



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

Análisis de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños
de entre 18 a 24 años

AUTORA:

ANA CINTHIA SANDOVAL CABEZAS

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TUTOR:

LCDA. CORTÉS RADA, ELSA MARÍA. MGS.

Guayaquil, Ecuador

Febrero 27 del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, **Análisis de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años** fue realizado en su totalidad por **Sandoval Cabezas, Ana Cinthia** como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación Social**.

TUTOR

f. _____
Cortés Rada, Elsa María. Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Luna Mejía, Efraín. Mgs

Guayaquil, 27 días de febrero del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Sandoval Cabezas, Ana Cinthia**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Análisis de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 27 de febrero del 2020

LA AUTORA:

f. _____
Sandoval Cabezas, Ana Cinthia



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Sandoval Cabezas, Ana Cinthia**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 27 de febrero del 2020

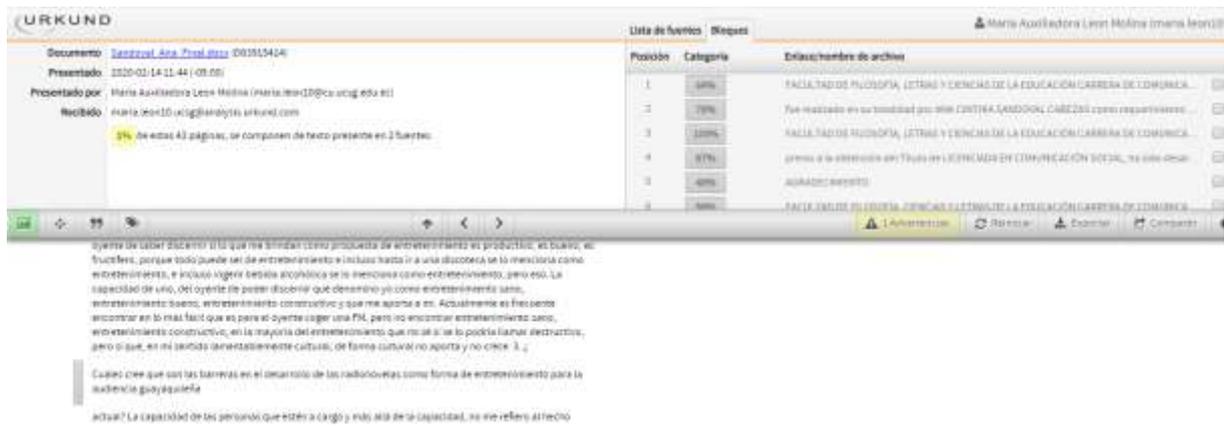
LA AUTORA:

f. _____
Sandoval Cabezas, Ana Cinthia

REPORTE URKUND

Tema: Análisis de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años.

Autora: Sandoval Cabezas, Ana Cinthia



The screenshot displays the URKUND interface. On the left, document details are shown: 'Documento: Sandoval Ana Cinthia (001515424)', 'Presentado por: Maria Auxiliadora Leon Molina (Maria.leon10@cu.ug.edu.ec)', and 'Recibido: maria.leon10@sig@analisis.orkund.com'. A yellow highlight indicates '3% de estas 43 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes'. On the right, a table titled 'Lista de fuentes' lists sources with columns for 'Posición', 'Categoría', and 'Enlaces/nombres de archivos'. Below the table, a snippet of text is visible, discussing the role of radio novels as a form of entertainment and cultural production in Guayaquil.

| Posición | Categoría | Enlaces/nombres de archivos |
|----------|-----------|--|
| 1 | 99% | FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN... |
| 2 | 79% | Fue realizado en su totalidad por Ana CINTHIA SANDOVAL CABEZAS pero requiero de... |
| 3 | 100% | FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN... |
| 4 | 97% | gracias a la atención en Trabajo de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, me han desca... |
| 5 | 99% | AGUACANTO |
| 6 | 99% | FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN... |

Siempre de los 25 años el lo que se brindan como productos de entretenimiento es producido, el cual, el suceso, porque todo puede ser de entretenimiento e incluso hasta en a una discoteca se lo muestra como entretenimiento, e incluso según según alcohólica se lo muestra como entretenimiento, pero eso. La capacidad de uno, del oyente de poder disfrutar que demando ya como entretenimiento sano, entretenimiento sano, entretenimiento constructivo y que me ayude a mí. Actualmente el fin sería encontrar en lo más fácil que es para el oyente pagar una FM, pero no encontrar entretenimiento sano, entretenimiento constructivo, en la mayoría del entretenimiento que no así si se lo podría llamar destructivo, pero si que, en mi opinión orientalmente cultural, de forma cultural no aporta y no crece. ¿?

¿Cuales cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la población guayaquileña?

actual? La capacidad de las personas que están a cargo y más allá de la capacidad, no me refiero al hecho

Cortés Rada, Elsa María

AGRADECIMIENTO

Le agradezco en primer lugar a Dios por no dejarme caer, en segundo lugar a mis padres que siempre han estado ahí para darme ánimos, en tercer lugar a mi tutora por guiarme y hacerme reír con sus ocurrencias y en cuarto lugar a mis amigos incondicionales que conocí en este trayecto educativo como Amparo Caamaño, Andrea Lara, Alba Carrasco, Esther Galarza, Franklin Navarro, Gabriela Jaramillo, Gloria Ordóñez, Karla Armanza, Liliana Bohórquez y María de Lourdes Lullwitz.

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres que son los que siempre estarán conmigo a pesar de todo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, CIENCIAS Y LETRAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Cortés Rada, Elsa María, Mgs.
TUTORA

f. _____
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____
OPONENTE

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN | 4 |
| 1.1 Línea de investigación | 4 |
| 1.2 Planteamiento del Problema | 4 |
| 1.3 Hipótesis..... | 4 |
| 1.4 Preguntas de investigación..... | 4 |
| 1.5 Justificación | 4 |
| 1.6 Metodología de la investigación | 5 |
| 1.6.1 Método. | 5 |
| 1.6.2 Enfoque. | 6 |
| 1.6.3 Herramientas de investigación..... | 6 |
| 1.6.4 Población..... | 6 |
| 1. 7 Objetivo..... | 7 |
| 1.7.1 Objetivo general..... | 7 |
| 1.7.2 Objetivos específicos. | 7 |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL..... | 8 |
| 2.1. Inicios de la radio en Ecuador..... | 8 |
| 2.2 El presente de la radio..... | 10 |
| 2.3 Géneros radiofónicos | 14 |
| 2.3.1 Género periodístico..... | 15 |
| 2.3.2 Género musical. | 16 |
| 2.3.3 Género dramático..... | 16 |
| 2.3.3.1 <i>Radionovela</i> | 18 |
| 2.4 El discurso radiofónico | 20 |
| 2.5 La audiencia radial..... | 21 |
| 2.6 El consumo sonoro..... | 23 |
| 2.6.1. La sono-esfera digital..... | 24 |
| 2.7 Ley Orgánica de Comunicación. | 25 |
| 2.7.1 <i>Ley Orgánica de discapacitados</i> | 25 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA | 27 |

| | |
|---|----|
| 3.1. Método. | 27 |
| 3.2 Tipo de investigación. | 27 |
| 3.3 Población. | 27 |
| 3.4 Instrumentos de investigación. | 27 |
| CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS | 34 |
| 4.1 Resultados de las Encuestas. | 34 |
| 4.1.3 Grupo focal | 40 |
| 4.1.4 Entrevista a productores de radio. | 40 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES | 67 |
| BIBLIOGRAFÍA | 69 |
| ANEXOS | 72 |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Primeras radios en el Ecuador | 10 |
| Tabla 2: Radios analógicas de Guayaquil | 12 |
| Tabla 3: Radios en línea de Ecuador | 14 |
| Tabla 4: Preguntas para encuestas sobre el consumo sonoro | 29 |
| Tabla 5: Preguntas para encuestas a directores o programadores | 30 |
| Tabla 6: Perfil de los integrantes al grupo focal | 31 |
| Tabla 7: Detalle del guión para el manejo del grupo focal | 32 |
| Tabla 8: Perfil de los productores radiales | 33 |
| Tabla 9: Preguntas a productores radiales | 34 |
| Tabla 10: Radios con un tipo de contenido dominante | 40 |
| Tabla 11: Comparación de las entrevistas a productores | 79 |

ÍNDICE DE GRÁFICO

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Plataformas de consumo sonoro | 34 |
| Gráfico 2: Frecuencia de consumo sonoro | 35 |
| Gráfico 3: Contenido de consumo sonoro | 36 |
| Gráfico 4 & 5: Conocimiento y consumo de radionovela | 37 |
| Gráfico 6: Medios de consumo para radionovela | 37 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación apunta al análisis de la situación actual de la difusión y producción del género de la radionovela en radios guayaquileñas y su consumo en la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años. Para llevar a cabo esta investigación, se planteó presentar la historia y características de la radionovela como producto comunicacional a través de recursos bibliográficos; se realizaron encuestas telefónicas a directores radiales de la ciudad; se hicieron encuestas y un grupo focal a los jóvenes con la finalidad de saber si consumen radionovelas y qué tan familiarizados están con este producto comunicacional; y por último, se entrevistó a productores radiales sobre la forma de ejecutar radionovelas en la actualidad.

A partir de los resultados se propone que el desinterés de los jóvenes de 18 a 24 años por la radionovela no se debe únicamente a su predilección por formatos audiovisuales, sino que entre sus causas se encuentran sus hábitos de consumo (98% se da a través de plataformas digitales) y la falta de disponibilidad de este género en las radios (solo 1 de las 58 radios de Guayaquil transmite radionovelas). Además, se considera que actualmente la mayor posibilidad de producción de radionovelas es desde un enfoque pedagógico, como un mecanismo para contar diversidad de historias para educar sobre hechos reales como el maltrato animal, la violencia de género, la drogadicción, entre otros, e intereses culturales como la historia, ciencias naturales y literatura.

Palabras claves: Radionovela, radio, consumo sonoro, audiencias, jóvenes adultos

ABSTRACT

This research paper aims to analyze the current situation of the broadcasting and production of the radio novel genre in Guayaquil radio stations and its consumption in the Guayaquil audience of young adults aged 18 to 24. In order to carry out this research, it was proposed to present the history and characteristics of the radio novel as a communication product through bibliographic resources; telephone surveys were conducted with city radio directors; surveys and a focus group for young people were conducted to find out whether they consume radio novels and how familiar they are with this communication product; and finally, radio producers were interviewed on how to run radio novels today.

From the results it is proposed that the disinterest of young people from 18 to 24 years by the radio novel is not only due to their predilection for audiovisual formats, but among its causes are their consumption habits (98% is given through digital platforms) and the lack of availability of this genre in radio stations (only 1 of the 58 radio stations in Guayaquil transmits radio novels). In addition, it is considered that nowadays the greatest possibility of producing radio novels is from a pedagogical perspective, as a mechanism to tell a variety of stories to educate about real events such as animal abuse, gender violence, drug addiction, among others, and cultural interests such as history, natural sciences and literature.

Keywords: Radio novel, radio, sound consumption, audiences, young adult

INTRODUCCIÓN

Para el 2029, la radio habrá sido testigo de un siglo de transformaciones históricas, sociales, culturales y económicas en Ecuador. A pesar de los cambios tecnológicos, fuera de las ciudades la radio sigue siendo el medio masivo de mayor consumo. A inicios del siglo XX, este medio de comunicación se configuró en su época como el primer punto de entretenimiento para las familias ecuatorianas, con una programación variada en cuanto a contenidos y formatos.

Bajo este contexto, la radionovela se presentó como un invisible pero audible punto de encuentro familiar para conectar las emociones, los sentimientos con la historia narrada a través de esta herramienta comunicativa que tuvo acogida en Ecuador en la época de 1940 y que, con el tiempo, a decir de Grijalva (2009) fue adaptándose a las necesidades del público: “ofrecer entretenimiento, formación, mejorar la parrilla de programación o reforzar la estrategia de vinculación social” (p. 91)

Es así que este género radiofónico, uno de los más populares de su época, fue escrito para narrar historias relacionadas al melodrama, a la intriga, a la pasión teniendo como punto focal el aflorar emociones especialmente de las amas de casa, a quienes se les ofrecía diversas temáticas desde la usurpación de fortuna, la madre soltera o la mujer engañada.

En Ecuador, aparecen temas relacionados a las leyendas y tradiciones, o a historias fantásticas adaptadas a este formato, como *La guerra de los mundos* transmitido por radio Quito o *Veinte mil leguas de viaje submarino*, entre otros. A pesar de la variedad de temáticas posibles, la radionovela se caracteriza por su capacidad de entretener sobre la cual se construyeron diferentes percepciones: “para algunos, de entretenimiento evasivo con efectos políticos por su escaso valor formativo y nula capacidad para generar una actitud crítica frente al contexto económico y político de la sociedad latinoamericana...” (Castellanos, 2006, p.94); para otros, en cambio, un espacio de representación social valorado a modo de documento cultural.

Al 2020, ¿qué ha sucedido con este importante género radiofónico en Guayaquil? El presente trabajo se plantea el objetivo general de analizar la situación de la difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de 18 a 24 años. Para ello, este texto se ha estructurado de la siguiente manera:

El capítulo I aborda las generalidades de la investigación centradas en realizar el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, la justificación del estudio, una breve descripción de la metodología de la investigación utilizada y los objetivos.

El capítulo II toma en cuenta la elaboración del marco teórico en función de subtemas como los inicios de la radio en Ecuador, el consumo sonoro, la sono-esfera digital, la audiencia radial, los distintos tipos de géneros radiofónicos (periodístico, musical y dramático) la radionovela y la Ley Orgánica de Comunicación.

El capítulo III abarca la parte de metodología enfocada en los jóvenes adultos de 18 a 24 años como los objeto de estudio, utilizando métodos como la encuesta para poder determinar cuáles son sus hábitos de consumo y un grupo focal para saber qué tan familiarizados están con el género de la radionovela. También se realizarán encuestas vía telefónica a directores radiales para conocer si en las parrillas de programación se encuentra este formato comunicacional. Además, se harán entrevistas a productores de radio para poder entender cuáles serían las posibles estrategias comunicacionales para que la radionovela vuelva a resurgir en la actualidad.

El capítulo IV compone los resultados abordados por la metodología previamente planteada. Al analizar la situación de la radionovela desde las aportaciones de quienes producen, programan y consumen radio, se diagnosticó la percepción que se tiene de este género e incluso, se plantearon escenarios posibles para su consumo actual.

El capítulo V está compuesto por las conclusiones que surgirán por medio de los resultados expuestos en la metodología, a través de los análisis de las encuestas y grupo focal a jóvenes adultos de 18 a 24 años, encuestas a los directores radiales y entrevistas a los productores de radio. En este capítulo también se dan recomendaciones a partir de las conclusiones.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Línea de investigación

Ciudadanía, medios y veeduría social.

1.2 Planteamiento del Problema

Durante los años cuarenta y cincuenta la radionovela fue un género ampliamente producido, difundido y consumido en Guayaquil. Sin embargo, por cambios sociales sufrió un gran declive. ¿Cuál es la situación actual de producción, difusión y consumo del género de la radionovela en Guayaquil en la audiencia de 18 a 24 años?

1.3 Hipótesis

La audiencia guayaquileña de 18 a 24 años no consume radionovelas debido a sus hábitos de consumo sonoro y a la poca producción y difusión actual de este género.

1.4 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los hábitos de consumo sonoro de la audiencia guayaquileña de 18 a 24 años?
- ¿Generan algún tipo de interés las radionovelas en la actualidad?
- ¿Dónde se puede escuchar radionovelas actualmente?
- ¿Por qué motivo desaparecieron las radionovelas de las parrillas de programación de las emisoras guayaquileñas?

1.5 Justificación

Investigar la situación actual de producción, difusión del género de la radionovela en Guayaquil y su consumo en la audiencia de 18 a 24 años es importante para los comunicadores sociales, debido a que permite comprender la estrecha relación que se configura entre producto comunicativo, tecnología y audiencia. La radionovela fue un formato de alto impacto en la vida de los ecuatorianos en los años cuarenta, debido a que reunía a familias enteras para disfrutar de cada capítulo lleno de romance, misterio, odio e intriga. Además, este género no sólo estaba dirigido a entretener, también estaba asociado con la imaginación, la misma que permitía trasladarse a otros espacios, por medio de un deleite de voces y efectos sonoros, causando así, grandes emociones a la audiencia. Sin embargo,

distintos factores relacionados a la tecnología, a los hábitos de consumo de la audiencia y a costos de producción, devienen en la decadencia de la radionovela y la modificación de su naturaleza de entretenimiento. Por eso conocer este género se vuelve de suma importancia en esta profesión, ya que por medio de él se pueden aprender otras maneras comunicativas para poder interactuar con la audiencia en la actualidad.

Esta investigación es pertinente para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil debido a que esta institución posee su propia radio y a partir de las características de la radionovela se puede plantear formatos para entretener a la audiencia desde otros formatos que difieran de los musicales o *magazines*, en los que más allá de hacer que una determinada audiencia se entretenga, se puede educar a través de relatos sobre hechos sociales que se viven actualmente: ¿no es este el tipo de programación que debería buscar una radio que pertenece a una universidad?

Considerando que la Ley Orgánica de Comunicación (2019), en su artículo 43 establece que todos los medios de comunicación deben aportar con contenidos culturales y educativos, y establecer mecanismos para difundir la diversidad comunicativa de diferentes pueblos, naciones o grupos sociales, ¿no se debería procurar que dichos contenidos sean creativos y atractivos para la audiencia, además de informativos?

Esta investigación es beneficiosa para la ciudadanía, debido a que la radionovela tiene la potencialidad de difundir mensajes de forma más efectiva, ya a través de su secuencia, la fluidez de sus narraciones y la calidad de sus efectos sonoros, permite que sus historias se complementen con la imaginación de manera dinámica. Además, por sus características es un género muy versátil que puede cumplir diversas funciones de crear, imaginar, entretener y educar, abarcando una gama diversa de temas tanto educativos (historia, ciencias naturales, literatura) como sociales (el maltrato animal, violencia de género, drogadicción, entre otros).

1.6 Metodología de la investigación

1.6.1 Método.

La metodología a emplear en el presente trabajo de investigación es la cualitativa y cuantitativa, lo cual se podrá entender desde las herramientas de estudio. En ese sentido se han planteado cuatro técnicas que respondan a las preguntas de investigación a utilizar dentro del documento. En primera instancia se conformará un marco teórico que presentará un plano histórico de la radio y la radionovela en el Ecuador, abarcando distintos conceptos clave como

el consumo sonoro y los géneros radiales. Por otro lado, se indagará la presencia actual del género radionovela en las radios guayaquileñas, por medio de entrevistas a directores o programadores radiales. También se definirán los hábitos de consumo sonoro que tiene la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años, a partir de grupos focales y encuestas. Finalmente, se empleará nuevamente el uso de entrevistas a productores radiales que ofrezcan alternativas para crear y difundir las radionovelas en la actualidad en la ciudad de Guayaquil.

