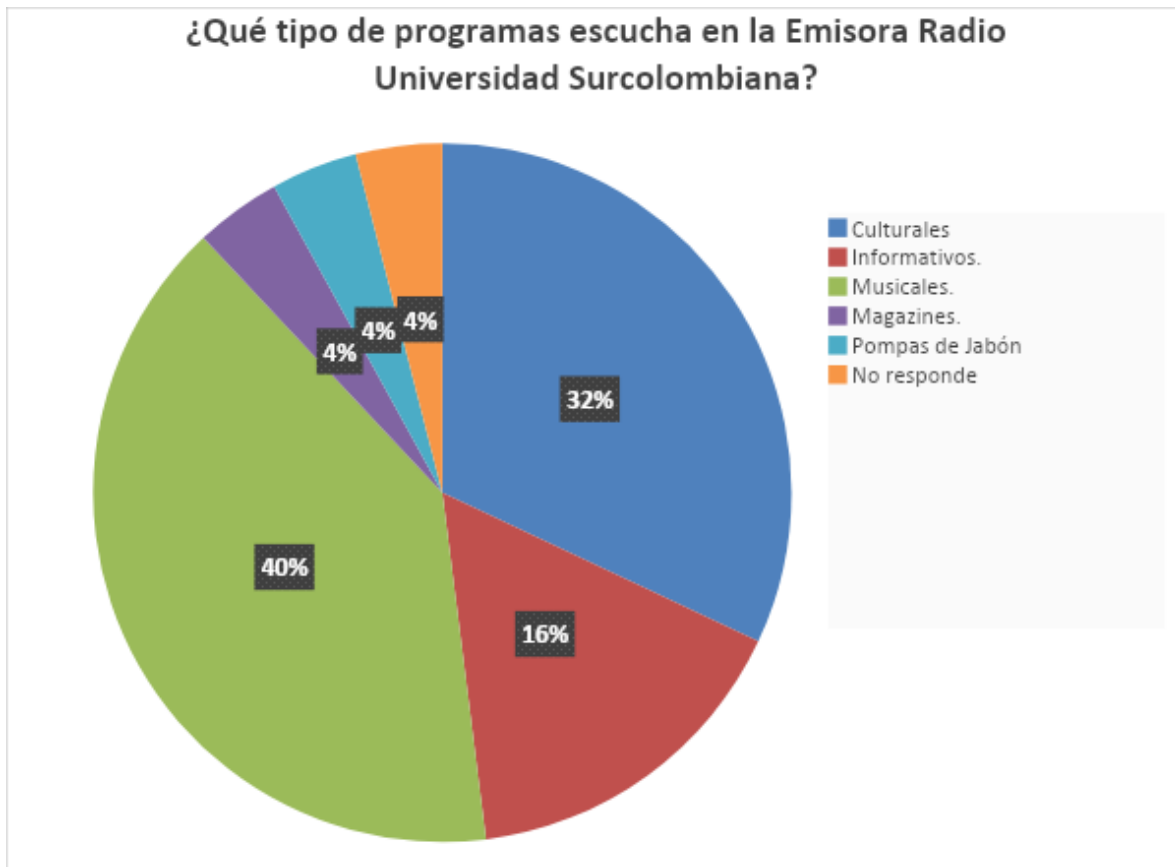


Figura 25: Programas que prefieren los oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

En este orden de ideas, las preferencias musicales resultan algo común entre audiencias jóvenes, data sus gustos desde los años 20 cuando se convirtieron en consumidores de música rock por excelencia (González, 2005).

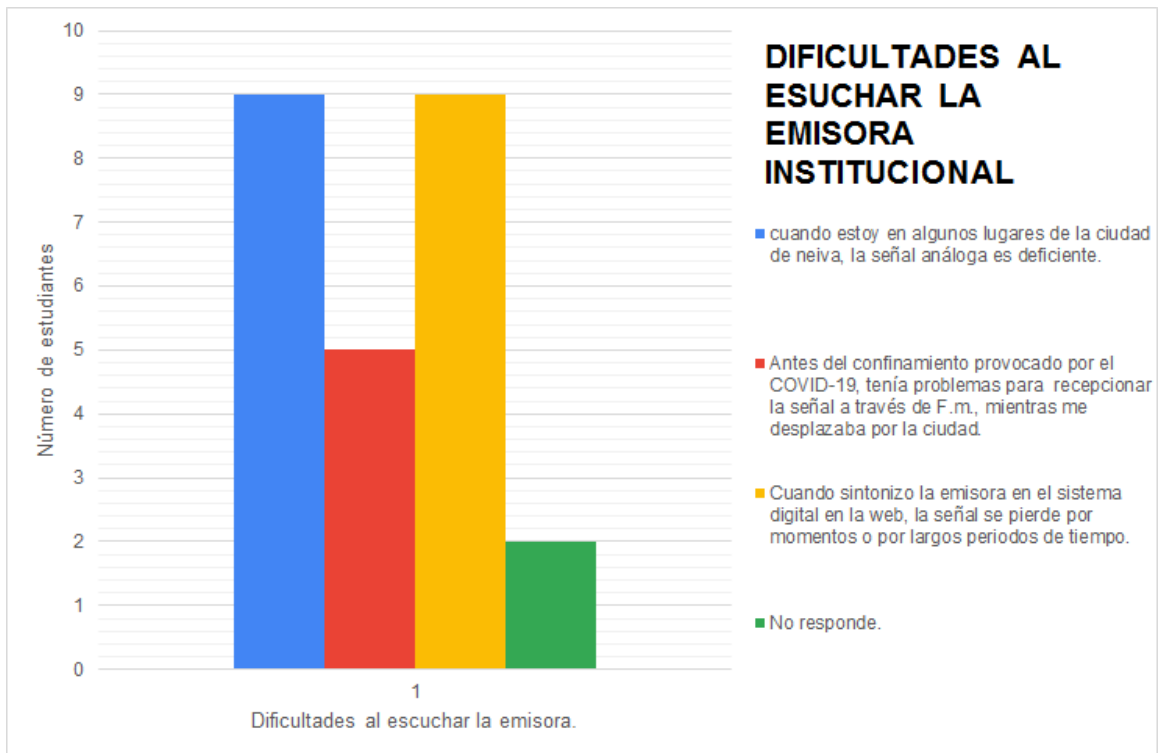


Figura 23: Dificultades al escuchar la Emisora Institucional

Fuente: Este proyecto de investigación

Es así como en la Figura 23, el 44% de los oyentes escuchan la emisora en horas de la mañana y el 36% por la tarde (véase Figura 24).

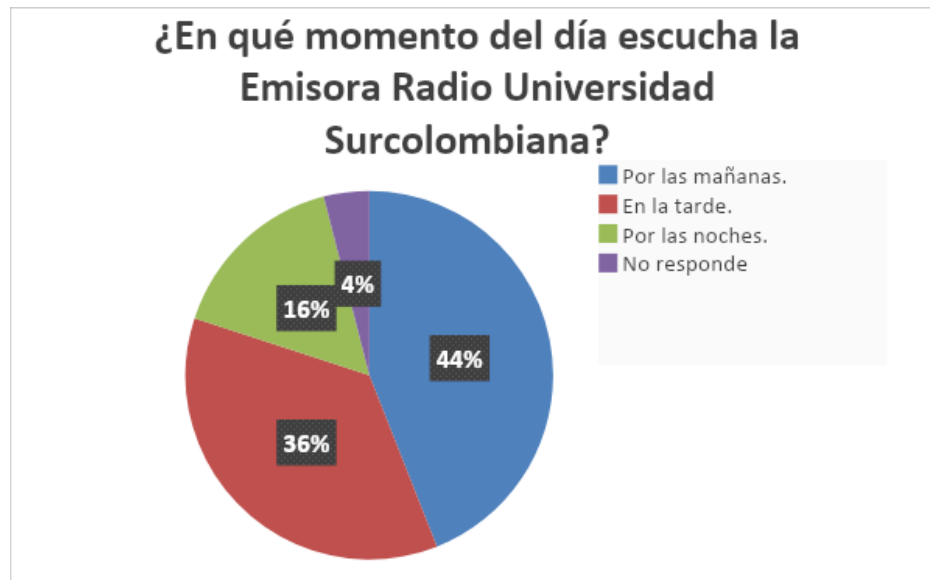


Figura 24: Momento del día en que escucha la Emisora Institucional

Fuente: Este proyecto de investigación

Es decir, que según la oferta de contenidos en la parrilla de Programación radiofónica y sustentado en quienes escuchan la Emisora, concuerdan con que prefieren contenidos relacionados con sus áreas de estudio o músicas.

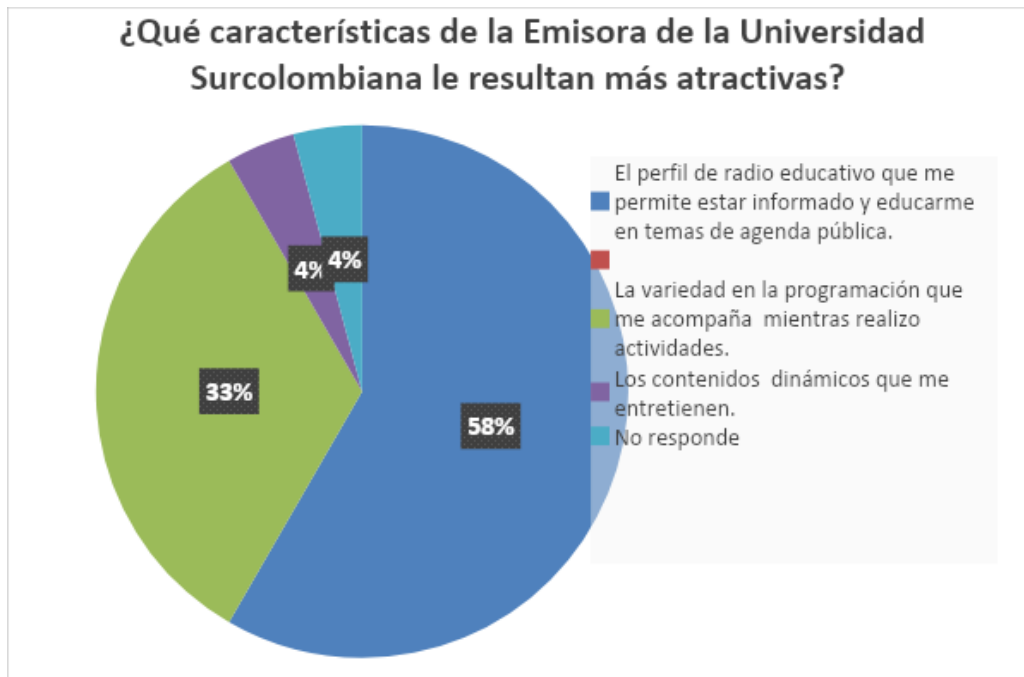


Figura 26: Características más atractivas de la Emisora Institucional

Fuente: Este proyecto de investigación

No obstante, a la hora de preguntarles por temas que quisieran incluir en la parrilla de programación un 40% sugieren temas de debate y un 36% temas de tecnología y ciencia, tampoco hay que desestimar los oyentes incluidos en el 16% restante que sugiere los Argumentales y los noticieros (Véase Figura 27).

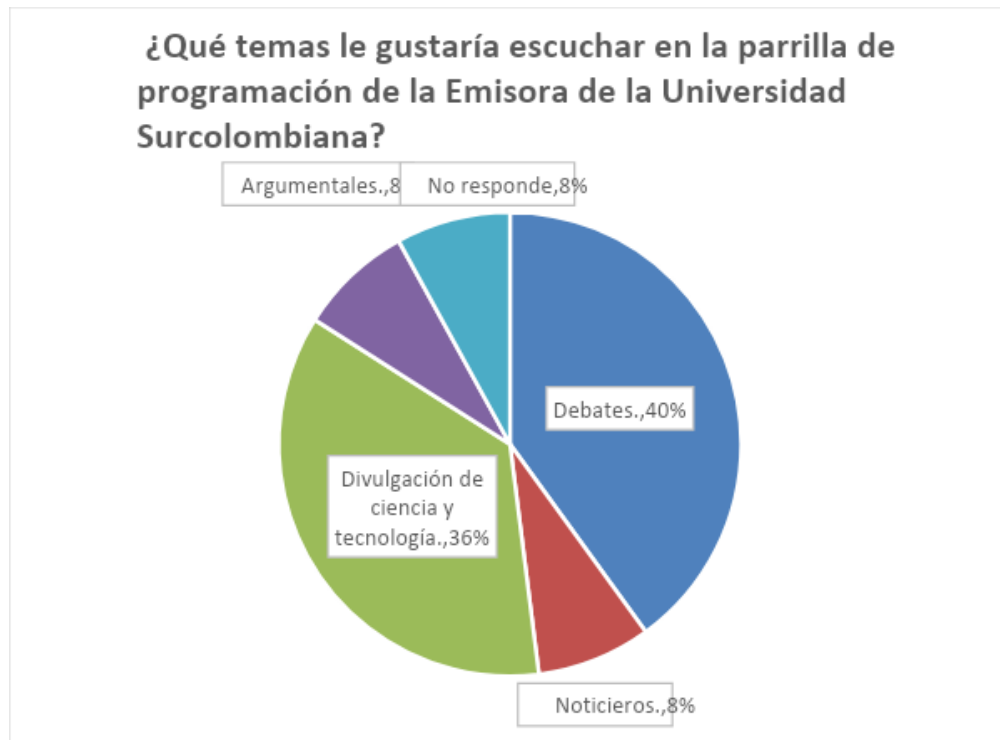


Figura 27: Temas que el oyente quisiera escuchar.

Fuente: Este proyecto de investigación

Dado lo anterior, el 59% de los oyentes prefieren Radio Universidad Surcolombiana por tener un perfil de radio educativa, que les permite estar bien informado y educarse en temas de agenda pública y porque su programación variada (véase Figura 26).

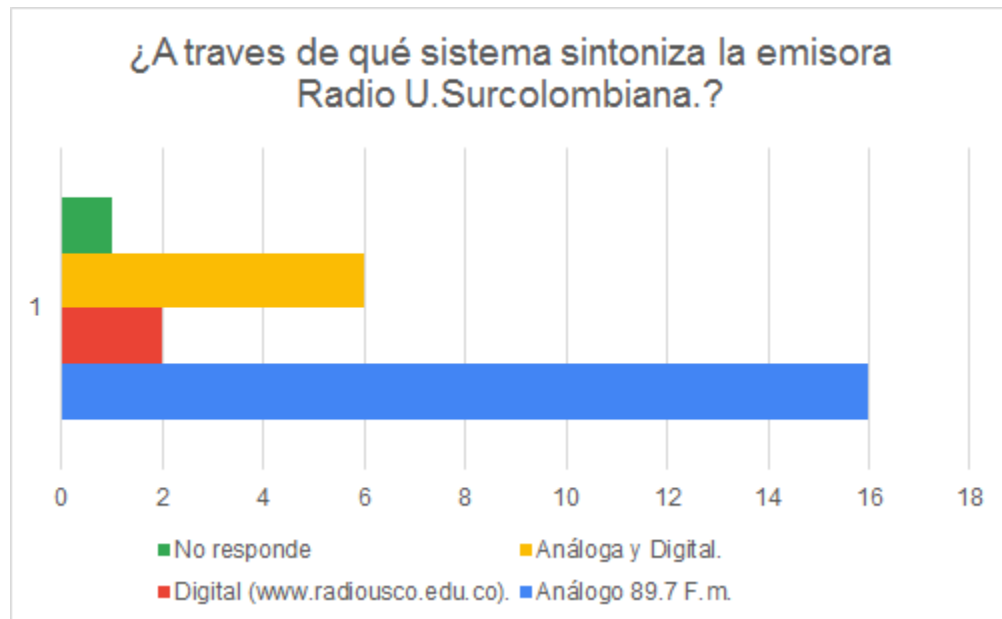


Figura 22: Sistema por el cual sintoniza la emisora

Fuente: Este proyecto de investigación

Por otro lado, el sistema análogo 89.7 F.M. es el preferido, con un número de 16 oyentes al escuchar la Emisora Institucional (véase Figura 22) y concuerda con las estadísticas del EGM (2020) arrojados en cuarentena donde los colombianos han preferido la sintonía por señal análoga del medio tradicional en un 49,4% y mediante un móvil con señal F.M. en un 18.8%. Vale la pena decir, que 6 oyentes dicen escuchar la emisora a través de ambos sistemas análogo y digital, y solo 2 prefieren el digital. Estas bajas puntuaciones en oyentes de la emisora que la escuchan a través de la página web pueden estar sujetas a los cambios repentinos que trajo consigo la cuarentena, donde la mayoría de los estudiantes en el país escaseaban de recursos tecnológicos y económicos difíciles de sanear, sin embargo, otro aspecto considerado en la Figura 23 muestra que las principales dificultades al escuchar la emisora tanto en el sistema digital como el análogo es la deficiencia de la señal.

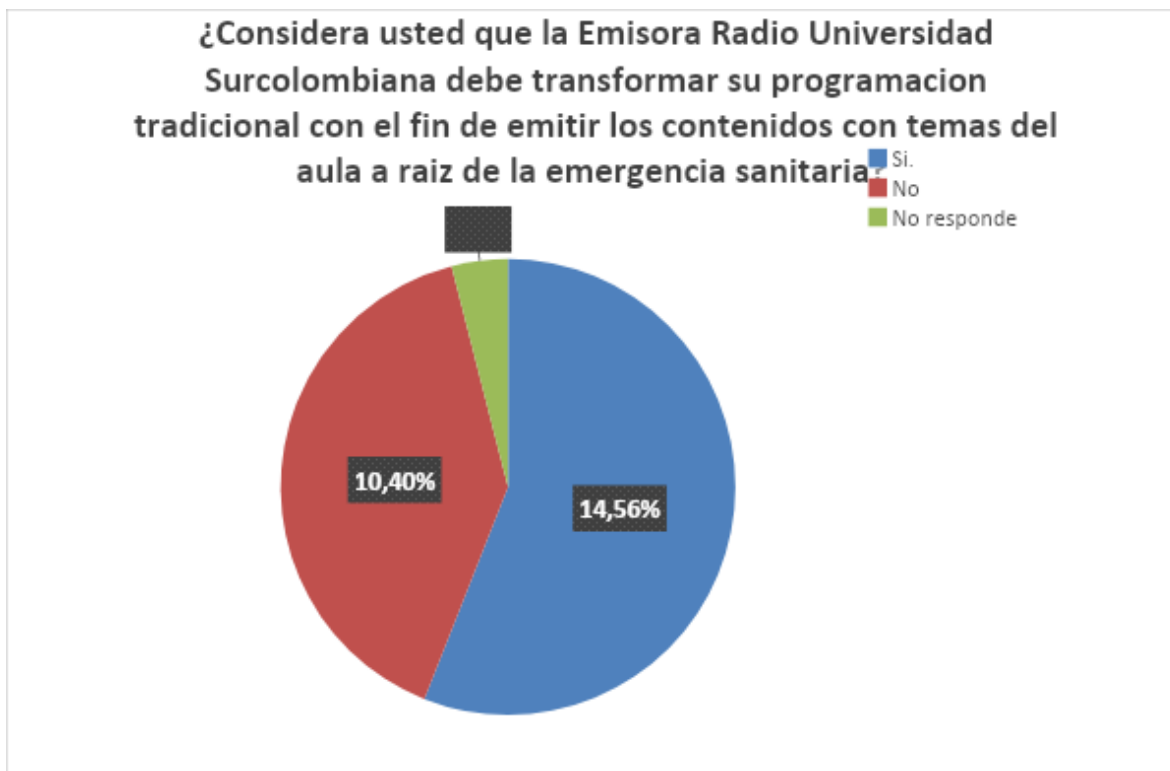


Figura 28: Transformar la parrilla de programación

Fuente: Este proyecto de investigación

Por último, y teniendo en cuenta la situación actual en relación con el virus COVID-19, surgieron nuevos escenarios de confrontación académica como la educación a distancia. Dentro del impacto de la cuarentena (EGM, 2020), existe una cantidad del 90,3% de los jóvenes entre los 12 y 17 años que están realizando sus estudios desde la casa. Lo anterior evoca orígenes de la radio educativa y más aún nos lleva a recordar a las escuelas radiofónicas de Acción Cultural Popular como la radio Sutatenza, que usaron el medio radial para llegar a los lugares donde la escuela formal no llegaba.

En consecuencia, la Figura 28 muestra una audiencia estudiantil de oyentes de un 56% a favor del cambio de la parrilla de programación de destinar contenidos específicos para

temas del aula de clase que merezcan complementarse o reforzarse, afirmando que ayudaría a colaborar con estudiantes que no tienen acceso a internet, que carecen de recursos económicos para contar con herramientas tecnológicas propias.

Tabla 1. Respuestas sobre cambiar la parrilla de programación.

¿CONSIDERA CAMBIAR LA PARRILLA DE PROGRAMACION RADIOFONICA PARA QUE LA EMISORA INSITUCIONAL INLCUYA EN SUS CONTENIDOS TEMAS DEL AULA?

Por este medio es más fácil de transmitir cualquier información y a la mayoría de estudiantes se le facilita

Porque de esa manera se utiliza la radio institucional para aportar y seguir con el proceso de formación a través de ella.

Porque hay muchos estudiantes que no tienen conexión a Internet

Pienso que no cumple con los requisitos

No podemos volver a caminar con los dinosaurios

No creo que la emisora tenga el alcance para llegar a otros municipios. Sin saber la cifra oficial, se deduce fácil que en Neiva viven menos de la mitad o la mitad de la comunidad estudiantil

Considero que la emisora debe transformarse completamente debe realizar un contenido más dinámico y entrelazarlo con la educación y con su propósito que es realizar un aporte más académico, pero que debe recordar que la gran mayoría de estudiantes somos jóvenes y deben buscar la manera de llamarnos para apoyar más la emisora, hay que buscar nuevas estrategias y por supuesto mejorar los equipos para que los estudiantes del programa apoyen la creación de contenidos

Percepciones de los estudiantes acerca de la inclusión de temas de aula en la parrilla de programación de la emisora.

No obstante, El 40% de los oyentes de la emisora Radio Universidad Surcolombiana ha afirmado que No es útil cambiar la parrilla de programación debido a las dificultades técnicas que presenta la emisora (véase Tabla 1). En suma, cambiar la parrilla de programación para educar fuera del aula y de las clases magistrales, además de sugerir que ajusten a las nuevas audiencias juveniles invitando a modernizar la manera en que se dispone el contenido radiofónico de la Emisora Institucional (véase Tabla 1).