Es así que el análisis, considerando a los directores, adultos jóvenes y productores radiofónicos, permitirá entender la situación actual de la difusión y producción del género de la radionovela en radios guayaquileñas y su consumo en la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años, por medio de una investigación documental, grupo focal, entrevistas y encuestas.

1.6.2 Enfoque.

Dentro de esta perspectiva metodológica se dará cabida a un enfoque descriptivo, donde se analizarán documentos y archivos bibliográficos que permitan una aproximación al tema de este estudio. Esta descripción alcanzará nuevos contextos por medio del estudio de campo, en donde, a través de entrevistas, encuestas y grupos focales, se dará a conocer las percepciones de las personas que han sido parte de la investigación.

1.6.3 Herramientas de investigación.

En el proceso de análisis se tomará en consideración el empleo de encuestas, entrevistas y grupos focales, formas de abordar la información desde un método cualitativo, el cual permite un acercamiento más profundo y directo a un objeto de estudio desde una triple perspectiva (la audiencia, programadores y directores de radio), para comprender el impacto actual de las radionovelas y su inclusión en los hábitos sonoros de los adultos jóvenes de 18 a 24 años.

1.6.4 Población.

Para el presente análisis se llevará a cabo un acercamiento con directores o programadores de radio, adultos jóvenes de 18 a 24 años y productores radiales de la ciudad de Guayaquil.

1.7 Objetivo

1.7.1 Objetivo general.

Analizar la situación actual de la difusión y producción del género de la radionovela en radios guayaquileñas y su consumo en la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años.

1.7.2 Objetivos específicos.

- Comprender la historia y características de la radionovela como producto comunicacional a través del análisis de recursos bibliográficos.
- Examinar la presencia actual del género radionovela en las radios guayaquileñas a través de encuestas a directores o programadores de radio.
- Determinar los hábitos de consumo sonoro de la audiencia guayaquileña de 18 a 24 años y su interés en las radionovelas a través de la realización de encuestas y grupos focales.
- Indagar alternativas para crear y difundir las radionovelas en la actualidad a partir de entrevistas realizadas a los productores radiales de la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Inicios de la radio en Ecuador

La primera emisora en Ecuador, según García (1998), se hizo presente un 13 junio de 1929, a las 21H00, en una bodega de fábrica textil de la ciudad de Riobamba, y fue bautizada como radio *El Prado*. Su fundador fue Carlos Cordovéz Borja, un ingeniero en Electrónica, que tuvo el apoyo de la señora María Elvira Campi de Yoder, que era presidenta de la Cruz Roja Ecuatoriana y el entonces coronel Alberto Enríquez Gallo, jefe de la zona miliar en Riobamba, quienes fueron los padrinos de la primera transmisión de la radiodifusora.

Este hecho significó un importante paso para que los grupos subalternos pudieran hacer frente al predominio e ideología hegemónica que hasta entonces mantenían control sobre la prensa escrita, que era exclusiva de un grupo minoritario; pero a la vez su transmisión llegará a las partes más recónditas, lo que constituyó una gran novedad para las familias ecuatorianas.

Entre las consideraciones de Estrada (1992), el inicio de la década de 1930 traería para el país la creación de la segunda radiodifusora nacional y la primera para la ciudad de Guayaquil. De esta manera, la emisora *EcuadorRadio* presentaba una programación con un contenido principalmente musical que, de acuerdo al desarrollo de sus emisiones, incorporaría diferentes tópicos en su programación.

EcuadorRadio fue creada un 16 de julio de 1930 por Juan Behr, un joven que estudió radiotécnica por correspondencia, en el prestigioso Instituto Rosenkranz de los Ángeles. Behr también tuvo la capacidad de construir el micrófono de la emisora, a partir de una bocina de teléfono y el arco de una madera. La programación radial de *EcuadorRadio* se basaba en la música, los comerciales de juguetes europeos y en la publicidad de los discos de que vendía su padre (Yaguana, 2014).

En 1931, *La Voz de los Andes*, sería la tercera radio en Ecuador y la primera en Quito, su programación sería de índole religiosa, con un toque de contenidos culturales, entretenimiento, informativos y musicales. Después de un año de transmisiones, la emisora fue integrando de a poco otros idiomas, por ejemplo, en 1932 el quichua, 1935 el inglés, 1937 el sueco, 1941 el ruso y 1944 el portugués. Esto se debe a que la economía era suministrada por radiodifusoras del extranjero (Yaguana, 2014).

La segunda radio de la ciudad de Guayaquil tuvo por nombre *Quinta Piedad*, y fue fundada un 28 de febrero de 1932. Su dueño era el Dr. Roberto Levi, propietario del sindicato

de farmacias. La programación musical de esta emisora era clásica y se la transmitía los días jueves y domingos en las noches. (Estrada, 1992, p. 19).

Yaguana (2014) afirma que la radio *Quinta Piedad* hacia sus transmisiones en una agraciada hacienda de la ciudad de Guayaquil que fue construida en 1900 por Alejo Lascano, y que años más tarde fue cedida al alemán Roberto Levi para fundar dicha emisora.

Siguiendo con las investigaciones de Yaguana, la quinta radio en el Ecuador y la tercera en Guayaquil, sería *La Voz del Litoral*, que fue fundada el 6 de septiembre de 1933. Su propietario fue Eric Williams, quien la hizo resaltar ante las otras emisoras del país, por inicios en la incorporación de noticias, también fue la primera radiodifusora en incluir libretos, tomando un estilo norteamericano. Además de esto, es recordada por la calidad de artistas internacionales que pasaron por su cabina, como Calypso Villamar, Maruja Serrano, Máxima Mejía, Vicente Ramírez, entre otros.

Ya para el año de 1934, la ciudad de Cuenca logra tener su primera radiodifusora, llamada *La Voz Tomebamba*, gracias a un grupo de jóvenes que pudo compartir mensajes sonoros, por medio de la utilización de un transmisor. Su programación se basaba en la música en vivo, a través de un amplio auditorio, en donde pasaron artistas como, las Hermanitas Reyes Nieto, los Hermanos Vega, Joel Alvarado, José Ignacio Canelos, entre otros. Para esto, cada cantante debía presentarse bajo el consentimiento de Carlos Ortiz Cobos, quien en ese entonces era el director de artistas de la estación. (Yaguana, 2014).

El 22 de abril de 1935, Leonardo Ponce Pozo funda la radio *El Palomar*, la misma que se convirtió en la segunda estación radial en la ciudad de Quito, luego de cuatro años. Su programación al principio era alternada, es decir, sólo se transmitía durante 18:00 a 22:00 horas, los días lunes, miércoles y viernes, pero luego decidieron que se transferir a diario. Al igual que la emisora de *La Voz de los Andes*, sus contenidos también eran de índole religiosa. (Yaguana, 2014).

El 6 de mayo de 1935, aparece la cuarta emisora en la ciudad de Guayaquil, llamada *Radio América*, cuyos dueños eran los propietarios de la casa musical *America Trading Co.* Julio Jaramillo fue uno de los invitados de la radiodifusora, debido a que sus contenidos eran basados en la música nacional e internacional. Además, conformaban espacios para transmitir poesía, a esto se suma los capítulos diarios de radionovelas, entre ellas *Camay*, que fue la más exitosa del país, en donde su elenco eran actores del radioteatro local, como Antonio Hanna,

Concha Pascual, Dalia Garcés, Enrique Vega, Leonel Sarmiento, entre otros. (Yaguana, 2014).

En definitiva, la aparición de las primeras radiodifusoras en el país, representó para muchas de las familias ecuatorianas, un medio específico de entretenimiento que, aunque inicialmente su transmisión era rudimentaria, con el tiempo adquirió tal relevancia que hasta la actualidad no ha pasado de moda.

Tabla 1

Primeras radios en Ecuador

Fuente: Elaboración propia basada en Yaguana (2014)

| Emisora | Año de inicio | Provincia |
|----------------------------|----------------------|------------------|
| Radio El Prado | 1929 | Chimborazo |
| Ecuadoradio | 1930 | Guayas |
| HCJB La Voz de los Andes | 1931 | Pichincha |
| Radio Quinta Piedad | 1932 | Guayas |
| Radio La Voz del Litoral | 1933 | Guayas |
| Radio La Voz del Tomebamba | 1934 | Azuay |
| Radio El Palomar | 1935 | Pichincha |
| Radio América | 1935 | Guayas |
| Radio El Telégrafo | 1935 | Guayas |
| Radio Ortiz | 1935 | Guayas |
| Radio Bolívar | 1936 | Pichincha |
| Radio Ondas del Pacífico | 1936 | Guayas |
| HIRSA | 1936 | Guayas |
| Radio La Voz del Alma | 1936 | Guayas |
| Radio La Voz de Imbabura | 1938 | Imbabura |
| Radio Nariz del Diablo | 1938 | Pichincha |
| Radio Colón | 1938 | Pichincha |

2.2 El presente de la radio

En el estudio realizado por Jordán y Panchana (2010), en Ecuador el 87,6% de los hogares contaba con un aparato radial por costumbre en 2010. A pesar de que los radioescuchas se distanciaban cada vez más de la radio, la incorporación de radiodifusoras en los carros convirtió a un 25,3% de la población en consumidor frecuente.

Respecto a la oferta, en la actualidad existen 644 radios ecuatorianas, según el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) (2019), que se dividen en 122 en amplitud modulada (AM) y 522 en frecuencia modulada (FM).

El Cordicom (2019), indica que la ciudad de Guayaquil cuenta con 57 radios analógicas cuya naturaleza suele ser privada: 54 radios son privadas, 3 son comunitarias y 1 es pública. Se detalla la lista de radios en la tabla 2.

Tabla 2

Radios análogas de Guayaquil

Fuente: Elaboración propia basada en datos obtenidos Cordicom (2019)

| Nº | Nombre | Frecuencia | Tipo de medio |
|----|----------------------------------|------------|---------------|
| 1 | Radio MIX FM | 90.9 FM | Privado |
| 2 | Radio Santiago | 540 AM | Comunitario |
| 3 | Teleradio | 1350 AM | Privado |
| 4 | BBN (Bible Broadcasting Network) | 106.1 FM | Comunitario |
| 5 | Unión Radio | 580 AM | Privado |
| 6 | Radio Atalaya | 680 AM | Privado |
| 7 | Radio Universal | 1270 AM | Privado |
| 8 | Radio Cristal | 870 AM | Privado |
| 9 | Radio Filadelfia | 1170 AM | Privado |
| 10 | Radio Galáctica | 1230 AM | Privado |
| 11 | San Francisco | 850 AM | Privado |
| 12 | Radio Uno | 580 AM | Privado |
| 13 | Radio Z Uno | 1400 AM | Privado |
| 14 | Radio Caravana | 750 AM | Privado |
| 15 | Radio Huancavilca | 830 AM | Privado |
| 16 | Radio Sucre | 700 AM | Privado |
| 17 | Radio Morena | 640 AM | Privado |
| 18 | Radio El Telégrafo | 660 AM | Privado |
| 19 | Superk800 | 800 AM | Privado |
| 20 | Radio Excelsior Estudio1 | 1190 AM | Privado |
| 21 | Radio Ecuantena | 1030 AM | Privado |
| 22 | Radio Águilas | 1050 AM | Privado |

| | | | |
|-----------|---------------------|----------|-------------|
| 23 | Radio CRE Satelital | 560 AM | Privado |
| 24 | WQRadio | 102.1 FM | Privado |
| 25 | Radio Romance | 90.1 FM | Privado |
| 26 | Metro Stéreo | 88.5 FM | Privado |
| 27 | Radio Disney | 93.7 FM | Privado |
| 28 | Radio Antena 3 | 91.7 FM | Privado |
| 29 | Radio Fuego | 106.5 FM | Privado |
| 30 | Radio Punto Rojo | 89.7 FM | Privado |
| 31 | La Voz de María | 88.1 FM | Privado |
| 32 | Radio La Prensa | 100.1 FM | Privado |
| 33 | Radio Centro | 101.3 FM | Privado |
| 34 | Urbana FM | 96.1 FM | Privado |
| 35 | Radio Cupido | 95.3 FM | Privado |
| 36 | Radio Rumba Network | 107.3 FM | Privado |
| 37 | Tropicalida Stéreo | 91.3 FM | Privado |
| 38 | La Tuya | 104.5 FM | Privado |
| 39 | Fabu Stéreo | 105.7 FM | Privado |
| 40 | JC Radio | 98.5 FM | Privado |
| 41 | Radio City | 89.3 FM | Privado |
| 42 | Like FM | 97.9 FM | Privado |
| 43 | Radio Sabormix FM | 99.3 FM | Privado |
| 44 | Radio La Otra | 94.9 FM | Privado |
| 45 | Radio Once Q | 104.9 FM | Privado |
| 46 | Radio Tropicana | 96.5 FM | Privado |
| 47 | Radio Costanera | 101.7 FM | Privado |
| 48 | Radio RSN | 100.5 FM | Privado |
| 49 | Sistema Dos | 1080 AM | Privado |
| 50 | Radio Naval | 1510 AM | Público |
| 51 | Eslabón del Guayas | 102.5 FM | Comunitario |
| 52 | Radio América | 93.3FM | Privado |
| 53 | Radio Impacto | 98.9 FM | Privado |
| 54 | Radio Estrella | 92.1 FM | Privado |

| | | | |
|----|---------------|----------|---------|
| 55 | Alfa Stereo | 104.1 FM | Privado |
| 56 | Radio Élite | 99.7 FM | Privado |
| 57 | Onda Positiva | 94.1 FM | Privado |

Por otro lado, hay radios que no se encuentran registradas en la Cordicom, pero que pertenecen a la ciudad de Guayaquil, como *UCSG Radio*, *Radio Laica* y *ZZradio*.

Además de las radios análogas, en la actualidad se han instaurado 9 radios en línea en el país, de las cuales 6 son de naturaleza privada, 1 es comunitaria y 2 son públicas. Los detalles se despliegan en la tabla 3. Es importante destacar que este tipo de radio tiene mayor presencia en Quito, ciudad que posee 5 de las 9 radios en línea existentes. Cabe resaltar que 2 de estas radios se encuentran en la zona amazónica, demostrando el alcance de la conectividad. En Guayaquil, ciudad en la que se enmarca el presente estudio, solo existe 1 radio en línea.

Tabla 3

Radios en línea de Ecuador

Fuente: Elaboración propia basada en datos obtenidos Cordicom (2019)

| Nombre | Tipo de medio | Lugar |
|---------------------------|---------------|------------|
| Tvo Radio | Privado | Guayaquil |
| MBN Radio | Privado | Quito |
| MEL Radio TV | Privado | Lago Agrio |
| Radio Concierto en Línea | Privado | Quito |
| Rayuela Radio | Comunitario | Quito |
| Tv Radio Online Municipal | Público | Rocafuerte |
| Capricho Ec Radio Tv | Privado | Tena |
| Radioequinoccio.com | Público | Quito |
| Flacso Radio | Privado | Quito |

Según el Cordicom (2019), los contenidos de las radios análogas y virtuales del país, se distribuyen de la siguiente forma:

- 51,59% es de clasificación “E” Entretenimiento

- 25,95% es de clasificación “F” Formativo, Educativo y Cultural
- 13,37% es de clasificación “T” Informativo
- 4,84% es de clasificación “D” Deportivo
- 3,60 % es de clasificación “O” Opinión
- 0,65% es de clasificación “P” Publicitario

Aquí se puede analizar claramente que el tipo de contenido que mayormente se transmite en las emisoras del país es el de Entretenimiento, en el cual se incluyen programas de variedades y música, seguido del tipo Educativo y Cultural, posiblemente debido a que está establecido en el artículo 43 de la Ley Orgánica de Comunicación (2019) que existe la obligatoriedad de crear contenidos basados en la educación y la cultura.

2.3 Géneros radiofónicos

López (2013) define los géneros radiofónicos como modelos abstractos dentro de los cuales se pueden encontrar los formatos que se distinguen por devenir en moldes concretos de realización. Entre ellos los géneros se pueden clasificar:

- Según el modo en que se producen los mensajes: el dramático, periodístico y musical.
- Según a la intención con la que el emisor produce un mensaje: informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, de movilización, social y publicitario”
- Según a la segmentación de los oyentes: urbano, infantil, campesino, sindical, femenino, juvenil y de tercera edad.

El género radiofónico también se lo define a través del sector, la edad, la lengua y el género de las audiencias, con lo cual se determina el *target* al cual estarán dirigidos los contenidos radiales. Respecto a este planteamiento López enuncia:

Cada género, entonces, crea sus hábitos. Cada formato radiofónico tiene sus leyes, sus pautas aceptadas por el público después de muchos años de experimentación. Como productores, tenemos que familiarizarnos con ellas si queremos entablar una comunicación fluida, sin ruidos, con nuestra audiencia. Pero la onda no es quedarse

ahí, machacando siempre lo mismo. Porque los géneros se apoyan tanto en buenas costumbres como en pésimos estereotipos. (2013, p. 83)

A continuación, se profundizará en los géneros radiofónicos a partir de la clasificación de López según la forma en la que se producen los mensajes: periodísticos, musicales y dramáticos.

2.3.1 Género periodístico

El género periodístico no se encasilla en un lenguaje definido, sino que de acuerdo a las dinámicas contextuales evoluciona y se repiensa en un formato claro y objetivo; la forma en la que se presenta la información responde a la intencionalidad del periodista y el alcance que espera. Cabe resaltar que el género periodístico se concibe independiente del género literario, pues su aparición estuvo marcada por una ruta diferente a la de la literatura, ya que contiene su origen en la prensa que se ha articulado históricamente con la radio (Parrat, 2008).

Asimismo, para López (2013), el género periodístico tiene una estrecha relación con la realidad, es decir con los hechos y acontecimientos que se suscitan en el contexto. El primer formato periodístico es la noticia, la cual permite documentar la realidad mostrando lo que ha pasado en el contexto; información que al ser verídica se presenta como una forma de interpretar la realidad. En primera instancia se puede enunciar que la noticia se caracteriza por tratar aspectos acerca de lo que va a ocurrir, está ocurriendo y que ya ocurrió. Cabe mencionar que la información devenida a través de la noticia suele por lo general tener efectos y repercusiones dentro del contexto social.

A su vez, y desde las investigaciones y aportes de Martínez (2015), se considera a la noticia como un aspecto “inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (Martínez, 2015, p.173). Dentro de la noticia se promueve el uso del ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?, lo que permite que el periodista pueda otorgar una información completa.

Otro formato periodístico es la entrevista, la cual se define como un género informativo, en donde se presentan las versiones de un personaje conocido, el cual hace contacto con el periodista. La información devenida de la entrevista tiene el fin de exponer, por medio de la reproducción de la imagen o el sonido, una realidad que es de interés social.

Cabe mencionar que el género periodístico puede dividirse en subgéneros, es así que “al principio, se hablaba únicamente de dos especialidades, el periodismo informativo y el de opinión. Más tarde, se sumó una tercera modalidad, el interpretativo. Muchos autores añaden un cuarto subgénero, el periodismo investigativo” (López, 2013, p. 84).

2.3.2 Género musical.

El género musical constituye la configuración estética y emocional de las emisoras radiales: a través de la melodía, la poesía, la música instrumental la audiencia conecta sus sentimientos y emociones de acuerdo a su gusto musical. En este sentido, es pertinente mencionar que existen subdivisiones para clasificar las diferentes expresiones musicales: “El género musical se puede dividir en diferentes subgéneros, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: música popular, clásica, moderna,ailable, folklórica, instrumental, infantil, religiosa” (López, 2013, p. 85).

El género musical se define para Fabbri (2006) como una agrupación de sucesos musicales verdaderos y factibles, que se identifican por ser aceptados en una sociedad. Un elemento clave de aquello es el reconocimiento de un evento musical, que también es considerado un consumo sonoro, en donde se construye un desarrollo cognitivo cultural y a la vez individual, lo que hace que se relacione con la vida musical de cada uno.

Respecto a la música popular, Guerrero (2012) afirma que este tipo de género es una mezcla de diversos géneros musicales, al cual denomina musicología, debido a que se compone de diferentes instrumentaciones y diversidades de consumo. Así mismo, define al género musical como una obra musical que se ha ido culturizando a través del tiempo.

2.3.3 Género dramático.

El género dramático desde la visión de López (2013) es un género de ficción que “muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con lo que podría pasar. Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación y la fantasía, la acción que se representa debe ser verosímil, pudo haber pasado” (p.83). Es decir, se parte de un contexto que al tener elementos tomados de la realidad crea escenarios verosímiles. Para llevar a cabo esta labor se debe presentar de forma coherente situaciones propias de un marco ficcional.

A diferencia del género periodístico que se define por la difusión de información, o el género musical en el que prepondera la música, el género dramático se caracteriza por la representación de una historia, apoyándose principalmente en los diálogos interpretados por

actores. A pesar de que todo ejercicio realizado por un locutor responde a una actuación, las modulaciones de voz que realiza un actor para una producción dramática devienen en la recreación de un personaje con género, factible edad y hasta forma de su carácter. El actor de radio multiplica las vidas con la habilidad de jugar con los sonidos. En palabras de García (1988): “El actor de radio es un artista en todo el sentido de la palabra, vive con propiedad e intensidad cada uno de sus papeles, y hace de su propia vida un mundo de vidas paralelas” (p.202).

Dentro de este género, existen distintos formatos, como lo es el radiodrama o radionovela, que está constituido por un elemento que despierta la emotividad de la audiencia conectando sus emociones con las representaciones dramáticas que surgen en las emisoras radiales (Galay, 2015). Esta herramienta literaria en la radio constituye la base angular de la investigación en curso, pues su análisis posibilita la exploración del tipo de formatos e historias que se incorporan para ser representadas a través la radio y conectar con las emociones de los oyentes. Se desarrollarán las características de la radionovela de forma extensa en el siguiente apartado.

Martínez (2015), presenta en cambio el formato del teatro radiofónico o radioteatro que busca mostrar una realidad por medio de un modelo de comunicación que se centra en la acción dramática, desde donde se representa una realidad, con la finalidad de que el espectador pueda interpretar e imaginar escenarios que los permita situarse dentro de un contexto.

Desde la visión de Godínez (2012), el radioteatro puede ser entendido como una historia radiofónica desarrollada dentro de una sola emisión. Dentro de esta forma se puede ver la presencia de personajes que se exponen a través de sus diálogos. En el radioteatro, el componente actoral está sujeto a modificaciones de acuerdo al escenario de presentación, por ejemplo, la actuación en el plano de la radio sugiere un alto componente fónico. Concretamente, un desempeño vocal ambienta una personalidad en un espacio tiempo determinado (Martinez, 2015).

Por otra parte, el radiocuento es un formato que narra un cuento desde el lenguaje radiofónico mediante el uso de efectos sonoros, música, la voz de la persona que actúa y un adecuado manejo del silencio. Son estos elementos los que permiten que el radioescucha comprenda el mensaje central que se encuentra en las historias, a través del cual se expresan diferentes contenidos en los que la oralidad juega un papel importante, ya que por medio de

ella se puede entender y dar a conocer diferentes contextos que son de importancia para la población (Galay, 2015).

El género dramático también incluye al sociodrama como parte de sus formatos. Este expone las coyunturas sociales, formas de vida y la descripción de contextos, no requiere un argumento muy elaborado, las intervenciones de los conductores radiales lo complementan y el *sketch*, reproduce una escena breve y cómica de un problema o situación determinada. Cabe mencionar que este tipo de programas, suelen ser comentados por los locutores radiales, después de su transmisión (Gerbardo, 2006).

Los poemas dramatizados también cuentan como formatos. Se trata de una locución que interpreta de forma dramática el contenido de un poema; este tipo de formato tiende a ser abordado con cierta sutileza, con la finalidad de que no se pierda la esencia de lo que ha querido manifestar el autor del poema. Se trata de un diálogo en donde la escena es breve, de carácter cómico y con una gran intensidad, no se limita, pues aborda cualquier segmento de la programación dando cabida al sarcasmo y a la ironía que se puede desarrollar con respecto a un problema social determinado (Gerbardo, 2006).

2.3.3.1 Radionovela

Para Rodero (2011), la radionovela puede ser asimilada como un relato de carácter radiofónico en donde se narra una historia de ficción por medio de la división episódica que se realiza de un argumento. Al respecto, Guerrero (2008) manifiesta que la radionovela debe ser escuchada de forma continua, ello en la medida de que se pueda escuchar de forma íntegra los capítulos, permitiendo que el mensaje se lo capte de una forma clara, con lo cual se podrá mantener el interés hasta el final de cada uno de los capítulos. La radionovela se caracteriza por la representación desde la construcción auditiva, lo que involucra una instrumentalización del sonido y de la música para consolidar una historia de viva voz.

Es relevante diferenciar los formatos del radioteatro y de la radionovela, la diferencia sustancial radica en que la emisión de la radionovela responde a un margen de tiempo periódico o seriado, es decir, el desarrollo de la historia requiere varias emisiones; mientras el radioteatro ejecuta la historia en una sola emisión, tal como si asistiéramos a una obra de teatro que desarrolla su historia en un solo intervalo de tiempo (Guerrero, 2008).

Los primeros tipos de radionovela surgieron en los Estados Unidos a comienzo de la década de 1920. Estos inicios estuvieron influenciados por la transmisión de óperas y comedias

musicales de *Broadway* principalmente. Guerrero (2008) rastrea que en el mundo anglosajón parece haber comenzado en los Estados Unidos: un breve bosquejo (guión) de educación escrita específicamente para la radio, transmitido por Pittsburg de KDKA en 1921. Para 1922 Newark WJZ de estudios, transmite todas las comedias musicales de *Broadway*.

En el caso ecuatoriano, es la década de 1940 la que presentará una masiva cantidad de producciones radiales que explicaron e interpretaron los márgenes sociales de nuestro país, incluso adaptaron clásicos de la literatura universal al marco representativo auditivo: “En Ecuador desde los años 40, se produjeron varias radionovelas notables como: El derecho de nacer (...) Radio Nacional Espejo, director Gonzalo Proaño; La guerra de los mundos. H. G. Wells. Radio Quito, director: Leonardo Páez” (Guerrera, 2008).

La década de 1940 muestra para el caso ecuatoriano, radionovelas consolidadas como *Camay*, *El color de mi madre*, *El derecho de nacer*, entre otras, con réditos financieros para las cadenas radiales, especialmente en las ciudades de Quito y Guayaquil. La audiencia encontraba en la radio un punto de encuentro familiar para la recreación o el entretenimiento materializado con la radionovela. Una de las mejores radionovelas fue *Camay*, la cual, desde las consideraciones de Estrada (1992), “sentó los hitos con los más altos ratings de sintonía jamás alcanzados en la vida de la radiodifusión guayaquileña” (p.33). Esta radionovela se transmitía en la *Radio América*, la cual para el año de 1954 era la emisora que tenía mayor popularidad en la ciudad de Guayaquil.

Sin embargo, la década de los cincuenta testificará el decaimiento de las radionovelas, las preocupaciones enfocadas en la incorporación publicitaria y las bajas remuneraciones generalizaron un descuido en las emisiones de las radionovelas y su paulatina desaparición. En palabras de Guerrero (2008).

Aunque vale la pena destacar un episodio de alto impacto con relación a la radionovela en la ciudad de Quito: la cadena *Radio Quito*, de buen prestigio para finales de la década del 50, emitió la novela “La Guerra de los Mundos” del escritor inglés H. G. Wells, adaptando la literatura al contexto local. Tras generar pánico general, y tras conocerse que era una transmisión de radio, la dramatización de la invasión extraterrestre fue vista como una burla y desencadenó la furia de los habitantes de la ciudad, quienes en respuesta decidieron quemar el edificio donde se producía la radionovela, el resultado: pérdidas millonarias y cinco personas calcinadas (Klemetz, 1997).

Las emisoras que estuvieron en boga por la transmisión de radionovelas en Guayaquil fueron: *Atalaya*, *América*, *CRE Satelital* y *El mundo*, donde sintonizaba radionovelas exitosas como *Chucho el roto*. Estas radiodifusoras también empezaron a hacer sus propias radionovelas en la década de los 60, que empezó a decaer en los 90 por la llegada de la televisión, inclusive, los mismos actores que participaban en las radionovelas mutaron al ámbito televisivo. La última radionovela que se hizo fue *Narcisa de Jesús* en radio *CRE Satelital*, con varios actores de teatro como Alfonso Chiriboga y Blanca Salazar y aunque tuvo un enfoque religioso, la mayoría de las radionovelas eran parecidas a las mexicanas en su estructura dramática y romántica.

A partir de lo enunciado se puede observar el impacto de las radionovelas dentro del contexto nacional, es decir, la importancia de este género radiofónico era tal que dio cabida al desarrollo de imaginarios, que podían ser verosímiles, y a su vez, de gran interés dentro de la cohesión cultural de la ciudadanía.

A pesar de lo mucho que aportaron las radionovelas en la sociedad, en la actualidad ya han quedado en el olvido y forman a ser parte de una de tantas leyendas históricas, así lo manifiestan los autores López y Martínez (2019), quienes nominan a este formato un hecho que quedó en el pasado, debido a que un producto comunicacional de este tipo, requiere altos recursos financieros y además los medios no tienen mayor interés en volver a realizar géneros dramáticos. Pese a esto, hoy existen sketches, en donde se realizan personificaciones y tipos de ficciones con mezclas sonoras.

2.4 El discurso radiofónico

El discurso radiofónico tiene particularidades especiales al momento de hacer una programación radial, debido a que cada aspecto representa una característica comunicativa específica, por ejemplo, al momento de realizar una narración improvisada, leída o interpretada, cada uno de estos puntos comunicativos posee un lenguaje único que más allá de diferenciarlos, hace que su creatividad cuente con distintos matices, un modelo de clave de aquello es la improvisación natural y la improvisación preparada. La primera son las que comúnmente están en las radios cuando hay invitados, se brindan datos interesantes o en la conducción de programas de entretenimiento. Mientras que la segunda se basa en un formato de orientación que se lo utiliza como guía para mantener el hilo conductor del programa (Soengas, 2015).

El relato radiofónico también es otro tipo de discurso radial que presenta características narrativas, las cuales se dividen en narración evidente y narración subliminal. En el primer punto hay descripción exacta de los hechos en donde se especifican los detalles expuestos, con la finalidad de visualizarle al oyente una imagen clara de lo que ha acontecido. Mientras que el segundo se define como un error interpretativo que puede ser informativo o dramático (Soengas, 2015).

El relato dramático en especial está acompañado de la voz, música, efectos sonoros, ruido y silencio, que son los que decoran al contenido para mejorar su estética, esto sin que se pierda su idea central. Sin duda alguna los elementos sonoros nutren el discurso radiofónico, aunque a veces suele complicarse la unión de un argumento al encaje de producción sonora (Soengas, 2015).

2.5 La audiencia radial.

Los nuevos escenarios comunicacionales son medios digitales que permiten el desarrollo de una comunicación mucho más interactiva, con la cual se habla de un nuevo modelo radial. Frente a este panorama, es pertinente entender qué se comprende por audiencia, la cual es considerada como un “conjunto de personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren a un determinado lugar para asistir a un espectáculo o con otro fin semejante” (Forero y Céspedes, 2018, p.81). Al respecto de lo enunciado, también se puede complementar con los aportes de Gómez (2012), para quien:

La audiencia es [...] asumida como conjunto segmentado a partir de interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea ésta directa, indirecta o diferida. (p.23)

Uno de los objetivos de la radio es buscar audiencias, tratando en lo posible de diversificar los contenidos y dando cabida a la multiplataforma para tener otros puntos de acceso a ellas. Se necesitan nuevos soportes para el desarrollo de la interacción entre radio y oyentes que, al no ser convencionales, puedan extenderse hacia otras audiencias. Después de todo, Forero y Céspedes (2018) anuncian desde su perspectiva que, si la radio es escuchada a través de un equipo tradicional, no siempre facilita el diálogo con las audiencias. El nuevo escenario digital de la comunicación requiere una mayor interactividad con los oyentes, promoviendo un cambio en el modelo radiofónico: en la actualidad las audiencias no se vinculan con el medio radial únicamente a través de llamadas telefónicas, sino que se sirve de

las distintas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), las cuales crean interacciones de acuerdo a los contenidos que son presentados por el medio y, además, modifican la percepción por parte de las audiencias.

Debido a su diversidad de contenidos y formatos, para Forero y Céspedes (2018) no se puede interpretar a los oyentes como una única audiencia, sino que se debe considerar su pluralidad desde el sentido de audiencias: tienen distintos intereses, preferencias por determinados contenidos. A su vez, el desarrollo de nuevas audiencias responde a los intereses de la industria cultural, a partir de la cual se van modificando los contenidos radiales principalmente en función fines comerciales y de marketing.

Sin embargo, para Forero y Céspedes (2018) el contexto actual de la radio está modificando la categoría de audiencias por la de usuarios:

Esas nuevas formas de ser audiencias son a las que hoy se les conoce con el nombre de usuarios, los que comenzaron a preconfigurarse desde el momento en que la corriente de los usos y las gratificaciones le reconocieron su rol activo en su relación con los contenidos mediáticos, se afirmaron con el papel reinterpretaivo de los mensajes que les asignó la corriente de los estudios culturales y se terminaron de consolidar con la aparición de los dispositivos electrónicos digitales, que ahora les permiten ir mucho más allá de la acción y la actividad, y convertirse en interactivos y productores de sus propios contenidos o responder con sus contenidos a los contenidos propuestos por otros usuarios. (p.93)

A partir de lo que manifiesta Forero y Céspedes, se entiende que la categoría de usuario, se la aplica en función de entender a los nuevos públicos que tienen acceso a los contenidos de acuerdo a sus preferencias particulares, por medio del uso de los dispositivos móviles, que permiten el desarrollo de la interacción entre los diferentes usuarios. Cabe mencionar que “los usuarios, en este trabajo son asumidos como las personas que producen información o interactúan con los contenidos que circulan por los dispositivos electrónicos digitales” (Forero y Céspedes, 2018, p.93).

Estas nuevas formas de comunicarse permiten la construcción de comunidades virtuales, lo que convoca a que la radio se adapte a las preferencias de los radioescuchas, desarrollando nuevos contenidos. Con respecto a los nuevos requerimientos devenidos de las audiencias, Fernández (2014) anuncia:

ya no estamos solos los medios tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) hoy tenemos una nueva forma de comunicación con nuevos actores de comunicación. Los medios tradicionales viven hoy en internet referencia icónica de estos cambios y a veces la mirada perpleja de los actores mediáticos no acompaña como deberían el dinamismo demográfico y tecnológico que suponen los tiempos actuales. (p.1)

De tal manera, las nuevas audiencias requieren el desarrollo de nuevas propuestas y contenidos radiales, acordes no sólo con el aspecto tecnológico del siglo XXI, sino con las nuevas realidades que se presentan dentro del contexto global, impulsando a que las emisoras radiales se vayan perfeccionando y acoplándose a las nuevas necesidades sociales. La radio articulada con las plataformas digitales propicia espacios de interacción. De esta forma, las salas de chat, los foros o las mismas transmisiones en vivo, constituyen puntos de construcción conjunta que permiten atender los intereses de los oyentes y nutrir la programación radial con propuestas que no responden necesariamente a los fines comerciales.

2.6 El consumo sonoro.

Actualmente, el consumo sonoro se define como la cultura tecnológica de adoptar un terreno móvil-sonoro, que permite crear un sentido sensorial para satisfacer las necesidades audibles de un individuo o colectivo. Al respecto, Pederero (2019) especifica:

Los smartphones se rigen así en receptores determinantes para el consumo de productos sonoros, ya sea de forma autónoma o combinados con otras narrativas, bien mediante sintonización en directo (streaming) o bajo demanda (podcast), y esta mediatización impone un replanteamiento funcional y hasta operativo del medio radio. (p.105)

En 2019 el investigador de medios de comunicación, Andrés Barrios, llevó a cabo un estudio en Colombia, México y España, cuyo grupo objetivo eran 600 adolescentes de 13 a 19 años, y su finalidad era analizar sus hábitos de consumo sonoro. Entre sus resultados destacan los siguientes datos:

- El 65,8% tiene como hábito de consumo, escuchar música, por medio de plataformas como Spotify.
- El 30% escucha radio, por medio de su teléfono, para sintonizar programas informativos, pero sobre todo deportivos.
- El 37,5 % escucha audio en familia.

- El 41,9% escucha audio entre amigos.

Al 2010, en Ecuador el uso de las telecomunicaciones móviles había tenido un crecimiento significativo del 76%, lo que direccionó a los socios de medios a centrarse en inversiones digitales. Un ejemplo clave es el Diario Hoy de Quito, que fue el primer medio impreso del país y de Suramérica, en ser también un medio digital, lo que dio cabida a que otros medios dieran este gran salto online (Jordán y Panchana, 2010).