Estudiantes que no escuchan la Emisora Institucional

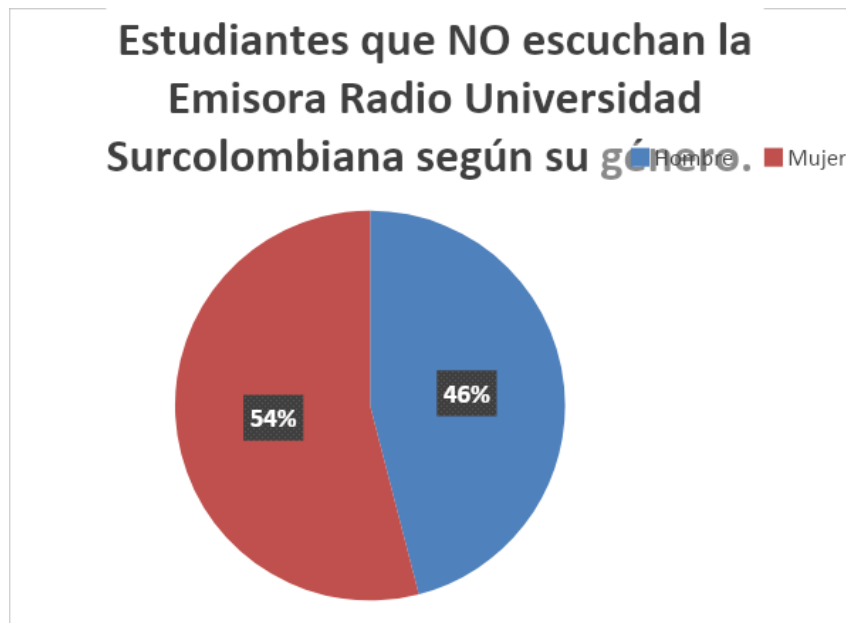


Figura 29: No oyentes de la emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación

Conociendo que el 77.7% de la muestra corresponde a estudiantes que no escuchan la emisora Radio Universidad Surcolombiana (véase Figura 13), la Figura 29 nos indica que las mujeres son la cantidad más representativa de estas audiencias y no tienen una orientación política definida. (véase Figura 30)



Figura 30: No oyentes de la emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación

Dentro de estas características, los estudiantes que no escuchan la emisora institucional (véase Figura 31) son jóvenes entre los 20 y 22 años.

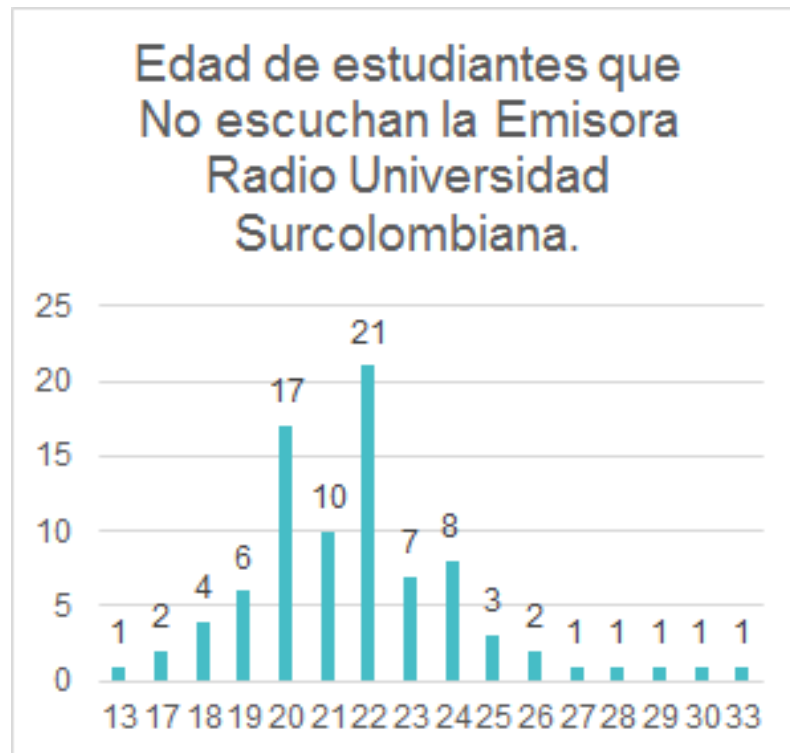


Figura 31: No oyentes de la emisora Institucional según la edad

Fuente: Este proyecto de investigación

Este dato resulta ser común en los estudiantes que sí escuchan la emisora, es decir, son audiencias juveniles y por tal razón sus preferencias en relación con el consumo de radio

están sujetas a emisoras comerciales con alcance local (véase Figura 32 y Figura 33).

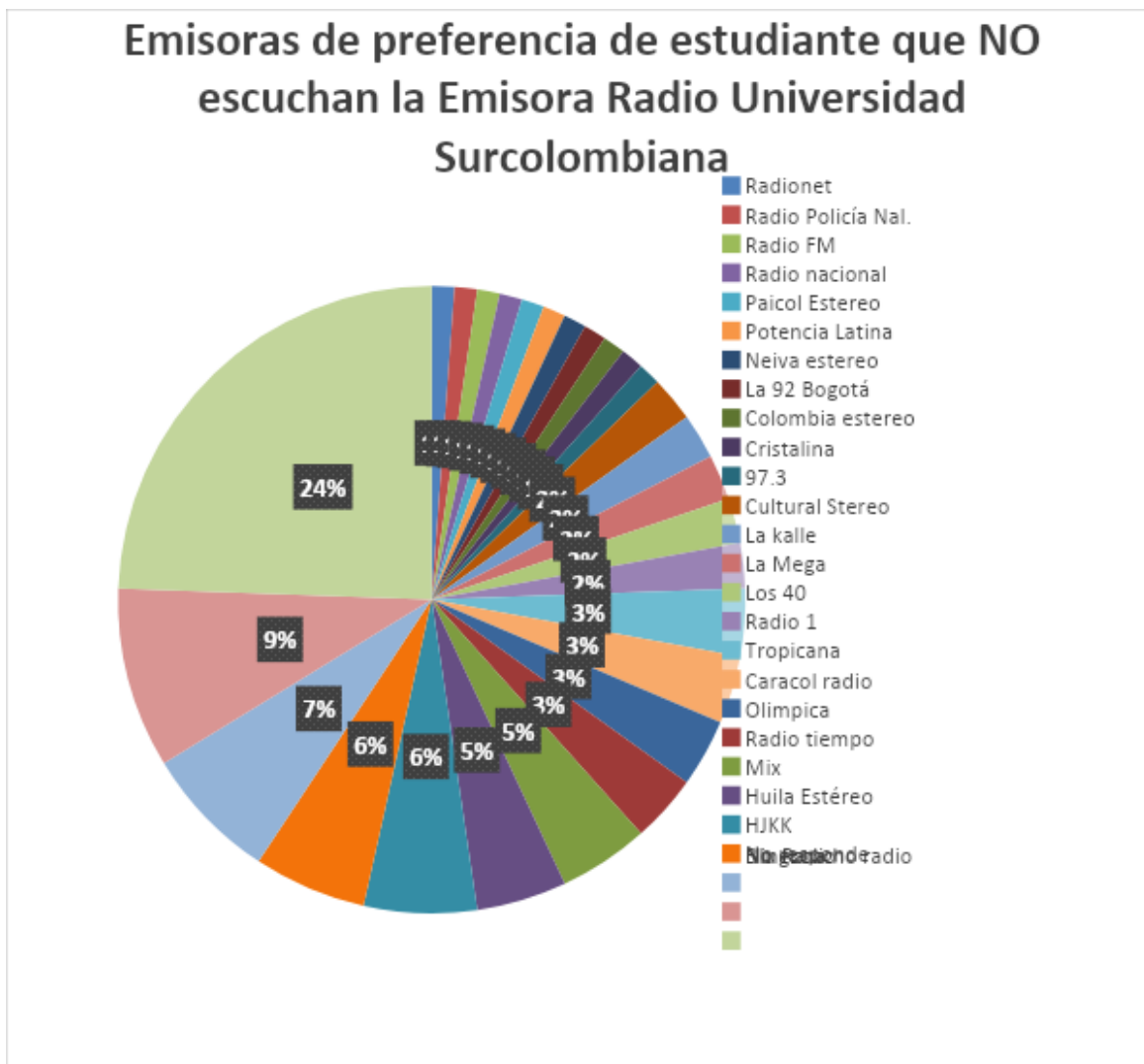


Figura 32: No oyentes de la emisora Institucional según la edad

Fuente: Este proyecto de investigación

Sin embargo, de los estudiantes que afirman No escuchar la emisora institucional Radio Universidad Surcolombiana, el 24% no tienen ninguna radio de preferencia y un 9% de ellos No escuchan radio (véase Figura 32).

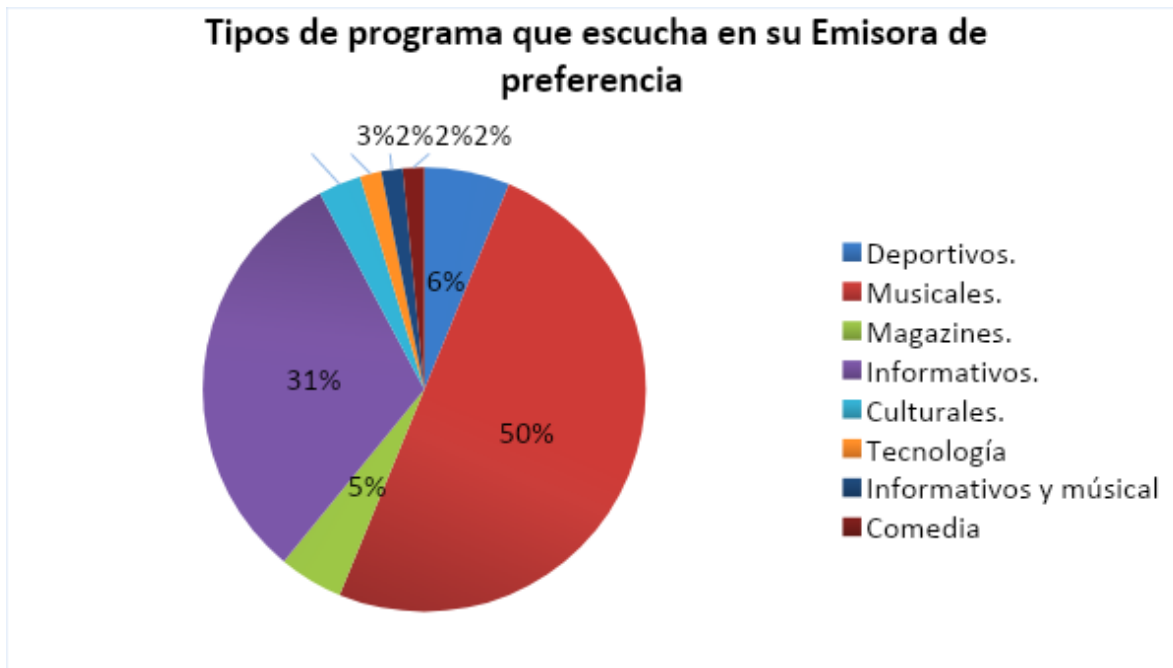


Figura 34: No oyentes de la emisora Institucional según su programa de preferencia

Fuente: Este proyecto de investigación

Lo anterior sustenta lo afirmado por Cebrián Herreros (1994) al referirse que las radios comerciales abarcan cierto número de oyentes dejando algunas minorías desatendidas y que pueden estarse ocupando de ellas las radios Universitarias. Además, al no escuchar radio o no tener preferencias por el medio, sustenta lo que afirma Orozco (1997), al referirse a las audiencias como críticas, capaces de discernir y reaccionar ante los contenidos.

Estudiantes por programa que No escuchan Radio Universidad Surcolombiana

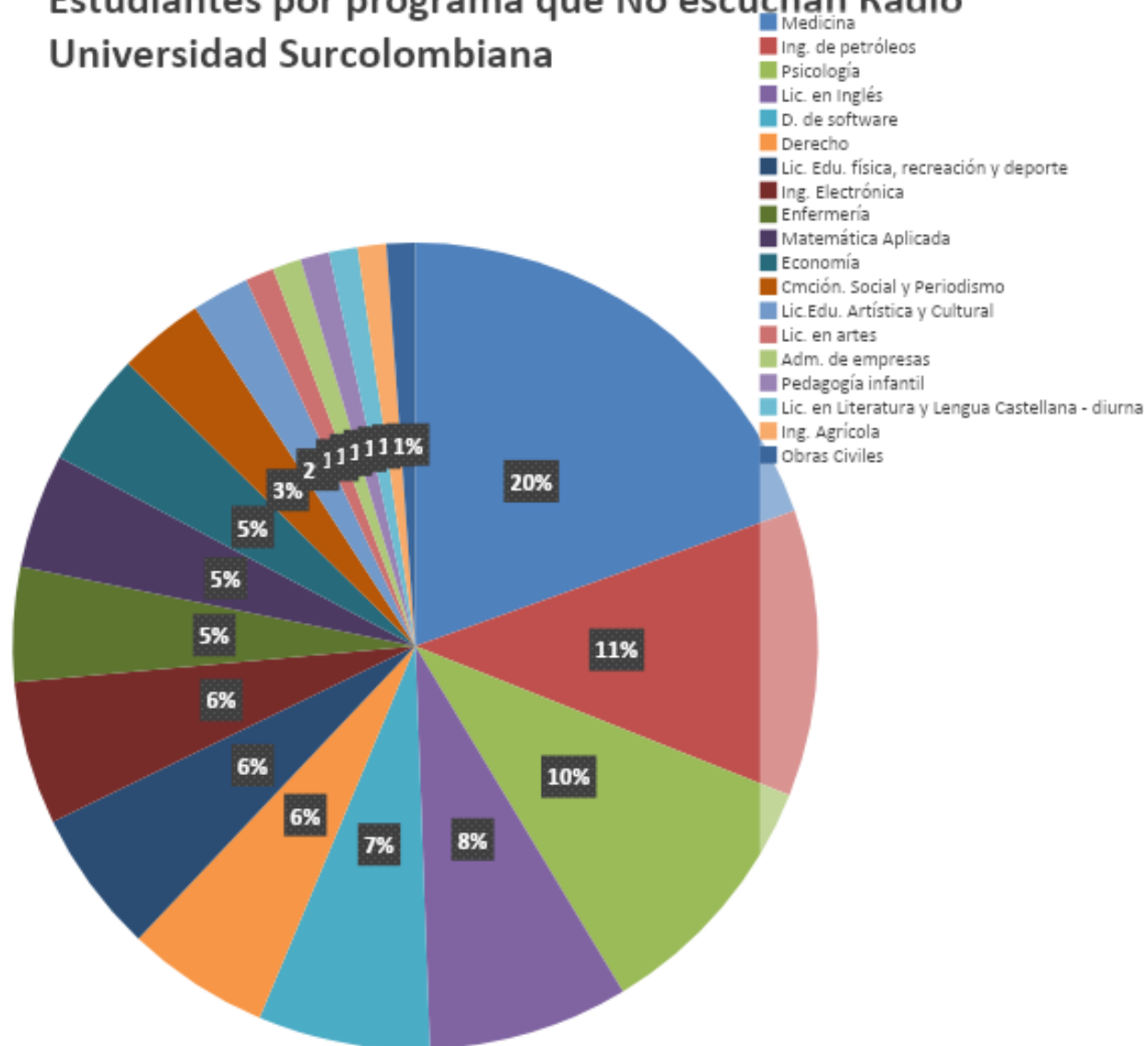


Figura 35: No oyentes de la emisora Institucional según el programa académico

Fuente: Este proyecto de investigación

Otro aspecto importante es que estos estudiantes pertenecen a programas de Medicina (20%), Ingeniería de Petróleos (11%) y psicología (10%) y pertenecen al estrato socioeconómico 2 (véase Figura 36) En este mismo orden de ideas,



Figura 36: No oyentes de la Emisora Institucional según estrato socioeconómico

Fuente: Este proyecto de investigación

La Figura 34 subraya los contenidos musicales y los informativos como los más buscados en las emisoras preferidas por los estudiantes, evidenciando la necesidad de las audiencias estudiantiles de entretenerse y estar informados.

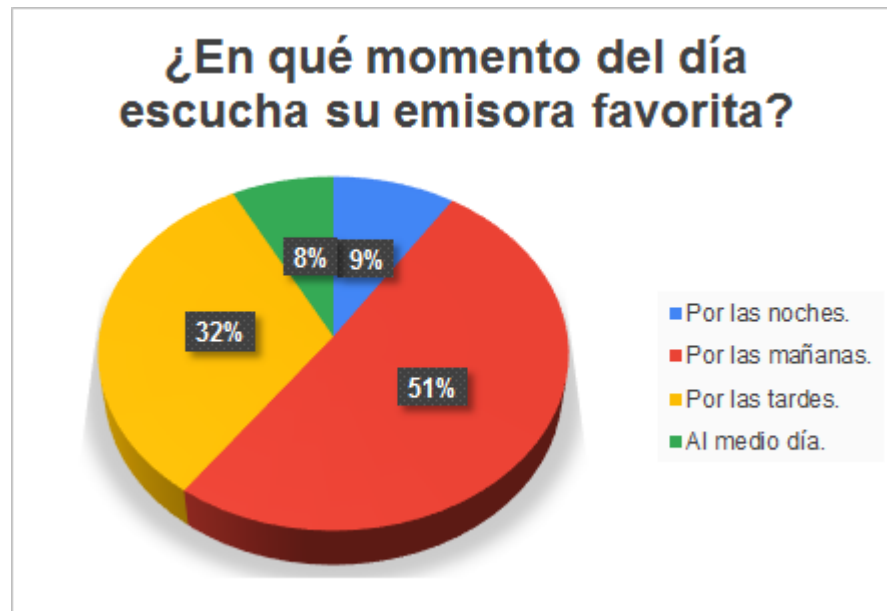


Figura 37: Momento el día en que escucha su emisora de preferencia

Fuente: Este proyecto de investigación

Por otro lado, La Figura 37 muestra que los estudiantes escuchan siempre sus emisoras algunas veces (77%) en las horas de la mañana (51%) o en la tarde (32%). También afirman preferir sus emisoras por la variedad en su programación (41%- véase Figura 38.) como también la preferencia por temas noticiosos y de actualidad.

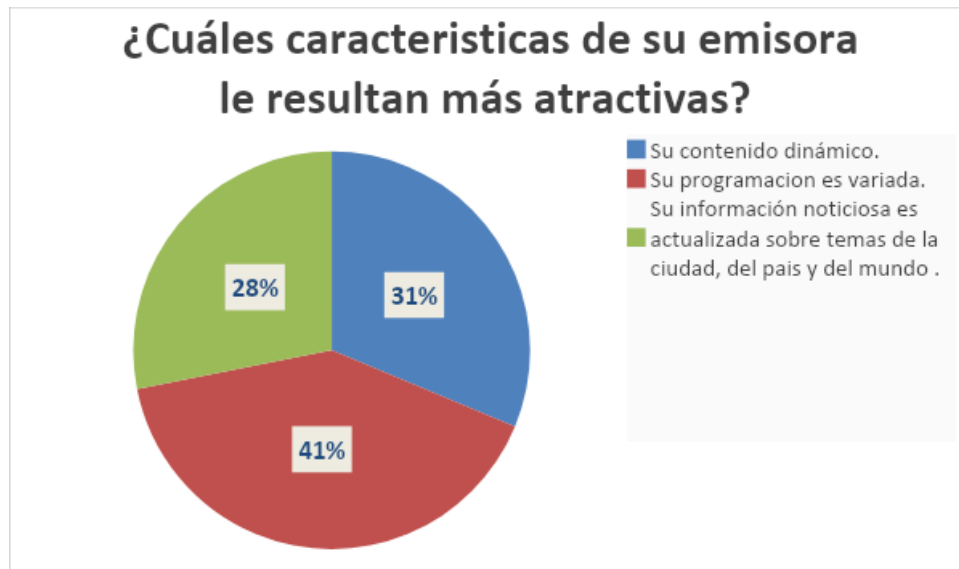


Figura 38: características de emisoras favoritas para No oyentes

Nota: los estudiantes que no escuchan la emisora Radio Universidad Surcolombiana muestran cuáles de las características de la emisora le resultan más atractivas. *Fuente:* Este proyecto de investigación

Capítulo 5

Conclusiones

La audiencia estudiantil de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. está conformada por jóvenes entre 20 y 22 años de edad y pertenecen al estrato socioeconómico 3. Este sector de la población se caracteriza por ser beneficiarios de los programas subsidiados del Estado. La mayoría de los oyentes viven en la ciudad de Neiva y muy pocos provienen de municipios aledaños. Además de preferir los contenidos musicales, proponen la inclusión de noticiarios y temas de debate. Sumado a lo anterior se debe tener en cuenta que son una población caracterizada por sus habilidades tecnológicas y lenguajes propios de la cultura digital. Proponen la ampliación y creación de más espacios de participación estudiantil en formatos digitales.

De acuerdo con la encuesta, los jóvenes manifiestan no ser fieles oyentes de la radio, pero, advierten que son reflexivos y exigentes con relación a los contenidos. Proponen reformas a la parrilla de programación, en cuanto a fortalecer la franja de opinión y la inclusión de programas argumentales. Sin embargo, vale la pena resaltar el desconocimiento que tienen los estudiantes sobre el concepto y características de la radio pública y educativa, con relación a la Emisora de la Universidad Surcolombiana en particular. Quiere decir lo

anterior que los estudiantes encuestados no diferencian los tipos de emisoras (comercial, de interés público y comunitario).

Con relación a la militancia política de los estudiantes, se definen como no seguidores de los partidos políticos tradicionales y se consideran neutrales e imparciales en relación a la política.

Finalmente, con relación a los estudiantes que no escuchan la programación de la Emisora Radio Universidad Surcolombiana, es importante advertir que conocen de su existencia, identifican su nombre y recuerdan su eslogan.

Capítulo 6

Recomendaciones

- Se recomienda a la Universidad Surcolombiana un trabajo conjunto con el programa de Comunicación Social y Periodismo para definir una estrategia comunicativa que permita divulgar la naturaleza e importancia de la radio pública y educativa.
- Es recomendable que el programa de Comunicación Social y Periodismo avive en los docentes de la Universidad un interés especial para que los temas de aula ayuden a fortalecer la parrilla de programación de la emisora.
- La Emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. debe producir contenidos que fortalezcan la concepción política no partidista y que ayuden a mejorar la participación política y ciudadana de los estudiantes.
- La Emisora Institucional debe fortalecer el vínculo entre estudiantes y profesores haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Lo anterior permitiría la interacción entre estudiantes y profesores aprovechando las posibilidades de las redes sociales. Por tal razón, se recomienda fortalecer la interactividad en la página web de la Emisora, fortaleciendo la franja de opinión y

generando una mayor participación de los estudiantes con el uso de redes sociales como whatsapp, Facebook, Instagram y Twitter.

Lista de referencias

Acuerdo 079. (30 de Noviembre de 2010). Acuerdo . *Por medio de la cual se crea y organiza la Emisora Institucional Radio Universidad Surcolombiana* . Neiva , Huila, Colombia .

Ballesteros Lopez, T. (2010). *Radios Universitarias*. Obtenido de Radioteca:

https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_07/Radios_universitarias.pdf

Barrios Rubio, Andrés (2014). *La Radio Universitaria, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología?* Chasqui, No 126; octubre 2014.