2.6.1. La sono-esfera digital.

El término de sono-esfera digital, según Perona (2014), se atribuye a la cantidad de contenidos sonoros que se aplica en el espacio de cada persona, para recrear su propio ambiente sonoro. La diferencia entre la radio tradicional y la sono-esfera digital, es que la primera compone un sonido en sociedad, mientras que la segunda compone un sonido individualizado. A este concepto, se suman tres elementos imprescindibles que lo caracterizan:

- El desarrollo de los nuevos medios digitales.
- El desarrollo de los nuevos hábitos de consumo sonoro por medio de las personas.
- La diversidad de nuevos dispositivos tecnológicos, que dejan atrás a la radio sobre el único medio que presenta contenidos sonoros.

Observa Perona (2014), que antes la radio era el eje principal que conectaba el mensaje sonoro con el oyente, por lo tanto, la aparición de la sono-esfera digital globaliza los consumos sonoros: basta con tener unos audífonos en los oídos para que el individuo satisfaga su sonorización. De esta manera, se crea un contexto que le facilita la interacción al individuo en su mundo online, pero que deja poco espacio para la radio con su formato tradicional.

El estudio del profesor radiofónico, Juan José Perona, realizado en España en 2014, descubrió las diferentes instancias de uso de la sono-esfera por parte de los jóvenes universitarios:

- Un 90,08% consume sonido mientras navega por internet.
- Un 78,4% consume sonido mientras realiza tareas domésticas.
- Un 53,2% consume sonido mientras hace deporte.
- Un 49,8% consume sonido mientras conduce.

- Un 30,0% consume sonido mientras escribe.
- Un 27,4% consume sonido mientras lee.
- Un 12,8% consume sonido mientras ve televisión.
- Un 3,2% consume sonido mientras realiza otro tipo de actividades.

Los resultados de este estudio resaltan el carácter complementario de la sono-esfera: normalmente consumir música u otros productos de audio no es una actividad que se da de forma aislada, sino que se presenta como el acompañamiento a otras que requieren mayor concentración: leer, escribir, hacer deporte, realizar tareas domésticas, conducir.

2.7 Ley Orgánica de Comunicación.

Un factor de gran influencia en la situación actual de la radio es la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), la cual a pesar de haber sido reformada en 2019 en un 76%, mantuvo sus disposiciones respecto a los programas educativos y culturales. En ella el artículo 49, literal “c” establece que los medios de comunicación deben desarrollar estrategias para producir diversidad de programas que estén dirigidos al ámbito educativo o cultural. Además, el literal “d” propone realizar mecanismos para difundir los distintos tipos de comunicaciones originarias de diversos grupos sociales, como pueblos, naciones o hechos colectivos. Por último, el literal “e” da seguimiento a que se lleve a cabo estos contenidos en los medios de comunicación, asegurando una excelente calidad en sus producciones.

Uno de los productos que se derivan de esta política es *Educa*, una franja televisiva y, desde 2015, radial del Ministerio de Educación que promueve la educación, junto al entretenimiento. Cuenta con cuatro segmentos dedicados al ámbito infantil, adolescente, docente y familiar, que son transmitidos por los medios de comunicación de radio y televisión abierta, con una duración de 30 minutos de lunes a viernes, en su horario de 14h30 (El Comercio, 2015). Entre los productos de radio creados por *Educa* es importante para esta investigación señalar la existencia de 2 radionovelas: *Ángeles en el camino* y *El tren de la Historia*, además del uso del radiocuento en *El taller de Papo*.

2.7.1 Ley Orgánica de discapacitados.

La Ley Orgánica de discapacitados (2012) también está vinculada a la radio, debida a que en su Artículo 64 establece que los medios de comunicación audiovisual y radio deben emitir programas semanales para la interacción de personas discapacitadas. Esto con la

finalidad de promocionar aportes técnicos y tecnológicos para formatos alternativos de comunicación en donde se garantice la inclusión de discapacitados en los medios.

UCSG RADIO asegura cumplir con esta normativa en su parrilla de contenidos, en donde cada año pasan un informe de todos los aspectos de inclusión que realizan en su emisora, uno de ellos es sobre los no videntes, la razón por la cual transmiten radionovelas.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Método.

El método a desarrollar en el presente trabajo de investigación es de carácter descriptivo y exploratorio. Es así que en primera instancia se parte de una explicación bibliográfica, en donde se toma en consideración textos académicos que tratan sobre el género de la radionovela, la cual se caracteriza por llevar a cabo una historia de manera secuencial, por medio de viva voz, acompañado de instrumentación sonora. En el caso de la investigación exploratoria da cabida a un estudio de campo que se lo desarrollará a través de encuestas, entrevistas y grupo focal.

3.2 Tipo de investigación.

La investigación es de carácter cuantitativa y cualitativa, lo que permitirá analizar la situación actual de la difusión y producción del género de la radionovela en radios guayaquileñas y su consumo en la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años. Es decir, el modelo de investigación se soportará desde la argumentación teórica de los resultados obtenidos de las encuestas a directores, entrevistas a productores y grupo focal a adultos mayores.

3.3 Población.

La población responde a tres sectores: adultos jóvenes de 18 a 24 años, productores radiales y directores o programadores radiales.

3.4 Instrumentos de investigación.

3.4.1 Encuestas.

Una de las herramientas de investigación utilizada en el presente estudio es la encuesta probabilística aleatoria que ha sido empleada a jóvenes adultos de Guayaquil de 18 a 24 años cuyo universo según estadísticas del INEC en 2010 es de 321.308. La muestra a encuestar es de 196 personas, lo cual da un margen de error del 7%.

La finalidad de la encuesta se relaciona con el cuarto objetivo específico de este trabajo: “determinar los hábitos de consumo sonoro de la audiencia guayaquileña de 18 a 24 años y su interés en las radionovelas”. Para ello, se utilizó la herramienta especificada en la tabla 4.

Tabla 4

Preguntas para encuestas sobre consumo sonoro a jóvenes de 18 a 24 años

Fuente: elaboración propia (2019).

| Preguntas a los jóvenes de 18 a 24 años |
|--|
| a. Edad |
| b. Sexo |
| c. ¿Cuál de las siguientes formas de consumo sonoro es su predilecta? i. Radio analógica ii. Plataformas online (YouTube, Spotify, Soundcloud) iii. Radios online iv. Conciertos en vivo v. Otros: _____ |
| d. ¿Con qué frecuencia realiza consumo sonoro? i. Varias veces al día ii. Diariamente iii. Semanalmente iv. Mensualmente |
| e. ¿Qué consume sonoramente? i. Música ii. Noticias iii. Podcasts de temas varios iv. Radionovelas v. Programas de entrevistas vi. Programas de variedades |
| f. ¿Conoce qué es una radionovela? i. Si ii. No |
| g. ¿Escucha radionovelas? i. Si ii. No |
| h. En caso de escucharla, ¿a través de qué aparato la escucha? i. Radio analógica ii. Radios online |

ii. Plataformas digitales (YouTube, Soundcloud, Spotify)

También se hicieron encuestas a directores o programadores radiales, con la finalidad de saber la situación actual de las radionovelas en las emisoras guayaquileñas. Las preguntas a formularse se especifican en la tabla 5 y giran en torno a conocer la disponibilidad de radionovelas en la parrilla de contenido y las razones detrás de dicha decisión de programación.

Tabla 5

Preguntas para encuestas a directores o programadores radiales

Fuente: elaboración propia (2019).

Preguntas a directores radiales de Guayaquil

a. ¿En su parrilla de contenido se puede encontrar radionovelas?

i. Si

ii. No

b. En caso de que su respuesta sea no, diga brevemente por qué no se lo ha incluido

c. En caso de que su respuesta sea sí, elija el o los tipos de radionovela que transmite:

i. Romántica

i. Educativa

ii. Misterio

iii. Dramática

d. En caso de transmitir radionovelas, indicar el nivel de acogida que tiene por parte de su audiencia:

i. Alto

i. Medio

ii. Bajo

3.4.2 Grupo Focal.

El grupo focal es una herramienta eficaz para esta investigación, pues permite comprender mediante un análisis colectivo las perspectivas e intereses de los jóvenes adultos de 18 a 24 años por las radionovelas en la actualidad.

Se efectuó con la participación de 10 jóvenes adultos de 18 a 24 años de perfil diverso, provenientes de distintas zonas de la ciudad y con diferentes intereses. Los perfiles se especifican en la tabla 6.

Tabla 6

Perfil de los integrantes del grupo focal

Fuente: elaboración propia (2019)

| Nº | Nombre | Apellido | Edad | Educación | Vivienda |
|----|----------|-----------|------|-----------|---------------------|
| 1 | Camila | Arboleda | 18 | superior | Alborada |
| 2 | Freddy | Robles | 23 | superior | Los Rosales |
| 3 | Allison | Salazar | 18 | superior | La Joya |
| 4 | Alba | Knezevich | 22 | superior | Santa Adriana |
| 5 | Julio | Caamaño | 22 | superior | Jardines del Salado |
| 6 | Amparo | Caamaño | 24 | superior | Jardines del Salado |
| 7 | Andrea | Lara | 24 | superior | Cooperativa Taceso |
| 8 | Cynthia | Peña | 24 | superior | Francisco Segura |
| 9 | Juana | Rodríguez | 19 | superior | vía Daule |
| 10 | Jarithza | Vargas | 22 | superior | Alborada |

Para la presente investigación, el grupo focal será expuesto a un fragmento de una radionovela clásica con la finalidad de que todos los presentes cuenten con una experiencia referencial del género de la radionovela desde el cual se pueda establecer apreciaciones.

Primero, se presentará la mediadora y dará a conocer el objetivo de la actividad, tras esto reproducirá la radionovela para poder responder a las preguntas de retroalimentación respecto al género al que han sido expuestos, el grado de interés que genera en ellos y los cambios necesarios para que sea considerado atractivo para ciertas audiencias. Por último, se entregará refrescos y bocadillos a los asistentes como agradecimiento por su tiempo. Se resume este proceso en la tabla 7.

Tabla 7

Detalle de guion para el manejo del grupo focal

Fuente: elaboración propia (2019).

| Realización del grupo focal |
|--|
| Características del grupo |
| Edad: jóvenes de 18 a 24 años |
| Ocupación: estudiantes |
| Nacionalidad: Guayaquil, Ecuador |
| Actividades: |
| 1. Presentación de la moderadora |
| 2. Explicación de la actividad |
| 3. Reproducción de la radionovela |
| 4. Retroalimentación |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Con qué término definirían lo que acaban de escuchar? • ¿En caso de que quisieran escuchar más radionovelas, de qué temáticas serían? • ¿Por qué piensan que las radionovelas no son parte de la programación radial actualmente? • ¿Qué debería ofrecer una radionovela para ser atractiva para la audiencia hoy? |
| 5. Agradecimientos y cierre del grupo focal. |

3.4.3 Entrevistas

La última herramienta de investigación es la entrevista a productores radiales, los cuales otorgan datos de profundidad respecto a las alternativas para crear y difundir las radionovelas en la actualidad en la ciudad de Guayaquil. Los profesionales elegidos poseen perfiles diversos respecto a sus años de experiencia y al tipo de contenido que suelen manejar las radios donde trabajan. Los detalles se brindan en la tabla 8.

Tabla 8

Perfil de los productos radiales

Fuente: elaboración propia (2019)

| Nº | Nombre | Apellido | Radio | Tipo de radio | Años de experiencia |
|----|----------|----------|-----------|---------------|---------------------|
| 1 | Carlos | Chiluisa | Santiago | Comunitario | 8 |
| 2 | Federico | Aroca | Sucre | Privado | 10 |
| 3 | Cristian | Chele | Uno | Privado | 12 |
| 4 | Julio | Ramón | Canela | Privado | 15 |
| 5 | Edison | Casañas | Universal | Privado | 30 |

Las preguntas a realizarse se especifican en la tabla 9. La primera pregunta responde a corroborar la información suministrada por las encuestas a directores y programadores radiales respecto a la existencia de la radionovela en la parrilla de contenidos. Las tres preguntas restantes indagan respecto a la capacidad de la radionovela de ser un medio de entretenimiento para las audiencias actuales, a partir de la identificación de sus barreras y el planteamiento de posibles alternativas para promover su consumo.

Tabla 9

Preguntas a productores radiales

Fuente: elaboración propia (2019)

| Preguntas a productores radiales |
|---|
| ¿Sabe si en la actualidad en Guayaquil se producen contenidos basados en el desarrollo de radionovelas? |
| ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía guayaquileña? |
| ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual? |
| ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas? |

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Resultados de las Encuestas

4.1.1. Encuesta a jóvenes de 18 a 24 años.

A partir de la metodología e instrumentos establecidos en el capítulo anterior para responder al objetivo de investigación respecto a los hábitos de consumo sonoro de la audiencia guayaquileña, se realizó una encuesta en el centro de la ciudad a 197 personas, las cuales cumplían con el requisito fundamental de ser adultos jóvenes de 18 a 24 años. Al respecto del perfil de los jóvenes, las encuestas arrojan los siguientes datos:

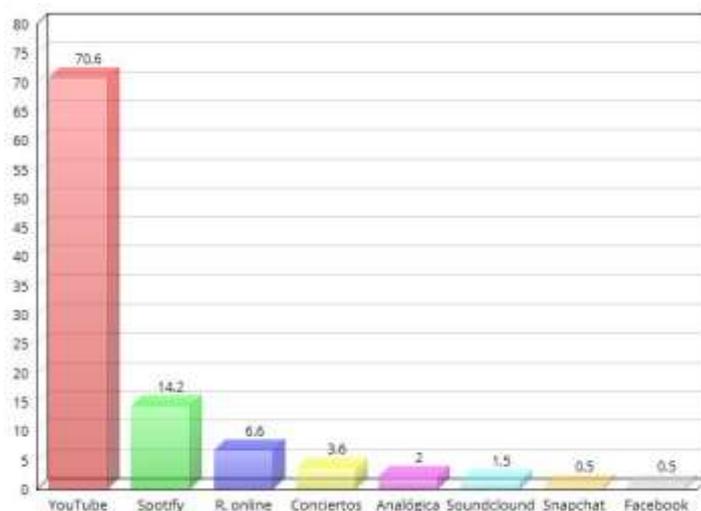
En el término de la edad, se encuestó a 50 (25,5%) personas de 24 años; 37 (18,8%) de 20 años; 26 (13,2%) de 19 años; 24 (12,2%) de 18 años; 23 (11,7%) de 21 años; 20 (10,2%) de 23 años; 17 (8,6%) de 22 años. Junto a ello, 105 (53,3%) son hombres y 92 (46,7%) mujeres. De los cuales, un 68 (34,5%) estudia; 59 (29,9%) trabaja; 48 (24,4%) hacen ambas actividades y un 22 (11,2%) no realiza ninguna de ellas.

Una vez obtenidos los principales datos de los encuestados, vinieron las preguntas que son fundamentales para llevar a cabo los resultados de esta investigación. En primera instancia, se consultó sobre sus preferencias de consumo sonoro, que es la acción de cada individuo al momento de elegir una plataforma de manera usual para escuchar contenidos auditivos.

Gráfico 1

Plataformas de consumo sonoro

Fuente: elaboración propia (2019)



Es notable que existe una predilección por el uso de plataformas digitales, pues equivale a un 94,4% del consumo sonoro. En desglose, este se da mayoritariamente a través de YouTube (70,6%), además de por Spotify (14,2%), radios online (6,6%), Soundcloud (1,5%), Apple Music (0,5%), Snapchat (0,5%) y Facabook y otros (0,5%). Es mínimo en consumo de conciertos en vivo (3,6%) y de la radio analógica, pues sólo representa el 2% del consumo sonoro.

Además de establecer la forma y plataforma de consumo sonoro de los jóvenes adultos guayaquileños, cabe indagar respecto a su frecuencia para conocer la cercanía de los productos de audio con sus audiencias. Al respecto, el gráfico 2 recoge las respuestas sobre la frecuencia de consumo sonoro.

Gráfico 2

Frecuencia del consumo sonoro

Fuente: elaboración propia (2019)



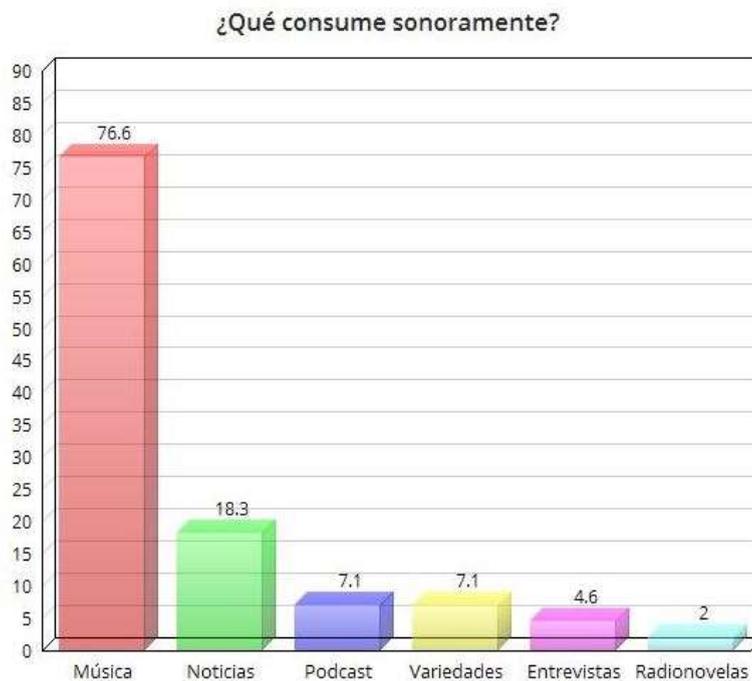
Se determinó que la frecuencia del consumo de contenidos sonoros es alta, pues un 57,7% lo realizan a diario. Incluso, un 26% asegura consumir contenidos sonoros varias veces al día. Además, un 14,8% asegura que lo realiza de forma semanal y muy pocos (el 1,5%) lo consume de forma mensual.

Este consumo sonoro tiene una posibilidad amplia de géneros a los que puede responder, como se estableció en el marco teórico. Es por esta razón que se procedió a indagar sobre los tipos de contenidos que consumen los jóvenes guayaquileños de 18 a 24 años. Los resultados se ilustran en el gráfico 3.

Gráfico 3

Contenido de consumo sonoro

Fuente: elaboración propia (2019)



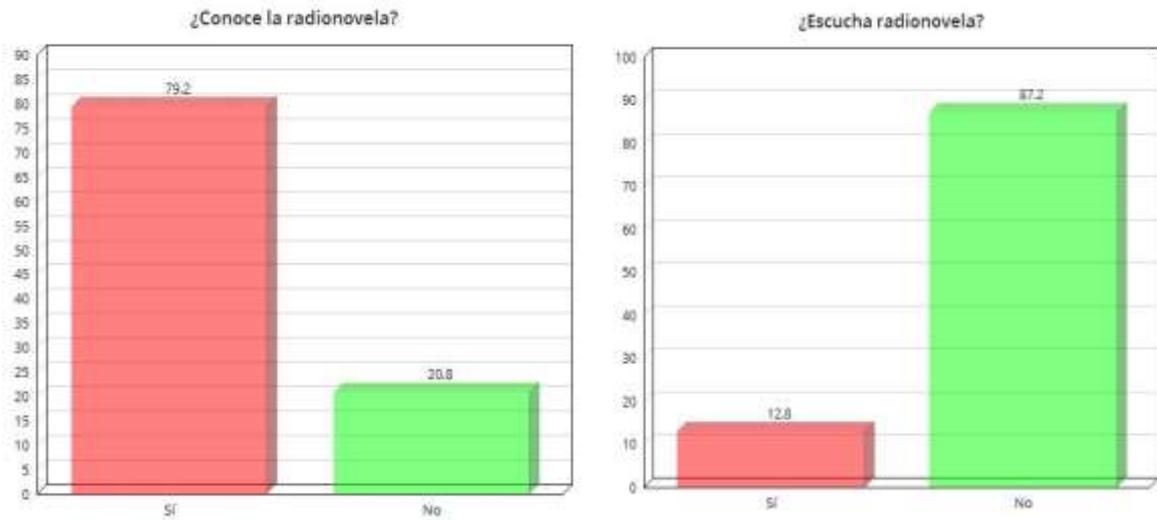
Al indagar sobre el tipo de contenidos que consumen los adultos jóvenes de 18 a 24 años, se pudo comprobar que la música es el principal consumo sonoro con un 76,6%; por otro lado, un 18,3% de los encuestados consume noticias, seguido de un 7,1% que consume podcast de temas varios y programas de variedades, cerca de eso están los programas de entrevistas con un 4,6%; y solo el 2% escucha radionovelas. Su consumo es principalmente musical y la radionovela, nuestro objeto de estudio, es la menos consumida, quedando por detrás de podcast, programas de entrevistas y variedades.

Para continuar con los objetivos de investigación, era necesario indagar sobre el conocimiento respecto al formato de la radionovela para poder determinar el consumo e interés por parte de los jóvenes. Como se muestra claramente en el gráfico 4, la mayoría (79,2%) conoce qué es una radionovela, sin embargo, al preguntar quiénes consumen radionovelas y por qué medio, sólo 25 personas (12,8%) señaló que consume este tipo de formato, lo cual se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 4 y 5

Conocimiento y consumo de radionovela

Fuente: elaboración propia (2019)

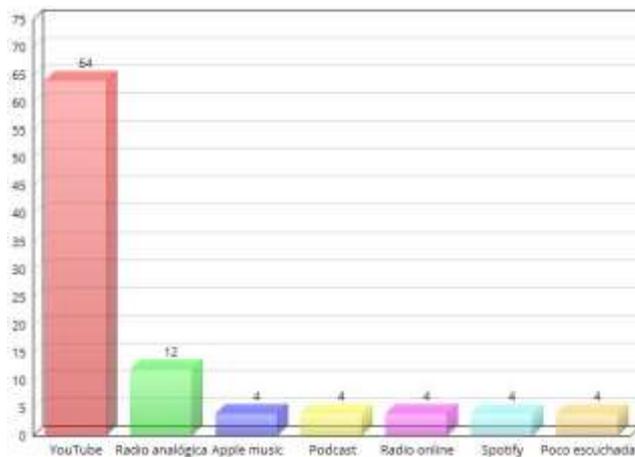


De las 25 personas que consumen radionovelas, un 84% acuden a plataformas digitales para su consumo. En concordancia con sus plataformas de consumo sonoro predilectas establecidas en preguntas anteriores, YouTube es la primera opción. Sin embargo, se puede observar que la segunda opción es la radio analógica, con un 12%. El restante 4% no indicó por qué medio la escucha. Detalles en el gráfico 6.

Gráfico 6

Medio de consumo para radionovelas

Fuente: elaboración propia (2019)



4.1.2. Encuestas por teléfono a programadores o directores de radios.

Se realizaron 59 encuestas vía telefónica a radiodifusoras de la ciudad de Guayaquil, para cumplir con el segundo objetivo, que es examinar la presencia actual del género radionovela en las radios guayaquileñas. Este número de encuestas equivale al 100% del universo de las radiodifusoras reconocidas por el Cordicom en Guayaquil, además de la entrevista a la UCSG Radio que no se encuentra registrada. Los resultados fueron los siguientes:

57 radios (95,2%) de la ciudad no cuentan con el formato de radionovela en sus parrillas de contenido. Las únicas que emiten episodios de radionovelas es radio *Santiago* y *UCSG radio*. Al respecto, La primera indica que su producción dramática es de tipo educativo con temas de tipo social, como la violencia de género. Aunque no lo producen ni difunden de manera frecuente, cuando sale al aire tiene una sintonía alta. La segunda manifiesta que no pasan radionovelas dramáticas de épocas pasadas como: *Mujeres en conflicto* y *Chucho el roto*, su difusión es frecuente, pero con una sintonía media.

No obstante, radio *Costanera* menciona que existen programas similares con contenidos educativos como los emitidos en la franja *Educa*. Mientras que radio *Alaya* y *América*, indicaron que fueron las pioneras en radionovelas, pero en vista de la llegada de la televisión, la situación cambió, algo similar citó radio *Unión* cuando se le preguntó por qué no producen radionovelas. Por su parte, radio *Huancavilca* también aportó diciendo que las radionovelas están fuera de contexto y por eso hoy en día ya no se las utiliza. Al momento de indagar en las razones para no incluir radionovelas en su parrilla de contenidos, 38 encuestados (65,5%) dieron respuestas similares: es un formato poco utilizable debido a que los tiempos han cambiado.

Por último, el 32,8% de las radios justificaron la ausencia de este formato al decir que sus emisoras poseen una programación definida por un tipo específico de contenido, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 10*Radios con un tipo de contenido dominante*

Fuente: elaboración propia (2019)

| Nº | Tipo de programación | Nombres |
|----|----------------------|---|
| 5 | Religiosa | <ul style="list-style-type: none"> • Radio BBN • Radio San Francisco • Radio Águilas • Radio La Voz María • Radio Filadelfia |
| 9 | Musical | <ul style="list-style-type: none"> • Radio Romance • Radio Disney • Radio Fabu Stéreo • Radio Cupido • Radio Urbana FM • Radio Antena 3 • Radio La Tuya • Radio Sabor mix • Punto Rojo • Radio Rumba Network • Radio La Otra |
| 5 | Deportiva | <ul style="list-style-type: none"> • Radio Caravana • Tvo Radio • Radio Sucre • Radio Cre Satelital • Superk 800 |

Como ya se lo mencionó en el cuadro anterior, radio *Filadelfia* justificó la ausencia de dicho formato, al mencionar que su contenido era únicamente religioso, pese a que solo pasan *Educa*, por indicaciones del Gobierno, pero afirma que no es esta producción no equivale a una radionovela.

4.1.3 Grupo focal

Además de las encuestas, se realizó un grupo focal con 10 jóvenes de 18 a 24 años de la ciudad de Guayaquil, para poder determinar qué cercanía tienen o les gustaría tener con el formato de radionovela. Por tal motivo, se reprodujo un extracto de una radionovela, llamada *El derecho de nacer*, sacada de YouTube, con una duración de 1:58, la cual fue definida por los jóvenes como exagerada, trágica, manipuladora y dramática. Solo 2 de los asistentes la identificaron como una radionovela.

Una vez establecido el reconocimiento de este formato, se efectuaron las indagaciones sobre qué tipo de radionovela les gustaría escuchar, a lo que la mayoría optó por temáticas románticas y dramáticas. Otras respuestas incluyeron temáticas cómicas y policiales.

De acuerdo al grupo focal, las radionovelas no son parte de las parrillas de contenidos de las radiodifusoras en la actualidad debido a que actualmente lo visual predomina sobre lo auditivo. Sin embargo, reconocieron la existencia de momentos en los que el consumo sonoro prepondera debido a la imposibilidad de usar la visión, por ejemplo, durante un trayecto en el carro, durante sesiones de ejercicio u otros.

Respecto a qué debe ofrecer una radionovela para ser atractiva para la audiencia de hoy, respondieron que abarcar temas sociales del momento o algo polémico, como farándula, puede llamar la atención. Otros señalaron la necesidad de enfocarse en el adecuado uso de efectos sonoros dentro de las radionovelas, mientras que algunos insistían en que se debería de realizar una investigación previa para determinar los gustos de la audiencia, por su parte, uno de los jóvenes manifestaba que era imposible que la radio pueda competir con lo audiovisual, debido a las limitaciones de radio. Mientras algunos establecen al teléfono celular como mecanismo para poder difundir las radionovelas, debido a que su uso es frecuente para el acceso de redes sociales.

4.1.4 Entrevista a productores de radio.

Como última parte del análisis, tenemos al cuarto objetivo sobre entrevistas a productores radiales para indagar alternativas para crear y difundir las radionovelas en la actualidad.

Carlos Chiluisa, licenciado en Comunicación Social y productor de radio *Santiago*, afirma que conoce de ciertos radios comerciales que realizan radionovelas tipo sketch, con personajes ya conocidos, como *El Padrino* o *La Vecina*, lo que hace que la aceptación de la

gente sea mayor, por acudir a personajes ya reconocidos por la audiencia. También asegura que las radionovelas sí son un medio de entretenimiento, pero que es difícil conseguir tipos de formatos educativos y no destructivos. A la vez, manifiesta que una de las barreras para producir radionovelas en la actualidad, es el tedio y meticulosidad que implica armar una radionovela, por lo que se necesita dedicarle el tiempo suficiente para que salga un buen producto. Así mismo, agrega que una de las formas de hacer que los comunicadores y las nuevas generaciones se interesen por las radionovelas, es dejando de lado la comodidad y arriesgándose a hacer algo diferente, para no dejar morir las radionovelas que fueron el deleite de nuestros abuelos.

Federico Aroca, productor de radio *Sucre*, licenciado en producción cinematográfica y estructurador de guiones, menciona que no ha escuchado radionovelas en los medios que ha trabajado y que según tiene entendido, este tipo de formatos estaban presentes en radios AM, pero no en FM. También afirma que la radionovela como entretenimiento podría funcionar, pero que ahora las radios están quedando relegadas para los choferes que pasan en su vehículo, por lo que quizás haya que enfocarse en podcast y en redes sociales que es lo que mayormente predomina. De igual manera, manifiesta que una de las barreras para producir radionovelas en la actualidad es que lo audiovisual está muy presente con la llegada de la televisión en los años 60 y desde ahí se prefirió ver y oír, por lo que tal vez se deba optar por algún tipo de radionovela más vanguardista. Así mismo, agrega que en 10 años los canales de YouTube tendrán más fuerza que los canales locales, por lo que recomienda que las radionovelas estén enfocadas en podcast junto a redes sociales y de esa manera hacer que los comunicadores sociales y las nuevas generaciones se interesen por las radionovelas.

Cristian Chele, licenciado en Comunicación Multimedia y productor de radio *Uno*, desconoce sobre algún tipo de radionovelas en la actualidad, sobre todo en emisoras FM, en donde afirma que hay muy poca probabilidad de que se realicen. Además, sostiene que las radionovelas no sólo deben ser un factor de entretenimiento, sino también de cultura y educación, sobre todo para aquellos que no saben sobre radionovelas. Considera que una de las barreras para producir radionovelas es que la gente no se arriesga por el motivo que no será muy lucrativo. Asegura que los comunicadores y nuevas generaciones se pueden interesar por temas sociales, como lo son la drogadicción, la xenofobia o las injusticias sociales, que es lo que se vive en el día a día.

Julio César Ramón, licenciado en Producción Audiovisual y productor de *Radio Canela*, afirma que radionovelas como tal, no existen hoy en la radio guayaquileña, pero que sí se puede encontrar formatos similares, tipos educacionales, como *Educa*, o ciertos *sketchs* cómicos, como los que tiene radio *Canela* y *Onda Positiva*. Asevera que la radionovela sigue siendo un formato de entretenimiento y que, si las producciones apuestan por él, les puede ir bien, ya que la radio permite que el sistema auditivo esté activo mientras que se realizan otro tipo de quehaceres. Recalca que una de las barreras para producir radionovelas es la falta de creatividad, porque las radios se limitan solo a la música y a los programas de *magazine*, pero las radionovelas necesitan un desarrollo creativo, pues no es lo mismo un libretista para la televisión que para una radionovela, debido a que requiere una variedad de efectos sonoros dependiendo de la historia. Añade que, para tener la atención de comunicadores sociales y nuevas generaciones, hay que direccionarse por los temas sociales, como el maltrato a la mujer o la drogadicción, con el fin de dejar un mensaje positivo para la audiencia.

Edison Casañas, licenciado en Periodismo y productor de radio *Universal*, asegura que casi no se producen radionovelas, debido a que los medios optan por reproducir audios de YouTube, como *Tres Patines*. De la misma manera, afirma que es complicado que una radionovela forme parte del entretenimiento de una sociedad que hoy en día vive en apuros, porque es imposible seguir los capítulos completos de una radionovela. La disciplina y la paciencia es una de las barreras que menciona a la hora de que se desee producir una radionovela. Considera que tanto los comunicadores sociales, como las nuevas generaciones, se podrían interesar en este tipo de formatos, siempre y cuando se hable en su mismo lenguaje, en las nuevas tendencias, gustos y tecnología.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Radionovela:

- La radionovela debe escucharse de forma continua para mantener interés de oír los capítulos hasta el final, lo que implica que la atención de la audiencia se asocie con la trama, las voces, los efectos y la imaginación que este formato genera.
- El impacto de las radionovelas dentro del contexto nacional ha dado cabida al desarrollo de imaginarios que pueden ser verosímiles y a su vez de gran interés dentro de la cohesión cultural de la ciudadanía.
- En la actualidad la radionovela puede configurarse como un producto comunicacional que permita interactuar con la audiencia, a través de radios analógicas o medios digitales (radios online, podcasts, redes sociales y otros).
- Las radionovelas tienen la capacidad de crear, imaginar, entretener y educar.
- En cuanto al estado actual de la radio, vale la pena destacar que muy poco se está apostando por hacer producciones de formato radionovela, debido al tiempo que esta implica, poco interés de las emisoras y el cuestionamiento de su baja rentabilidad.

Encuesta a directores:

- El 95,2% de la ciudad no cuentan con el formato de radionovela en sus parrillas de contenido.

Hábitos de consumo sonoro:

- Plataforma de consumo: Es notable que existe una predilección por el uso de plataformas digitales, pues equivale a un 94,4% del consumo sonoro. En desglose, este se da mayoritariamente a través de YouTube (70,6%).
- Frecuencia de consumo: Es a diario (57%)
- Tipo de contenido: Al indagar sobre el tipo de contenidos que consumen los adultos jóvenes de 18 a 24 años, se pudo comprobar que la música es el principal consumo sonoro con un 76,6%

- Respecto a su conocimiento de la radionovela: Un 79,2% indicó que conoce el formato radionovela, de los cuáles el 12, 8% menciona que lo escucha, donde Youtube es su principal plataforma de consumo con un 54%.

Grupo focal:

- Los jóvenes adultos establecieron el teléfono celular como mecanismo para poder difundir las radionovelas, debido a que su uso es frecuente para el acceso de redes sociales.
- Proponen producir radionovelas con una mezcla de buenos efectos sonoros.
- Fijarse en un target determinado de personas, para investigar qué tipo de radionovelas les gustaría escuchar.

Entrevistas a productores:

- Proponen producir radionovelas sobre temas sociales.
- Enfocar el formato de radionovelas hacia las redes sociales y podcast.
- Producir radionovelas que mantengan el mismo lenguaje coloquial, gustos y tendencias de esta nueva generación.

BIBLIOGRAFÍA

- Castellanos, N. (2006). The price of sin: listening to radio serials in secret. *Signo y Pensamiento*, (48), 91-104. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48232006000100006&script=sci_arttext&tlng=en
- Cordicom. (2019). Medios de Comunicación www.cordicom.gob.ec.
- Estrada, J. (1992). *Ruta de un ideal: Radio Cristal*. Guayaquil-Ecuador.
- El Comercio. (2015). Diversión y educación en la señal EducaTV <https://www.elcomercio.com/tendencias/diversion-educacion-educatv-television-ecuador.html>
- Fabbri, F. (2006). Tipos, géneros musicales. ¿Hace falta una teoría? http://www.francofabbri.net/files/Testi_per_Studenti/TiposCategoriasGeneros.pdf
- Fernández, B. (2014). La radio ante el desafío de las nuevas audiencias. *Razón y Palabra*, 18(87). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531505017.pdf>
- Forero Santos, J. A., & Céspedes Valencia, F. J. (2018). La radio. <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/handle/10839/2392>
- Galay, F. G. (2015). Revisando el radiodrama en la actualidad. *Comunicación y Medios*, (31), pág-133. <https://analesfcfm.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/35769>
- García, J. (1998). *El mundo de la radio*. [file:///C:/Users/pc-cpu/Downloads/LEXTN-Garcia-1137-PUBCOM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc-cpu/Downloads/LEXTN-Garcia-1137-PUBCOM%20(1).pdf)
- Gerebaldó, J. (2006). Manual de Radio Participativa para niñas, niños y jóvenes http://www.sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-09-27_01-03-08110848.pdf
- Grijalva, A. (2009). Radionovelas: La aventura imaginaria. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (105), 90-91. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1646>
- Gómez, G. O. (2012). Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de educación*, (27), 155-175. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15823083009.pdf>
- Guerrera Gandara, M.(2008). Testimonios de radioteatro en Quito: El consejo. <http://www.editorialelconejo.com/autor/guerrama.html>
- Guerrero, J. (2012). El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización. *Trans. Revista transcultural de música*, (16), 1-22. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82224815008.pdf>.

- INEC. (2010). Censo de población y vivienda
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Jordán, R y Panchana, A. (2010). Los medios de Comunicación en Ecuador.
<https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Klemetz. H. (1997). La tragedia de Radio Quito.
<http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm>
- Ley Orgánica de Comunicación. (2019). Medios de comunicación
https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2019/04/Reformatoria_LOC.pdf
- Ley Orgánica de discapacitados. (2012). Accesibilidad a la comunicación.
https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf
- López, J. I. (2013). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito-Ecuador.
https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf
- López y Martínez. (2019). Pasado, presente y futuro de la radio.
https://ciespal.org/wp-content/uploads/2019/06/La_radio_vive.pdf
- Martínez, A. B., Sanmamed, M. G., & de Viteri, C. B. S. (2015). El teatro radiofónico como recurso didáctico para la atención a la diversidad en la Educación Secundaria. *Revista de Educación Inclusiva*, 8(3).
<http://revistaeducacioninclusiva.es/index.php/REI/article/view/89>
- Parrat, S. (2008). Géneros periodísticos en prensa.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>
- Pedrero-Esteban, L. M., Barrios-Rubio, A., & Medina-Ávila, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 27(60).
https://www.researchgate.net/profile/Luis_Pedrero_Esteban/publication/332780431_Adolescentes_smartphones_y_consumo_de_audio_digital_en_la_era_de_Spotify/links/5cc941eea6fdcc1d49bc2f29/Adolescentes-smartphones-y-consumo-de-audio-digital-en-la-era-de-Spotify.pdf
- Perona-Páez, J. J., Barbeito-Veloso, M., & Fajula-Payet, A. (2014). Los jóvenes ante la sonoesfera digital: medios, dispositivos y hábitos de consumo sonoro.
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/36271>.
- Rodero, A. (2011). Creación de programas de radio. *Madrid: Síntesis*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/38814551.pdf>
- Soengas, X. (2005). El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora. *Prisma.com*, (1), 101-127. <https://ojs.letras.up.pt/ojs/index.php/prismacom/article/view/2149>.