Cebrián Herreros, M. (1994). *Información radiofónica, mediación técnica, tratamiento y programación*. (32). Madrid, España: Sintesis,. doi:84-7738-221-2

Cuesta M., Óscar Julián (2012) *Historia de la radio universitaria: estudios de caso de la emisora de LAUD Y UN Radio*. *Ánfora* 20 (34), 97-115. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538.

DANE (2020a) *Tasa global de participación, ocupación y desempleo. Total Nacional - (2019-2020)*. Recuperado el 31 de julio de 2020 en:
[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=La%20tasa%20global%20de%20participaci%C3%B3n,2019%20\(56%2C2%25\)](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=La%20tasa%20global%20de%20participaci%C3%B3n,2019%20(56%2C2%25).).

DANE (2020) *Preguntas frecuentes Estratificación social en Colombia*. Recuperado el 31 de julio de 2020: <https://www.dane.gov.co/index.php/116-espanol/informacion-georreferenciada/2421-estratificacion-socioeconomica-preguntas-frecuentes>

Decreto 2805 (2008) *Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 47.067 de 31 de julio de 2008. Recuperado el 05 de Mayo de 2019 en:
https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3530_documento.pdf

Ministerio de las TIC's (2015) definición de Manual de estilo. Actualizado el 07 de septiembre de 2020. Página oficial Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. p.1. Recuperado el 07 de Agosto de 2020 en:
<https://mintic.gov.co/portal/inicio/8504:Manual-de-estilo-R-415-10>

EGM (2020) *Estudio General de Medios. Comunicado de cuarentena 1*. Recuperado de:
<http://www.acimcolombia.com/wp-content/uploads/2020/05/Comunicado-EGM-Cuarentena-1.pdf>

Fernández, Benjamín (2014) La radio ante las nuevas audiencias. *Primera Revista electrónica en Iberoamérica especializada en Comunicación* (Paraguay), No 87, Julio-Septiembre.

Gallego Gallego, Javier (2005) *La juventud producida por el sistema de comunicación medida*. Universidad Nacional de Educación a distancia, UNED. Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. Audiencias juveniles y cultura digital. Amparo Huertaz Mónica Figueras Maz, Eds. Asociación española de investigación en la comunicación. Recuperado de:
https://incom.uab.cat/publicacions/downloads/ebook05/Ebook_INCOM-UAB_05.pdf

Gaviria, Guillermo (2007). *La radio Universitaria en Colombia*. Revista 91.9 La radio que suena (2007) Javeriana Estéreo 30 años. Facultad de Artes, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C. ISSN 0122-0950. pp. 9-11. Recuperado en Julio de 2020:
https://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/91.9_Revista.pdf

Gaviria, Guillermo(2008) *La radio universitaria en Colombia Profesor Titular Universidad Javeriana Director Emisora Javeriana Estéreo*. Recuperado en Julio de 2020:https://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf

Gonzales (2005) *Estudio de audiencias a estudiantes de la Unviersidad Pontificia Javeriana en relación a la emisora Javeriana Estéreo*. Bogotá. Tesis de grado.
Recuperado de:
https://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/91.9_Revista.pdf

Gonzales Mantilla, J. M. (2005). *Pagina Universidad Javeriana Estereo*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis244.pdf>.

González, Roberto, Manzi, Jorge, Cortés, Flavio, Torres, David, De Tezanos, Pablo, Aldunate, Nerea, Aravena, María Teresa, & Saíz, José L. (2005). *Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente*. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 25(2), 65-90. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2005000200003>

Gutiérrez, Clara Patricia & Posada Márquez, Patricia; (2018) *Caracterización del comportamiento de los millennials. Una revisión de literatura*. Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12658/ClaraPatricia_Gut%C3%A1rrezConcha_LauraPatricia_PosadaM%C3%A1rquez_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_415_de_2010_ministerio_de_tecnologias_de_la_informacion_y_las_comunicaciones.aspx#/.

Manual de estilo (2016) *Manual de estilo de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.* Neiva Huila.

Merayo, A. (2003). *Para Entender La Radio* . Salamanca: Publicaciones Universidad Póntificia Salamanca.

MINISTERIO DE COMUNICACIÓN, 2004. Políticas para la radio difusión en Colombia.

Documento de política sectorial en Colombia. D.C., Septiembre. Citado por Gaviria,

Guillermo (2008) La radio Universitaria en Colombia, p.2.

Murelaga, J. (2008). *La audiencia de la radio. De los oyentes a los usuarios(I/II). La*

audiencia de la radio. Bilbao, País Vasco, España: Universidad del país Vasco-

Euskal Herriko Unibertsitate (UPV-EHU). Recuperado el 2020, de

<http://www.euskonews.eus/0427zbk/gaia42704es.html>

Orozco, G. (1997). *Medios, Audiencias y Mediaciones. Huelva, España: Grupo Comunicar.*

Orozco, G. (2001). *Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de*

la televidencia y sus mediaciones.(27), 155-175. Recuperado el 2020, de

[https://pdfs.semanticscholar.org/043b/d81b65ad2d3e86517440cebe6c42f70299f9.p](https://pdfs.semanticscholar.org/043b/d81b65ad2d3e86517440cebe6c42f70299f9.pdf?_ga=2.11089716.1053540526.1598068929-1207671722.1598068929)

[df?_ga=2.11089716.1053540526.1598068929-1207671722.1598068929](https://pdfs.semanticscholar.org/043b/d81b65ad2d3e86517440cebe6c42f70299f9.pdf?_ga=2.11089716.1053540526.1598068929-1207671722.1598068929)

Otero López, María Luisa (1999) *La información en las emisoras de radios locales.*

Estudio de la programación radiofónica en Galicia. Universidad Complutense de

Madrid. Tesis doctoral.

Ramírez Bernate, Damaris (2013) *Análisis de contenido de las parrillas de programación,*

géneros, formatos, herramientas digitales e interactividad que están implementando

en la web las ciberradios universitarias de Colombia. Un viaje de Sonidos por el

mundo de la Radio Universitaria en Internet. Universidad Pontificia Bolivariana.

Escuela de Ciencias Sociales. Medellín, Dic. Recuperado de:

[https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1496/TG_Damaris_Ram](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1496/TG_Damaris_Ram%C3%ADrez.pdf?sequence=1)

[%C3%ADrez.pdf?sequence=1](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1496/TG_Damaris_Ram%C3%ADrez.pdf?sequence=1)

Resolución 415 de 2010, *Por la cual se expide el reglamento de la radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones. Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones.* Diario Oficial No 47.685 de 19 de abril de 2010, Recuperado de:

RRUC (2020) *Red de Radio Universitaria de Colombia. Emisoras Universitarias de Colombia 2020.* Recuperado Agosto de 2020:

<https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/listado-de-emisoras-2>

Soengas , X. (2013). *Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital. Revista de estrategias, tendencias e innovación en Comunicación.* (57). DOI: ISSN 2174-0992

Villafranco Robles, Citlali (2005) *El papel de los medios de comunicación en las democracias. Andamios. Revista Online*, 2005, vol.2, n.3, pp.7-21. ISSN 1870-0063. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632005000200001

Zambrano, Ricardo (2012) *Radiografía de las Emisoras Universitarias Colombianas. Radio Spelling Colombian University Radio.* Bogotá-Colombia. Grupo de Investigación Medios y Mercadeo. Universidad Panamericana. Recuperado de: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/15106/13184>

Zambrano, W. R. (2012). RADIOGRAFÍA DE LAS EMISORAS. *Radio Spelling Colombian University Radio*(Folios 28), 115-138. Recuperado el Junio de 2020, de [15106-Texto%20del%20art_culo-50327-1-10-20130416%20\(1\).pdf](https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/15106-Texto%20del%20art_culo-50327-1-10-20130416%20(1).pdf)

Capítulo 7

Anexos

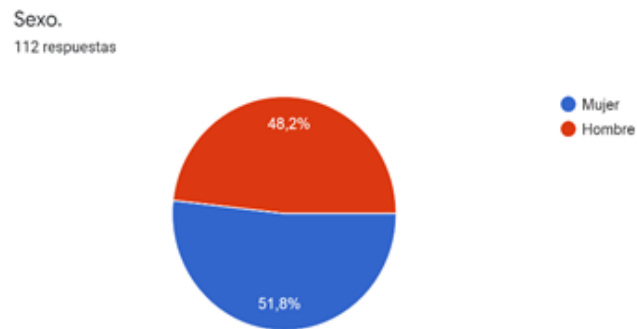


Figura 1. Muestra de estudiantes según el género

Fuente: Este proyecto de investigación

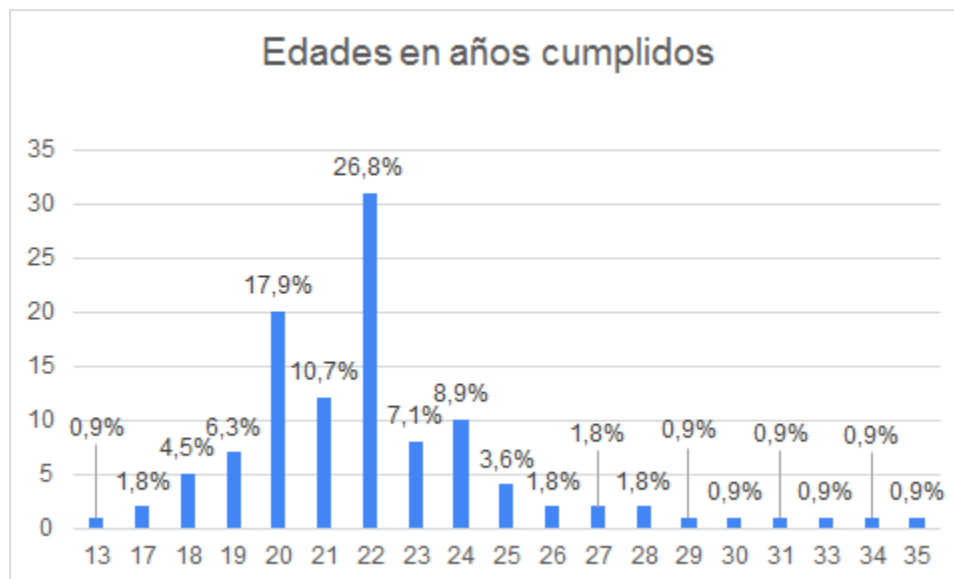


Figura 2: Edad en años cumplidos de los encuestados

Fuente: Este proyecto de investigación

Estrato Socio-económico (Registrado en matrícula).

111 respuestas

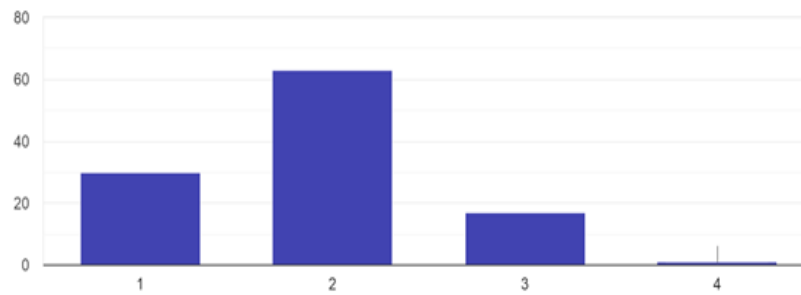


Figura 3: Estrato socioeconómico de los estudiantes

Fuente: Este proyecto de investigación

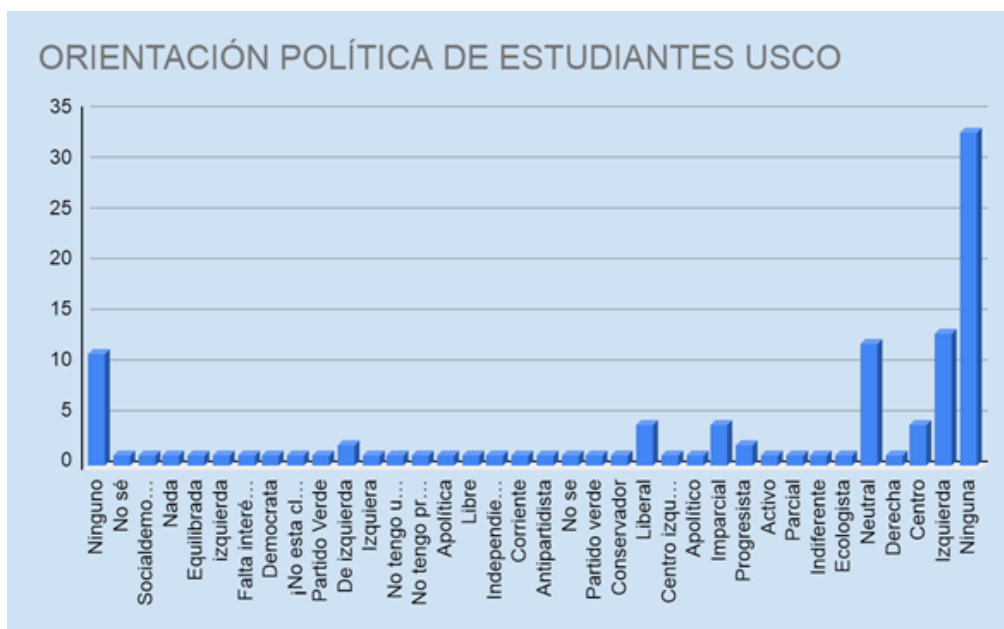


Figura 4. Orientación política

Fuente: Este proyecto de investigación.

Lugar de procedencia antes de entrar en la Universidad Surcolombiana.

112 respuestas

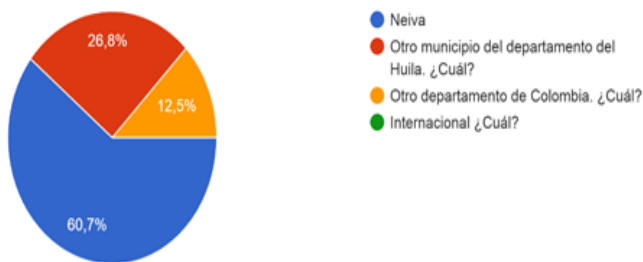


Figura 5. Lugar de procedencia antes de entrar a la Universidad

Fuente: Este proyecto de investigación.

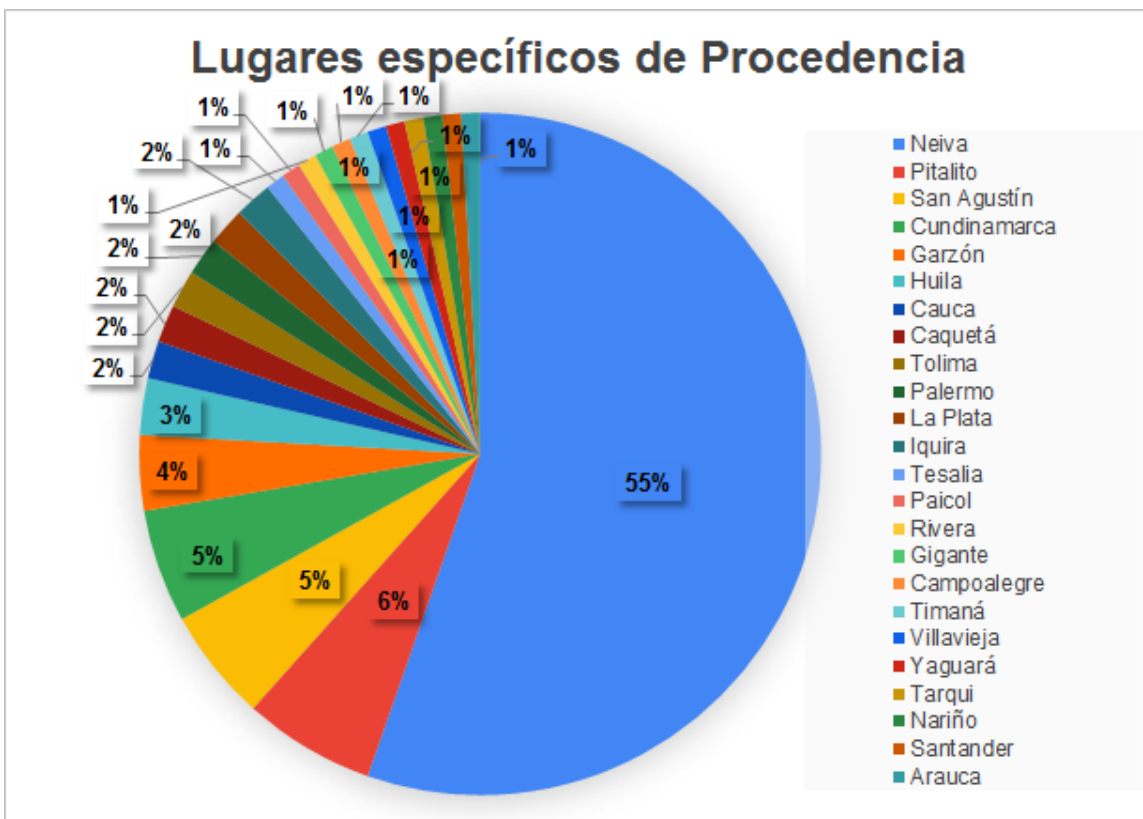


Figura 6. Lugar específico de procedencia de estudiantes

Fuente: Este proyecto de investigación.

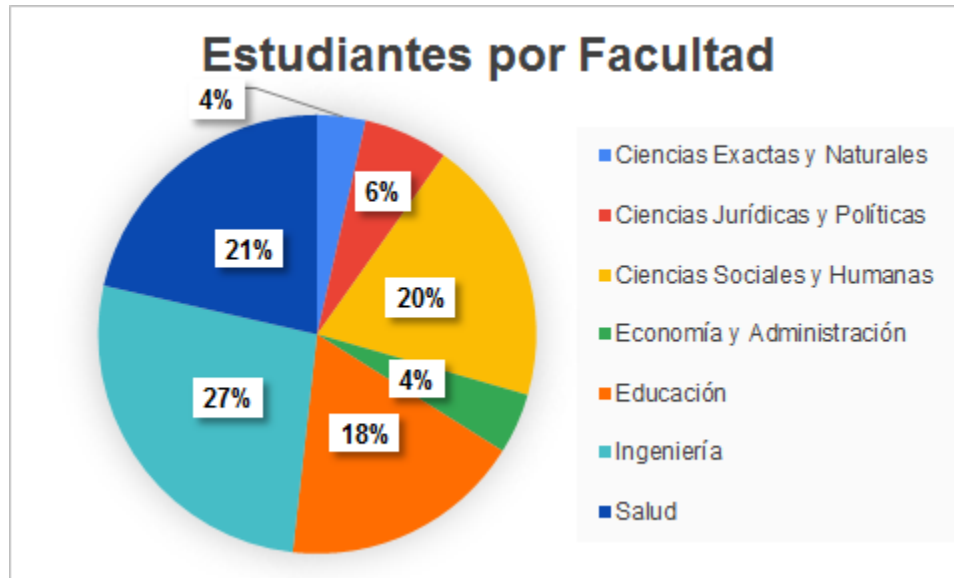


Figura 7. Número de estudiantes por facultad

Fuente: Este proyecto de investigación.

NÚMERO DE ESTUDIANTES POR PROGRAMA

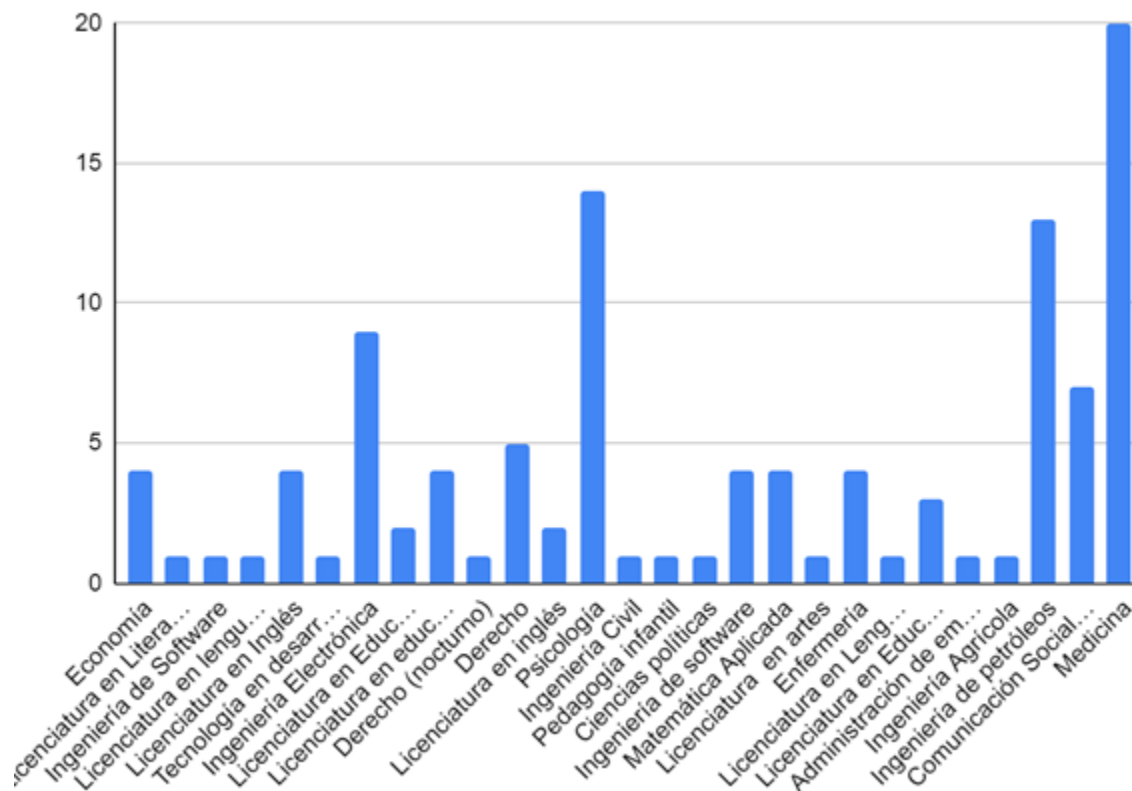


Figura 8. Número de estudiantes por programa
Fuente: Este proyecto de investigación.

¿Sabe usted si la Universidad Surcolombiana tiene emisora de radio?
112 respuestas

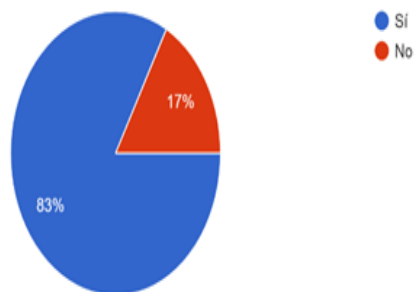


Figura 9. ¿Sabe si la Universidad Surcolombiana tiene emisora ?

Fuente: Este proyecto de investigación.

¿Conoce usted el nombre de la emisora de la Universidad Surcolombiana?

112 respuestas

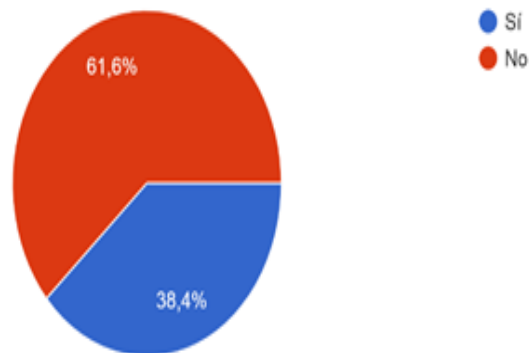


Figura 10. Conoce el nombre de la Emisora de la USCO.

Fuente: Este proyecto de investigación.

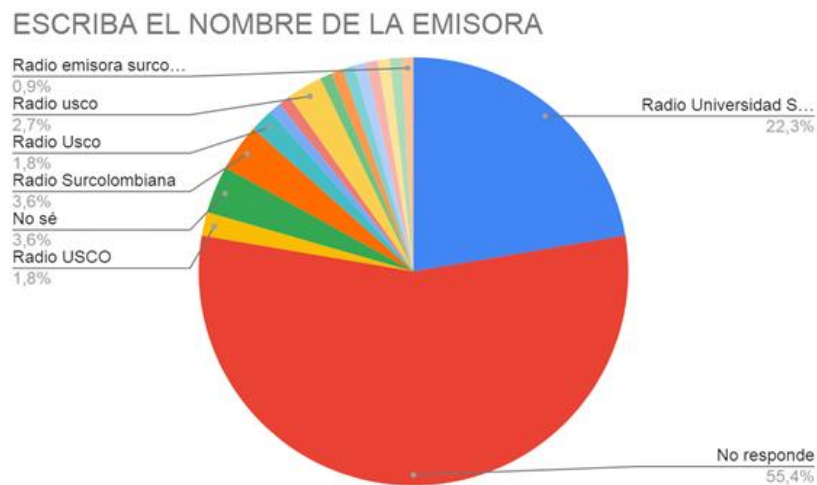


Figura 11. Escribir el nombre de la emisora

Fuente: Este proyecto de investigación.

¿Conoce usted el eslogan de la emisora de la Universidad Surcolombiana?
112 respuestas

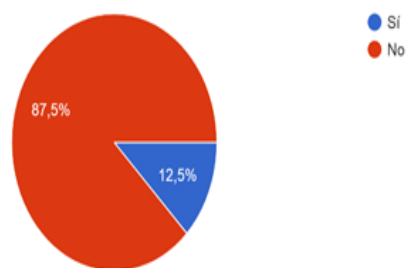


Figura 12. ¿Conoce el eslogan de la emisora?

Fuente: Este proyecto de investigación.

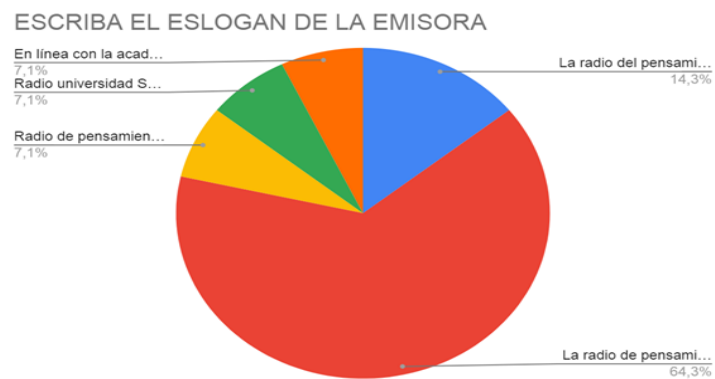


Figura 13. Escribir el eslogan de la Emisora

Fuente: Este proyecto de investigación

¿Escucha usted la emisora de la Universidad Surcolombiana? Si respuesta es NO por favor dirijase a la sección 4 "NO OYENTES", si su respuesta es...ondiendo hasta terminar solamente esta sección :
112 respuestas

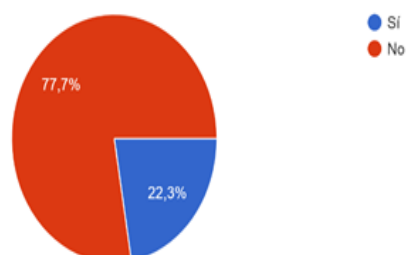


Figura 14. Escucha la emisora Radio Universidad Surcolombiana

Fuente: Este proyecto de investigación.

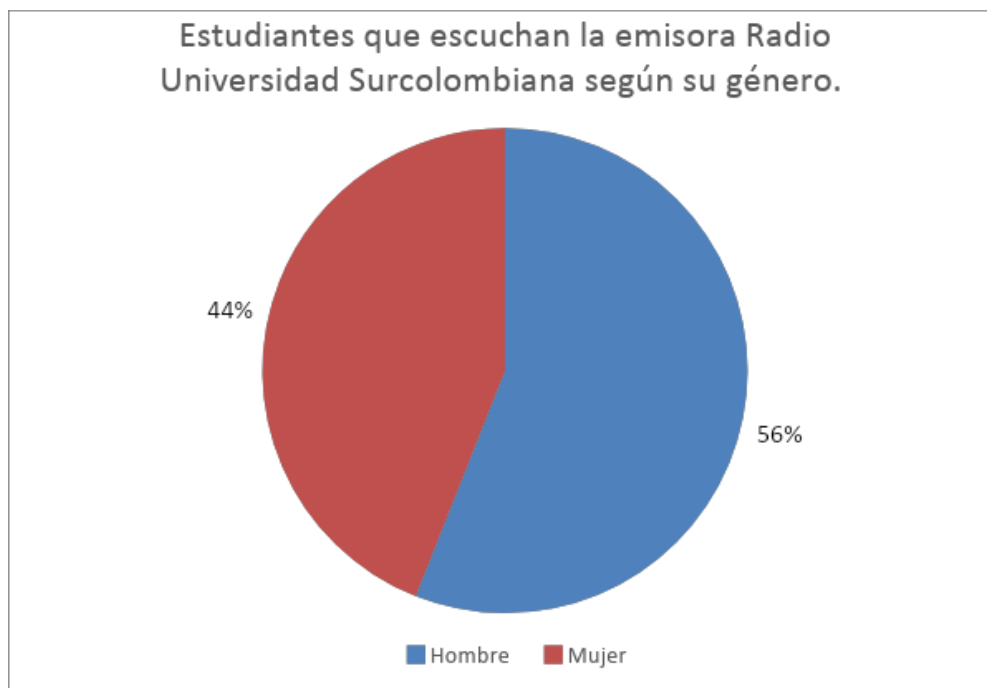


Figura 15. Oyentes de Emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación.

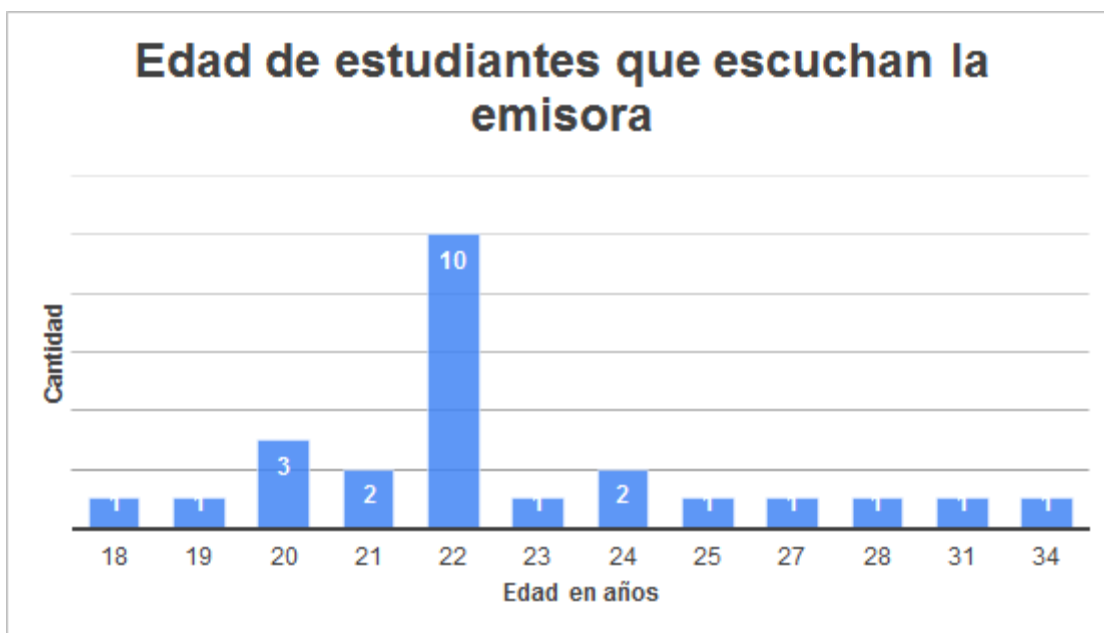


Figura 16. Oyentes de Emisora Institucional según edad

Fuente: Este proyecto de investigación

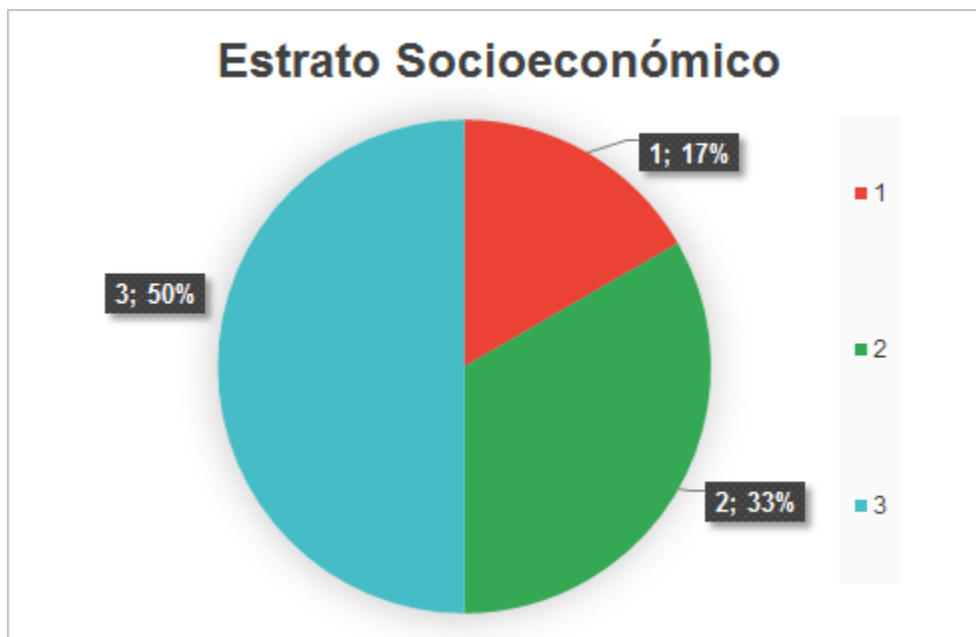


Figura 17. Oyentes de Emisora Institucional según estrato socioeconómico

Fuente: Este proyecto de investigación

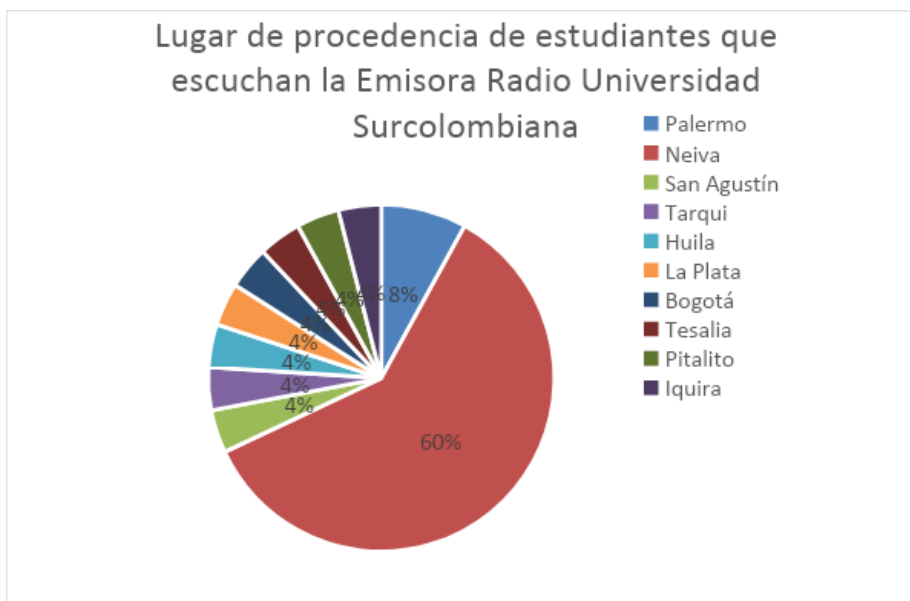


Figura 18: Lugar de procedencia de estudiantes oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

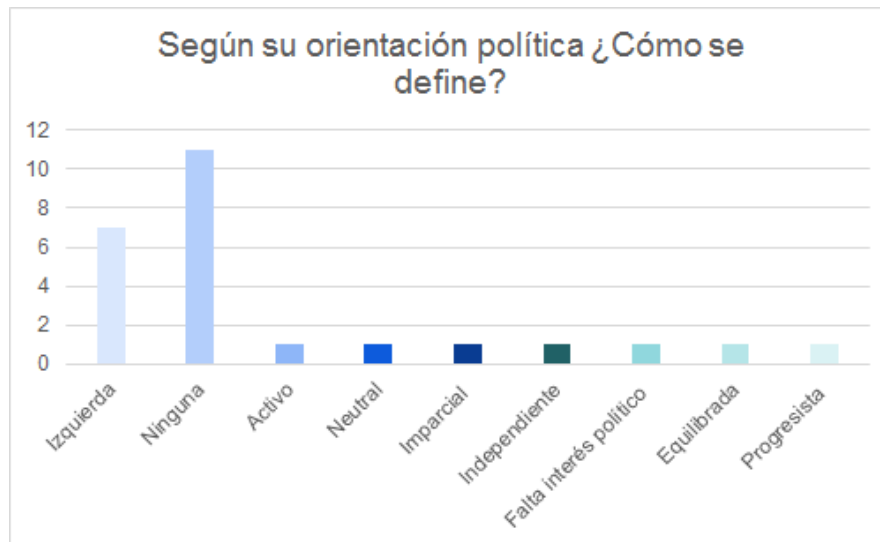


Figura 19. Oyentes según su orientación política

Fuente: Este proyecto de investigación

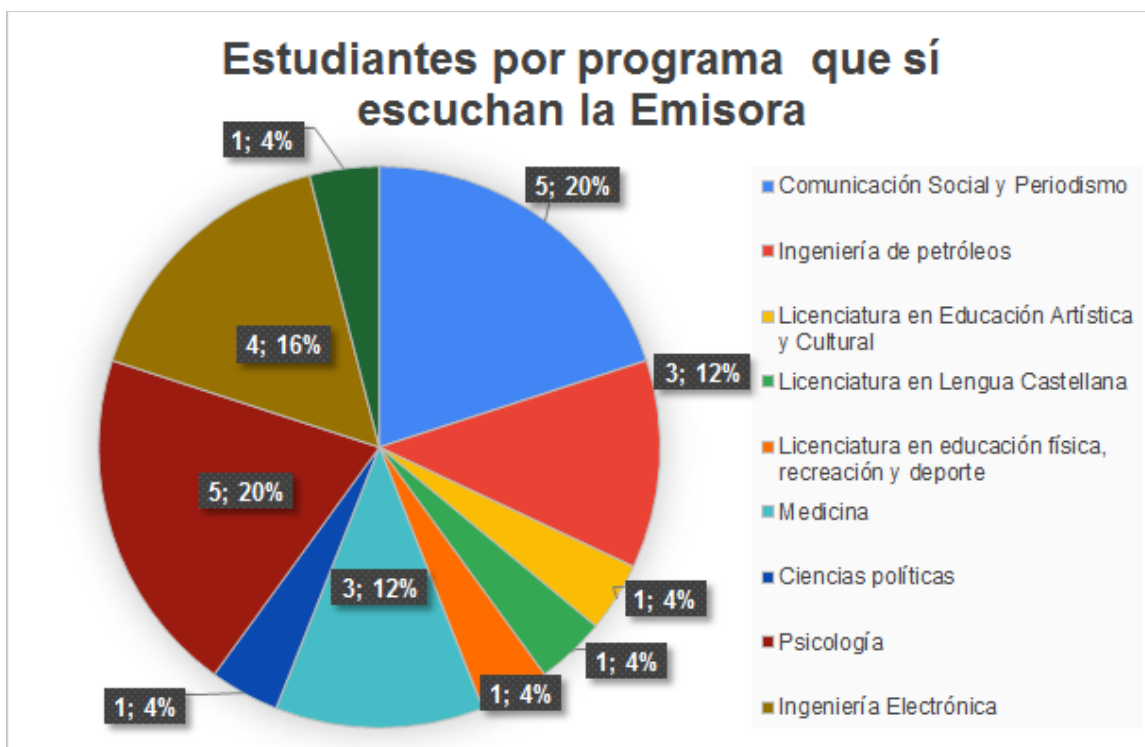


Figura 20. Oyentes por programa

Fuente: Este proyecto de investigación

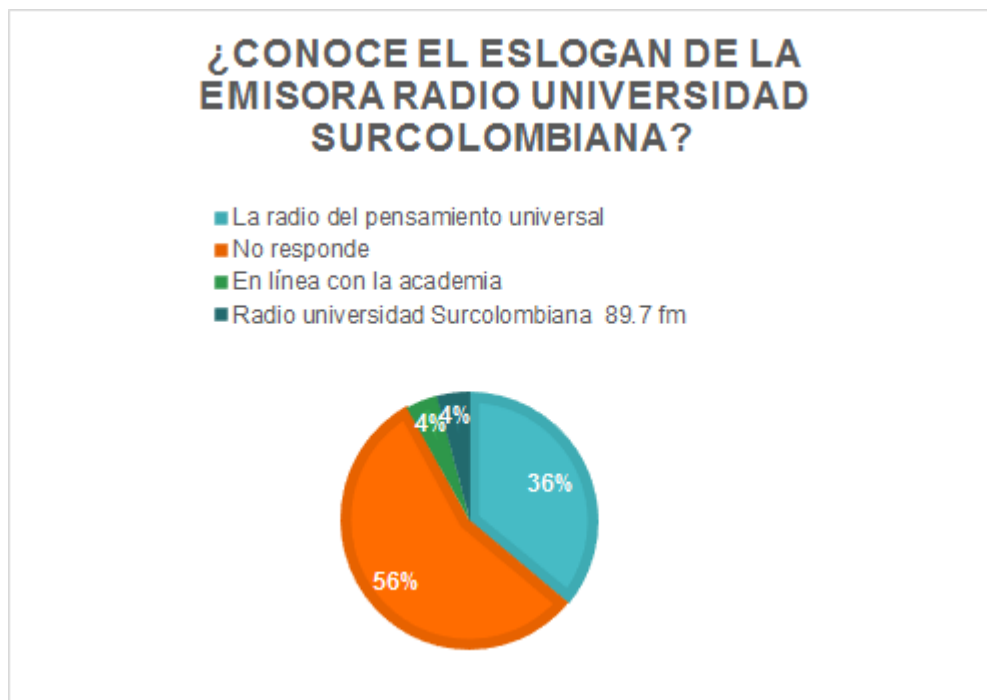


Figura 21. Conocimiento del eslogan en oyentes
Fuente: Este proyecto de investigación