Yaguna. H. (2014). La Radio Ecuatoriana cumple 85 años de existencia.
https://www.academia.edu/7533445/La_radio_ecuatoriana_cumple_85_a%C3%B1os_de_existencia

ANEXOS

Grupo focal



1. ¿Con qué término definirían lo que acaban de escuchar?

Camila: exagerado

Freddy: trágico

Allison: manipulatorio

Alba: era como trágico

Julio: dramático

Amparo: era una radionovela dramática

Andrea: dramática

Cynthia: dramática

Juana: era muy cruel el diálogo

Jarithza: yo diría novela

En caso de que quisieran escuchar más radionovelas, ¿de qué temáticas serían?

Camila: dramáticas, me llama mucho la atención cuando exageran mucho las cosas.

Freddy: bueno, prefiero lo audiovisual.

Allison: dramática porque te mantienen activo durante toda la historia.

Alba: romántica porque te mantienen al tanto de qué va a pasar para que vayas escuchando todos los capítulos.

Julio: una que sea enfocada a hechos reales en donde pueda informarme.

Amparo: a mí me gustaría que toque algún tema de problemas sociales porque eso es muy importante para que la audiencia se mantenga informada de lo que pasa al mismo tiempo que se entretiene.

Andrea: romántica porque apela mucho a los sentimientos.

Cynthia: romántica porque es lo que más me gusta.

Juana: quizás un poco cómica para entretenerme mientras voy en el auto o algo así.

Jarithza: Yo quisiera casos policiales, de detectives, de ese tipo porque son interesantes.

¿Por qué piensan que las radionovelas no son parte de la programación radial actualmente? ⁷²

Camila: porque de cierta forma a las personas les gusta no tanto visualizarse, sino verlo

Freddy: yo creo que va más por el ámbito de los sistemas de comunicación, porque ya pasamos de lo solamente auditivo a lo visual, una muestra clara es la televisión, incluso esto ha evolucionado con las nuevas formas de producir contenidos audiovisuales, que ya ha quedado obsoletos los contenidos como radionovelas, que pienso que esa es una de las razones por las cuales ya no se produce ese contenido.

Allison: concuerdo con mis compañeros, el aspecto visual es demasiado importante para los seres humanos.

Alba: ahora se utiliza mucho lo visual, la tecnología visual, mucho más que la auditiva.

Julio: todo depende, uno va evolucionando, uno va cambiando y conforme a entretenerse mucho mejor.

Amparo: concuerdo con lo que dijo Freddy, que es parte de la evolución de la comunicación y ahora todo es audiovisual por las redes sociales, YouTube, que ahora está en el boom y cada persona puede realizar un contenido y subirlo a las redes.

Andrea: concuerdo con lo que han dicho todos mis compañeros anteriores y sí, las personas ahora prefieren las radionovelas verlas a través de la televisión.

Cynthia: sí, también esto de acuerdo con todo lo que han dicho, porque como cada vez se va evolucionando con el pasar del tiempo, ya como que eso va quedando para la prehistoria como quien dice, entonces todo es actual y ahora podemos visualizar y eso llama más la atención que la radionovela.

Juana: bueno, como dijeron todos, es cuestión de evolución, yo creo que la evolución es innovar y a la gente le atrae las cosas nuevas y es un paso muy grande de pasar a sólo escuchar, al ver, entonces llama mucho la atención y es progreso.

Jarithza: yo tengo entendido que entre más estímulo o contenido tenga una experiencia, más fácil es de recordar y más te va a impactar, entonces tiene sentido que la gente quiera verlo y escucharlo, que tan sólo escucharlo.

¿Qué debería ofrecer una radionovela para ser atractiva para la audiencia de hoy?

Camila: se debería realizar una investigación y ver qué temas resultan más llamativos a la gente, ver en qué momento lo podrían escuchar, ya sea cuando no tengan un televisor o simplemente no tengan tiempo de andar con el teléfono, observándolo, sino mediante auriculares.

Freddy: yo pienso que es complicado que una radionovela pueda competir con la cantidad de opciones de hay, sobre todo en contenido y va más en responder una pregunta, ¿qué le ofreces a una audiencia que está acostumbrada a contenido audiovisual que es de excelente calidad? porque la radio también tiene muchas limitaciones alrededor de la televisión o a internet, o sea ¿cómo compites? ¿qué ofreces para estar por lo menos a la par? poder rivalizar con una producción que muchas veces sorprende en el aspecto visual, o sea ¿cómo compites con las limitaciones que tiene la radio?, o sea, en ese sentido tienes que ser muy

descriptivo para poder captar la atención de un público que está muy acostumbrado a ver y a escuchar, predomina más la calidad de imagen que tiene, que lo que escucha, o sea ¿cómo compites con eso?.

Allison: es necesario tomar en cuenta cuál va a ser la población de destino, porque dependiendo de eso y los intereses de cada persona, habría que ver lo que más se escucha.

Alba: hay que enfocarse en los horarios porque hay horarios que la gente sólo prende para escuchar algo, pero no está interesado en escucharlo y también basarse a los celulares porque está la radio, pero tú conectas tu celular y pones lo que tú quieras y no en realidad lo que va a salir en la radio.

Amparo: bueno, yo creo que además de elegir un tema clave, los efectos de audio bueno, además de no ser de buscar otra alternativa, otra plataforma, pero no sé si ya sería radionovela, por lo que ahora lo que más una persona tiene a la mano es el celular, computadora, todo el tiempo están revisando las redes y no sé, yo creo si alguien encontraría esa fórmula de poder captar de que nuevamente estén en el boom las radionovelas, sería muy bueno.

Andrea: tocar temas polémicos como la farándula porque es algo que le gusta a la gente, la farándula.

Cynthia: sí, entraría como algo tipo de farándula que den ahí, porque es algo que llamaría la atención también mucho para que lo escuchen.

Juana: tocar temas actuales, temas interesantes que más que todo le guste a la audiencia más joven, a los adolescentes, son la población más grande que hay y es a los que hay que atraer más la atención.

Jarithza: ya lo mencionaron antes, pero algo muy importante sería topar temas controversiales de los que se habla hoy en día y captar la atención de quien esté interesado en el tema.

Entrevistas a productores de Radio

Entrevista 1



Carlos Chiluisa

- Licenciado en Comunicación Social
- 8 años de experiencia en radio
- Productor de radio Santiago

1. ¿Sabe si en la actualidad en Guayaquil se producen contenidos basados en el desarrollo de radionovelas

Sé que hay en radios comerciales, que se producen, pero con el formato de radionovelas existen millón, pero el objetivo siempre es lo principal y a veces no siempre se lo hace con un sentido educativo o cultural, siempre lo hacen con el objetivo de entretenimiento y eso es lo que mayormente se lo puede encontrar en las radios FM, que quizás mencionarlas no sería tan adecuado, pero sí se ha escuchado, sí sé que existen.

Así mismo, se ha reducido en tiempo porque antes duraban 4, 10, 15, 20 minutos, pero ahora lo han reducido en forma de sketch, lo que tú a veces quieres ver en televisión, lo que han hecho es reducirlo y producirlo como radio y son personajes que también interactúan, pero han cogido personajes que ya para la mayoría de las personas ya los conoce, por ejemplo “El Padrino”, “La Vecina”, personajes infantiles, etc, porque ya son más fáciles de reconocer para las personas.

Crear personajes, como por ejemplo “Lupita”, quizás en tu vecindario, en mi vecindario o en el vecindario de alguien puede existir una Lupita o crear el personaje de “George”, quizás tenemos a un vecino que tiene una tienda que se llame George y que por ahí vaya la cosa, entonces “ah el de la tienda me cobró caro, pero si es que yo cobro barato” y ahí se va formando una historia, entonces es más difícil hacer que las personas acepten un personaje nuevo, a ya utilizar digamos que el recurso mental de un personaje ya antiguo, que es lo que la mayoría de las radios actualmente están haciendo, al menos en FM que yo ya he escuchado.

2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía guayaquileña?

Siempre un medio de comunicación o algo que te distraiga o algo que te saque de tu círculo, siempre será de entretenimiento, el pequeño detalle es cual es la capacidad que uno puede llegar a tener como en este caso oyente de saber discernir si lo que me brindan como propuesta de entretenimiento es productivo, es bueno, es fructífero, porque todo puede ser de entretenimiento e incluso hasta ir a una discoteca se lo menciona como entretenimiento, e incluso ingerir bebida alcohólica se lo menciona como entretenimiento, pero eso.

La capacidad de uno, del oyente de poder discernir qué denomino yo como entretenimiento sano, entretenimiento bueno, entretenimiento constructivo y que me aporta a mí. Actualmente es frecuente encontrar en lo más fácil que es para el oyente coger una FM, pero no encontrar entretenimiento sano, entretenimiento constructivo, en la mayoría del entretenimiento que no sé si se lo podría llamar destructivo, pero sí que, en mi sentido lamentablemente cultural, de forma cultural no aporta y no crece.

3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?

La capacidad de las personas que estén a cargo y más allá de la capacidad, no me refiero al hecho intelectual, sino a la capacidad de predisposición, porque a veces tu puedes tener todo los conocimientos, pero si no tienes el gusto, no tienes el querer y no tienes la predisposición de hacerlo, nada va a pasar y eso lo vemos en todo, porque podrás tener los mejores conocimientos del mundo y llegar a hacer presidente de alguna nación, pero si no tienes lo interno, lo que es la predisposición de realmente hacer las cosas buenas, termina todo siendo un desastre.

Entonces el punto es la capacidad, pero no es intelectual, porque culturalmente de forma intelectual puedes encontrar internet, libros y personas a quien consultar bastante, pero la predisposición de saber que una radionovela es tedioso armar todo el paquete y saber que me voy a tener que dar mi tiempo a cada cosa y que todas las cosas salgan bien, porque si no sale bien ¿para qué?, es como cuando sacas a hacer una comida o un producto que consume el pueblo, la comunidad lo consume, un caramelo y si lo sacaste y está mal y está desabrido, no es dulce, es agrio, no lo consumen, no sirve, no vale, entonces para perder tiempo, esfuerzo y todo, mejor no lo saco. Entonces yo creo que digamos que ese sería el motivo por el cual a veces encontramos en la mayoría de medios de comunicación que no se produce radionovela, por el tiempo.

4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?

Dejando a un lado la comodidad, de pensar en qué podemos hacer la diferencia de parte de uno mismo, dejar a un lado la comodidad, porque si no se hace por ejemplo, radioteatro o radionovela es porque precisamente no hay tiempo, no hay esfuerzo, no hay personas que digan “yo voy a poner de mi parte para hacerlo”, porque el producto es bueno sino no se hubiera hecho y no tuviéramos las anécdotas que tienen abuelas, bisabuelos y tatarabuelos de decir “mijito, cuando yo escuchaba la radio, escuchaba la novela”, porque no había televisión, primero fue la radio, antes que la televisión y así escuchaban las novelas y yo todavía tengo a mi abuela que me habla de las radionovelas que escuchaba en esa época.

Incluso en YouTube hemos podido encontrar siempre que se han filtrado vídeos de cómo se hacían las radionovelas anteriormente, utilizaban desde un simple efecto de sonido de cabalgar un caballo, utilizaban algo para hacer sonar en vivo y listo, la puerta realmente ponía el micrófono cuando abrías y cerrabas la puerta y sonaba.

Entonces ¿cómo poder motivar al joven? simplemente que salga de la comodidad para que empiece a hacer algo diferente, porque si empieza a hacer algo diferente, todos vamos a seguir ese camino de hacer algo diferente, mostrar algo diferente y de seguir basándonos en el concepto original. La radio es creatividad, la radio es imaginación, es un mundo de imaginación, en la radio tú puedes transmitir qué es una catástrofe de un sismo, los extraterrestres nos visitaron como precisamente fue basado en una radionovela antigua. Pero si todo el producto está bueno, la audiencia lo cree, lo consume más que todo, entonces la radio va a seguir siendo siempre creatividad e imaginación y nosotros como comunicadores tenemos que brindar eso, creatividad e imaginación, si no lo tenemos, no llegamos a hacer diferentes y no somos diferentes, somos igual que el resto y no resaltamos y la mayoría quiere brillar con luz propia.

Entrevista 2



Federico Aroca

- Licenciado en Producción cinematográfica y estructurador de guiones
- 10 años de experiencia en radio
- Productor de Radio Sucre

1. ¿Sabe si en la actualidad en Guayaquil se producen contenidos basados en el desarrollo de radionovelas?

Desconozco porque al menos en Guayaquil no he escuchado, pero no sé si en otras provincias del país aún se sigue apostando por el tema de las radionovelas, lo que puedo decir es que en los medios que yo he trabajado en Guayaquil ya no se hacen. A veces hacen tipos de sketch que se dedican a la comedia, pero radionovelas como formato largo, no, sólo suelen ser sketches cortos.

2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía guayaquileña?

Podría funcionar dependiendo de cómo se lo enfoque, hoy en día las redes sociales son las que están mandando, la radio no va a morir, pero está quedando relegada a lo que es más de transporte, nos queda como un medio de entretenimiento para los choferes, gente que maneja, ya en la casa muy poco se sintoniza radio. La gente llega a casa y lo que más pone son los streaming.

Quizás un podcast, que es audio, por radionovela, quizás uno lo puede sintonizar digitalmente en la casa, pueda funcionar, pero hay tanta variedad hoy en día de entretenimiento, tanta diversidad que creo que justamente se ha quedado relegado el tema de la radionovela y no sé si realmente puede llegar a funcionar, depende como se lo enfoque y obviamente la creatividad con la que se lo haga.

3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?

Fue una tendencia en su momento, no deja de ser un formato interesante, pero en la llegada de la televisión en la década de los 50 o 60, la televisión fue más masificada, obviamente fue otro tipo de entretenimiento que fue el boom en esa época y la radio empezó a quedar relegada y las novelas pasaron a ser audiovisuales.

Entonces la gente prefería ver lo audiovisual, que a escuchar la novela, pero por eso digo que no deja de ser un formato interesante, porque fue brutal, pero no sé si ya con los parámetros que se lo manejaba en el pasado, quizás nuevos parámetros revolucionarios vanguardistas, habría que hacer un estudio, hacer la propuesta, el lanzamiento y ver si realmente tiene aceptación o no. Yo creo que las tendencias y los movimientos mundiales, los nuevos formatos de entretenimiento han hecho que se quede relegada la radionovela.

4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?

Hay que hacer un estudio, en las nuevas generaciones es muy difícil, hay que apostar por el streaming, porque ya mi sobrino de ocho años ya me habla de youtubers y yo a los ocho años nunca hablaba de youtubers, yo hablaba de lo que daba en la televisión, como las tortugas ninja, de las series que daban en televisión. En cambio él me está hablando de youtubers, o sea que estamos hablando que los canales de youtubers hoy día para las nuevas generaciones.

En un futuro de 10 años estamos hablando que un canal de YouTube va a tener más importancia que un canal de señal abierta, entonces yo creo que habrá que enfocar las radionovelas en el punto de vista de redes sociales, si hablamos de nuevas generaciones, porque las nuevas generaciones prácticamente no le paran bola a una radio, habrá que enfocarlos a las redes sociales y hacer como un tips entre la radio analógica abierta, más el tema de redes sociales con podcast, ese sería el propósito.

Entrevista 3



Cristian Chele

- Lcdo. en Comunicación Multimedia
- Productor de Radio Uno
- 12 años de experiencia en radio

1. ¿Sabe si en la actualidad se siguen produciendo contenidos basados en el desarrollo de radionovelas?

En lo que es frecuencia FM no he escuchado radionovelas. Anteriormente las radios AM hacían eso porque FM no existía en ese entonces y no sé si en la década de los 60 o 70 habría alguna radio que lo hizo en Ecuador, se tendría que buscar esa información, pero en FM yo no he escuchado desde que tengo uso de razón y desde que trabajó en radio no he escuchado ninguna FM que me ponga una radionovela.

2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía guayaquileña?

No solo de entretenimiento sino también educativo porque hay personas que nos interesan las radionovelas. Debería de existir un espacio para culturizarse tanto la audiencia auditiva, como las que no saben de radionovela, que nunca han escuchado una radionovela y que la escuchan por primera vez.

3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?

La gente en radio no se arriesga a tener un tipo de programas como estos porque han de pensar que no es lucrativo, en este caso poderlo hacer, pero para mi criterio personal, debería de existir un espacio para que la gente se culturice de este espacio de la radionovela que lastimosamente y hay que ser realistas que está muerto porque no hay espacios de radionovela. Por ahí en Radio Canela he escuchado sketch que no son humoristas sino de la vida cotidiana.

Me gustan que las radionovelas vuelvan a su auge de lo que eran antes, porque las radionovelas por lo que tengo entendido y espero no equivocarme, nacieron en Cuba porque tengo amigos cubanos que trabajaron en radios de allá y que saben de esta temática de las radionovelas y a la larga esto de las radionovelas en sí es algo interesante, pues a mí me tocó trabajar, editarla y aprender a manejar a los locutores.

Y no solamente en que el locutor sea actor, tiene que ser multifacético porque tú en una radionovela puedes ser el malo, el bueno, el llorón, la llorona, la abuela, porque hay ocasiones en la que uno dice “consiguieron a una abuelita” y a veces es uno mismo que hace el doblaje o imposita la voz para hacerla de abuela, entonces eso es lo interesante de la magnitud del locutor, que también puedes ser actor de radio. Pero la producción en sí de la radionovela es interesante porque hay ocasiones en las que no solo es la locución o el actor o la actriz de la radionovela, aquí vienen también los efectos, la música, tiene que ser acorde a la historia que se utilice, que uno vaya contando o vaya narrando dentro de la radionovela, entonces eso es interesante. Como digo yo, ahorita es fácil porque tienes la máquina, buscas un efecto en internet y ya está, anteriormente no, anteriormente tenías que hacer el efecto, entonces era más complicado el asunto, pero regresando a la estructura de la radionovela, es algo de que hay ocasiones en que los actores o actrices no se ven, entonces graban por separado y después uno tiene que juntar la toma y decir graba de esta manera alegre porque la locutora anterior lo hizo de esta forma o en su defecto, “sabes que, escucha esta parte de ella de la locución actuada y te vas guiando” o lo que podemos hacer nosotros es grabar y tenemos ya editada la parte de la primera actriz, entonces hacemos escuchar la parte de la primera actriz y coge ella la secuencia de la intención que le puede dar para que sea acorde a lo que va pegado en la secuencia del texto, entonces puedes decir “oh! se me cayó el árbol” y la otra decir “¿pero cómo se te cayó el árbol?”.