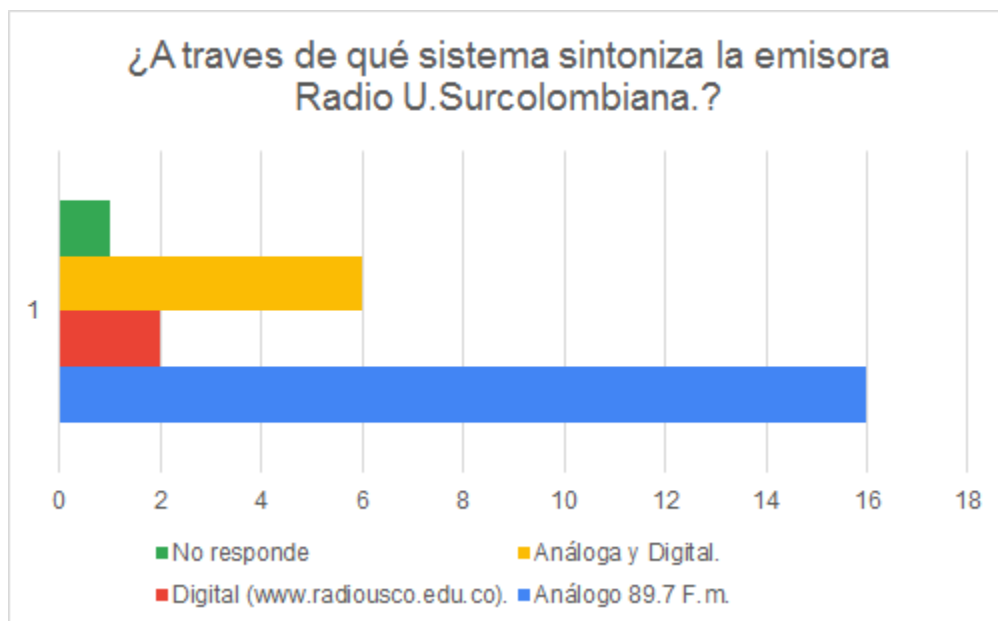


Figura 22: Sistema por el cual sintoniza la emisora

Fuente: Este proyecto de investigación

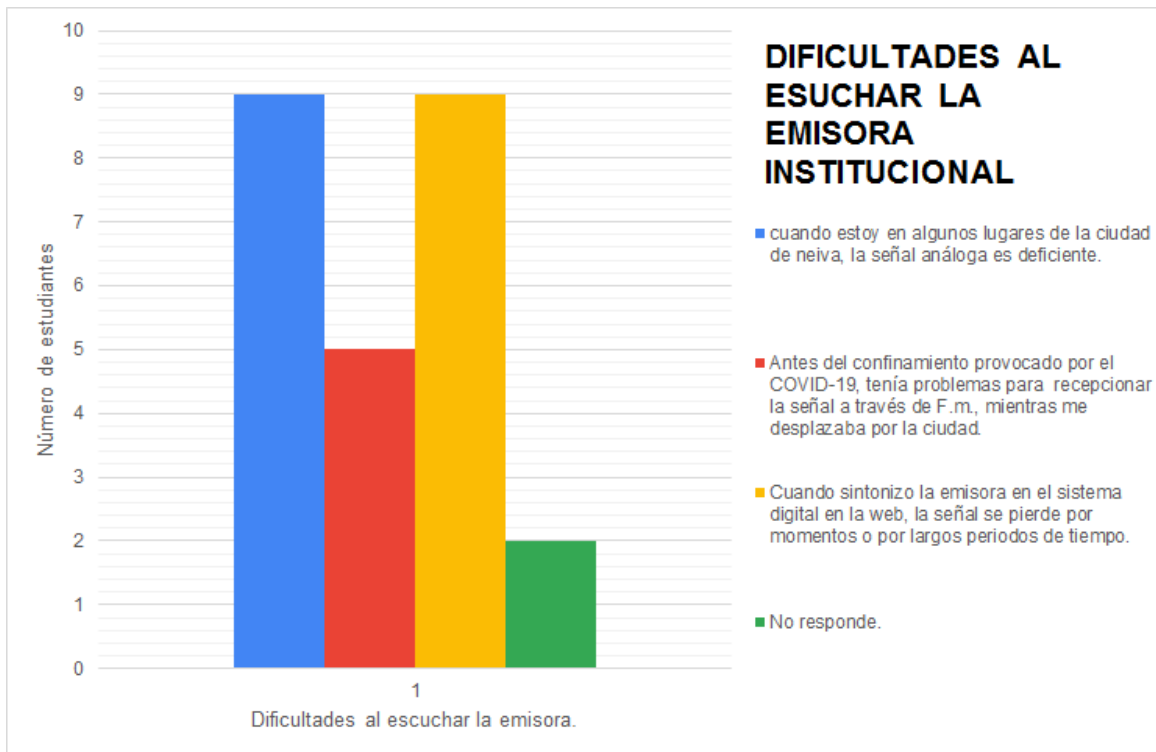


Figura 23: Dificultades al escuchar la Emisora Institucional

Fuente: Este proyecto de investigación

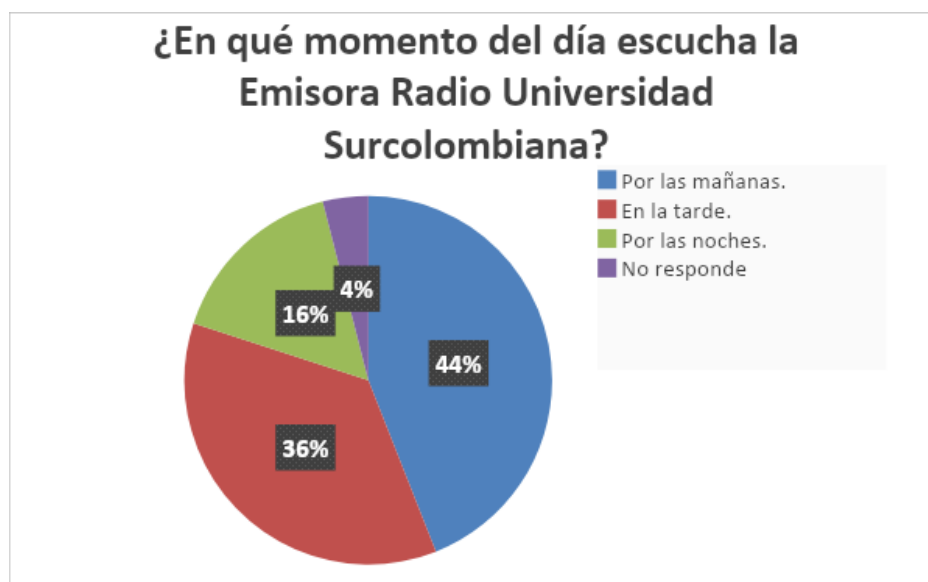


Figura 24: Momento del día en que escucha la Emisora Institucional

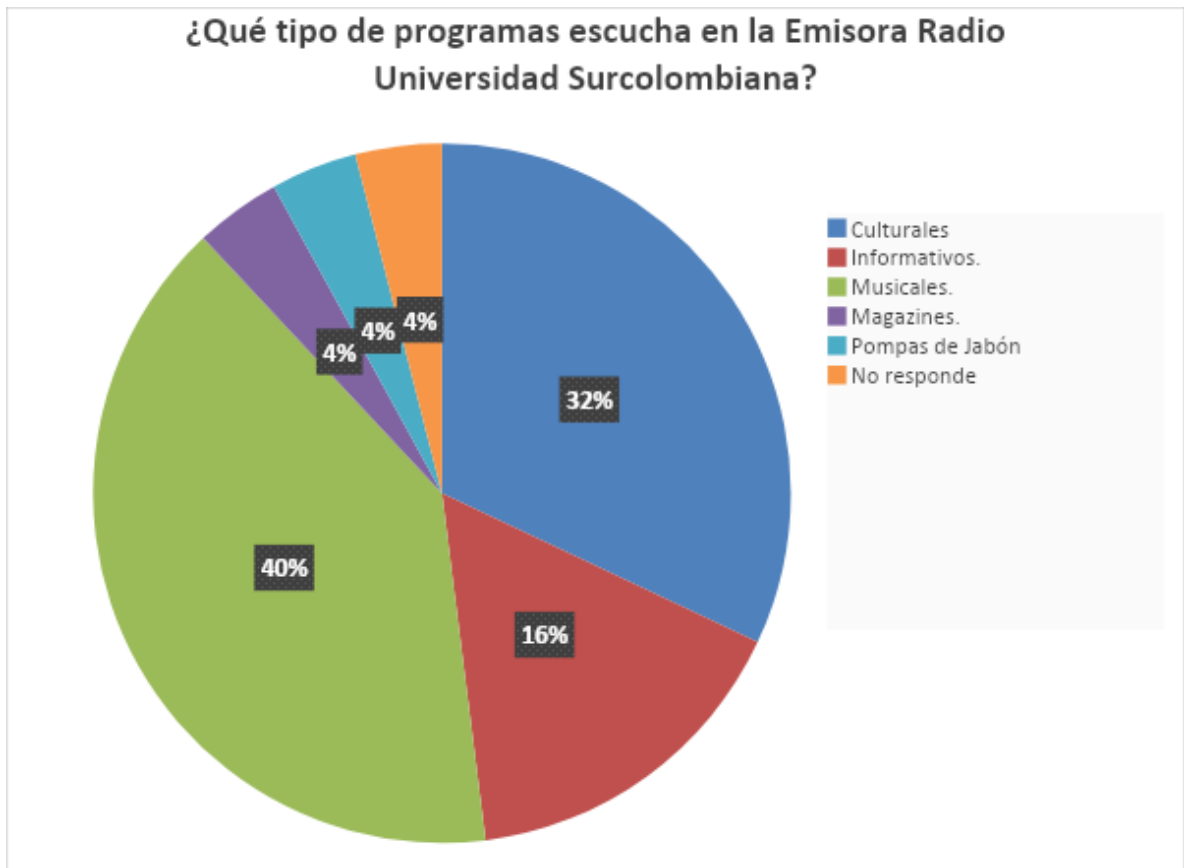


Figura 25: Programas que prefieren los oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

Fuente: Este proyecto de investigación

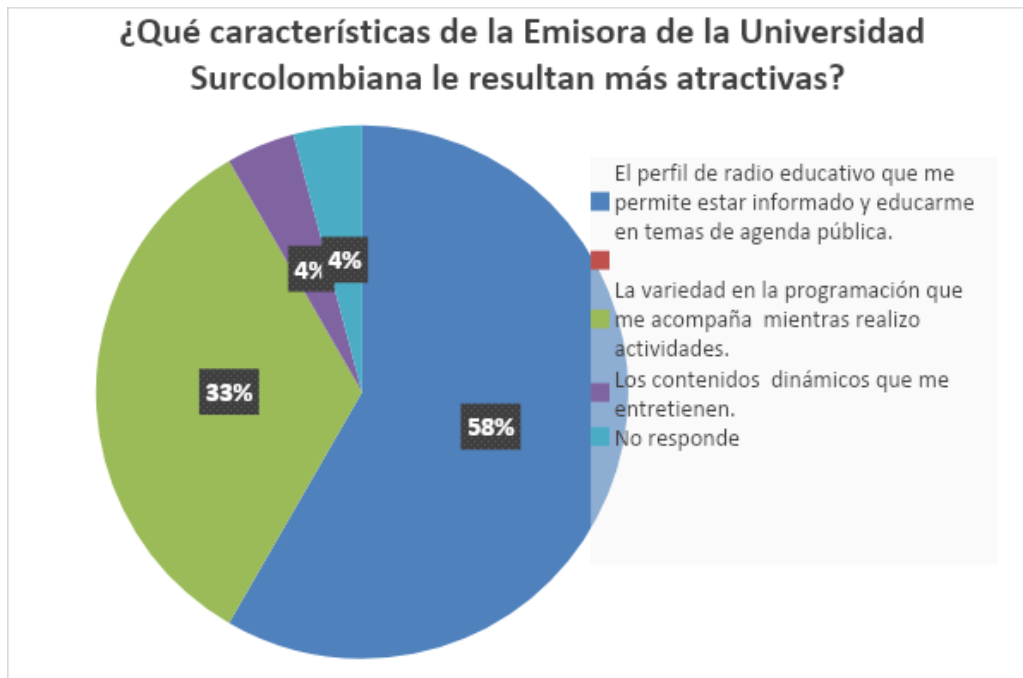


Figura 26: Características más atractivas de la Emisora Institucional

Fuente: Este proyecto de investigación

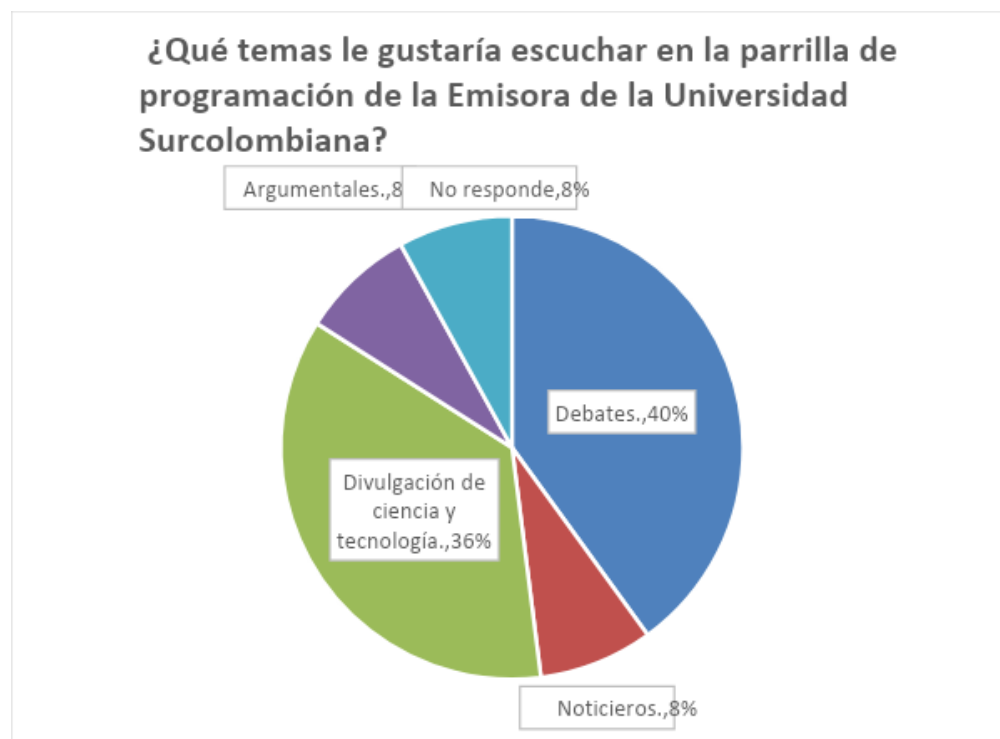


Figura 27: Temas que el oyente quisiera escuchar.

Fuente: Este proyecto de investigación

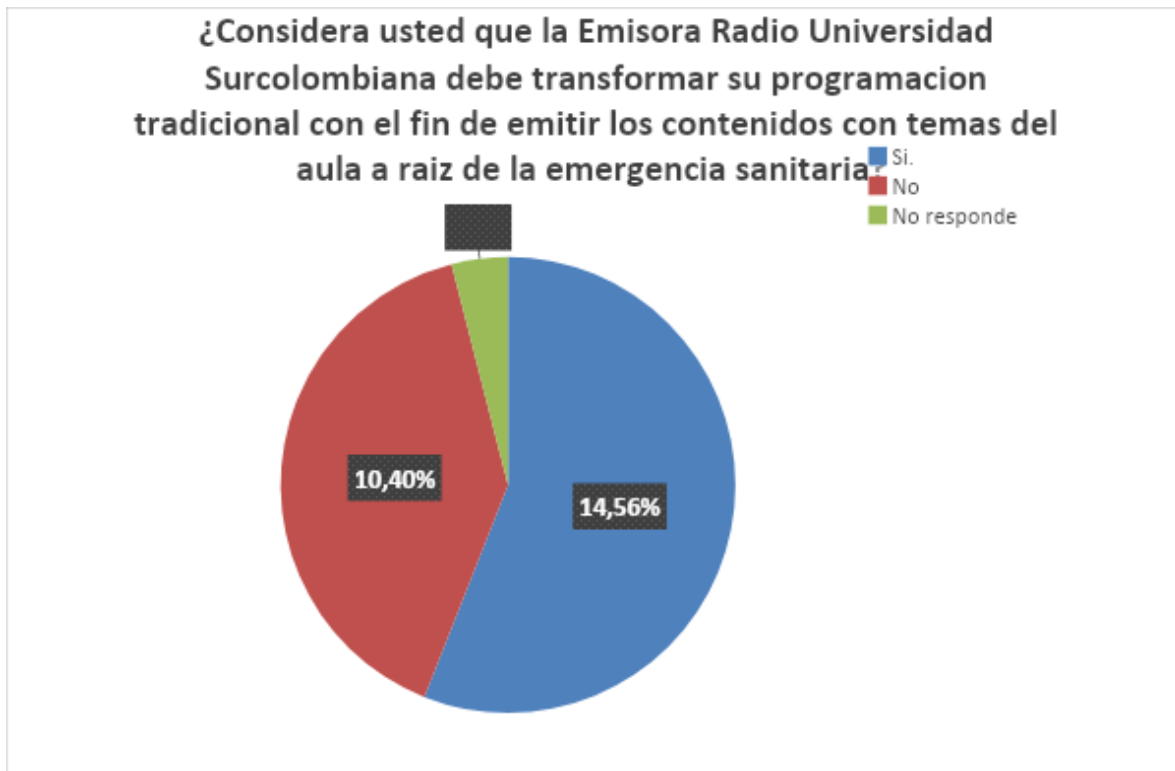


Figura 28: Transformar la parrilla de programación

Fuente: Este proyecto de investigación

Considero que la emisora debe transformarse completamente debe realizar un contenido más dinámico y entrelazarlo con la educación y con su propósito que es realizar un aporte más académico, pero que debe recordar que la gran mayoría de estudiantes somos jóvenes y deben buscar la manera de llamarnos para apoyar más la emisora, hay que buscar nuevas estrategias y por supuesto mejorar los equipos para que los estudiantes del programa apoyen la creación de contenidos

Tabla 1. Respuestas sobre cambiar la parrilla de programación.

Fuente: Este Proyecto de investigación

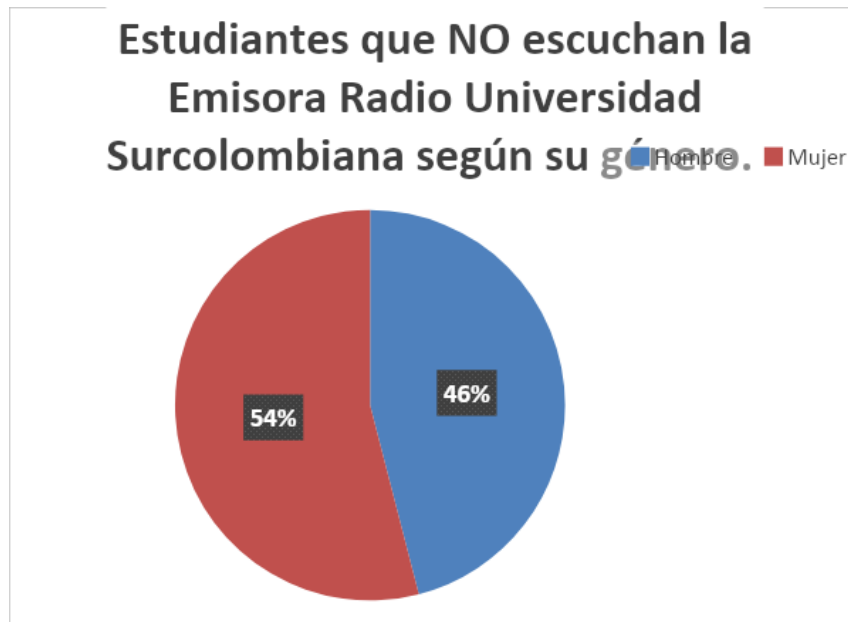


Figura 29: No oyentes de la emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación

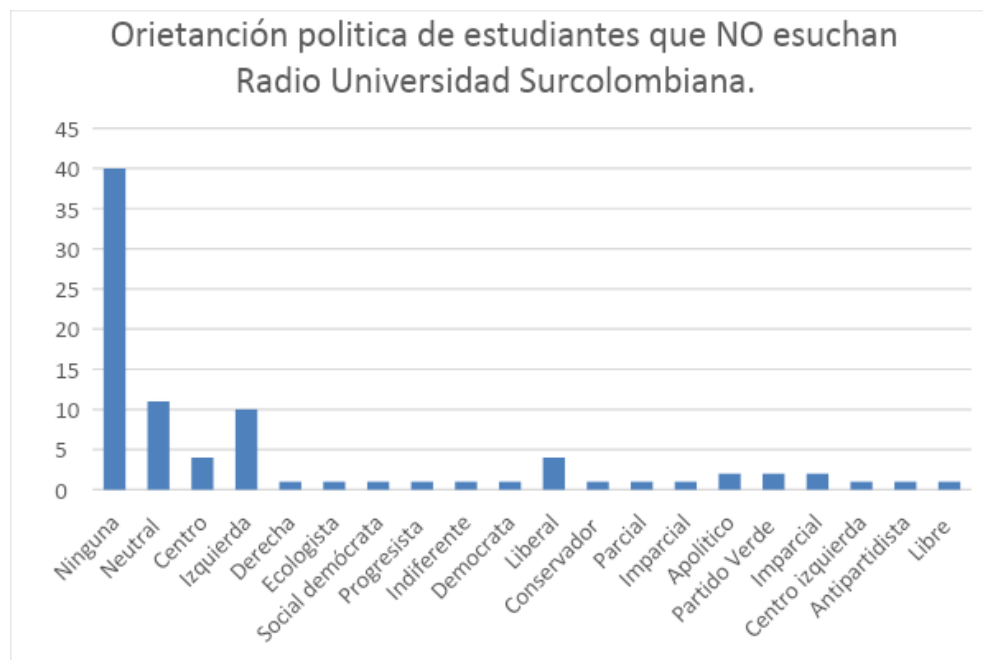


Figura 30: No oyentes de la emisora Institucional por género

Fuente: Este proyecto de investigación

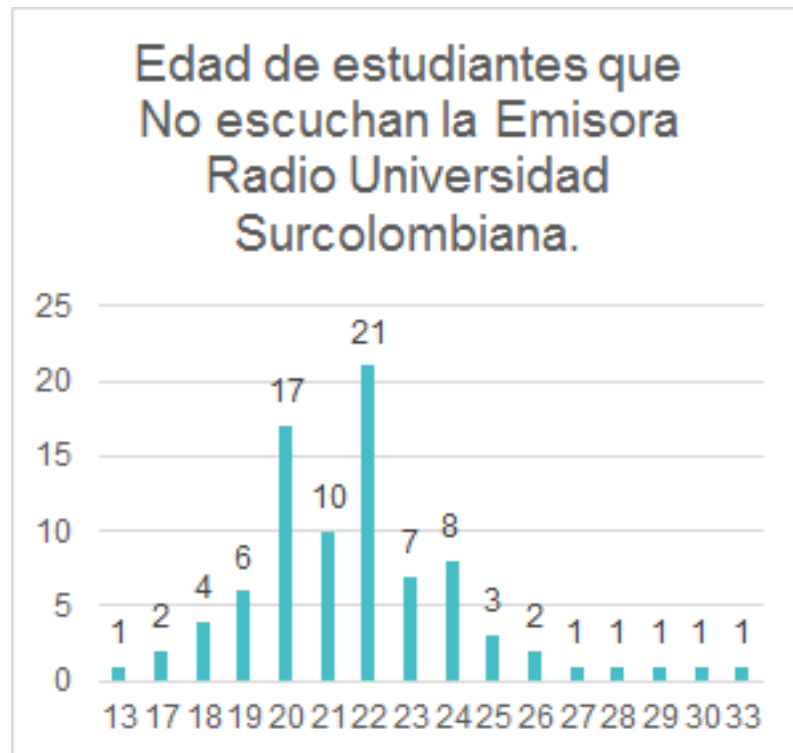


Figura 31: No oyentes de la emisora Institucional según la edad

Fuente: Este proyecto de investigación

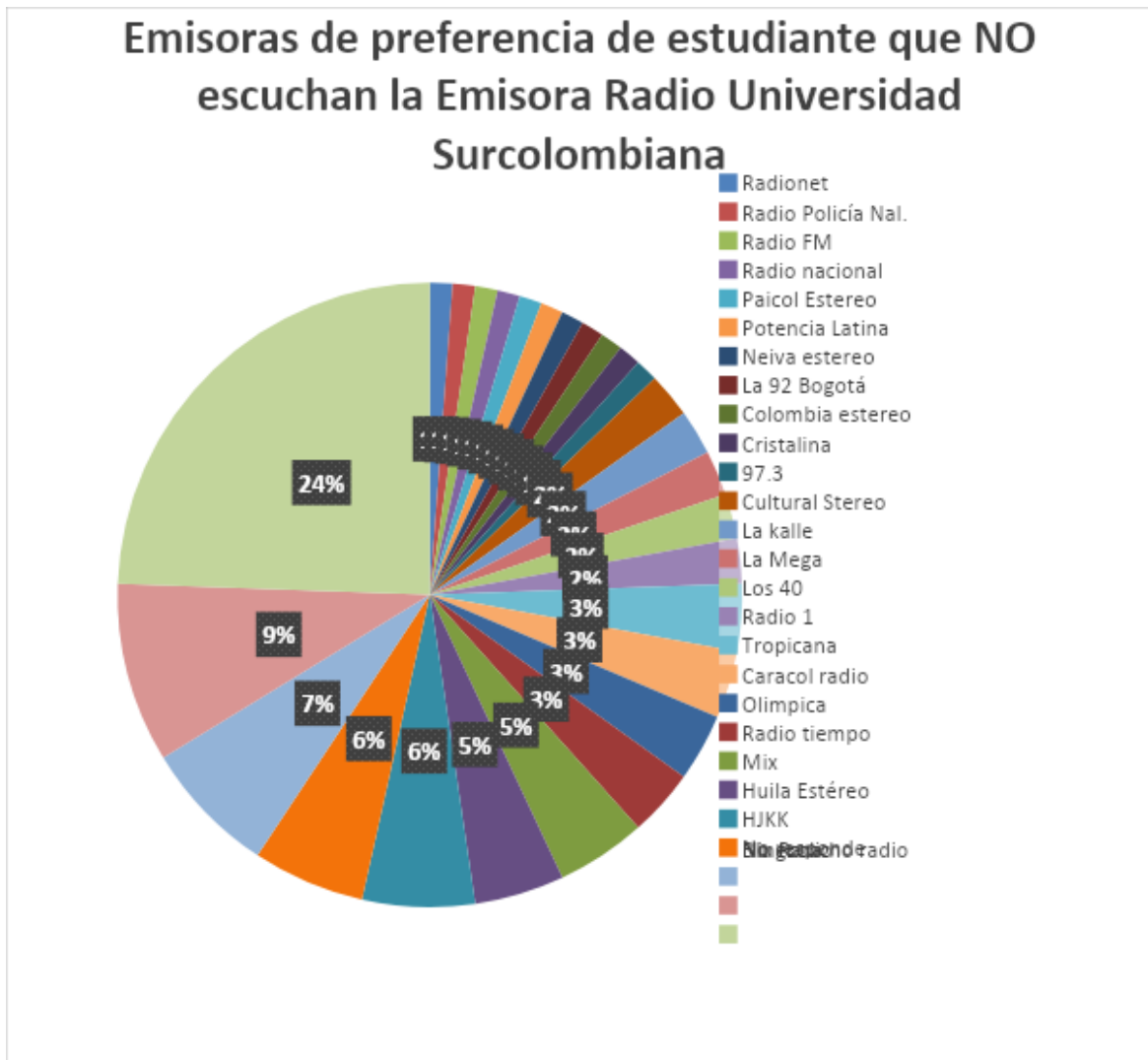
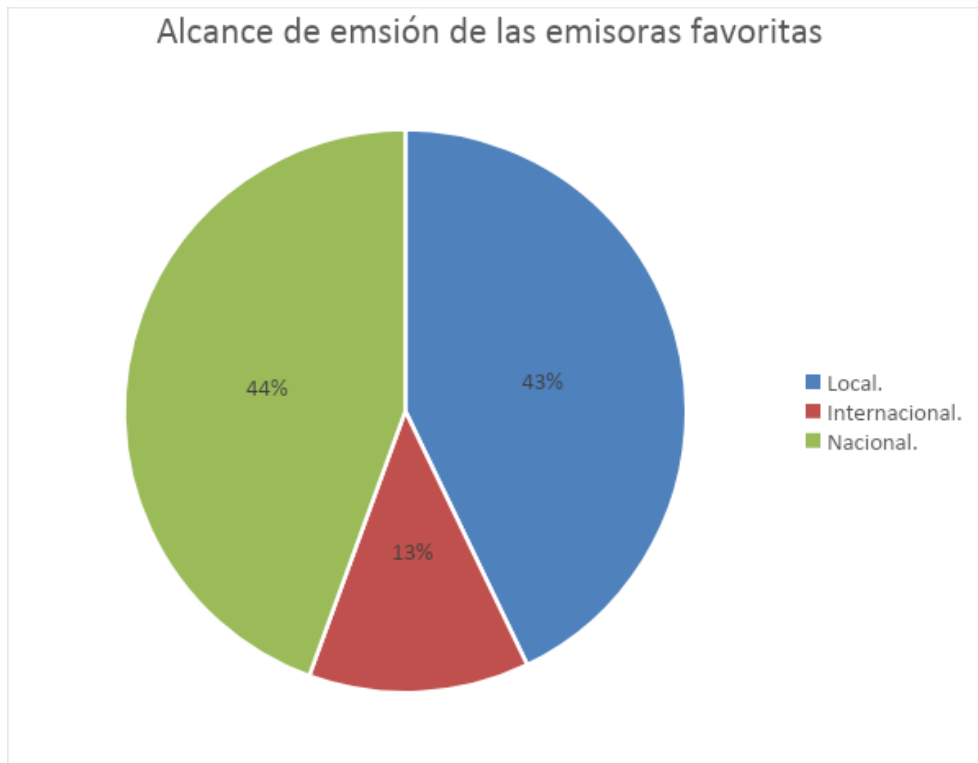


Figura 32: No oyentes de la emisora Institucional según la edad

Fuente: Este proyecto de investigación



Figura

Figura 33: Alcance de emisión de las emisoras de preferencia para los NO oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

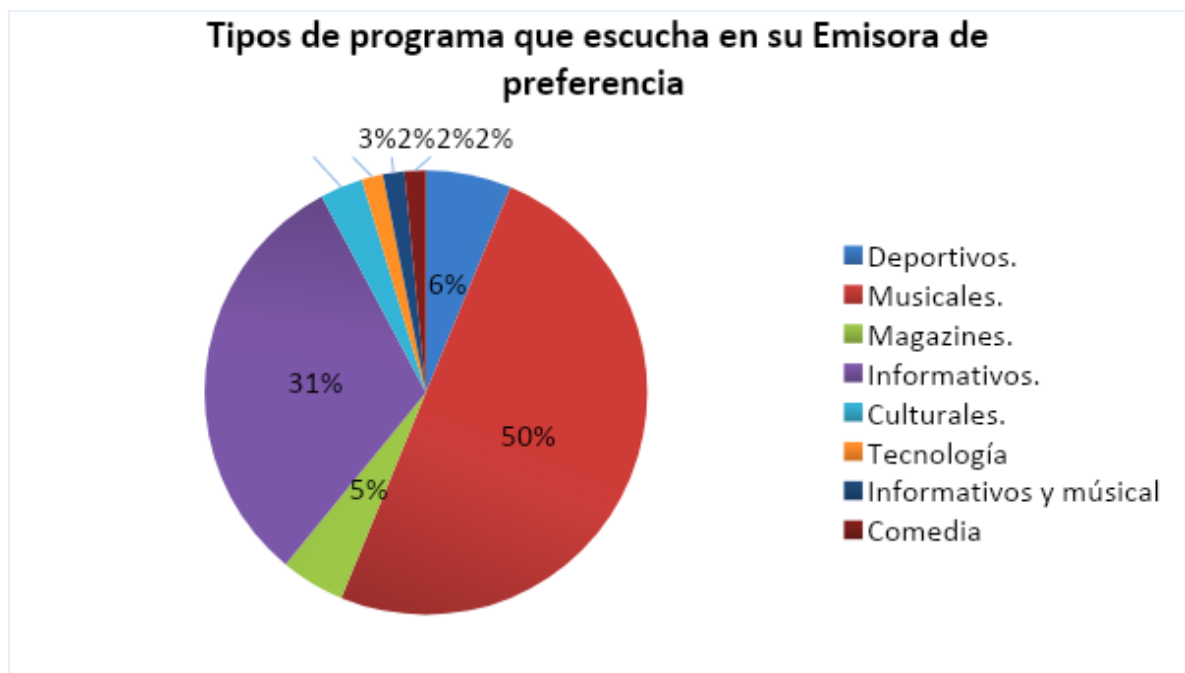


Figura 34: No oyentes de la emisora Institucional según su programa de preferencia

Fuente: Este proyecto de investigación

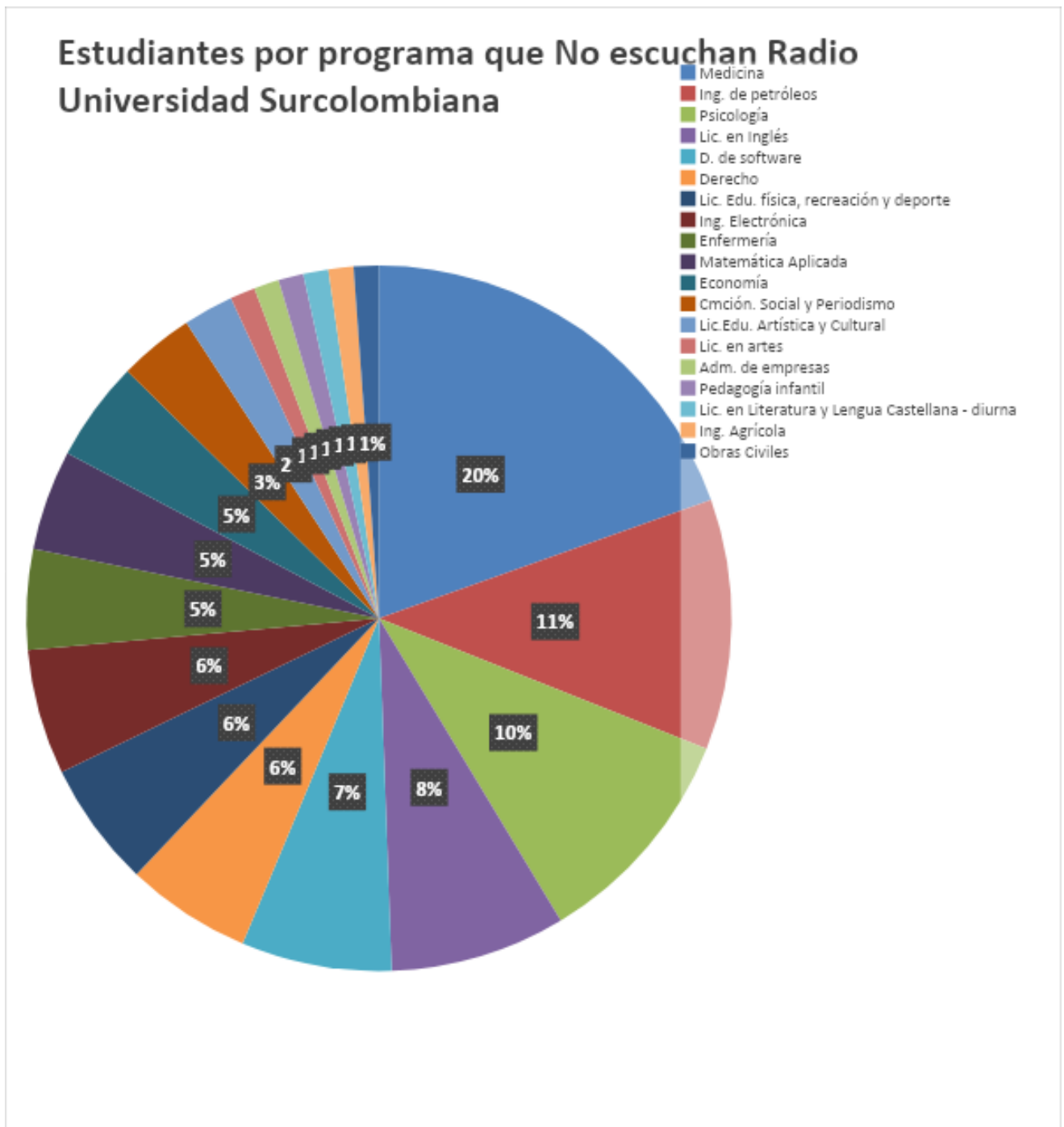


Figura 35: No oyentes de la emisora Institucional según el programa académico

Fuente: Este proyecto de investigación



Figura 36: No oyentes de la Emisora Institucional según estrato socioeconómico

Fuente: Este proyecto de investigación

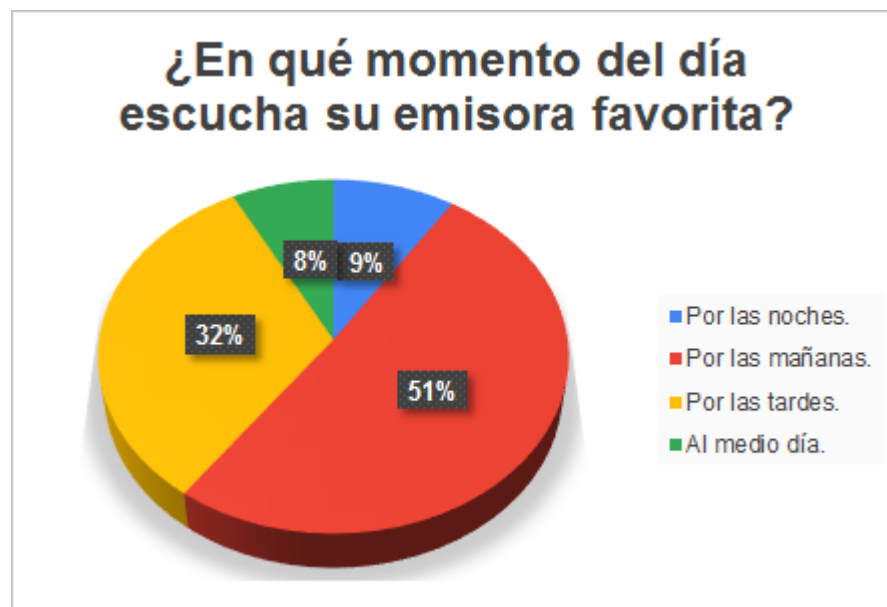


Figura 37: Momento el día en que escucha su emisora de preferencia

Fuente: Este proyecto de investigación

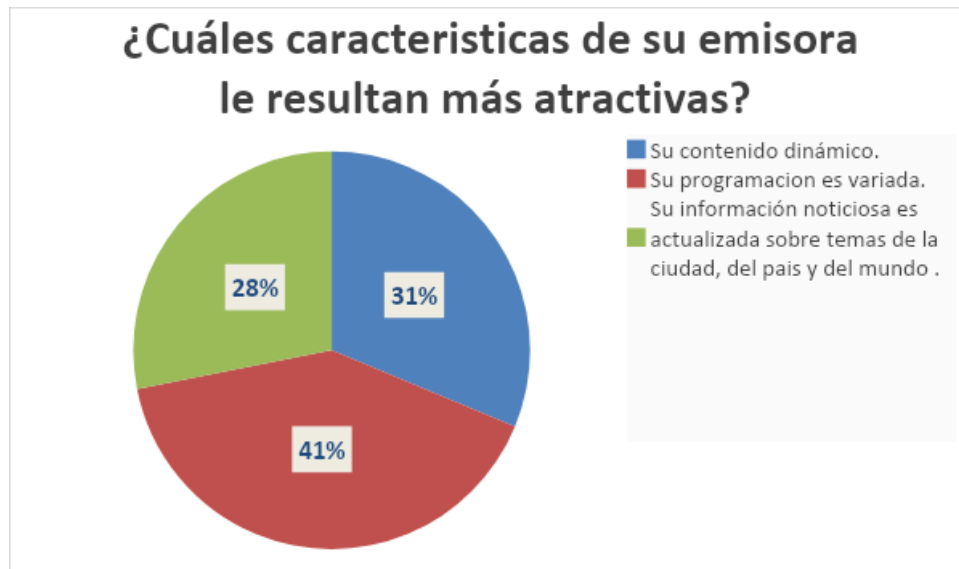


Figura 38: características de emisoras favoritas para No oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

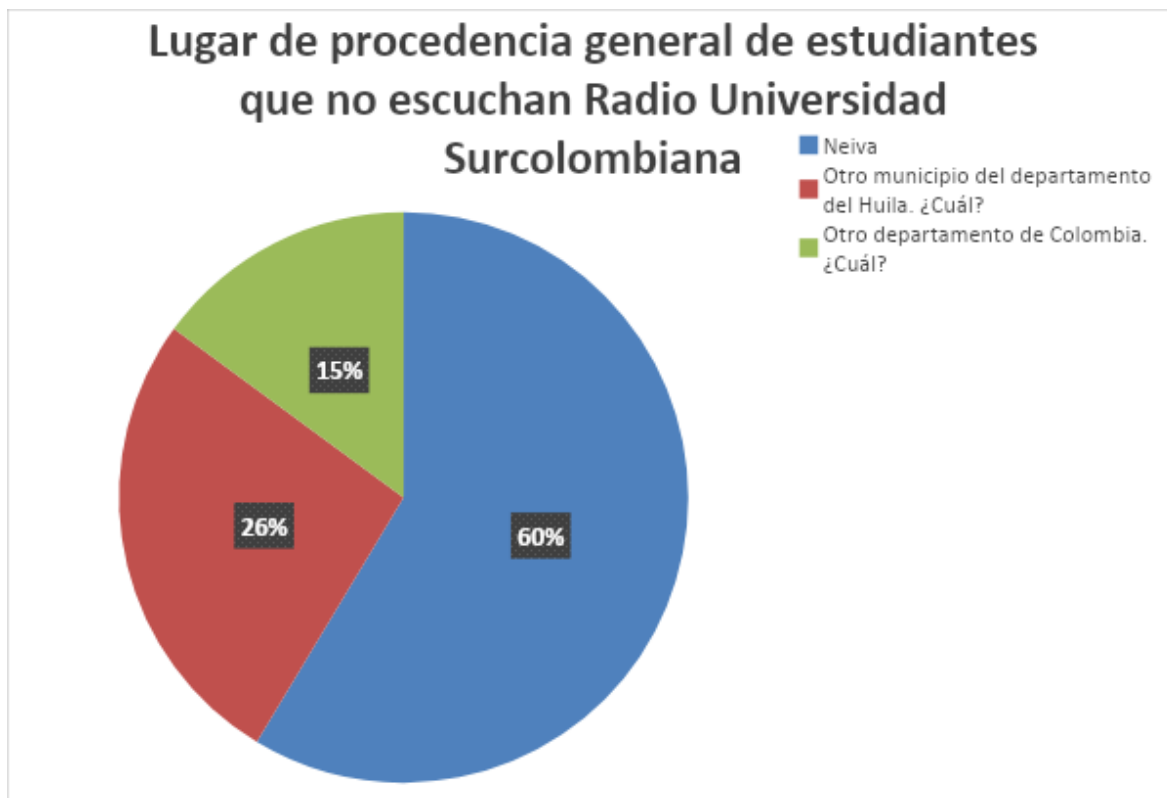


Figura 39 Lugar de procedencia general para No oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

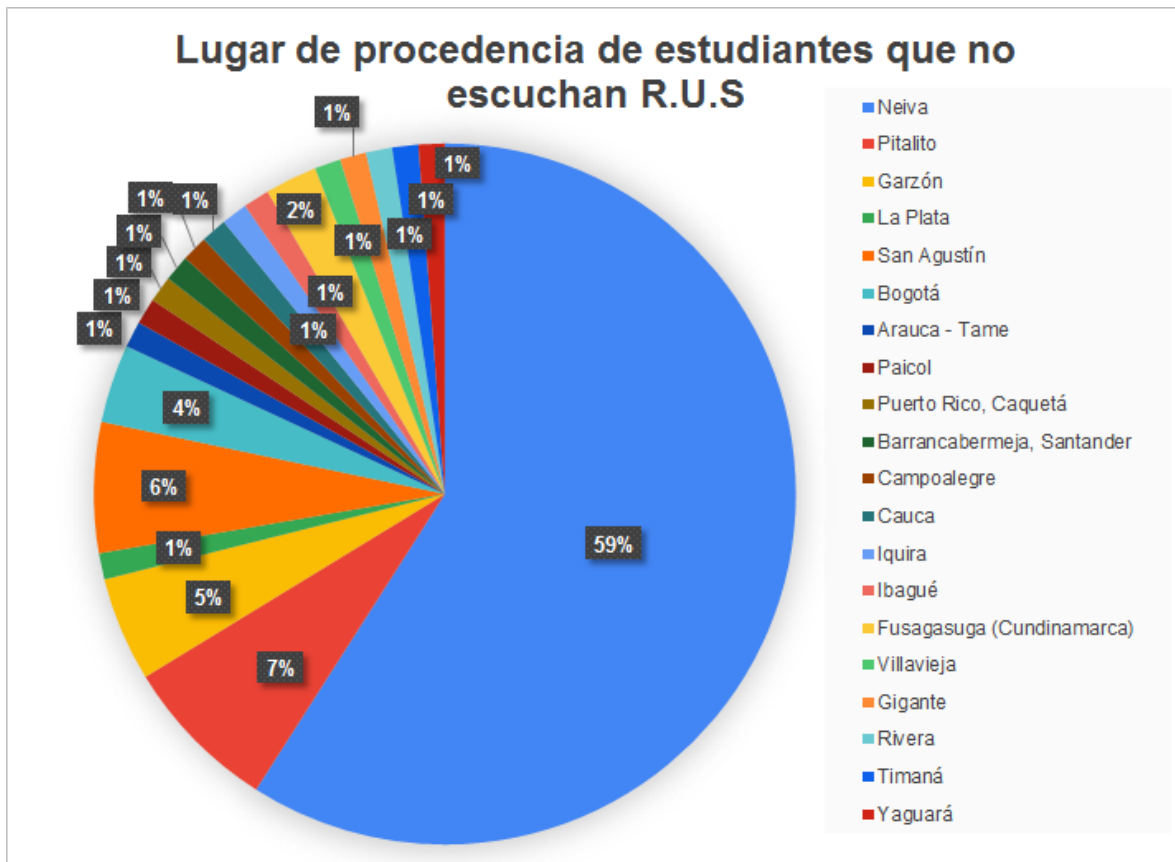


Figura 40 Lugar de procedencia específico de No oyentes

Fuente: Este proyecto de investigación

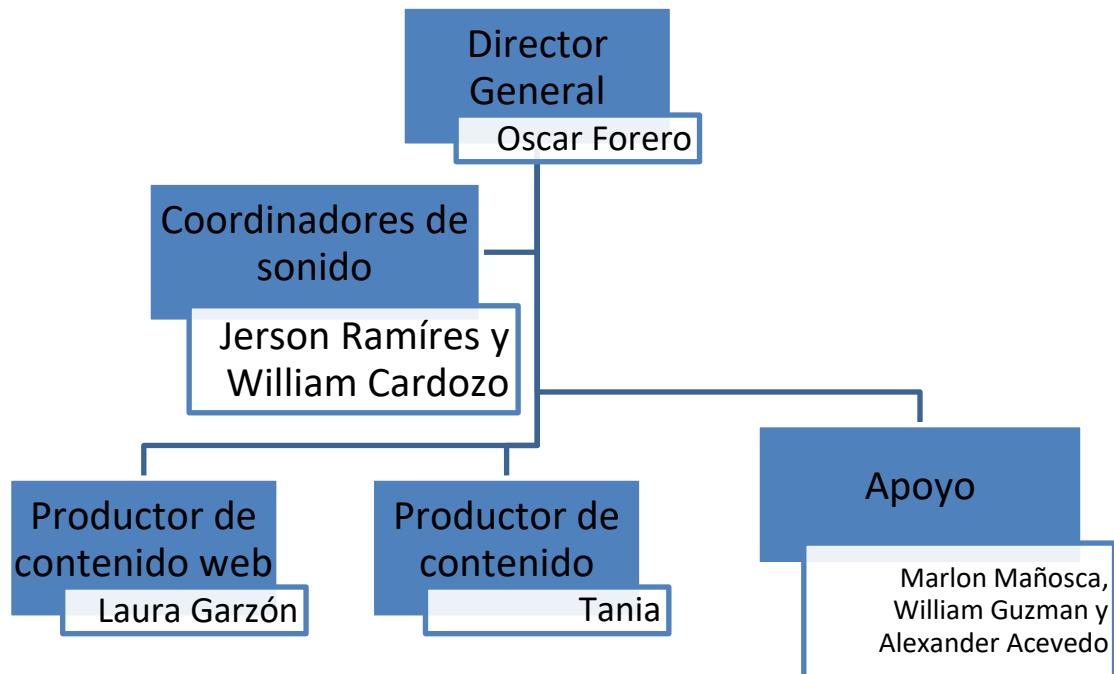


Figura 1A__ : Organigrama miembros del equipo de producción Emisora Radio Universidad Surcolombiana

Fuente: Pagina Oficial Radio Universidad Surcolombiana.

Tabla 1: Parrilla de programación Radio Universidad Surcolombiana

Agosto de 2020

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
00:00 - 01:00 Oye mi Cuba	00:00 - 01:00 Oye mi Cuba	00:00 - 01:00 Oye mi Cuba	00:00 - 01:00 Oye mi Cuba	00:00 - 01:00 Electrónica	00:00 - 01:00 Electrónica	00:00 - 02:00 Oye mi Cuba
01:00 - 02:00 ExponiendoAlMundo	01:00 - 02:00 ExponiendoAlMundo	01:00 - 02:00 ExponiendoAlMundo	01:00 - 02:00 ExponiendoAlMundo	01:00 - 02:00 ExponiendoAlMundo	01:00 - 02:00 Electrónica	02:00 - 03:00 Educason
02:00 - 03:00 Canción Social	02:00 - 03:00 Canción Social	02:00 - 03:00 Canción Social	02:00 - 03:00 Canción Social	02:00 - 03:00 Educason	02:00 - 03:00 Educason	03:00 - 05:00 Al son de boleros
03:00 - 05:00 El Café de las 3	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	03:00 - 05:00 El Café de las 3	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	03:00 - 05:00 El Café de las 3	03:00 - 05:00 Al son de boleros	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra
05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	07:00 - 08:00 Ritmos América	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	07:00 - 08:00 Ritmos Asia	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	05:00 - 07:00 RitmosDeMITierra	07:00 - 08:00 SentimientoAndino
07:00 - 08:00 Ritmos Europa	08:00 - 09:00 Música Huilense	07:00 - 08:00 Ritmos Europa	08:00 - 09:00 Música Huilense	07:00 - 08:00 Ritmos África	07:00 - 08:00 SentimientoAndino	08:00 - 09:00 BaladasEnOtroIdioma
08:00 - 09:00 ConsultorioEmpresarial	09:00 - 11:00 El Cassette	08:00 - 09:00 ConsultorioJurídico	09:00 - 11:00 El Cassette	08:00 - 09:00 ConsultorioMédico	08:00 - 09:00 BaladasEnOtroIdioma	09:00 - 10:00 Recordar es Vivir
09:00 - 11:00 El Cassette	11:00 - 12:00 Folk & Soul	09:00 - 11:00 El Cassette	11:00 - 12:00 Folk & Soul	09:00 - 11:00 El Cassette	09:00 - 10:00 SurcosDeConocimiento	10:00 - 11:00 Pompas de Jabón
11:00 - 12:00 Habla la Admon	12:00 - 13:00 Planeta Blues	11:00 - 12:00 UniversoDeportivo	12:00 - 13:00 Planeta Blues	11:00 - 12:00 Alter-Arte	10:00 - 11:00 Música Creole	11:00 - 12:00 Canción Social
12:00 - 13:00 Planeta Blues	13:00 - 14:00 ExponiendoAlMundo	12:00 - 13:00 Planeta Blues	13:00 - 14:00 ExponiendoAlMundo	12:00 - 13:00 Planeta Blues	11:00 - 12:00 EFL Radio	12:00 - 13:00 Pasillos y Bambucos
13:00 - 14:00 ExponiendoAlMundo	14:00 - 15:00 Reggae y Ska	13:00 - 14:00 ExponiendoAlMundo	14:00 - 15:00 Reggae y Ska	13:00 - 14:00 ExponiendoAlMundo	12:00 - 14:00 El Cassette	13:00 - 14:00 Al son de boleros
14:00 - 15:00 Reggae y Ska	15:00 - 16:00 Música Brasileira	14:00 - 15:00 Reggae y Ska	15:00 - 16:00 Música Francesa	14:00 - 15:00 Reggae y Ska	14:00 - 15:00 Música Clásica	14:00 - 15:00 Música Clásica
15:00 - 17:00 El Café de las 3	16:00 - 17:00 Hablemos de Jazz	15:00 - 17:00 El Café de las 3	16:00 - 17:00 Hablemos de Jazz	15:00 - 17:00 El Café de las 3	15:00 - 17:00 Resumen de contenidos	15:00 - 16:00 ConsentimientoDeTango
17:00 - 18:00 La hora Indie	17:00 - 18:00 Música Country	17:00 - 18:00 La hora Indie	17:00 - 18:00 Sonidos Líquidos	17:00 - 18:00 La hora Indie	19:00 - 20:00 Rock alternativo	16:00 - 17:00 La hora Indie

ENCUESTA**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA****PROYECTO:****CARACTERIZACIÓN DE LA AUDIENCIA ESTUDIANTIL DE LA
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA SEDE CENTRAL EN RELACIÓN CON LA
EMISORA RADIO UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA****Formulario de encuesta**

Las siguientes preguntas se deben responder con total sinceridad, los datos o conceptos emitidos sólo serán de uso exclusivo de los investigadores de este proyecto de investigación:

1. GENERALIDADES.

Nombre:

Sexo: Femenino___ Masculino ___

Edad en años cumplidos: ___

Estrato Socioeconómico (registrado en matrícula): ___

Facultad: _____

Programa: _____

Lugar De Procedencia:

- a) Neiva.
- b) Otros municipios del departamento del Huila.
- c) Otros departamentos de Colombia.
- d) Otros ¿Cuáles? _____

Dirección donde reside: _____

Barrio: _____ COMUNA No: ____

Correo electrónico principal: _____

Numero móvil: _____

Según su postura política ¿cómo se define?

- a)** Conservador.
- b)** Progresista.
- c)** Libertario.
- d)** Liberal.

e) Anarquista.

f) Otro. ¿Cuál? _____

2. OYENTES DE LA EMISORA.

¿Sabe usted si la Universidad Surcolombiana tiene emisora de radio?

a) Si.

b) No.

NOTA: Si su respuesta es NO, pase a la sección 3 No Oyentes de la Emisora, de lo contrario continúe con la siguiente pregunta.

¿Conoce usted el nombre de la emisora de la Universidad Surcolombiana?

a) Si. Escríbala: _____

b) No.

¿Conoce usted el eslogan de la emisora de la Universidad Surcolombiana?

a) Si. Escríbala: _____

b) No.

¿A través de qué sistema escucha usted la radio de la Universidad Surcolombiana?

- a) Análoga 89.7fm
- b) Digital (www.radiusco.edu.co)
- c) Análoga y Digital.

¿Con qué frecuencia escucha la emisora de la Universidad Surcolombiana?

- a) Todos los días de la semana.
- b) Tres o más días de la semana.
- c) Uno o dos días de la semana.

¿En qué momento del día escucha la emisora de la Universidad Surcolombiana?

- a) Por las mañanas.
- b) Al medio día.
- c) Por las noches.
- d) De madrugada.

¿Qué tipo de programas escucha en la emisora de la Universidad Surcolombiana?

a) Informativos.

e) Deportivos.

b) Culturales.

f) Consultorios.

c) Magacines.

g) Otros, ¿cuáles?:

d) Musicales.

¿Qué características de la emisora de la Universidad Surcolombiana le resultan más atractivas?

a) La variedad de programas permite acompañar mientras el oyente realiza sus actividades.

b) Todo el contenido es dinámico, activo, manteniendo entretenido al oyente.

c) Al ser una radio educativa permite al oyente estar informado y educarse en temas de agenda pública.

¿cuál es su programa favorito y por qué?

Además de la programación actual de la emisora Radio Universidad Surcolombiana ¿qué temas le gustaría escuchar?

- a) Argumentales
- b) Debates
- c) Noticieros
- d) Divulgación de ciencia y tecnología

¿Considera usted que la emisora Radio Universidad Surcolombiana debe transformar su parrilla de programación tradicional con el fin de emitir contenidos del aula a raíz de la cuarentena obligatoria ordenada por el estado colombiano en relación al virus Covid-19?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

Escriba el por qué de su respuesta.

3. NO OYENTES DE LA EMISORA.

¿Cuál es su emisora favorita? Nómbrala: _____

Indique el alcance de emisión de esa emisora:

- a) Local.
- b) Nacional.
- c) Internacional.

¿Qué tipo de programas escucha en dicha emisora?

- a) Informativos.
- b) Culturales.
- c) Magazines.
- d) Musicales.
- e) Deportivos
- f) Consultorios.
- g) Otro ¿Cuál? _____

¿En qué momento del día la escuchas?

- a) Por las mañanas.
- b) Al medio día.
- c) Por las noches.
- d) De madrugada.

¿Con qué frecuencia la escucha?

- a) Siempre que puedo.
- b) Algunas veces.
- c) Una vez por semana.

¿Qué características de su emisora favorita le resultan más atractivas?

- a) La variedad de programas que me acompañan mientras realizo mis actividades
- b) El desarrollo dinámico de los contenidos de la programación.
- c) Su condición de radio educativa me permite enterarme de temas importantes de la agenda pública
- b) Todo el contenido es dinámico, activo, manteniendo entretenido al oyente.
- c) La información noticiosa es actualizada, muestran las novedades y hechos que ocurren en la ciudad de Neiva, sin dejar de lado los temas relevantes del país.

FIN DE LA ENCUESTA

GRACIAS POR CONTESTAR

MANUAL DE ESTILO

PREAMBULO

PRESENTACIÓN

El Ministerio de Comunicaciones a través del Decreto 2805 de 2008 (Artículo 31), establece que los concesionarios del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público deben elaborar y dar a conocer el manual de estilo. El Ministerio considera que el Manual de Estilo debe contener la visión, las políticas, los principios y criterios propios de las emisoras.

Según el Gobierno nacional, el documento en mención debe proteger los derechos de la audiencia, evitar la incitación a la violencia, a la discriminación y a la pornografía.

Los programas deben contribuir a elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del territorio colombiano, y además, a difundir los valores cívicos de la comunidad. La elaboración de los contenidos de la programación y su posterior evaluación legal, tendrán en cuenta los lineamientos establecidos en los artículos 2º (hacer buen uso del idioma castellano) y 5º (de la Ley 74 de 1966 y los artículos 67 y 70 de la Constitución Política. De igual manera, en el ejercicio de la radiodifusión no podrá hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución Nacional y las leyes de la República, la vida, honra y bienes de los ciudadanos (Ley 74 de 1966, Art. 3). 2

El Artículo 5° de la Ley 74 de 1966, establece que a través de los servicios de radiodifusión podrán transmitirse programas culturales, docentes, recreativos, deportivos, informativos y periodísticos. Se entiende por programas culturales aquellos en los cuales prevalecen manifestaciones artísticas o científicas; docentes, los dedicados a la enseñanza colectiva; recreativos, los destinados al sano esparcimiento espiritual; deportivos, los orientados a informar y comentar sobre eventos de esta naturaleza; informativos (radionoticieros), los que consisten en suministrar noticias sin comentarios; periodísticos (radioperiódicos), los que utilizan modalidades de la prensa escrita como editoriales y comentarios de noticias o sucesos, con carácter crítico o expositivo.

La Ley 1753, del 09 de junio de 2015, derogó el inciso primero del artículo 58 de la Ley 1341 de 2009; por tanto, la transmisión de programas informativos o periodísticos que se transmitan por los servicios de radiodifusión sonora, no requieren licencia especial otorgada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

CARACTERÍSTICAS DE LA ESTACIÓN

El Gobierno Nacional mediante Resolución N° 002503, (octubre 6 de 2006) del Ministerio de Comunicaciones, otorgó licencia de funcionamiento a la Universidad Surcolombiana para la prestación en gestión directa del servicio de radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada. El servicio tendrá origen en el municipio de Neiva (Huila), a través de una estación clase C, de cubrimiento zonal restringido, y con programación de interés público, según Decreto 348 (13 de febrero de 1997).

Mediante Resolución N° 000261, (19 de marzo de 2010) el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, aprobó el estudio técnico a 3 la Universidad

Surcolombiana, para proveer el servicio de radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada (F.M.) a través de la emisora Universidad Surcolombiana, en la ciudad de Neiva, departamento del Huila. En el artículo 2° de la Resolución N° 000261, (19 de marzo de 2010), el Ministerio establece los parámetros técnicos esenciales de la emisora, así:

a. **Potencia de operación:** 5 Kw

b. **Frecuencia de operación:** 89.7 MHz

c. **Ubicación del sistema irradiante:** X: 810.920 mN

Y: 863.350 mE

Latitud: 02° 53' 08.6" N Ref. WGS84

Longitud: 75° 18' 23.7" W

d. **Altura del sitio de radiación:** 464 m.s.n.m

e. **Altura de la torre:** 30 Metros

f. **Distintivo de llamada:** HJM61

g. **Emisión y Ancho de banda:** 256KF8E

h. **Frecuencia de Enlace:** 301.7 MHz

i. **Potencia de Enlace:** 10 W 4

CAPITULO I

NATURALEZA, NOMBRE, DOMICILIO Y ESLOGAN

Artículo 1. NATURALEZA

La emisora de la Universidad Surcolombiana HJM 61 89.7 F.M. es un medio de comunicación prestador del servicio de radiodifusión sonora de interés público, aprobado mediante resolución N° 002503 del 31 de julio de 2006, emanada por el Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 2. NOMBRE

El nombre de la estación radial de la Universidad Surcolombiana es **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.**, con distintivo de llamada HJM 61 y frecuencia de operación 89.7 F.M.

Artículo 3. DOMICILIO

El domicilio y sede de la emisora **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.** es el municipio de Neiva, Huila, Colombia.

Artículo 4. ESLOGAN

El eslogan de la emisora **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.** es “**La Radio de Pensamiento Universal**”. 5

CAPITULO II

ORIENTACIÓN FILÓSOFICA, PRINCIPIOS, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Artículo 5. POLÍTICAS

Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. trabajará en la búsqueda de la verdad y su divulgación a través de formatos radiofónicos de alto contenido ético y crítico, soportados en el buen uso y promoción de la lengua castellana. Los contenidos garantizarán el respeto a la diversidad y a la diferencia y el tratamiento de la información no atentará contra la dignidad humana.

La emisora será imparcial en los asuntos políticos, debido a que no representa una línea de pensamiento particular sino que es un espacio democrático para el debate racional de ideas. La emisora mantendrá equilibrio informativo cuando desarrolle programas con contenidos relacionados con expresiones de corrientes y opiniones diversas. Se prohíbe la difusión de mensajes que inciten al crimen, a la violencia, al racismo, o a cualquier tipo de discriminación; además de mensajes que conlleven al proselitismo político, ideológico o religioso de cualquier índole. La emisora proclama y promueve la libertad de opinión, de expresión y de información, que hacen parte de los Derechos Humanos según Declaración adoptada por la Asamblea General de la ONU en 1948, y de los derechos fundamentales según la Constitución Política de Colombia. 6

Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. es un medio de comunicación para que las comunidades que integren las distintas organizaciones interactúen en procesos dialógicos que permitan la construcción de convivencia social de manera pacífica y promueven el desarrollo concertado.

Artículo 6. **PRINCIPIOS**

Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. se guiará por los siguientes principios rectores:

1. Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como respetar los derechos y garantías fundamentales de la persona.

2. Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.

3. Respetar el pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.

4. Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población, y la formación de los individuos.

5. Garantizar el acceso equitativo y democrático en igualdad de condiciones al servicio y al uso del espectro radioeléctrico atribuido para su prestación.
6. Garantizar el derecho a la libertad de expresión, y velar por la pluralidad de fuentes de información.
7. Asegurar la libre expresión de las personas, con sujeción a la Constitución nacional y a las leyes de la república.
8. Garantizar como derecho fundamental de la persona la intimidad individual y familiar.
9. Garantizar como derecho fundamental de los niños: la vida, la integridad física, la educación, la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión.
10. Garantizar que los derechos de los niños prevalezcan sobre los derechos de los demás.
11. Propiciar la participación de los estamentos universitarios (profesores, estudiantes, administrativos y trabajadores) en los asuntos de interés público.
12. Promover la participación de las comunidades urbanas y rurales de Neiva, a través de programas que estimulen la democracia participativa.

13. Respetar la diversidad cultural y la pluralidad ideológica.
14. Fomentar la integración y el sano esparcimiento de los estamentos universitarios y de las comunidades que habitan la ciudad.
15. Informar de manera veraz e imparcial sobre los acontecimientos que ocurren en la Universidad, el municipio, la región, el país y el mundo.
16. Promover las tradiciones y valores propios de la cultura huilense y de la región Surcolombiana.
17. Promover la preservación del medio ambiente y de los recursos naturales.
18. Garantizar la independencia de la emisora respecto a las instituciones públicas y privadas.
19. Obrar de manera ética, cívica, legal y responsable, en la realización de piezas radiofónicas y en el actuar de los integrantes que conforman la emisora institucional de la Universidad Surcolombiana.

Artículo 7. **MISIÓN**

Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. tiene la misión de difundir el conocimiento, los saberes, principios y valores de la población que configura el entorno humano esencial de la Universidad Surcolombiana, y los grupos humanos y sociales de la ciudad de Neiva, el Departamento del Huila y la Región Surcolombiana. Igualmente, estimulará la investigación y difusión de los saberes, así como propender por el mejoramiento de la capacidad analítica de sus oyentes con la intención de construir una opinión pública y más formada para promover la inclusión social y el respeto a las diferencias como una forma para aportar a la construcción de una sociedad y un país democrático y civilista.

Artículo 8. **VISIÓN**

Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. será el principal referente local de información y formación de oyentes radiofónicos, por la responsabilidad y seriedad de su programación. La emisora de la Universidad Surcolombiana, se convertirá en el medio más importante de formación de opinión pública, y a su vez promoverá la participación, el respeto, y los valores humanos. 10

Artículo 9. **VALORES**

1. Rigor en el manejo de la información

2. Imparcialidad en la relación con el manejo de las fuentes de información.

3. Respeto a la diversidad cultural, política, ideológica y étnica.

4. Trabajo en equipo como herramienta fundamental para prestar un servicio de alta calidad.

5. Solidaridad.

6. Ética, civismo, legalidad y responsabilidad en el actuar de los integrantes que hacen parte la emisora institucional de la Universidad Surcolombiana.

CAPITULO III

LA LINEA EDITORIAL

Contribuir en la formación de personas y ciudadanos, éticos, reflexivos, críticos, propositivos, solidarios, democráticos y transformadores.

El proyecto comunicativo de RUS 89.7 F.M. se ocupa de la formación de audiencias, sustentado en las ciencias sociales y exactas; de acuerdo con los preceptos constitucionales y los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales.

Los contenidos educativos de la emisora se construirán democráticamente, a través de un Consejo editorial, integrado por productores radiofónicos (director general, director de contenidos y de programación, periodistas-productores, coordinadores de sonido, productores externos). Además, el Consejo editorial se encargara de recepcionar y evaluar las propuestas presentadas por otros realizadores, de acuerdo a la normatividad vigente, y al proyecto comunicativo de la estación de radio.

La línea editorial es fijada por el Consejo Editorial, de acuerdo a la legislación nacional sobre la radio de interés público, y la misión, los principios y políticas establecidos para **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.** El Consejo Editorial de la Emisora es responsable del cumplimiento de la Línea Editorial y en consecuencia garantiza que no exista ninguna influencia o presión política, administrativa o de otro tipo 12

sobre la programación o contenidos de ésta; además, garantizará que los contenidos se ajusten a la verdad de los hechos y que quienes intervengan o actúen lo hagan ajustados a los principios de honestidad e imparcialidad, evitando la divulgación de rumores o información sin fundamentos.

Ninguna persona con funciones de redacción y locución divulgará información inexacta, a pesar de las exigencias de la rapidez propias de los discursos radiofónicos, especialmente durante programas en vivo. La calidad de los contenidos de **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.** se caracteriza por el rigor informativo, el contexto, el análisis y las incidencias de los hechos en el inmediato futuro.

Es un imperativo proteger la igualdad de derechos de las fuentes informativas con el fin de evitar requerimientos de réplica. Si se cometiera errores, estos serán rectificados conforme a los mandatos legales y será privilegiado el diálogo con aquellas personas afectadas por alguna información o comentario emitido. La emisora debe respeto a las personas e instituciones vinculadas a los programas. 13

CAPITULO IV

LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN

La parrilla de programación de la emisora **Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.**, que es el dialogo planificado con su audiencia, se soportará en programas en vivo y pregrabados. Por ser la Universidad Surcolombiana una institución de carácter público, generadora de conocimiento propio, útil, nuevo y novedoso, la parrilla de programación tiene un modelo de programación de radio especializada, ya que en su interior maneja distintos campos del conocimiento que le permite abordar y cubrir diversos públicos. Por ser radio especializada, la parrilla se organiza en una estructura basada en segmentos de programación y disposición de los programas a lo largo del día, con articulación semanal según las características culturales e intereses sociales de las audiencias.

A partir de lo anterior la parrilla de programación de la emisora de la Universidad Surcolombiana, HJM61 89.7 F.M. estará compuesta por tres grandes franjas así: **de opinión, institucional, y cultural y entretenimiento.**

La franja de opinión estará compuesta por foros, paneles, entrevistas, conversatorios, mesa redonda y debates, formatos que permitirá dar mayor despliegue periodístico de la información que se presenta en la emisora de la Universidad Surcolombiana. La franja de opinión buscará formular análisis a cada una de las informaciones con el fin de mostrar las posibles 14

repercusiones que pueda llegar a acarrear el desarrollo de un hecho presentado.

De otro lado, la emisora de la Universidad Surcolombiana contará con una franja institucional, donde administrativos, trabajadores, profesores y estudiantes de las siete facultades que tiene la Universidad, socialicen los adelantos en sus investigaciones, avances tecnológicos, las prácticas que se realizan en los municipios del departamento y en los barrios de Neiva; en fin, convertir a la franja institucional de la emisora de la Universidad Surcolombiana en el medio de difusión de las actividades que realiza y en las que participa nuestra Casa de Estudios, y que no se conocen.

La franja institucional de la Universidad servirá como espacio de opinión para que desde las facultades se apoye y plantee propuestas respecto de las cotidianidades de las personas que habitan la ciudad, los problemas que se pueden presentar, al igual que situaciones particulares que le pueden suceder a cualquier ciudadano.

La emisora de la Universidad Surcolombiana cuenta con una franja cultural y de entretenimiento, donde uno de los elementos importantes será la música; elemento que servirá de acompañamiento en los programas de este estilo; su historia, clasificaciones, de países del mundo, de distintos géneros y para distintas generaciones; al igual que los autores e intérpretes que durante toda la historia de la humanidad han enaltecido la historia musical, también tienen su espacio en la estación radial de la Universidad Surcolombiana 15

FRANJA DE OPINIÓN

La Franja de Opinión de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. nace de la necesidad de analizar, debatir y opinar sobre temas de interés público, económico, social y político en el contexto institucional, local, regional, nacional e internacional. Teniendo como base la mirada académica de la Universidad Surcolombiana, con invitados expertos en los temas, que le permiten al oyente inferir y sacar conclusiones de la temática a tratar.