Es una secuencia y a larga eso también sirve bastante. Sobre la producción como le decía, aquí lo que más se enfoca son los efectos, la música, puedes ponerle por ejemplo viene alguien “mamá, mamá” y abres la puerta como que viene de la calle y cierras la puerta y la secuencia sigue dentro de la casa, como la bulla del televisor, los efectos de los platos, vasos, el gato por ahí que maúlla, el perro que ladra y el niño que llora, pero tienen esa secuencia de la sala o de una casa en este caso. Si estás en un velorio puedes ponerle un murmullo de gente, de grillos porque es en la noche y la mayoría de gente va de noche a un velorio, dependiendo si estas en el campo, si estás en la ciudad, un tráfico bajo de fondo, estas en una sala de velaciones, entonces es cuestión de que tú te guíes no solo con lo que dice el texto, debes tener como productor la magnitud de hacer crecer más el texto, no sólo con lo que te dice el papel y decir y “es que aquí pasó un carro” y más atrás se escucha un grito y tú te riges a lo que te dice el texto, no.

Uno como productor de radio y como productor de audio, en este caso en una creación de una radionovela, debes tener tus cinco sentidos bien puestos y escuchar así sea los 30 minutos que dure la voz, dentro de esos 30 minutos tú sabes dónde van los cortes, que puedes hacer tú, la secuencia o el cambio de escena en este caso, puedes ponerle por ejemplo, estas en un velorio, pero la siguiente toma te dicen “estamos en casa de mi tía”,

entonces tú puedes poner un brillo o una secuencia o una transición de un efecto y cambias ya la escena, entonces eso también es interesante de que tengas que leer el texto.

En el momento de que los personajes estén grabando como se hace ahora, una radionovela que puedes grabarla como lo puedes hacer en vivo, para mí es mucho más factible hacerla en vivo porque tienes toda la creación en ese momento, pero si lo haces tras bastidores, lo puedes hacer con más tranquilidad y lo vas grabando, entonces vas haciendo maquetas dependiendo de los programas de audio que se manejen, por ejemplo yo manejo el Audition, Brutus y Solforge, entonces son cuestiones de edición para programas de audio.

4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?

Se me ocurre que para eso podríamos hacer una radionovela de lo que se vive en la actualidad que es la drogadicción, que lastimosamente estamos inmiscuidos en esta plaga como denomino yo a la droga y podríamos hacer radionovelas educativas para la juventud sobre este tipo de mala vida para la juventud y que da pena ver a un muchacho de 14 o 15 años en una esquina inhalando o fumando, entonces esas cuestiones así habría que primero llegar a la juventud. No imponerles, pero que sepan que van por mal camino, entonces es una cuestión general de lo que debemos todos aportar en este caso, pero si existiría alguien o algo o algún tipo de radio que lo haga bienvenido sea, sería fabuloso.

Entrevista 4



Julio César Ramón

- Lcdo. en Comunicación Audiovisual
- 15 años de experiencia en radio
- Productor de radio Morena

1. ¿Sabe si en la actualidad se siguen produciendo contenidos de radionovelas?

Bueno, radionovelas, en sí, directamente: no, pero en la actualidad, por ejemplo, a través de los programas educacionales, a través de *Educa*, hay espacios que son pre-producidos, utilizando el formato de radionovela, pero no radionovela en sí; porque cuentan en este caso, en el caso de *Educa*, si tiene la oportunidad de haber escuchado, hay como series, series con personajes en la cual, lógicamente, los locutores hacen las veces de personajes y le dan vida a ese tipo de series, lógicamente, dependiendo del diálogo y del capítulo que vaya a ser, se están manejando de esa manera para lo que es la producción. Los productos de *Educa* manejan algo similar a la radionovela.

Yo me acuerdo tanto, hace muchos años, que la radionovela utilizaba la magia de la radio, porque nosotros con la magia de la radio a través de los diálogos que mantenían los locutores o, a su vez, los actores de la radionovela nos daban un aspecto totalmente distinto a lo que es la televisión en sí. Porque trabajaban con esa magia que tiene la radio de transmitir muchos sentimientos y muchos afectos, a través solamente de las ondas sonoras y la imaginación del oyente llegaba a imaginarnos y se desarrollaba la radionovela.

También gracias a los efectos que bien utilizados y bien aplicados sabían poner los productores de estos productos comunicacionales. Pero en la actualidad ese formato que se le daba a la radionovela, lo utilizan ciertas radios, pero para hacer parodias, en radios como *Canela*, radios como *Onda Positiva*, hacen este *sketch* cómico y utilizan ese formato de la radionovela para hilvanar sus diversos segmentos, pero en sí, la radionovela, hace muchos años dejó de ser un producto comunicacional, en el sentido que muchos medios radiales la

dejaron a un lado, las dejaron olvidadas. Claro está, que todo depende de la creatividad, porque en esto de la producción, tanto para radio y televisión, nada está dicho; los diversos formatos se han readecuado conforme a la evolución de las nuevas tecnologías. Entonces, quién quita que de aquí a mañana pueda haber un espacio no de radionovela, sino, más bien, un espacio de novelas online, porque lastimosamente el internet ha sido parte muy importante para la difusión de diversos contenidos, pero, a su vez, el internet le quitó la magia a la radio. Con esto de las transmisiones en vivo a través de las diversas cabinas para dar a conocer quienes vienen a ser partícipes de diversos espacios, la magia de la radio se pierde. Por ejemplo, vuelvo y repito el caso de radio *Canela*, es una radio fuerte, y yo escucho los productos comunicacionales de ellos, pero ellos no hacen ninguna transmisión en vivo, a través de las redes sociales. Ellos solamente se dedican a emitir su señal propiamente dicha a través de la frecuencia FM, de la 90.5 de Guayaquil, entonces, ellos no hacen ninguna emisión en vivo, entonces, ellos todavía están con ese chip en sus cabezas, que no está mal, la radio es para eso.

La radio es audible, entra por el sentido auditivo y le da la oportunidad al oyente de dejarse envolver por ella y llevarle a diversos niveles. La radio en sí es maravillosa. Muchas personas me decían en la época que yo hacía locución: “usted es el locutor, lo imaginaba más fornido, más alto”. La radio te da muchas satisfacciones.

Entonces con las radionovelas, todo depende de la creatividad de la gente, vuelvo y le repito, hay muy pocas radios que toman el formato de la radionovela, pero en otro sentido, por ejemplo, para los *sketchs* cómicos, le dan otro formato. En sí, no he escuchado un medio de comunicación que esté presentando radionovelas; en canales comunitarios, no he tenido la oportunidad de seguir canales comunitarios. Pero he escuchado *podcast* de diversas radios en otros países, como mecanismo de investigación de producción, para saber que suena en otros lados. Incluso hay entrevistas, por ejemplo, estuve escuchando en México, una entrevista por un recorrido en un zoológico.

Entonces, durante la travesía estaba narrando, durante el recorrido del zoológico, el locutor y el guía estaban hablando sobre lo que observaban, porque estas personas no solo le querían llegar a la gente, sino a las personas que no pueden movilizarse a un zoológico o las personas que no pueden ver, personas videntes. Entonces el objetivo era que ellos escucharán el sonido propio de un zoológico. El sonido de las aves, el cacareo de las aves, el sonido de los diversos animales que pueden encontrarse en la naturaleza. Y sobre todo, me pareció muy llamativo, las descripciones, el peso y estatura de un animal, el colorido de los papagayos, sonidos característicos; entonces son situaciones que ayudan mucho a personas que no tienen la facilidad de llegar a cualquier lugar, que tenemos las personas que tenemos nuestros cinco sentidos bien puestos.

2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía?

Mira, en realidad, la magia de la radio es única, entonces si hubiera medios que apostara a la producción de radionovelas les podría ir bien; porque, recordemos, la radio, mientras una persona está haciendo sus quehaceres domésticos, o en su oficina, tiene sus

manos ocupadas, pero los oídos, el sistema auditivo lo tiene libre para escuchar lo que más le convenga. Entonces partamos de ese punto, muchas personas tendrán ocupadas sus manos, dibujando, cortando, cosiendo, pero tiene su sistema auditivo libre para poder escuchar. Muchas personas trabajan escuchando música, buena radio; entonces yo sí creo que la radio podría tomarse nuevamente; siempre y cuando sea con producciones con la calidad que caracteriza hacer una radionovela, con efectos sonoros que te trasladen al momento y que te haga imaginar el diálogo que están viviendo los protagonistas. Entonces son muchos los recursos a lo que se puede acoger para revivir las radionovelas.

Tomando el caso sobre la famosa producción de “La guerra de los mundos”, se produjo primero en Estados Unidos y en Quito también, la hizo radio *Quito*. Fue un fenómeno, ¡Dios santo! las personas pensaron que los extraterrestres habían llegado. Entonces a eso vamos, la radio es magia, es sentido aditivo, entonces yo creo que podrían surgir otra vez las radionovelas, pero algo más refrescante, no la típica radionovela “fresa” de antes. Si existiera un medio de comunicación que quisiera emprenderlas, les iría bien.

3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?

Creo que el desarrollo de propuestas de entretenimiento, porque la mayoría de la radio se limita a programas musicales a magazines radiales, de ahí no pasan. Entonces, en realidad estamos hablando de un trabajo súper creativo, porque para eso está el libretista y libretear una novela no es lo mismo para televisión que para una radionovela, la radionovela tiene fuertes efectos sonoros y depende de la temática que quiera darle a la novela.

4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?

¿Cómo lograr? como te lo expliqué anteriormente. Hacer un producto de acuerdo a la época y tomando temas del tiempo que estamos viviendo, maltrato a la mujer, la drogadicción, temas como la delincuencia; no en el sentido de realzar esos temas, sino toparlos y brindar un mensaje social de lo que está aconteciendo en estos precisos momentos. Todo depende de la creatividad y la iniciativa que se le ponga al caso. Importante que se basen en temas de la actualidad, ese sería un punto a favor para resurgir las radionovelas.

Entrevista 5



Edison Casañas

- Lcdo. en Periodismo
- 30 años de experiencia en radio
- Productor de Radio Universal

1. ¿Sabe si en la actualidad se siguen produciendo contenidos basados en el desarrollo de radionovelas?

Casi no se produce radionovelas, aquí en nuestro medio no se hace, algunas radios optan por reproducir audios de YouTube, prefieren emitir: Tres patines, Kalimán, etc.

2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía?

Todos vivimos apurados, hacer seguimiento a un capítulo de una radionovela en la práctica es muy complicado.

3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?

Personalmente, todas las voces sirven, pero teatralizar los personajes se necesita de paciencia y mucha disciplina. A lo mejor pega una radionovela pícara, graciosa y bastante producción, es decir, efectos, musicalización, entonación etc.

4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?

Tal vez cuando se hable en el mismo idioma de esta generación, los mismos intereses, los mismos gustos, tecnología.

Archivos de productores radiales



Llamas a las radios



| Preguntas | Entrevistado Carlos Chiuisa | Entrevistado Federico Aroca | Entrevistado Cristian Chele | Entrevistado Julio Román | Entrevistado Edison Castañas |
|---|--|---|--|---|---|
| <p>1. ¿Sabe si en la actualidad en Guayaquil se producen contenidos basados en el desarrollo de radionovelas</p> | <p>Sé que hay en radios comerciales, que se producen, pero con el formato de radionovelas existen millón, pero el objetivo siempre es lo principal y a veces no siempre se lo hace con un sentido educativo o cultural, siempre lo hacen con el objetivo de entretenimiento y eso es lo que mayormente se lo puede encontrar en las radios FM, que quizás mencionaras no sería tan adecuado, pero sí se ha escuchado, sí sé que existen. Así mismo, se ha reducido en tiempo porque antes duraban 4, 10, 15, 20 minutos, pero ahora lo han reducido en forma de sketch, lo que tú a veces quieres ver en televisión, lo que han hecho es reducirlo y producirlo como radio y son personajes que también interactúan, pero han cogido personajes que ya para la mayoría de las personas ya los conoce, por ejemplo “El Padrino”, “La Vecina”, personajes infantiles, etc, porque ya son más fáciles de reconocer para las personas. Crear personajes, como por ejemplo “Lupita”, quizás en tu vecindario, en mi vecindario o en el vecindario de alguien puede existir una Lupita o crear el personaje de “George”, quizás tenemos a un vecino que tiene una tienda que se llame George y que por ahí vaya la cosa, entonces “ah el de la tienda me cobró caro, pero si es que yo cobro barato” y ahí se va formando una historia, entonces es más difícil hacer que las personas acepten un personaje nuevo, a ya utilizar digamos que el recurso mental de un</p> | <p>Desconozco porque al menos en Guayaquil no he escuchado, pero no sé si en otras provincias del país aún se sigue apostando por el tema de las radionovelas, lo que puedo decir es que en los medios que yo he trabajado en Guayaquil ya no se hacen. A veces hacen tipos de sketch que se dedican a la comedia, pero radionovelas como formato largo, no, sólo suelen ser sketches cortos.</p> | <p>En lo que es frecuencia FM no he escuchado radionovelas. Anteriormente las radios AM hacían eso porque FM no existía en ese entonces y no sé si en la década de los 60 o 70 habría alguna radio que lo hizo en Ecuador, se tendría que buscar esa información, pero en FM yo no he escuchado desde que tengo uso de razón y desde que trabajé en radio no he escuchado ninguna FM que me ponga una radionovela.</p> | <p>Bueno, radionovelas, en sí, directamente: no, pero en la actualidad, por ejemplo, a través de los programas educacionales, a través de <i>Educa</i>, hay espacios que son pre-producidos, utilizando el formato de radionovela, pero no radionovela en sí; porque cuentan en este caso, en el caso de <i>Educa</i>, si tiene la oportunidad de haber escuchado, hay como series, series con personajes en la cual, lógicamente, los locutores hacen las veces de personajes y le dan vida a ese tipo de series, lógicamente, dependiendo del diálogo y del capítulo que vaya a ser, se están manejando de esa manera para lo que es la producción. Los productos de <i>Educa</i> manejan algo similar a la radionovela. Yo me acuerdo tanto, hace muchos años, que la radionovela utilizaba la magia de la radio, porque nosotros con la magia de la radio a través de los diálogos que mantenían los locutores o, a su vez, los actores de la radionovela nos daban un aspecto totalmente distinto a lo que es la televisión en sí. Porque trabajaban con esa magia que tiene la radio de transmitir muchos sentimientos y muchos afectos, a través solamente de las ondas sonoras y la imaginación del oyente llegaba a imaginarnos y se desarrollaba la radionovela. También gracias a los efectos que bien utilizados y bien aplicados sabían poner los productores de estos productos comunicacionales. Pero en la actualidad ese formato que se le</p> | <p>Casi no se produce radionovelas, aquí en nuestro medio no se hace, algunas radios optan por reproducir audios de <i>YouTube</i>, prefieren emitir: <i>Tres patines</i>, <i>Kalimán</i>, etc.</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| | <p>personaje ya antiguo, que es lo que la mayoría de las radios actualmente están haciendo, al menos en FM que yo ya he escuchado.</p> | | | <p>daba a la radionovela, lo utilizan ciertas radios, pero para hacer parodias, en radios como <i>Canela</i>, radios como <i>Onda Positiva</i>, hacen este <i>sketch</i> cómico y utilizan ese formato de la radionovela para hilvanar sus diversos segmentos, pero en sí, la radionovela, hace muchos años dejó de ser un producto comunicacional, en el sentido que muchos medios radiales la dejaron a un lado, las dejaron olvidadas. Claro está, que todo depende de la creatividad, porque en esto de la producción, tanto para radio y televisión, nada está dicho; los diversos formatos se han readecuado conforme a la evolución de las nuevas tecnologías.</p> <p>Entonces, quién quita que de aquí a mañana pueda haber un espacio no de radionovela, sino, más bien, un espacio de novelas online, porque lastimosamente el internet ha sido parte muy importante para la difusión de diversos contenidos, pero, a su vez, el internet le quitó la magia a la radio. Con esto de las transmisiones en vivo a través de las diversas cabinas para dar a conocer quienes vienen a ser partícipes de diversos espacios, la magia de la radio se pierde. Por ejemplo, vuelvo y repito el caso de radio <i>Canela</i>, es una radio fuerte, y yo escucho los productos comunicacionales de ellos, pero ellos no hacen ninguna transmisión en vivo, a través de las redes sociales. Ellos solamente se dedican a emitir su señal propiamente dicha a través de la frecuencia FM, de la 90.5 de Guayaquil, entonces, ellos no hacen</p> | |
|--|--|--|--|---|--|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>ninguna emisión en vivo, entonces, ellos todavía están con ese chip en sus cabezas, que no está mal, la radio es para eso.</p> <p>La radio es audible, entra por el sentido auditivo y le da la oportunidad al oyente de dejarse envolver por ella y llevarle a diversos niveles. La radio en sí es maravillosa. Muchas personas me decían en la época que yo hacía locución: “usted es el locutor, lo imaginaba más fornido, más alto”. La radio te da muchas satisfacciones.</p> <p>Entonces con las radionovelas, todo depende de la creatividad de la gente, vuelvo y le repito, hay muy pocas radios que toman el formato de la radionovela, pero en otro sentido, por ejemplo, para los <i>sketchs</i> cómicos, le dan otro formato. En sí, no he escuchado un medio de comunicación que esté presentando radionovelas; en canales comunitarios, no he tenido la oportunidad de seguir canales comunitarios. Pero he escuchado <i>podcast</i> de diversas radios en otros países, como mecanismo de investigación de producción, para saber que suena en otros lados. Incluso hay entrevistas, por ejemplo, estuve escuchando en México, una entrevista por un recorrido en un zoológico.</p> <p>Entonces, durante la travesía estaba narrando, durante el recorrido del zoológico, el locutor y el guía estaban hablando sobre lo que observaban, porque estas personas no solo le querían llegar a la gente, sino a las</p> | |
|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|---|---|--|--|---|
| | | | | <p>personas que no pueden movilizarse a un zoológico o las personas que no pueden ver, personas videntes. Entonces el objetivo era que ellos escucharán el sonido propio de un zoológico. El sonido de las aves, el cacareo de las aves, el sonido de los diversos animales que pueden encontrarse en la naturaleza. Y sobre todo, me pareció muy llamativo, las descripciones, el peso y estatura de un animal, el colorido de los papagayos, sonidos característicos; entonces son situaciones que ayudan mucho a personas que no tienen la facilidad de llegar a cualquier lugar, que tenemos las personas que tenemos nuestros cinco sentidos bien puestos.</p> | |
| <p>2. ¿Cree que en la actualidad las radionovelas tienen la capacidad de ser un medio de entretenimiento para la ciudadanía guayaquileña?</p> | <p>Siempre un medio de comunicación o algo que te distraiga o algo que te saque de tu círculo, siempre será de entretenimiento, el pequeño detalle es cuál es la capacidad que uno puede llegar a tener como en este caso oyente de saber discernir si lo que me brindan como propuesta de entretenimiento es productivo, es bueno, es fructífero, porque todo puede ser de entretenimiento e incluso hasta ir a una discoteca se lo menciona como entretenimiento, e incluso ingerir bebida alcohólica se lo menciona como entretenimiento, pero eso. La capacidad de uno, del oyente de poder discernir qué denomino yo como entretenimiento sano, entretenimiento bueno, entretenimiento constructivo y que me aporta a mí. Actualmente es frecuente</p> | <p>Podría funcionar dependiendo de cómo se lo enfoque, hoy en día las redes sociales son las que están mandando, la radio no va a morir, pero está quedando relegada a lo que es más de transporte, nos queda como un medio de entretenimiento para los choferes, gente que maneja, ya en la casa muy poco se sintoniza radio. La gente llega a casa y lo que más pone son los streaming. Quizás un podcast, que es audio, por radionovela, quizás uno lo puede sintonizar digitalmente en la casa, pueda funcionar, pero hay tanta variedad hoy en día de entretenimiento, tanta diversidad que creo que justamente se ha quedado relegado el tema de la radionovela y no sé si realmente puede llegar a funcionar, depende como se lo</p> | <p>No solo de entretenimiento sino también educativo porque hay personas que nos interesan las radionovelas. Debería de existir un espacio para culturizarse tanto la audiencia auditiva, como las que no saben de radionovela, que nunca han escuchado una radionovela y que la escuchan por primera vez.</p> | <p>Mira, en realidad, la magia de la radio es única, entonces si hubiera medios que apostara a la producción de radionovelas les podría ir bien; porque, recordemos, la radio, mientras una persona está haciendo sus quehaceres domésticos, o en su oficina, tiene sus manos ocupadas, pero los oídos, el sistema auditivo lo tiene libre para escuchar lo que más le convenga. Entonces partamos de ese punto, muchas personas tendrán ocupadas sus manos, dibujando, cortando, cosiendo, pero tiene su sistema auditivo libre para poder escuchar. Muchas personas trabajan escuchando música, buena radio; entonces yo sí creo que la radio podría tomarse nuevamente; siempre y cuando sea con producciones con la calidad que caracteriza hacer una radionovela, con efectos sonoros que te trasladen al</p> | <p>Todos vivimos apurados, hacer seguimiento a un capítulo de una radionovela en la práctica es muy complicado.</p> |