DE TARDE EN LA MESA

Justificación

Por ser la Universidad Surcolombiana un escenario generador de conocimiento, debate y opinión; se hace necesario que en la parrilla de programación de la emisora HJM61 89.7 F.M. exista un programa en el que se confronten los puntos de vista sobre un tema, y a la vez se convierta en el escenario adecuado para la profundización y análisis de temas de actualidad, donde se permita resolver las posibles dudas que comúnmente dejan los espacios informativos en los radioescuchas, acerca de determinados temas, institucionales, regionales, nacionales e internacionales.

El programa **De tarde en la mesa**, permitirá que quienes estén discutiendo confronten y opinen de manera argumentada en tiempo real, garantizándole al oyente diversos puntos de vista acerca del tema que se esté abordando, 16

con el fin de brindar mayor análisis, comparando los enfoques que pueda tener el tema, para que en últimas sea el oyente quien escoja cuál de los enfoques planteados decide aceptar.

Las personas que estén en calidad de invitados, serán las apropiadas para abordar el tema, y tendrán la condición de expertos. Cada día los temas serán variados y en lo posible relacionados con contextos distintos, de tal manera que un día se analicen temas institucionales, locales, nacionales y globales.

Metodología, Periodicidad y Duración

En el programa **De tarde en la mesa** se utilizará como metodología diversas técnicas grupales de discusión (mesa redonda, panel, debate, conversatorio); allí confluirán los distintos invitados (funcionarios públicos, académicos, profesores, trabajadores, estudiantes y ciudadanía en general), quienes serán coordinados por un moderador(a), que se encargará de garantizar el normal desarrollo de la discusión, de plantear las preguntas, y por sobre de todo de sostener la discusión dentro del respeto y responsabilidad social con la ciudadanía.

La duración del programa **De tarde en la mesa**, será de una hora, espacio donde se analizará los acontecimientos que a diario ocurren en la Universidad Surcolombiana, en Neiva, Huila, Colombia y el Mundo. El programa se emite los días martes y jueves, entre las 5:00 y las 6:00 de la tarde. 17

EXPONIENDO AL MUNDO (Entrevistas, Panel, Mesa Redonda, Conversatorios, Foros)

Justificación

La Universidad Surcolombiana, y la ciudad de Neiva, desde su creación han contado con una serie de personajes que han influido en su desarrollo; algunos como promotores o proponentes de proyectos de gran importancia para toda una comunidad; otros como sobresalientes educadores y gestores de proyectos de extensión social; y unos últimos como promotores de trabajo comunitario. Son un sinnúmero de personajes reconocidos para la Universidad y la ciudad, quienes no han tenido la difusión apropiada de sus trabajos, logros y metas alcanzadas.

Adicional a lo anterior, las situaciones coyunturales o de exaltación para la Universidad y la ciudad, que merezcan ser contadas, son elementos que permite la creación de un espacio de opinión en la parrilla de programación de la emisora de la Universidad Surcolombiana, donde se desarrollen los formatos de entrevistas, paneles, mesas redondas, conversatorios y foros.

Metodología, Periodicidad y Duración

El espacio **exponiendo al mundo** de la emisora de la Universidad Surcolombiana, se desarrollará a partir de conferencias, foros, paneles, conversatorios que se realizan en la Universidad Surcolombiana y en otros eventos de importancia académica, donde el Alma Mater tenga incidencia.

Exponiendo al mundo se emite de lunes a viernes entre la 1:00 y las 2:00 de la tarde. 18

EL AROMA DE UN CAFÉ

Justificación

La Universidad Surcolombiana, como escenario constructor de conocimiento nuevo, útil y novedoso, y ente formador de profesionales con sentido crítico y propositivo, garantiza que en la franja de opinión de la estación radial Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. exista en programa en el que se entreviste de manera amena, conversada e informal.

Al aroma de un café es el escenario propicio donde los oyentes podrán disfrutar de una entrevista no convencional, sobre los acontecimientos más sobresalientes de la agenda de interés universitario, regional, nacional e internacional.

Metodología, Periodicidad y Duración

El espacio al aroma de un café se desarrollará en el formato de conversatorio de manera amena e informal. La periodicidad de este espacio es los días domingos, en el horario de 11:00 de la mañana a 12:00 del medio día.

DE BUEN AMBIENTE

Justificación

Promover y colaborar en la preservación del medio ambiente, será el papel de este programa, que todos los sábados contará con la presencia de un experto en el tema que se esté abordando, quien ayudará a aclarar los 19

cuestionamientos respecto de la preservación del medio ambiente, de la fauna y flora con que cuenta la universidad, la ciudad y la región.

Metodología, Periodicidad y Duración

El formato que se utilizará para el desarrollo del programa será conversatorio; de manera ordenada se expondrán los temas a desarrollar y se consultarán expertos, quienes darán sus apreciaciones respecto del tema que se esté abordando.

De buen ambiente se emite todos los sábados entre las 11:00 de la mañana y las 12:00 del mediodía.

SURCOS DE CONOCIMIENTO

Justificación

Explorar el mundo agropecuario, lo que se cultiva, las distintas formas de producción de los labriegos en el campo, las amenazas para las cosechas, los nuevos métodos de prevención de plagas, métodos de reproducción animal y fertilizantes agrícolas; tendrán su espacio en la programación de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.

Metodología, Periodicidad y Duración

Surcos de conocimiento se desarrollará con uno o dos moderadores, quienes coordinaran el espacio. Se contará con la participación de expertos en el tema, quien ayudará a esclarecer los temas que se estén abordando. 20

El programa se emite los sábados entre las 9:00 y 10:00 de la mañana; espacio donde los oyente quedarán informados del mundo campesino.

EN EL CONSULTORIO

Contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población de la región Surcolombiana, objetivo de nuestra Alma Mater y de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. a través de sus contenidos; nos acercamos a la comunidad con el fin de socializar los conocimientos desde las diferentes facultades de la institución de educación superior, en procura de responder a las necesidades e inquietudes cercanas de la gente a través de los profesionales y estudiantes más idóneos, para aportar así al desarrollo de la región.

En el consultorio es una oportunidad que tiene la Universidad Surcolombiana para interactuar con la comunidad a la cual pertenece y la que le ha permitido posicionarse en la región, el país y el mundo; es la manera en que apoya los procesos sociales, las inquietudes y necesidades individuales y colectivas, respondiendo así a su razón de ser como universidad pública del sur colombiano. Con este fin se generó este espacio en el que se asesora en diversos temas distribuidos de la siguiente manera: lunes (Consultorio empresarial), martes (Consultorio jurídico), miércoles (Consultorio de Nutrición), jueves (Consultorio médico), viernes (Consultorio psicológico). 21

EN EL CONSULTORIO EMPRESARIAL

Justificación

En el **Consultorio Empresarial**, es la mejor opción de la comunidad para enterarse de los temas y aspectos económicos de la región, el país y el mundo bajo la mirada analítica y crítica de los expertos en la materia tanto de la Universidad como de la misma región. En el Consultorio Empresarial responderá las inquietudes más frecuentes de la comunidad a cerca de los temas económicos y los guiará para en los temas empresariales.

EN EL CONSULTORIO JURÍDICO

Justificación

En el **Consultorio Jurídico** la comunidad encontrará claridad sobre los términos jurídicos y temas legales del país. También el oyente sabrá cómo funciona la justicia de Colombia, la forma en que está organizada y los debidos procesos que se deben realizar para hacer valer los derechos constitucionales y conocer los deberes. En el Consultorio Jurídico, se convierte en una guía para la ciudadanía donde se buscan soluciones a las necesidades legales más consultadas por los oyentes.

EN EL CONSULTORIO DE SALUD PÚBLICA

Justificación

En el **Consultorio de salud pública** los oyentes encontraran alternativas que permitan contribuir a la promoción y prevención de las problemáticas generadas en la región surcolombiana, desde las enfermedades propias del 22

sur del país. Expertos en temas de salud pública serán los encargados de abordar las temáticas a partir de la promoción y prevención.

EN EL CONSULTORIO MÉDICO

Justificación

La región surcolombiana se ve amenazada por la proliferación de enfermedades crónicas, causadas por los malos hábitos de vida y la no prevención. El papel de **En el Consultorio médico** de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. es consultar a expertos especialistas en diferentes áreas de la salud con el fin de brindar al oyente información actual y veraz en el manejo, control y prevención de las patologías más comunes que afectan a los habitantes del sur colombiano.

EN EL CONSULTORIO PSICOLÓGICO

Justificación

En los últimos 20 años la salud mental en nuestro país se ha visto afectada por el aumento en el ritmo de vida laboral, familiar y social. La Universidad Surcolombiana a través de en el **Consultorio psicológico** de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. busca promover calidad de vida y el entorno bio-psico-social de los habitantes de la región. Expertos psicólogos, psiquiatras y personal calificado en el área de salud mental abordarán las diferentes patologías desde la prevención. 23

Metodología, Periodicidad y Duración

En el Consultorio estará orientado por un moderador que traerá a la mesa de trabajo un tema, un caso o una patología determinada que se abordará por expertos y dará solución o consejos en los diferentes temas (empresariales, jurídicos, nutricionales, médicos y psicológicos). Durante el programa también se solucionarán dudas de los oyentes y la comunidad en general.

Los consultorios podrán usar ayudas periodísticas como encuestas, sondeos o voxpop para hacer más dinámico el programa y darle mayor participación a la comunidad.

El programa **En el Consultorio** tiene lugar en Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM entre las 8:00 y las 9:00 de la mañana de lunes a viernes de la siguiente manera: lunes (En el Consultorio empresarial), martes (En el Consultorio jurídico), miércoles (En el Consultorio de salud pública), jueves (En el Consultorio médico), viernes (En el Consultorio psicológico).

RESUMEN DE CONTENIDOS

Justificación

El programa **Resumen de contenidos**, es la posibilidad para que las personas que no pudieron escuchar los programas a lo largo de la semana, o para quienes quieren volver a sintonizar los contenidos de la radio de pensamiento universal, puedan hacerlo. La música

En el Resumen de 24

contenidos es elemento importante porque será la compañía de los segmentos de los programas.

Metodología, Periodicidad y Duración

El **Resumen de contenidos** tendrá un conductor, quien será el responsable de dar entrada a cada uno de los segmentos de los espacios radiales emitidos en la semana que termina.

El programa **Resumen de contenidos** tiene lugar en Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM los días sábados entre las 2:00 y las 5:00 de la tarde. 25

FRANJA INSTITUCIONAL

La Universidad Surcolombiana, con sus siete facultades y sus distintas dependencias, constantemente genera información de diferente índole: publicación de libros, eventos académicos, proyectos de extensión a la comunidad, desarrollo y publicación de investigaciones, son sólo algunas de las actividades que desde la Universidad se llevan a cabo, y que poco o nada son difundidas por los medios masivos de comunicación regionales. La administración de la Universidad cuenta ahora con una franja exclusiva para que desde sus diferentes áreas informe a la comunidad de su diaria labor, socialice los saberes explorados y adquiridos, y comunique sus eventos, reuniones y resultados de gestión.

HABLA LA ADMINISTRACIÓN

Justificación

Dependencias como la Rectoría, Vicerrectoría Administrativa, Académica, de Investigaciones y Proyección Social.

Convenios gestionados y firmados, consecución de recursos para incentivar nuevos proyectos académicos, serán algunos de los aspectos que saldrán a la luz pública; al igual que decisiones administrativas emanadas desde la Administración de la Universidad.

Metodología, Periodicidad y Duración

La metodología que se utilizará en este programa es el formato de panel. En una hora, la persona que desde la Administración tenga la responsabilidad 26

de informar a la audiencia, lo hará a manera de exposición; contando los aspectos más importantes del tema a abordar; el programa será coordinado por un moderador que intervendrá solamente para la presentación despedida del espacio; al igual que el personaje, y para aclarar algunas dudas que puedan surgir.

La periodicidad que tiene este espacio es todos los lunes, entre las 11:00 de la mañana y 12:00 del mediodía.

VOCES INSTITUCIONALES

Justificación

Dar a conocer al interior y exterior de la Universidad el trabajo de las diferentes dependencias de la Universidad Surcolombiana, como la editorial y librería, Registro y Control, Dirección de sedes, Oficina de liquidación y todas las facultades de la institución y sus respectivas unidades académicas, es el objetivo del programa **Voces Institucionales**.

Metodología, Periodicidad y Duración

Por medio de un conversatorio el moderador y los invitados de las diferentes dependencias de la Universidad, harán un recorrido histórico, los servicios ofertados, el trabajo realizado por parte de la división o del área de gestión y la forma en que la comunidad neivana puede acceder a sus servicios.

La periodicidad de **Voces Institucionales** es una vez a la semana; los miércoles entre las 11:00 de la mañana y 12:00 del mediodía. 27

EXTRAMUROS

Justificación

Las siete facultades de la Universidad Surcolombiana, constantemente realizan proyectos de extensión a la comunidad y de impacto social; es en este espacio que los distintos proyectos que llevan a cabo los pregrado y posgrado con la comunidad serán contados a los oyentes, con el objetivo que la Universidad visibilice sus actividades y de esta manera se integre a la ciudad y a la región. El espacio tiene como objetivo visibilizar la proyección social de la Universidad, con el fin de generar lazos de confianza comunidad – alma máter.

Metodología, Periodicidad y Duración

El Programa se desarrollará mediante un conversatorio; donde quien coordine el espacio dialogará con sus invitados acerca de los proyectos de extensión y proyección social que tengan desarrollo desde las facultades y sus respectivos pregrados.

La periodicidad del programa es los miércoles de 4:00 a 5:00 de la tarde.

ENTORNOS

Justificación

La Vicerrectoría de investigaciones y proyección social, a través de las distintas facultades coordina proyectos de investigación que promueve el acercamiento de la Universidad con la comunidad; debido a este motivo 28

gana en importancia un espacio radial donde se socialice los adelantos de las investigaciones en y con las comunidades.

Metodología, Periodicidad y Duración

El programa se desarrollará mediante el formato de conversatorio; quien coordine el espacio dialogará con sus invitados acerca de los proyectos de investigación que se están desarrollando desde la oficina de Vicerrectoría de investigaciones y proyección social.

Entornos se emite los lunes y viernes, en el horario de 4:00 a 5:00 de la tarde.

LAS CUENTAS CLARAS

Justificación

Presentar un balance de cada una de las dependencias de la Universidad Surcolombiana en la razón de ser de **Las cuentas claras**. Los invitados a Las cuentas claras son los responsables exponer el cumplimiento de sus actividades y compromisos con la Universidad.

Metodología, Periodicidad y Duración

Conversatorio con uno o más invitados, que se emite todos los martes en el horario entre las 11:00 de la mañana y las 12:00 del mediodía. 29

FRANJA CULTURAL Y DE ENTRETENIMIENTO

La franja de entretenimiento nace como una salida y apuesta diferente a las ya tradicionales propuestas musicales de las emisoras comerciales de Neiva; en la estación radial de la Universidad Surcolombiana se entenderá el entretenimiento como un momento de esparcimiento, donde se forma a la vez que se entretiene.

UNIVERSO DEPORTIVO

Justificación

Coordinación de deportes, dependencia de la Universidad Surcolombiana, desde sus inicios ha proyectado sus actividades al fomento, difusión y promoción de todo tipo de expresiones deportivas al interior y exterior de nuestra Casa de Estudios. Esta dependencia considera que incentivar las distintas manifestaciones deportivas son componentes fundamentales en la construcción de nueva mentalidad estudiantil y por ende ciudadana.

Por este motivo, se hace pertinente que exista un espacio dedicado a esta dependencia, donde se difundan todas las manifestaciones deportivas y recreativas que se realizan al interior de la Universidad y fuera de esta; con el único objetivo de que las representaciones deportivas se conviertan en vínculos comunicativos, que ayuden a mejorar las relaciones existentes entre la Universidad y las comunidades; generando un espacio de socialización e intercambio Universidad-Comunidad, para que la relación evolucione. 30

Metodología, Periodicidad y Duración

La Metodología de trabajo se desarrollará bajo el formato de conversatorio, donde los invitados (deportistas, directivos y aficionados) conversaran sobre actividades deportivas, resultados, preparación, entrenamientos y diferentes consejos, haciendo énfasis en la promoción de la actividad física y los buenos hábitos de vida.

Universo deportivo tiene el espacio de una hora los jueves, entre las 11:00 de la mañana y las 12:00 del mediodía.

ALTER-ARTE**Justificación**

Las expresiones culturales artísticas de nuestra Casa de Estudios, de la ciudad, la región, Colombia y el mundo, llegan a Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM con Alter-Arte. Este espacio radial dará a conocer a la comunidad el trabajo de personas que trabajan en beneficio de la cultura y el arte.

En **Alter-Arte** hacen presencia las diferentes expresiones culturales y artísticas como la música, danza, teatro, canto, pintura, cine, entre otros; que aportan al fortalecimiento del arte y nuestra identidad cultural.

Metodología, Periodicidad y Duración

Alter-Arte será moderado por dos personas que durante el programa dialogarán con un artista o grupo invitado sobre su vida personal y sobre 31

todo sobre su carrera como artista ya sea de danza, teatro, música entre otros, y sobre sus experiencias representando a la Universidad Surcolombiana y la ciudad en eventos regionales, nacionales e internacionales.

Durante el programa, además de la conversación entre los invitados y los moderadores, se ambientará con ritmos de diferentes géneros musicales.

Alter-Arte se emite en Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM todos los viernes de 11:00 de la mañana a 12:00 del mediodía.

ESPACIO INFANTIL

La política nacional de educación tiene como objetivo la formación en edades infantiles y juveniles (0 - 6 años; 6 – 13 años). Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. constituida como una emisora de interés público con responsabilidades educativas, crea el espacio infantil como un escenario en donde el juego, las manualidades, los cuentos y las sonrisas permiten que la radio educativa sea divertida y constructiva.

POMPAS DE JABÓN

Justificación

Socializar los conocimientos, vivencias y producciones escritas y orales, además de fortalecer las relaciones de niños y niñas con las personas que conforman su núcleo familiar y explorar los elementos culturales de su 32

entorno. Situación que propicia la participación de la primera y segunda infancia.

Metodología, periodicidad y duración

Pompas de jabón es producido por niños y niñas de instituciones educativas y colegios de la capital huilense, cuyas edades se encuentren entre los 5 y los 12 años. Para la producción de estos espacios se realizarán talleres al aula en los cuales se exploran los imaginarios y particularidades culturales de este grupo de escolares, que, de la mano de los talleristas (apoyados por parte del pregrado en Pedagogía Infantil) harán producción escrita y oral que alimentará este espacio radial.

En Pompas de Jabón habrá lugar a historias que los niños y niñas crean; también hay espacio para dichos, refranes, trabalenguas y saludos que los escolares envían a sus familiares.

Pompas de jabón se emite los domingos entre las 10:00 y las 11:00 de la mañana.

ESPACIO DE CINE

El cine como expresión artística y cultural se ha convertido a través de la historia en una herramienta de formación académica, social, política y cultural. Desde la mirada crítica del cine no comercial se analizan los contextos y problemáticas regionales y mundiales. El cine es la memoria histórica del siglo XX y la mirada crítica del siglo XXI. 33

LA CLAQUETA

Justificación

La Claqueta nace con la iniciativa de llevar el cine club a la radio. Los filmes son una excusa para hablar de un tema; teniendo como centro de la conversación la mirada del director y la mirada crítica del espectador, permitiendo que el oyente pueda ver en el cine una herramienta más de análisis de los temas y problemáticas más comunes en el ámbito social.

Metodología, periodicidad y duración

La claqueta tiene como metodología tratar un tema por ciclos. Cada ciclo tiene una periodicidad de cuatro programas, y en cada programa se analiza una película y un director diferente. Cada una de las películas presentadas en el ciclo tiene en común el tema central del que trata el filme.

La periodicidad de **La Claqueta** es los días sábados entre las 5:00 y 6:00 de la tarde.

ESPACIOS MUSICALES

La música es componente importante en la parrilla de programación de la emisora de la Universidad Surcolombiana; allí se tendrá en cuenta su historia, la clasificación por géneros, músicas de distintos países del mundo, autores e intérpretes de distintos ritmos y para distintas generaciones, que durante el recorrer de la humanidad han enaltecido la historia musical. 34

“POURQUOI PAS EN FRANÇAIS?”

Justificación

“Pourquoi pas en Français?” se concibe como un espacio semanal que permite la puesta en práctica de una propuesta piloto configurada en un Proyecto Pedagógico de Aula - PPA (Castro & Hernández, 2011) con estudiantes de Francés del programa de Licenciatura en Inglés. Dicho proyecto integra la radio a los espacios de formación universitaria tradicionales como TIC de primera generación (Fernández, 2012). Es por tanto un ejercicio didáctico que se concibe como estrategia de formación extramuros para potenciar la fluidez comunicativa y la utilización del francés de Comunicación Global - FCG más allá del espacio tradicional del salón de clase. “Pourquoi pas en Français?” tendrá su franja semanal en la programación de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M y abarcará temas de interés general, aires culturales, variedades, noticias y lenguaje.

Metodología, periodicidad y duración

“Pourquoi pas en Français?” se desarrollará con dos estudiantes moderadores y el profesor titular del curso como guía y apoyo, quienes coordinarán la producción del espacio semanal. Se contará además, con la participación de un invitado (las veces que sea posible), quien ayudará a dinamizar el encuentro radial. “Pourquoi pas en Français?” tendrá una duración de una hora semanal donde los dos estudiantes a cargo discutirán en torno a un tema central diferente para cada emisión y que se complementará con noticias de la zona francófona, nacionales y locales, tips 35

para el aprendizaje de Francés, expresiones útiles, gastronomía y espacios culturales en la ciudad, noticias del buen vivir en la ciudad y cultura universitaria, espacio para discutir sobre cine francés y literatura francófona, todo amenizado con música de diferentes géneros propia de las zonas francófonas. A continuación, la estructura del programa durante sus doce emisiones.

“Pourquoi pas en Français?” se emitirá todos los sábados a partir de las 10:00 de la mañana.

Structure du programme

Ouverture de l'émission:

“Pourquoi pas en Français?”

Une minute

1) Soyez tous les bienvenus à “Ici on parle Français” cher auditeur de radio....

2) Dites bonjour aux personnes qui nous écoutent (avec beaucoup de gaité)

3) Présentation personnelle (chacun de membres + l'invité)

4) Parlez du jour (date, climat et date spéciale, autres)

Première chanson

(pays)

4 minutes

Nom de la chanson, pays d'origine, album, courte description de chanteur/chanteuse

Segment: Questions

4 minutes

- Questions posées par des étudiants (Sur Facebook, Twitter, etc.) - "à l'antenne" (groupe de trois) o liés à l'émission de radio à être diffusé ou de type culturel.
- Questions étudiants (2ème semestre et sixième semestre) - aux professeurs o liés à l'émission de radio à être diffusé ou culturelles.

Sujet central**- première partie**

Premiers 3 minutes

La discussion portera sur le sujet que vous avez à développer (principalement basée sur des sujet d'intérêt international et des problématiques globales).

Deuxième chanson

(pays)

Nom de la chanson, pays d'origine, album, courte description de chanteur/chanteuse

4 minutes

Vita

Acá se incluye una breve biografía del autor de la tesis.