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|
| | <p>encontrar en lo más fácil que es para el oyente coger una FM, pero no encontrar entretenimiento sano, entretenimiento constructivo, en la mayoría del entretenimiento que no sé si se lo podría llamar destructivo, pero sí que, en mi sentido lamentablemente cultural, de forma cultural no aporta y no crece.</p> | <p>enfoque y obviamente la creatividad con la que se lo haga.</p> | | <p>momento y que te haga imaginar el diálogo que están viviendo los protagonistas. Entonces son muchos los recursos a lo que se puede acoger para revivir las radionovelas.</p> <p>Tomando el caso sobre la famosa producción de “La guerra de los mundos”, se produjo primero en Estados Unidos y en Quito también, la hizo radio <i>Quito</i>. Fue un fenómeno, ¡Dios santo! las personas pensaron que los extraterrestres habían llegado. Entonces a eso vamos, la radio es magia, es sentido aditivo, entonces yo creo que podrían surgir otra vez las radionovelas, pero algo más refrescante, no la típica radionovela “fresa” de antes. Si existiera un medio de comunicación que quisiera emprenderlas, les iría bien.</p> | |
| <p>3. ¿Cuáles cree que son las barreras en el desarrollo de las radionovelas como forma de entretenimiento para la audiencia guayaquileña actual?</p> | <p>La capacidad de las personas que estén a cargo y más allá de la capacidad, no me refiero al hecho intelectual, sino a la capacidad de predisposición, porque a veces tu puedes tener todo los conocimientos, pero si no tienes el gusto, no tienes el querer y no tienes la predisposición de hacerlo, nada va a pasar y eso lo vemos en todo, porque podrás tener los mejores conocimientos del mundo y llegar a hacer presidente de alguna nación, pero si no tienes lo interno, lo que es la predisposición de realmente hacer las cosas buenas, termina todo siendo un desastre. Entonces el punto es la capacidad, pero no es intelectual, porque</p> | <p>Fue una tendencia en su momento, no deja de ser un formato interesante, pero en la llegada de la televisión en la década de los 50 o 60, la televisión fue más masificada, obviamente fue otro tipo de entretenimiento que fue el boom en esa época y la radio empezó a quedar relegada y las novelas pasaron a ser audiovisuales. Entonces la gente prefería ver lo audiovisual, que a escuchar la novela, pero por eso digo que no deja de ser un formato interesante, porque fue brutal, pero no sé si ya con los parámetros que se lo manejaba en el pasado, quizás nuevos parámetros revolucionarios vanguardistas, habría que hacer un estudio, hacer la propuesta,</p> | <p>La gente en radio no se arriesga a tener un tipo de programas como estos porque han de pensar que no es lucrativo, en este caso poderlo hacer, pero para mi criterio personal, debería de existir un espacio para que la gente se culturice de este espacio de la radionovela que lastimosamente y hay que ser realistas que está muerto porque no hay espacios de radionovela. Por ahí en <i>Radio Canela</i> he escuchado sketch que no son humoristas sino de la vida cotidiana. Me gustan que las radionovelas vuelvan a su auge de lo que eran antes, porque las radionovelas por lo que tengo entendido y espero no equivocarme, nacieron en Cuba porque tengo amigos cubanos que trabajaron</p> | <p>Creo que el desarrollo de propuestas de entretenimiento, porque la mayoría de la radio se limita a programas musicales a magazines radiales, de ahí no pasan. Entonces, en realidad estamos hablando de un trabajo súper creativo, porque para eso está el libretista y libretear una novela no es lo mismo para televisión que para una radionovela, la radionovela tiene fuertes efectos sonoros y depende de la temática que quiera darle a la novela.</p> | <p>Personalmente, todas las voces sirven, pero teatralizar los personajes se necesita de paciencia y mucha disciplina. A lo mejor pega una radionovela pícaro, graciosa y bastante producción, es decir, efectos, musicalización, entonación etc.</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>culturalmente de forma intelectual puedes encontrar internet, libros y personas a quien consultar bastante, pero la predisposición de saber que una radionovela es tedioso armar todo el paquete y saber que me voy a tener que dar mi tiempo a cada cosa y que todas las cosas salgan bien, porque si no sale bien ¿para qué?, es como cuando sacas a hacer una comida o un producto que consume el pueblo, la comunidad lo consume, un caramelo y si lo sacaste y está mal y está desabrido, no es dulce, es agrio, no lo consumen, no sirve, no vale, entonces para perder tiempo, esfuerzo y todo, mejor no lo saco. Entonces yo creo que digamos que ese sería el motivo por el cual a veces encontramos en la mayoría de medios de comunicación que no se produce radionovela, por el tiempo.</p> | <p>el lanzamiento y ver si realmente tiene aceptación o no. Yo creo que las tendencias y los movimientos mundiales, los nuevos formatos de entretenimiento han hecho que se quede relegada la radionovela.</p> | <p>en radios de allá y que saben de esta temática de las radionovelas y a la larga esto de las radionovelas en sí es algo interesante, pues a mí me tocó trabajar, editarla y aprender a manejar a los locutores. Y no solamente en que el locutor sea actor, tiene que ser multifacético porque tú en una radionovela puedes ser el malo, el bueno, el llorón, la llorona, la abuela, porque hay ocasiones en la que uno dice “consiguieron a una abuelita” y a veces es uno mismo que hace el doblaje o imposta la voz para hacerla de abuela, entonces eso es lo interesante de la magnitud del locutor, que también puedes ser actor de radio. Pero la producción en sí de la radionovela es interesante porque hay ocasiones en las que no solo es la locución o el actor o la actriz de la radionovela, aquí vienen también los efectos, la música, tiene que ser acorde a la historia que se utilice, que uno vaya contando o vaya narrando dentro de la radionovela, entonces eso es interesante. Como digo yo, ahorita es fácil porque tienes la máquina, buscas un efecto en internet y ya está, anteriormente no, anteriormente tenías que hacer el efecto, entonces era más complicado el asunto, pero regresando a la estructura de la radionovela, es algo de que hay ocasiones en que los actores o actrices no se ven, entonces graban por separado y después uno tiene que juntar la toma y decir graba de esta manera alegre porque la locutora anterior lo hizo de esta forma o en su defecto, “sabes que, escucha esta parte de ella de la</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | <p>locución actuada y te vas guiando” o lo que podemos hacer nosotros es grabar y tenemos ya editada la parte de la primera actriz, entonces hacemos escuchar la parte de la primera actriz y coge ella la secuencia de la intención que le puede dar para que sea acorde a lo que va pegado en la secuencia del texto, entonces puedes decir “oh! se me cayó el árbol” y la otra decir “¿pero cómo se te cayó el árbol?”. Es una secuencia y a larga eso también sirve bastante.</p> <p>Sobre la producción como le decía, aquí lo que más se enfoca son los efectos, la música, puedes ponerle por ejemplo viene alguien “mamá, mamá” y abres la puerta como que viene de la calle y cierras la puerta y la secuencia sigue dentro de la casa, como la bulla del televisor, los efectos de los platos, vasos, el gato por ahí que maúlla, el perro que ladra y el niño que llora, pero tienen esa secuencia de la sala o de una casa en este caso. Si estás en un velorio puedes ponerle un murmullo de gente, de grillos porque es en la noche y la mayoría de gente va de noche a un velorio, dependiendo si estas en el campo, si estás en la ciudad, un tráfico bajo de fondo, estas en una sala de velaciones, entonces es cuestión de que tú te guíes no solo con lo que dice el texto, debes tener como productor la magnitud de hacer crecer más el texto, no sólo con lo que te dice el papel y decir y “es que aquí pasó un carro” y más atrás se escucha un grito y tú te riges a lo que te dice el texto, no.</p> | | |
|--|--|--|---|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | <p>Uno como productor de radio y como productor de audio, en este caso en una creación de una radionovela, debes tener tus cinco sentidos bien puestos y escuchar así sea los 30 minutos que dure la voz , dentro de esos 30 minutos tú sabes dónde van los cortes, que puedes hacer tú, la secuencia o el cambio de escena en este caso, puedes ponerle por ejemplo, estas en un velorio, pero la siguiente toma te dicen “estamos en casa de mi tía”, entonces tú puedes poner un brillo o una secuencia o una transición de un efecto y cambias ya la escena, entonces eso también es interesante de que tengas que leer el texto.</p> <p>En el momento de que los personajes estén grabando como se hace ahora, una radionovela que puedes grabarla como lo puedes hacer en vivo, para mi es mucho más factible hacerla en vivo porque tienes toda la creación en ese momento, pero si lo haces tras bastidores, lo puedes hacer con más tranquilidad y lo vas grabando, entonces vas haciendo maquetas dependiendo de los programas de audio que se manejen, por ejemplo yo manejo el Audition, Brutus y Solforge, entonces son cuestiones de edición para programas de audio.</p> | | |
|--|--|--|---|--|--|

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|
| <p>4. ¿Cómo lograr que las nuevas generaciones de radiodifusores y radioescuchas se interesen por las producciones de radionovelas?</p> | <p>Dejando a un lado la comodidad, de pensar en qué podemos hacer la diferencia de parte de uno mismo, dejar a un lado la comodidad, porque si no se hace por ejemplo, radioteatro o radionovela es porque precisamente no hay tiempo, no hay esfuerzo, no hay personas que digan “yo voy a poner de mi parte para hacerlo”, porque el producto es bueno sino no se hubiera hecho y no tuviéramos las anécdotas que tienen abuelas, bisabuelos y tatarabuelos de decir “mijito, cuando yo escuchaba la radio, escuchaba la novela”, porque no había televisión, primero fue la radio, antes que la televisión y así escuchaban las novelas y yo todavía tengo a mi abuela que me habla de las radionovelas que escuchaba en esa época. Incluso en YouTube hemos podido encontrar siempre que se han filtrado videos de cómo se hacían las radionovelas anteriormente, utilizaban desde un simple efecto de sonido de cabalgar un caballo, utilizaban algo para hacer sonar en vivo y listo, la puerta realmente ponía el micrófono cuando abrías y cerrabas la puerta y sonaba. Entonces ¿cómo poder motivar al joven? simplemente que salga de la comodidad para que empiece a hacer algo diferente, porque si empieza a hacer algo diferente, todos vamos a seguir ese camino de hacer algo diferente, mostrar algo diferente y de seguir basándonos en el concepto original. La radio es creatividad, la radio es imaginación, es un mundo de imaginación, en la radio tú puedes transmitir qué es una catástrofe de un sismo, los</p> | <p>Hay que hacer un estudio, en las nuevas generaciones es muy difícil, hay que apostar por el streaming, porque ya mi sobrino de ocho años ya me habla de youtubers y yo a los ocho años nunca hablaba de youtubers, yo hablaba de lo que daba en la televisión, como las tortugas ninja, de las series que daban en televisión. En cambio, él me está hablando de youtubers, o sea que estamos hablando que los canales de youtubers hoy día para las nuevas generaciones. En un futuro de 10 años estamos hablando que un canal de YouTube va a tener más importancia que un canal de señal abierta, entonces yo creo que habrá que enfocar las radionovelas en el punto de vista de redes sociales, si hablamos de nuevas generaciones, porque las nuevas generaciones prácticamente no le paran bola a una radio, habrá que enfocarlos a las redes sociales y hacer como un tips entre la radio analógica abierta, más el tema de redes sociales con podcast, ese sería el propósito.</p> | <p>Se me ocurre que para eso podríamos hacer una radionovela de lo que se vive en la actualidad que es la drogadicción, que lastimosamente estamos inmiscuidos en esta plaga como denomino yo a la droga y podríamos hacer radionovelas educativas para la juventud sobre este tipo de mala vida para la juventud y que da pena ver a un muchacho de 14 o 15 años en una esquina inhalando o fumando, entonces esas cuestiones así habría que primero llegar a la juventud. No imponerles, pero que sepan que van por mal camino, entonces es una cuestión general de lo que debemos todos aportar en este caso, pero si existiría alguien o algo o algún tipo de radio que lo haga bienvenido sea, sería fabuloso.</p> | <p>¿Cómo lograr? como te lo expliqué anteriormente. Hacer un producto de acuerdo a la época y tomando temas del tiempo que estamos viviendo, maltrato a la mujer, la drogadicción, temas como la delincuencia; no en el sentido de realzar esos temas, sino toparlos y brindar un mensaje social de lo que está aconteciendo en estos precisos momentos. Todo depende de la creatividad y la iniciativa que se le ponga al caso. Importante que se basen en temas de la actualidad, ese sería un punto a favor para resurgir las radionovelas.</p> | <p>Tal vez cuando se hable en el mismo idioma de esta generación, los mismos intereses, gustos, mismos gustos, tecnología.</p> |
|--|---|--|---|--|--|

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| | <p>extraterrestres nos visitaron como precisamente fue basado en una radionovela antigua. Pero si todo el producto está bueno, la audiencia lo cree, lo consume más que todo, entonces la radio va a seguir siendo siempre creatividad e imaginación y nosotros como comunicadores tenemos que brindar eso, creatividad e imaginación, si no lo tenemos, no llegamos a hacer diferentes y no somos diferentes, somos igual que el resto y no resaltamos y la mayoría quiere brillar con luz propia.</p> | | | | |
|--|---|--|--|--|--|

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Sandoval Cabezas, Ana Cinthia**, con C.C: # 0951892983 autora del trabajo de titulación: Análisis de difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **27 de febrero del 2020**

F. _____
Nombre: **Sandoval Cabezas Ana Cinthia**
C.C. **0951892983**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|---|---|---|----|
| TEMA Y SUBTEMA: | Análisis de difusión y producción actual de la radionovela y su consumo en guayaquileños de entre 18 a 24 años. | | |
| AUTOR(ES) | Ana Cinthia, Sandoval Cabezas | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Elsa María Cortés Rada | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Filosofía | | |
| CARRERA: | Comunicación Social | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Licenciado en Comunicación Social | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 27 de febrero del 2020 | No. DE PÁGINAS: | 98 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Ciudadanía, medios y veeduría social | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Radionovela, radio, consumo sonoro, audiencias, jóvenes adultos | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | | | |
| <p>El presente trabajo de investigación apunta al análisis de la situación actual de la difusión y producción del género de la radionovela en radios guayaquileñas y su consumo en la audiencia guayaquileña de adultos jóvenes de 18 a 24 años. Para llevar a cabo esta investigación, se planteó presentar la historia y características de la radionovela como producto comunicacional a través de recursos bibliográficos; se realizaron encuestas telefónicas a directores radiales de la ciudad; se hicieron encuestas y un grupo focal a los jóvenes con la finalidad de saber si consumen radionovelas y qué tan familiarizados están con este producto comunicacional; y por último, se entrevistó a productores radiales sobre la forma de ejecutar radionovelas en la actualidad. A partir de los resultados se propone que el desinterés de los jóvenes de 18 a 24 años por la radionovela no se debe únicamente a su predilección por formatos audiovisuales, sino que entre sus causas se encuentran sus hábitos de consumo (98% se da a través de plataformas digitales) y la falta de disponibilidad de este género en las radios (solo 1 de las 58 radios de Guayaquil transmite radionovelas). Además, se considera que actualmente la mayor posibilidad de producción de radionovelas es desde un enfoque pedagógico, como un mecanismo para contar diversidad de historias para educar sobre hechos reales como el maltrato animal, la violencia de género, la drogadicción, entre otros, e intereses culturales como la historia, ciencias naturales y literatura.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | SI | NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-4- 0988206698 | E-mail: Sandoval.anita21@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE): | Nombre: León Molina María Auxiliadora | | |
| | Teléfono: 0985806729 - 04380 4600 ext. : 1411 | | |
| | E-mail: maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec – leonmolina.mariuxi@gmail.com | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |