



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Calidad de contenido en los programas de entretenimiento, variedades y humor de radio Canela 100.7 del cantón Machala.

**MEDINA IÑAGUAZO JEFFERSON STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

**SALINAS LOOR ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**Calidad de contenido en los programas de entretenimiento,
variedades y humor de radio Canela 100.7 del cantón Machala.**

**MEDINA ÑAGUAZO JEFFERSON STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

**SALINAS LOOR ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O
INTERVENCIÓN**

**Calidad de contenido en los programas de entretenimiento,
variedades y humor de radio Canela 100.7 del cantón Machala.**

**MEDINA IÑAGUAZO JEFFERSON STALIN
LICENCIADO EN COMUNICACION**

**SALINAS LOOR ANGIE PATRICIA
LICENCIADA EN COMUNICACION**

CARVAJAL ROMERO JUAN ANDRES

**MACHALA
2022**

CALIDAD DE CONTENIDO EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO, VARIEDADES Y HUMOR DE LA RADIO CANELA 100.7 DEL CANTÓN MACHALA

por Angie Salinas, Jefferson Medina Angie Salinas, Jefferson Medina

Fecha de entrega: 08-mar-2023 04:58p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2032392816

Nombre del archivo: Trabajo_de_titulaci_n_Jefferson_Medina_y_Angie_Salinas.pdf (495.18K)

Total de palabras: 9798

Total de caracteres: 52659

CALIDAD DE CONTENIDO EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO, VARIEDADES Y HUMOR DE LA RADIO CANELA 100.7 DEL CANTÓN MACHALA

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	<1 %
2	icono14.net Fuente de Internet	<1 %
3	dspace.palermo.edu Fuente de Internet	<1 %
4	Submitted to Universidad Santo Tomas Trabajo del estudiante	<1 %
5	Francisco Manuel Morales Rodríguez, José Miguel Giménez Lozano, Pablo Linares Mingorance, José Manuel Pérez-Mármol. "Influence of Smartphone Use on Emotional, Cognitive and Educational Dimensions in University Students", Sustainability, 2020 Publicación	<1 %
6	produccioncientifica.ucm.es Fuente de Internet	<1 %

7	mail.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
8	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
9	www.bibianaripol.com Fuente de Internet	<1 %
10	repository.pedagogica.edu.co Fuente de Internet	<1 %
11	bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
12	rocksinfrontera.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad del Rosario Trabajo del estudiante	<1 %
14	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
15	revistaespacios.com Fuente de Internet	<1 %
16	revistas.uptc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
17	Andrés Barrios Rubio. "Transformation of the Colombian Radio in the Informative Sonosphere of the SARS-CoV-2", Journal of Creative Communications, 2022 Publicación	<1 %

18	enginyeries.upf.edu Fuente de Internet	<1 %
19	www.gobernabilidad.cl Fuente de Internet	<1 %
20	www.pinterest.com Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Roehampton University Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Técnica Nacional de Costa Rica Trabajo del estudiante	<1 %
23	www.adscientificindex.com Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to The Open College Trabajo del estudiante	<1 %
25	ddigital.umss.edu.bo:8080 Fuente de Internet	<1 %
26	repositoryinst.uniguajira.edu.co Fuente de Internet	<1 %
27	2021.nodos.org Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %

29	Submitted to Systems Link Trabajo del estudiante	<1 %
30	docgo.net Fuente de Internet	<1 %
31	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
32	libmast.utm.my Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.iberopuebla.mx Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.uprit.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	slideplayer.es Fuente de Internet	<1 %
36	www.scielo.br Fuente de Internet	<1 %
37	pavieltectj.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
38	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	<1 %
39	vinv.ucr.ac.cr Fuente de Internet	<1 %
40	www.chasopys.ps.npu.kiev.ua Fuente de Internet	<1 %

41	www.pollux-fid.de Fuente de Internet	<1 %
42	www.religioneslatinoamericanas.com.mx Fuente de Internet	<1 %
43	"Q - S", Walter de Gruyter GmbH, 2020 Publicación	<1 %
44	María-Paula Pierella, Nadia-Soledad Peralta, María-Isabel Pozzo. "El primer año de la universidad. Condiciones de trabajo docente, modalidades de admisión y abandono estudiantil desde la perspectiva de los profesores", Revista Iberoamericana de Educación Superior, 2020 Publicación	<1 %
45	apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	bach.wu.ac.at Fuente de Internet	<1 %
47	colabora.softwarelibre.gob.ve Fuente de Internet	<1 %
48	dspace.umh.es Fuente de Internet	<1 %
49	integro.wsg.byd.pl Fuente de Internet	<1 %
50	llibreria.tirant.com Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
51	repositorio.unbosque.edu.co Fuente de Internet	<1 %
52	skypalace221b.blogspot.com.ar Fuente de Internet	<1 %
53	Ana Bizberge. "Estrategias de negocio de las plataformas de video en Argentina para el acceso a contenidos digitales en pandemia (2020-2021)", ZER - Revista de Estudios de Comunicación, 2022 Publicación	<1 %
54	addi.ehu.es Fuente de Internet	<1 %
55	internetpasoapaso.com Fuente de Internet	<1 %
56	jth2006.unizar.es Fuente de Internet	<1 %
57	periodicos.feevale.br Fuente de Internet	<1 %
58	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.usfq.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
	revistas.unimagdalena.edu.co	

60	Fuente de Internet	<1 %
61	scholar.archive.org Fuente de Internet	<1 %
62	www.anahuac.mx Fuente de Internet	<1 %
63	www.aneca.es Fuente de Internet	<1 %
64	www.cnn.com Fuente de Internet	<1 %
65	www.lasalle.ed.cr Fuente de Internet	<1 %
66	www.mantacity.com Fuente de Internet	<1 %
67	www.me.gob.ve Fuente de Internet	<1 %
68	www.opusdei.es Fuente de Internet	<1 %
69	www.ue-empresas.org Fuente de Internet	<1 %
70	www.uned.ac.cr Fuente de Internet	<1 %
71	www3.uva.es Fuente de Internet	<1 %

72

Natalia Rodríguez-Salcedo, Beatriz Gómez-Baceiredo. "A herstory of public relations: Teresa Dorn, from Scott Cutlip to Burson-Marsteller Europe (1974–1995)", *Journal of Public Relations Research*, 2017

Publicación

<1%

73

"Media Systems and Communication Policies in Latin America", Springer Science and Business Media LLC, 2014

Publicación

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

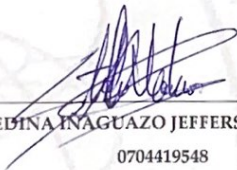
Los que suscriben, MEDINA IÑAGUAZO JEFFERSON STALIN y SALINAS LOOR ANGIE PATRICIA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado Calidad de contenido en los programas de entretenimiento, variedades y humor de radio Canela 100.7 del cantón Machala., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.


MEDINA IÑAGUAZO JEFFERSON STALIN

0704419548


SALINAS LOOR ANGIE PATRICIA

0706256260

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado para mi, por todos los esfuerzos que he realizado, por ser capaz de lograr todo lo que me he propuesto, se lo dedico a Dios por ayudarme tanto en todo esto, por darme la fuerza, la capacidad de poder culminar esta maravillosa etapa de aprendizaje, este trabajo también es dedicado para mis padres que siempre confiaron en mí y me brindaron su apoyo durante todo este tiempo, de igual forma gracias a mi familia, gracias a cada uno de los docente que impartieron sus conocimientos, gracias a cada uno de ustedes.

Salinas Angie

A mis progenitores, familiares y amigos que han sido un apoyo fundamental durante todo el trayecto académico. No obstante, una mención especial para mis compañeros y profesores de clase que, aunque hayamos tenido altos y bajos a lo largo de la carrera, hemos demostrado que somos capaces de cumplir nuestros objetivos y metas. Para aquella audiencia que aún no pierde el deseo de sintonizar frecuencias radiales positivas, sabiendo que, la mejor cura para las emociones negativas es la risa. Este público será la inspiración para las nuevas generaciones que están por venir.

Jefferson Medina

AGRADECIMIENTO

Un camino bendecido. Sin duda alguna a Dios que ha sido el impulso principal para llegar hasta donde estamos y queremos estar. No obstante, una mención especial a nuestro tutor y docentes que han sido la estructura esencial de apoyo por haber llegado hasta aquí y, si Dios lo permite hasta en un futuro laboral.

Los autores

RESUMEN

La parte fundamental de ofrecer una calidad de contenido radial de valor nos permite fortalecer nuestras capacidades de destrezas y aprendizaje. Es importante destacar este tema de investigación para que las personas que escuchan radio en la ciudad local se percatan más del contenido que están consumiendo. Se sabe con exactitud que el género informativo es el más usado en la sintonía radial. Partiendo de ese punto se mencionan las diferentes programaciones que ofrece una estación radial, siendo el punto focal y prioritario la comedia como entretenimiento radiofónico en la ciudad de Machala. Las emisoras deberían proponer contenido que aporte valor a una sociedad en sus diferentes géneros. En este caso el género humorístico es fundamental para liberar la emoción de la felicidad y eliminar las energías negativas del día a día. En Machala se ofrece una variedad de programaciones radiales a su público, sin embargo, es importante analizar el objetivo de contenido que ofrecen cada uno de ellos. Cabe recalcar que, en el ámbito humorístico existe su dirección popular, es decir, el público a quien se está dirigiendo. Por tal motivo, el presente trabajo desarrolla una trayectoria de examinar percepciones de los usuarios que consumen dicho contenido, con el propósito de conocer si aporta algún fortalecimiento a su sabiduría racional o emocional. Dicho esto, se plantean las siguientes interrogantes: ¿Qué es calidad de contenido? ¿Cuál es la correlación entre humor y profesión periodística radial? ¿Cuál es el impacto de la producción radial humorística hacia los oyentes del cantón Machala? Para responder a estas interrogantes se aplicará estrategias de análisis cualitativo y descriptivo - analítico. Al concluir dicha investigación, se estudiarán las expectativas de la opinión pública en conjunto con sus recomendaciones y experiencias.

Palabras claves: Radio, programas, contenidos, medios, humor.

ABSTRACT

The fundamental part of offering quality radio content of value allows us to strengthen our skills and learning capabilities. It is important to highlight this research topic so that people who listen to radio in the local city become more aware of the content they are consuming. It is known exactly that the informative genre is the most used in radio tuning. Starting from this point, the different programs offered by a radio station are mentioned, with comedy being the focal and priority point as radio entertainment in the city of Machala. Broadcasters should propose content that adds value to a society in its different genres. In this case, the humorous genre is essential to release the emotion of happiness and eliminate negative energies from day to day. In Machala, a variety of radio programming is offered to its audience, however, it is important to analyze the content objective offered by each of them. It should be noted that, in the humorous field, there is its popular direction, that is, the public to whom it is being addressed. For this reason, the present work develops a trajectory of examining perceptions of users who consume said content, with the purpose of knowing if it contributes any strengthening to their rational or emotional wisdom. That said, the following questions arise: What is content quality? What is the correlation between humor and radio journalistic profession? What is the impact of the humorous radio production towards the listeners of the Machala canton? To answer these questions, qualitative and descriptive-analytical analysis strategies will be applied. At the conclusion of said investigation, the expectations of public opinion will be studied together with their recommendations and experiences.

Keywords: Radio, programs, content, media, humor.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
ÍNDICE.....	6
1.- CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO.....	8
1.1. Justificación y planteamiento del problema	
1.1.1. Justificación	
1.1.2. Planteamiento del problema	
1.1.2.1. Problemas secundarios	
1.2. Objetivos de la investigación	
2. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	13
2.1. Fundamentación teórica	
2.1.1. Calidad de contenido radial	
2.1.2. Programas radiales humorísticos	
2.1.3. Entretenimiento radial	
2.1.4. El humor en la radio	
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	22
3.1. Enfoque de la Investigación	
3.2. Nivel o Alcance de la Investigación (descriptivo-analítico)	
3.3. Universo, población y muestra	

3.3.1. Universo	
3.3.2. Población	
3.3.3. Muestra	
3.4. Técnicas e instrumentos a utilizar	
3.4.1 Encuestas	
3.4.2. Entrevistas	
4. RESULTADOS.....	25
4.1. Resultados y discusiones	
4.1.1. Resultado de las entrevistas realizadas a los expertos	
4.1.2. Discusiones	
4.2. Conclusiones y recomendaciones	
4.2.1. Conclusiones	
4.2.1. Recomendaciones	

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

1.1. Justificación y planteamiento del problema

1.1.1. Justificación

El presente trabajo se originó a partir de una experiencia asistida con un grupo de estudiantes de Comunicación en el parque central de la ciudad de Machala, año 2022, quienes reseñaron el consumo histórico de la radio como actividad cotidiana en la vida de muchas personas. Al respecto, llamó la atención que los jóvenes no solo escuchan noticias y crónicas informativas, sino, también programas cómicos radiales, en este caso, se frecuentaba el consumo de Radio Canela 100.7.

En este proyecto se recalca que no todos los jóvenes están acostumbrados a leer un periódico o escuchar noticias en soportes impresos o visuales. A través del tiempo, los programas radiales han marcado historia y valores en la comunidad orense, manteniendo vigente su sintonía; en particular, en programas de entretenimiento.

Se considera fundamental realizar esta investigación por cuanto como estudiantes de comunicación se busca conocer el impacto de los programas radiales de entretenimiento en los estudiantes de comunicación. A través de encuestas y entrevistas se podrá analizar la información obtenida, la cual servirá de insumo para la creación, a futuro, de un programa radial que no pierda la esencia humorística y que eduque en valores.

1.1.2. Planteamiento del problema

La importancia de ofrecer contenido radial está muy opacada en base a calidad de producciones radiales en la ciudad de Machala. Por consiguiente, la perspectiva de los oyentes es diferente a lo que los demás están acostumbrados a escuchar en una radio. La abundancia de programas de entretenimiento, variedades y humor es esencial para que una persona libere emociones cuando esta sintonía entre por su oído, llegue a su cerebro y cambie su estado anímico.

Las instituciones radiales deberían impulsar estos tipos de programas cómicos que liberan en un alto porcentaje de estrés a las personas cuando están en determinada situación. Por eso, en la ciudad de Machala se sintoniza la radio Canela 100.7 FM, ya que su programación es de comedia y diversión. Entonces, eso incide en el planteamiento de la pregunta principal del estudio: ¿Cuál es la perspectiva de los comunicadores y oyentes que sintonizan radio Canela 100.7 FM sobre la calidad de contenido de sus programas de entretenimiento, variedades y humor?

1.1.2.1. Problemas secundarios

Para esta investigación, se plantearon los siguientes problemas secundarios:

- ¿Qué es calidad de contenido?

En el camino radial el comunicador ha logrado llevar de la mejor manera la creación de contenidos con el fin de presentar una buena parrilla de producción, generando variedad de contenidos, es por eso que es importante recalcar el papel de comunicador, hay que tener en cuenta que en la actualidad el creador de contenidos debe adaptarse a las nuevas tendencias, al ser partícipes del avance en la comunicación, nos enfrentamos a los nuevos retos comunicativos.

Al referirse a las tendencias en radio, Cardona y Vaca (2019) indican:

Desde sus inicios la radio ingresó a los hogares de los ciudadanos como un medio de proximidad. Este contaba con la capacidad, en cuanto a la comunicación, de posibilitar la interactividad entendida como conversación, el manejo del lenguaje oral, el apoyo de una comunicación precisa y el desarrollo de una escritura apropiada invitando a la reflexión, generando una relación directa con los usuarios. (p. 5)

Se debe tener en cuenta que los contenidos radiales de cierta manera tiene influencia en el público al momento de dar y tomar una decisión que implique el ámbito social. Otra de las preguntas secundarias es:

- ¿Cuál es la correlación entre humor y profesión periodística radial?

En años anteriores, las profesiones se veían direccionadas a un solo camino en el sentido laboral puesto que, muchas de las veces un profesional podía estancarse en una única rama de su profesión, la cual, su desenvolvimiento en el campo laboral se proyectaba a resultados básicos. Si quería expandir sus conocimientos en otra área se tenía que tomar otro periodo de tiempo de preparación, es decir, implicaba más tiempo en capacitaciones y omitía las oportunidades que se les presentaba.

Actualmente, las profesiones que provienen de una misma rama se pueden desarrollar dentro del mismo tiempo y espacio de estudio. La profesión del comunicador se puede expandir en diferentes áreas que conlleva una correlación entre ramas de estas mismas. El sentido del humor se ve implicado cuando tratamos de provocar emociones de confianza que unan a las personas con el ponente. Cabe recalcar que, el campo en el que se desarrolla un profesional de la comunicación está implícitamente relacionado con el uso de la gracia y la ironía, la cual hace uso en programas culturales y de entretenimiento, ya sea en producciones como: televisión, radio o en caricaturas en medio impreso.

Desde esta perspectiva un profesional en periodismo debe tener la capacidad de apartarse a diferentes circunstancias, donde su conocimiento pueda ayudar a desarrollar un mejor contenido y si este se vincula a la comedia el reto es aún mayor.

Zambrano, García y Barrios (2019) consideran que “las nuevas tecnologías han obligado a los medios de comunicación a reinventarse para responder a los retos que están exigiendo las industrias culturales”. (p. 2)

En la actualidad muchos medios de comunicación han utilizado varias maneras de poder llevar la información, algunos de ellos han seguido modelos ya existentes, mientras que otros han optado por crear propios, sin embargo estos han entrado en juicio por parte de la sociedad.

Es de este modo que León & Vélez (2021) en su investigación sobre la *Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo*, mencionan a los medios como aquel instrumento expuesto siempre a las críticas, esto debido a los formatos y enfoques que utilizan para abordar la noticia, pero que también debe cumplir con reglas éticas y profesionales.

Al referirse sobre la forma de comunicar Rosero (2020), indica:

La tarea de comunicar también se la define como la guía de la información que se emite, para así llegar al perceptor sin distorsionar el mensaje, y por que también es un proceso de interacción mediante gestos y símbolos. La información es el elemento necesario dentro de la sociedad para poder establecer vínculos e interactuar con el contexto, inculcando valores, hábitos y nuevos conocimientos culturales mediante su implementación. (p.29)

La aplicación del sentido del humor en programas radiales sobre todo de entretenimiento, está enfocado en brindar diferentes géneros que capte a su audiencia y, que esta se vuelva leal en sintonizarlos día tras día. Entonces, la preparación de una buena idea plasmada en un guión radiofónico es fundamental para el éxito de un programa grabado o en vivo. Por consiguiente, los locutores tienen el deber de seguir el guión e ir aplicando sus conocimientos profesionales en dicha área radial. En este caso, la improvisación y la exageración de una situación son excelentes métodos para transmitir alegría y provocar una risa a la audiencia.

- ¿Cuál es el impacto de la producción radial humorística hacia los estudiantes de comunicación de sexto y séptimo semestre de la universidad Técnica de Machala?

La persuasión de los medios ha sido una herramienta fundamental para obtener una audiencia estable y que sean capaces de recomendar a las demás que vean o escuchen dicha producción. En Machala, las noticias más escuchadas son las de deportes, crónica, entretenimiento, entre otros. Muy pocas son las producciones radiales humorísticas, por ende, este impacto es positivo debido a que libera dopamina en el cerebro y, automáticamente, el ser humano se contagia de alegría y felicidad, por lo que va a querer consumir más de este contenido.

A partir de ello, podemos decir que el impacto que produce este contenido auditivo es entre medio y alto, dependiendo del locutor o actor de quién esté detrás de ese micrófono. A nivel cantonal la sensación de la producción radial humorística hacia los oyentes es bastante alta, los programas radiales utilizan herramientas comunicativas que logran captar la atención del oyente, lo cual permite que se mantenga la relación entre el comunicador.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo General

- Realizar un análisis de contenido de Radio Canela 100.7 FM en su espacio de entretenimiento, variedades y humor.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar, desde la revisión bibliográfica, los indicadores de calidad presentes en programas radiales de entretenimiento, variedad y humor.
- Caracterizar la percepción de profesionales y estudiantes de Comunicación sobre la calidad de contenido de Radio Canela 100.7 FM en sus espacios de entretenimiento, variedades y humor.
- Evaluar la calidad de contenido de Radio Canela 100.7 FM a través de indicadores cualitativos y matrices de información.

2. ANTECEDENTES DEL TEMA

En los últimos años la calidad de contenidos radiales ha ido mejorando y se ha ido adaptando a las nuevas necesidades del radioyente con el propósito de innovar a la hora de presentar su parrilla de producción radial, es así que con el paso del tiempo este medio ha tenido que evolucionar. Para desarrollar el siguiente trabajo de investigación se tuvo que buscar estudios referentes a la radio, con la finalidad de analizar la calidad de sus contenidos en los programas de entretenimiento, variedades y humor.

Daniel Prieto (1993) citado en la investigación de Dávila y Portugal (2019), establece que la radio ha logrado mantenerse a través, a la vez menciona que el medio “nunca se apartó de la vida cotidiana de la gente; desde allí, ha construido y sostenido cada sonido” (p.3). En la actualidad el medio representa una transformación que se adapta a los estilos de vida.

De acuerdo con Malmberg & Awad (2019), el humor ha sido un recurso muy utilizado por diferentes medios y la radio no es la excepción, el uso de contenido vinculado al humor logra facilitar el proceso de comunicación con diversas sociales, provocando en las personas o este caso en los oyentes un alivio de aquellos temas que dentro de los grupos sociales puede llegar a ser conflictivo.

Al inicio de las transmisiones radiales, se narraban películas de toda índole mediante las emisiones en vivo, pero sus resultados eran escasos cuando se sintonizaba sobre diferentes hechos en tiempo real. No obstante, un ejemplo referente a esta materia, es cuando la sociedad pudo conocer lo que sucedió en Pearl Harbor en 1941. En ese entonces se escuchaban los bombardeos y de posibles invasiones de los nazis a través de su flota de submarinos. En medio de este hecho muchas personas se entretenían naturalmente, es decir, jugando en el parque, socializando y demás actividades entre ellos mismos.

La creación de un guión radial fue fundamental para los próximos programas que saldrían al aire. Desde ese entonces estos tipos de contenidos fueron tomando fuerza a grandes masas,

puesto que se podía encontrar variedad a la hora de escuchar la radio. Un contraste de esto es que gran parte de los programas radiales solo narraban hechos o sucesos polémicos y noticias de actualidad. Fue así cuando en 1942, se dio un tipo de contenido radial diferente. En dicho año se transmitió en vivo *La tremenda Corte* que fue un programa muy conocido en Cuba. A tal grado que, se produjo para televisión en México.

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Calidad de contenido radial

El análisis de la calidad de contenido radial constituye una serie de técnicas que servirá como apoyo para evaluar las condiciones de las producciones radiales a nivel interno y externo. Es decir, recopila cierta información que dará resultado y, a través de esto se podrá saber si es favorable tanto para el medio como para la aceptación del público. Es importante realizar estos tipos de investigaciones antes de lanzar al aire un programa, debido al tiempo y trabajo que maneja. Según Barón y Tellez (2021) “un programa radial se constituye en herramienta para promover la cultura, participar en el ámbito político y discutir aspectos importantes de las comunidades locales”. (p. 6)

El análisis de los contenidos ayuda a examinar la información que se está esparciendo para de esta manera no caer en la desinformación y seguir manteniendo la veracidad en la información. La calidad de contenido siempre ha guardado relación con el tipo de formato o medio que se utiliza para difundirlo, Piñeiro & Martín (2018) postulan que pese a que el periodismo ha sido la base de la Comunicación como profesión y a pesar de la postura de los “radio studies”, este estilo ha perdido valor dentro del medio sonoro, donde captar la atención del oyente es una tarea más difícil de realizar, por ende debe abordarse con mayor perspicacia.

Al referirse a la calidad de contenido Sánchez (2021) indica que:

A pesar del gran desarrollo mediático que ha tenido el periodismo en el país, la calidad en sus contenidos no ha avanzado de la misma manera. En Ecuador, la información tiende a contar con poca investigación y llega incluso a fundamentarse en rumores. (p. 4)

Como marco de referencia, el análisis de contenido cuenta con algunos conceptos que es necesario tener en cuenta.

Resaltar los tipos de calidad de contenido que existe dentro del mundo del entretenimiento, es fundamental para estructurar este material y, así será más legible al momento de realizar un análisis de guión para una programación radiofónica apta para la adquisición de la audiencia. Con ello, el medio radial estará pendiente si los contenidos expuestos ante la sociedad será contraproducente o aportará valor en cualquier transmisión radiofónica que se presente.

Castillejos (2019), considera que “es importante señalar que la creación de contenidos puede generarse tanto dentro como fuera de línea, desarrollarse en ambientes formales, no formales o en los informales”. (p. 4)

Para Moreno & Román (2020), en base a su postulación y perspectiva sobre el medio sonoro, “La programación radiofónica obedece a unos contenidos ordenados, según unos criterios de selección, planificados por una empresa radiofónica y su repercusión en la audiencia” (p.1), estableciendo a este medio como el que mejor consolida la relación emisor-receptor, permitiendo influir en la sociedad con el uso de distintos formatos o estilos.

La radio tiene incidencia en su público si el objetivo es persuadir, en palabras de Martínez y Herrera (2019), “las radios cumplen un papel fundamental dentro de una comunidad, este medio está comprometido en aportar en la construcción y desarrollo de determinado lugar con la finalidad de que sus habitantes generen espacios de información, educación, cultura y

comunicación” (p 10). Mientras que García Amorós (2018) afirma en cuanto a las noticias falsas lo siguiente:

(...) vivimos tiempos inmediatos, y en esta época, en el mundo de la información importa más ser los primeros que los más certeros y las redes sociales nos empujan a ello, y parece que nos lo ponen muy fácil. En este hábitat germinan fantásticamente las fake news. A ellas les va de maravilla que todo vaya de prisa porque su objetivo es viralizarse antes de que alguien dé la alerta y destape el bulo (p. 6).

De esta manera, se conserva el sentido de que los medios radiales al ser tradicionales, existen también las fakes news. Sin duda alguna, puede estimular a dudas psicológicas sobre el entorno de las personas que sintonizan algún medio de comunicación. Dichos actos lo realizan con el objetivo de desinformar o camuflar una situación que se está dando y, esto perjudica a la fiabilidad del medio que desarrolla este contenido.

Las nuevas tecnologías han permitido que la producción radial tenga un notable mejoramiento, además de la optimización de tiempo y de recursos. El ordenador y el internet son parte fundamental en esta nueva forma de hacer radio, de una manera rápida, ágil y dinámica. Ahora, la radio se caracteriza por la navegación, la interactividad, la fragmentación y la individualización. Para Rodero y Blanco (2020) la radio es: “el medio considerado como más creíble, neutral y el que los oyentes consideran más cercano, el que más distrae y hace sentir en compañía”. (p. 3)

2.1.2. Programas radiales humorísticos

De acuerdo con Pedrero, Marín y Martínez (2022) en base a Martí (1994), “La programación radiofónica se configura sobre tres conceptos básicos: la coherencia, la planificación y la continuidad” (p.2). La coherencia permite que los contenidos se relacionen de forma correcta,

mientras que la planificación ayuda a que exista un hilo conductor dentro de la programación y por último la continuidad marca la separación entre un programa y otro sin perder la relación y permitiendo que la audiencia reconozca a cada uno de ellos.

Los programas radiales humorísticos han sido el impulso emocional para que el público pueda entretenerse mientras realiza sus actividades cotidianas o si requiere llenarse de buenas vibras.

El radioteatro es un programa radial de diversos géneros que generan picos y valles emocionales en una persona. Desglosando sus tipos, esta creación humorada aporta distintos valores humanos que construyen una sociedad que fomente el desarrollo personal y en conjunto. Al referirse al radioteatro Dido (2022), infiere:

El radioteatro como expresión de algunos elementos de la cultura popular se constituye así en objeto de investigación cuyas conclusiones pueden enriquecer el conocimiento de la estructura social, la producción de sentido y la circulación de los discursos sociales, como aportes a una teoría de la sociedad. (p. 9)

Desde la perspectiva de Sola, Segura y Nogales (2020) y en base a lo expuesto por Antón (2014), la creatividad, el humor y la ficción radiofónica son piezas claves a la hora de querer captar la atención del oyente y por esta razón la radio su uso es primordial dentro de los contenidos radiales. Sin embargo, no existe nada que asegure la forma en que el consumidor o oyente va a tomar el contenido expuesto mediante el uso de la comedia.

Desde hace más de treinta años, algunas estaciones de la amplitud modulada ofrecen una historia breve y divertida que parodia los juzgados correccionales cubanos bajo el título *La tremenda Corte*. Durante quince minutos los radioescuchas se recrean no sólo con la diversión y el entretenimiento ofrecidos por las historias de un hipocondríaco juez y su secretario. A partir de esto, se han dado variedades de programas las cuales buscan impartir su contenido hacia una gran masa. Al tratar de la radio para Villafranca y Lozano (2020):

(...) de forma habitual, escuchamos las noticias en el trayecto de ida y vuelta al trabajo o música cuando viajamos en el automóvil. Es necesaria la búsqueda de nuevas formas de consumo y la fidelización de nuevos oyentes poco acostumbrados a sintonizar el dial de la forma tradicional. (p. 1)

"Hacer humor implica salir de la formalización exagerada y convertir a la risa en una señal de comportamiento convencional que indique entendimiento de un asunto. Se parte de la existencia de hibridaciones entre formas comunes de comunicar y modelos más complejos para opinar", (Sánchez, 2020).

2.1.3. Entretenimiento radial

Sabemos que el entretenimiento radial en la actualidad se ha adaptado a las necesidades de los oyentes, esto ha permitido hacer modificaciones a la hora de transmitir cualquier tipo de información.

Al tratarse del medio radial Martínez (2022) indica:

Desde una mirada más amplia, la intención de enfocarse en la radio y en las personas que la volvieron posible responde a la necesidad de reflexionar históricamente sobre las transformaciones que propició en la vida cotidiana en la década del treinta, sobre las representaciones de una sociedad cada vez más compleja y cambiante, sobre los sentidos construidos en torno a lo que podía ser escuchado, transmitido y consumido. (p. 8)

En la investigación *La radio postbroadcasting.: La expansión de las radios en sitios web y redes sociales en el norte argentino*, realizada por Avilés (2019), las radios que hacen uso del entretenimiento y la música como recurso de gran potencial para llegar a las audiencias, al utilizar acrecentar su capacidad para llegar a más consumidores, viendo en los formatos actuales sus aliados.

Para Barrantes (2018), las nuevas tecnologías ayudaron a transformar la forma de consumir contenido, los medios han como la televisión y la radio han permitido un mayor contacto social, no solo se basaron en informar, también permiten que exista aprendizaje y diversión, son parte de todos los procesos cambiantes que se vive en la actualidad.

Al hablar del entretenimiento radial hablamos de la diversidad de contenido que se puede llegar a tener, sabemos que durante muchos años la radio ha logrado un gran impacto en la ciudadanía a la hora de comunicar, al momento de escuchar cualquier tipo de programación radial, donde se utiliza un lenguaje cotidiano la información es interpretada con mayor facilidad.

Romero (2019), considera que “A través de un buen manejo del entretenimiento se busca despertar en el oyente su curiosidad por la cultura y su capacidad de pensamiento crítico”. (p. 6)

En cambio, el entretenimiento audiovisual es diferente, tanto para captar audiencias como su calidad de contenido. Además, cumplen con horarios establecidos, debido al impacto visual que este proyecte. Generalmente, en el mundo de la televisión, sus programaciones están establecidas desde el contenido más infantil hasta el contenido mayor, es decir, la cronología de estos proyectos son: Horario matutino para niños, horario vespertino para adolescentes y horario nocturno para adultos. Por ello, Almeida y Barahona (2022) sobre el contenido audiovisual:

(...) la premisa de cómo el cómic y los videojuegos, a diferencia del siglo anterior, han cobrado una mayor relevancia en la vida social humana, a tal punto que han influido de manera significativa en un ámbito aparentemente distinto como lo es el audiovisual, al grado de ser un referente para la producción de contenido transmedia. (p. 16)

Otro punto es que la radio tiene beneficios cognitivos de desarrollo de aprendizaje y destrezas a largo plazo en los oyentes. Esto quiere decir que, los medios radiales no solo se basan en

establecer programas informativos o cómicos en su totalidad, sino que, a su vez, tengan contenido formativo que instruya el desarrollo académico humano sin importar la edad.

Al referirse sobre la radio, Mamani (2019) menciona:

(...) tiene la oportunidad de transmitir en cualquier momento informaciones desde el lugar de los hechos o desde cualquier sitio. El mismo que por medio de sus mensajes hace reflexionar, genera imágenes mentales en los oyentes de lo que se está transmitiendo. (p. 4)

Por otro lado, Aguilar (2020) considera que, “de acuerdo con las teorías de la comunicación, para la realización exitosa de acciones en la producción de emisoras radiofónicas, ya sean tradicionales o en línea, es necesario delimitar un público meta al cual vaya dirigido”. (p. 25)

La efectividad del medio vale tanto para contenidos curriculares como para actitudes y valores.

Como afirma Burgos (2019):

(...) los medios de comunicación tradicionales son aquellos que se expiden por un emisor y se recogen de manera similar por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce como la televisión, la radio, y el periódico, asumiendo como objetivos informar, formar, y entretener. Debido a la aparición del internet estos se vieron obligados a migrar a las redes (p. 1).

2.1.4. El humor en la radio

El humor ha sido utilizado como una herramienta en las programaciones radiales, en una forma de entretenimiento y comunicación, el humor en la radio se utiliza a manera que se pueda expresar diferentes tipos de sentimientos con el propósito de que estos sean captados con mayor facilidad, mediante la utilización de recursos tales como la imaginación y los conceptos mentales que se crea a la hora de escuchar algún tipo de información. “El humor permite que el oyente preste atención, siga el desarrollo del argumento y por ello asimila el contenido

conceptual, ya que fomenta la reflexión, al ofrecer conceptos de una forma que incite a la imaginación y a la creatividad” (Medina, 2017).

Navarro y Portugal (2019) sobre el uso social de la radio indica: “dentro de los usos sociales de la radio, se deben tener en cuenta los horarios de la rutina de las audiencias, con relación a la programación diaria de la emisora”. (p. 6) Esto se debe tomar en cuenta ya que, el contenido dependerá del horario de programación.

Para Ruiz (2019) es necesario reconocer que “cuando nos enfrentamos a discursos donde el humor es uno de sus ingredientes, aspectos como el contexto, el medio o canal utilizado y el hablante y el oyente se convierten en clave para la interpretación”, donde el contenido difundido se puede interpretar de diferentes formas.

Entretener es uno de los aspectos más difíciles y su nivel de complejidad aumenta cuando este contenido sólo puede ser compartido con las personas por medio de audio, como es el caso de la radio, por esta razón los productores dentro de una radio deben tener la capacidad de llegar a la audiencia, Tizón (2020) define a:

(...) el humor controla, cohesiona, divierte, humilla... El humor es una herramienta poderosa que puede ser controlada desde la conciencia de quien lo usa, ya que, conociendo el propósito que se persigue y el contexto en donde se desarrolla, el poder puede ser mucho mayor (p. 3).

“La adaptabilidad del humor a cada contexto de uso evidencia procedimientos y efectos diferentes” (p.15), esto también se debe a la audiencia, algo que el medio radial ni ningún otro medio no pueden controlar es la reacción de las personas que consumen el material realizado, (Ruiz, 2019).

De acuerdo con Navarro y Expósito (2018), la radio logró romper esquemas en un mundo estático, con música y palabras transformó una era y ha logrado mantenerse con los años,

adaptándose a los cambios y fusionando su contenido, incluso en sus inicios reemplazó al teatro, la ópera, los conciertos y la prensa escrita.

Desde esa perspectiva se puede catalogar de diversas formas a la radio e incluso reconocer el alcance que ha logrado y su presencia en la vida de las personas, Rodero y Blanco (2020), “La radio siempre ha demostrado ser un medio que se adapta fácilmente a situaciones de crisis”, (p. 2).

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación será cualitativo, ya que los resultados obtenidos son a partir de la recolección de datos en conjunto con las técnicas como: entrevistas, encuestas y observación. Esto genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibida la calidad de contenidos por la población objetivo. Por ende, colabora en definir con opciones importantes de dicho tema.

Al referirse sobre la metodología cualitativa Gutiérrez (2021) indica que:

Consiste en describir con la mayor fidelidad posible la valoración que hacen de ella los sujetos, la realidad que se pretende investigar, intentado comprender el punto de vista de los protagonistas de las interacciones observadas, el sentido de la realidad estudiada. (p, 17)

3.2. Nivel o Alcance de la Investigación (descriptivo-analítico)

La investigación será descriptivo-analítico, la cual detalla las características como también el punto de vista de profesionales y de grupos sociales en el ámbito de locución radial en el cantón Machala. Además, se analizará con datos estadísticos dicha información con el fin de dar respuestas a las preguntas que están estructuradas en nuestra investigación.

3.3. Universo, población y muestra

3.3.1 Universo

Para esta investigación se optó por un universo finito la cual se analizará el total de individuos o sujetos que puede presentarse en una determinada característica conveniente a ser estudiada. Por ende, está fijado en los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Machala que sintonizan o escuchan programas de entretenimiento matutinos con el fin de llevar a cabo estudio o análisis sobre dicho contenido.

3.3.2 Población

Este proyecto se desarrolló con una población uniforme fijado en los estudiantes de sexto y séptimo semestre de comunicación que han realizado sus prácticas preprofesionales en algunos medios de comunicación de la ciudad de Machala. Estos grupos de estudio serán fundamentales para un análisis más profundo en base a la problemática y los objetivos de la investigación.

Condori (2020) respecto a población: “elementos accesibles o unidad de análisis que pertenecen al ámbito especial donde se desarrolla el estudio”. (p. 3)

3.3.3 Muestra

Es una muestra de 45 estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Machala.

3.4. Técnicas e instrumentos a utilizar

3.4.1 Encuestas

Pozzo, Borgobello y Pierella (2019) afirman: “El cuestionario es concebido como el instrumento que se diseña en el marco de un proyecto de investigación elaborado a partir de objetivos específicos” (p. 3).

Las encuestas son una técnica del método cuantitativo que recolectan información fundamental con una respuesta más exacta del encuestado. Se realizó con preguntas cerradas. En este caso, se realizó una encuesta a través de la herramienta Formularios de Google, la cual, nos permitirá

conocer las perspectivas de diferentes públicos que escuchan radio en horario matutino de la ciudad de Machala.

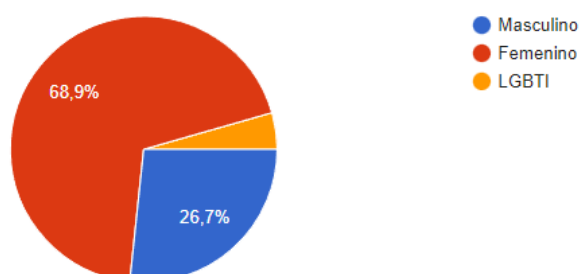
3.4.2. Entrevistas

Esta técnica es fundamental para intercambiar opiniones mediante una interacción social entre dos o más personas. Dicha capacidad es interpretada por el entrevistador y el entrevistado con el fin de recolectar información a profundidad que pueda ser utilizada para un estudio.

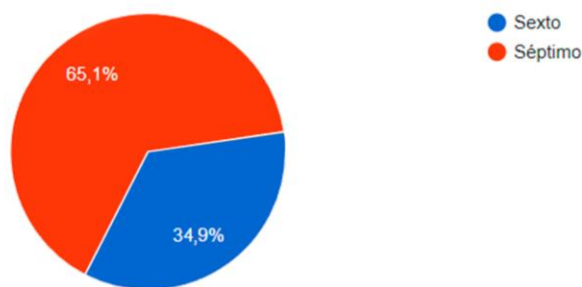
Para este proyecto, se aplicó esta técnica a expertos y profesionales en relación al tema de investigación, entre ellos: directores de radio, guionistas, sonidistas y locutores a fin de conocer sus puntos de vista sobre calidad de contenido en los programas de entretenimiento, variedades y humor de la radio canela 100.7 del cantón Machala.

4. RESULTADOS

Indique su género

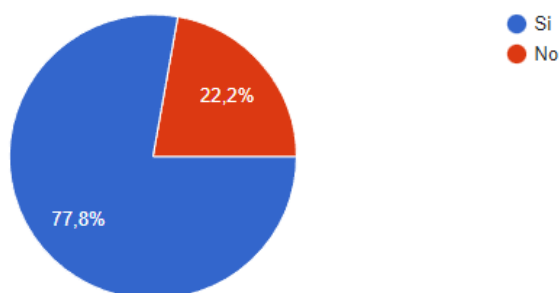


Indique el semestre que está cursando



1.- ¿Alguna vez ha escuchado sobre programas cómicos o humorísticos radiales en el cantón Machala?

Gráfico 1: Sintonización de programas cómicos o humorísticos en el cantón Machala.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

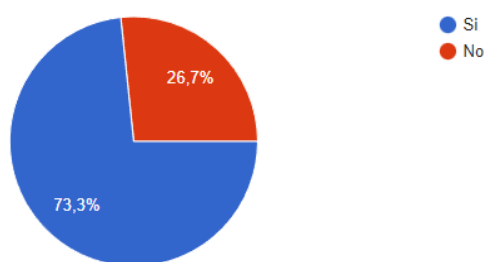
Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

En esta primera pregunta realizada a los estudiantes de comunicación, se puede observar que el 77,8 % de los encuestados han escuchado los programas humorísticos radiales de la ciudad de Machala, esto quiere decir que en nuestra ciudad ese tipo de programas tiene una gran acogida por parte de los estudiantes, sin embargo el 22,2% no tiene conocimiento alguno de programas humorísticos radiales de la ciudad de Machala.

2.- ¿Ha sintonizado el programa humorístico "Radiación Temprana" de radio Canela 100.7 F.M. del cantón Machala?

Gráfico 2: Sintonización del programa humorístico, específicamente “Radiación Temprana”.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

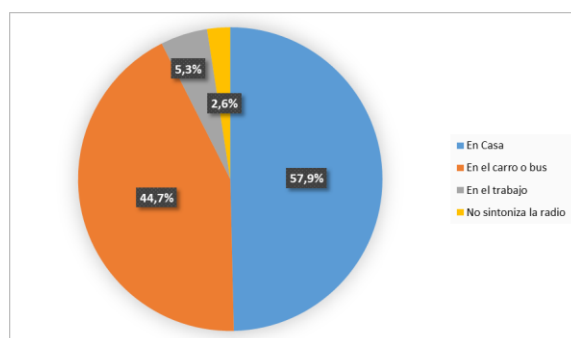
Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

En esta pregunta se puede visualizar que la gran mayoría de estudiantes de comunicación de sexto y séptimo semestre han escuchado el programa humorístico “Radiación temprana” con un porcentaje 73, 3% este porcentaje nos permite analizar la sintonía y la aceptación que tiene el programa en la ciudad, mientras que el 26,7% no tiene conocimiento alguno del programa humorístico " Radiación Temprana" con esta interrogante se consigue entender que los estudiantes de comunicación están al tanto de uno de los programas cómicos radiales de la ciudad.

3.- (Si respondiste sí a la pregunta anterior) Normalmente, ¿Dónde estás ubicado cuando sintonizas esa radio de entretenimiento?

Gráfico 3: Espacio donde se sintoniza radio Canela 100.7 los estudiantes de sexto y séptimo de la carrera de comunicación.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

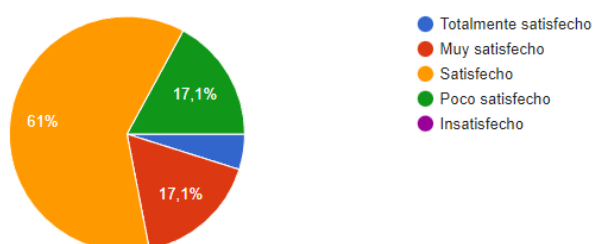
Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

En esta pregunta se logra examinar que el 59,9 % de los encuestados escuchan el programa en sus hogares, el 44,7% en el carro o bus, que al ser estudiantes les permite sintonizar el programa cuando se están dirigiendo a la universidad o lugares de trabajo, el 5,3% lo escuchan ya estando en sus trabajos y por último el 2,6% que no ha escucha la radio Canela 100.7 FM.

4.- ¿Qué nivel de satisfacción tiene usted después de escuchar programas cómicos de la radio Canela 100.7 F.M. del cantón Machala?

Gráfico 3: Nivel de satisfacción de los estudiantes de sexto y séptimo de la carrera de comunicación después de escuchar programas cómicos de la radio Canela 100.7 F.M. del cantón Machala.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

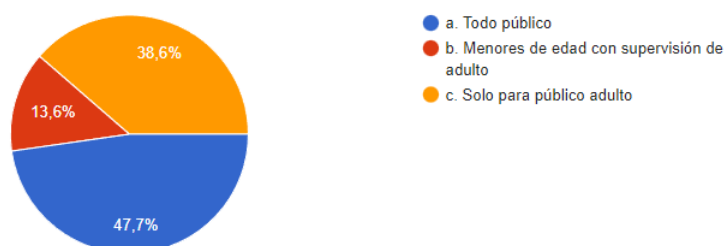
Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

Para poder medir el grado de satisfacción se ha realizado la siguiente pregunta, dando como resultado que el 61% se encuentra satisfecho al escuchar programas cómicos radiales, con un 17,7% se encuentran las personas que están muy satisfechas y pocas satisfechas, por último está totalmente satisfecho, teniendo en cuenta cada uno de los porcentajes se puede observar que la calidad de los contenidos de los programas tiene una buena aceptación por tal motivo la mayor cantidad de encuestados se encuentran satisfechos.

5.- De acuerdo al contenido, ¿A qué público cree usted que están dirigidos los programas cómicos que ofrece radio Canela 100.7 FM?

Gráfico 3: Selección de público dirigido que sintoniza los programas cómicos que ofrece radio Canela 100.7 F.M. según los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

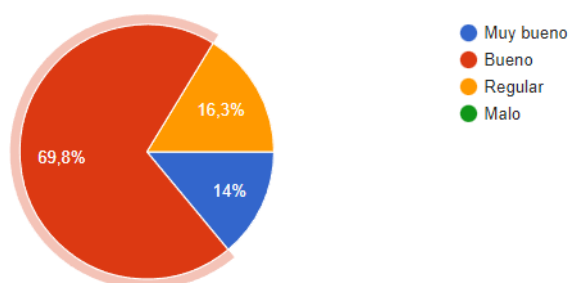
Análisis:

En esta interrogante podemos visibilizar que los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación, consideran con un 47% que los programas cómicos de radio Canela

100.7 F.M están dirigidos a todo público. Por consiguiente, el 38,6% menciona que dichos programas están con objetivos al público adulto, mientras que el 13,6 de los estudiantes mencionan que lo pueden sintonizar menores de edad con supervisión de adulto, con estos resultados, se debería trabajar en los contenidos para que el programa sea apto para todo público ya que el programa tiene clasificación A.

6. ¿Cómo califica los contenidos radiales de radio Canela 100.7 F.M?

Gráfico 3: Calificación de los contenidos radiales de radio Canela 100.7 F.M. Según los estudiantes de sexto y séptimo de la carrera de comunicación.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

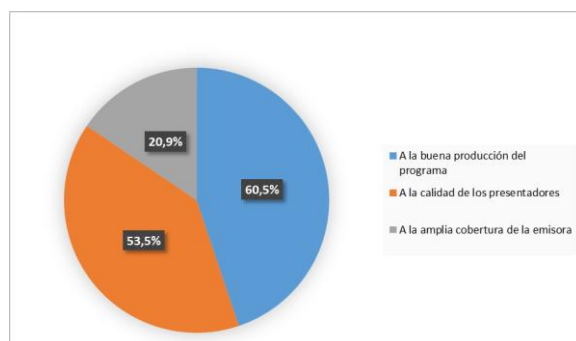
Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

En esta pregunta se puede observar que, el 69,8% de los estudiantes califica como bueno los contenidos radiales de dicha radio. A continuación, el 16,3% señala como bueno. Por último, el 14% da una calificación de regular a los contenidos radiales de radio Canela 100.7 F.M, se analizó estos resultados donde se debe considerar preparar mejor el libreto para cada uno de los programas para que su calidad clasifique a muy buena.

7.- ¿A qué atribuye el éxito de los contenidos de los programas humorísticos de radio Canela 100.7 F.M?

Gráfico 3: Atribución del éxito de los contenidos de los programas humorísticos de radio Canela 100.7 F.M. según los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación.



Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo de semestre de la carrera de comunicación

Elaborado por: Jefferson Medina y Angie Salinas

Análisis:

En esta interrogante se puede divisar que, el 60,5% de los estudiantes atribuyen que el éxito se debe a la buena producción del programa esto se debería a algunos factores como la música y los chistes que realizan, a continuación, el 53,5 % de los estudiantes considera que el éxito de los programas humorísticos se debe a la calidad actuarial de los presentadores, se debe recalcar que uno de los presentadores es actor, finalmente, el 20,9% de los estudiantes menciona que el éxito de los programas humorísticos de radio Canela se debe gracias a la cobertura de la emisora, la radio tiene una gran acogida en toda la provincia de El Oro.

4.1. RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1.1. Resultado de las entrevistas realizadas a los expertos

Entrevista realizada a Leiver Paladines, locutor y libretista de Radio Canela 100.7 FM de la ciudad de Machala.

¿Cuál es el mensaje que quiere transmitir a través de la comedia radial?

El mensaje sería de motivación, nosotros tratamos de que la gente se sienta motivada, para que las personas olviden sus problemas con el humor.

¿Cómo usted definiría la calidad de contenidos que le ofrece a la ciudadanía machaleña?

Cuidamos mucho nuestra calidad de contenidos por ese motivo se prepara un día antes, para que las personas escuchen un buen contenido, tratamos de identificarnos con el oyente.

¿Usted considera que el contenido y el mensaje que brindan es apto para todo público?

Tenemos un contenido que se cuida bastante y nos guiamos con la ley de comunicación, en cierto momento tuvimos algunas restricciones, por eso ahora tratamos de llevarlo de mejor manera dando un contenido apto para todo público, lo importante es que las personas se sientan bien al escucharnos.

¿Cuáles son los valores que usted considera que el programa transmite a todos los ciudadanos?

El valor del compañerismo, nos permite trabajar en equipo.

Entrevista realizada a Gabriel Rubio Locutor de Radio Canela 100.7 FM de la ciudad de Machala.

¿Desde su punto de vista porque decidieron llamar Radiación temprana al primer programa de entretenimiento del día?

Este nombre nació en Quito, fue inspiración de mi jefe, antes el programa tenía el nombre de Cornetazo Matutino.

¿Por qué razón se eligió comedia y no informativo?

Radio Canela está enfocada en el humor, en el entretenimiento, en brindar diversión a las personas mas no en llenarla de preocupaciones.

¿Qué los hace diferentes a otros programas a otros programas de entretenimiento?

Tenemos buenos locutores, buenos Djs, seguir el libreto que ha sido preparado un día antes.

¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir a través de la comedia radial?

Humor, entretenimiento, que las personas se diviertan eso nos mantiene como los números uno.

Entrevista realizada a Kévin Chapin, locutor de Radio Canela 100.7 FM de la ciudad de Machala.

¿Por qué decidieron crear un programa cómico y no informativo?

Nace por la necesidad de las personas de escuchar algo nuevo, algo diferente, el humor nunca muere y siempre ayuda a las personas regalando sonrisas.

¿Qué los hace diferentes a otros programas radiales?

La diferencia radica en que nosotros más que un equipo somos una familia, nos ayudamos entre todos y también nos hace diferentes nuestra manera de improvisar.

¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir a través de la comedia radial?

En las presentaciones de los monólogos se incluyen temas de tecnología, la nueva era, el cambio de tiempo.

¿Cómo definen a la calidad de contenidos que ofrecen a la ciudadanía machaleña?

La calidad de contenidos que ofrecemos es muy buena, nos esforzamos siempre en brindar calidad.

Los programas son aptos para todo público?

Sí, es apto para todo público, cuidamos mucho esa parte a la hora de hacer programas.

Cual es el objetivo al ofrecer este tipo de contenidos humorísticos?

Que las personas se identifiquen con nosotros y posteriormente poder llevar nuestros programas al mundo televisivo.

Matriz comparativa

TABLA DE COMPARACIÓN SEGÚN ESTACIONES DE RADIO CANELA 100.7 FM		
MACHALA	GUAYAQUIL	QUITO

Humor sarcástico	Humor negro	Humor blanco
Parodia	Tragedias humanas	Utilización de clowns o payasos humorísticos.
Humor crudo	Humor verde	Humor grotesco
Situaciones vergonzosas, tipo shows para el entretenimiento.	Chistes sexuales	Utilizan la animalización, imitando sonidos de animales.
	Humor absurdo	
	Exageración en sus actuaciones.	

4.1.2. DISCUSIONES

Una vez realizadas las encuestas, entrevistas a los profesionales de la locución y análisis de los contenidos mediante el cuadro comparativo, acerca de la calidad de contenidos de radio Canela 100.7 FM, se encontraron aspectos importantes tales como que los estudiantes de la carrera de comunicación de la universidad Técnica de Machala escuchan programas humorísticos radiales en el cantón, esto nos permite analizar como ellos eligen los tipos de programas de acuerdo a sus necesidades, estos programas permiten que los estudiantes y el público en general se distraigan de cada una de sus situaciones cotidianas. De acuerdo con los resultados obtenidos y analizados, se visualiza que la gran mayoría de los estudiantes encuestados han sintonizado el programa “Radiación Temprana” esto nos ha permitido poder llegar a saber la gran acogida que tiene y a su vez establecer un número de porcentaje de estudiantes de comunicación que están en constante preparación en todo lo que tenga que ver con su carrera profesional.

Mediante lo analizado, se determina que el nivel de satisfacción que tienen los encuestados al escuchar programas cómicos de radio Canela 100.7 FM del cantón Machala, ellos se sienten satisfechos con la producción radial, sin embargo se debería considerar trabajar un poco más

en la preparación del libreto para cada una de sus presentaciones, para que se reduzca el nivel de poco satisfecho que se presentaron en los resultados de las encuestas.

Con los resultados obtenidos sobre a qué público están dirigidos los programas cómicos que ofrece radio Canela 100.7 FM, se encontró que es para todo público, en la calificación de los contenidos se mostró como resultado que es bueno, sin embargo le sigue el porcentaje de regular, como última pregunta a los encuestados es a qué atribuyen el éxito de los contenidos de los programas humorísticos de radio Canela 1007. Fm, se determina que se debe a la buena producción del programa, dando como resultado que tiene una previa preparación antes de ser presentados.

De acuerdo a lo expresado por los entrevistados se concluyó que los mensajes que ellos quieren transmitir son de motivación, de empoderamiento, mensajes de positivismo mediante la comedia, a su vez presentan algo de entretenimiento, sin embargo, discrepamos que sea un contenido apto para todo público, de acuerdo al criterio de los entrevistados se evidencia que cuidan la calidad de sus contenidos y esto lo hacen con la preparación de cada uno de sus libretos.

En referencia al cuadro comparativo de las estaciones radiales podemos argumentar en cada una de ella se desarrolla un tipo de humor, esto se debe a muchos factores, tales como creencias, costumbres y ubicación geográfica, siendo así que Machala y Guayaquil utilizan un humor un tanto similar, pero que igual los sigue diferenciando.

4.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.2.1. CONCLUSIONES

En nuestro trabajo de investigación se ha llegado a las conclusiones respondiendo al objetivo general y objetivos específicos planteados:

- En nuestro análisis de contenido se determinó que se califica como buena a la calidad de sus programas, a su vez que esto se debe a la aceptable producción de su programación, mediante la preparación previa de cada uno de sus locutores.
- Se identificó desde la revisión bibliográfica que los indicadores de calidad de los programas son: nivel de satisfacción, éxito y alcance en el área de entretenimiento, esto se debe a la presentación del formato de los programas cómicos radiales.
- La percepción de los profesionales en el área es que es un contenido de entretenimiento que permite al oyente disfrutar de una programación diferente, logrando dispersar pensamientos negativos de la vida cotidiana a través de la comedia. La impresión de los estudiantes de la carrera de comunicación es que el contenido que se desarrolla es apto para todo público.
- Se evaluó la calidad de contenidos mediante herramientas como las encuestas realizadas a los estudiantes de la carrera de comunicación de sexto y séptimo de la Universidad Técnica de Machala, entrevistas realizadas al equipo de locutores de la ciudad y, análisis crítico mediante un cuadro comparativo sobre los diferentes tipos de humor que utilizan las estaciones radiales en las de ciudades: Guayaquil, Quito y Machala.

4.2.1. RECOMENDACIONES

Recomendaciones desde el punto de vista metodológico:

- Se aconseja a personas que quieran hacer futuros trabajos enfocarse a profundidad en cada programa de la parrilla de producción, esto les va a permitir tener un análisis

concreto de cada estación radial a su vez que impulsen a este tipo de programas de entrenamientos.

- Utilizar otras herramientas de medición de calidad como realizar un Focus Group que permite la percepción del público objetivo y que, los resultados sean más factibles de analizar.

Recomendaciones desde el punto de vista académico:

- Se recomienda a los estudiantes de la carrera de comunicación que participen en programas radiales que beneficien sus habilidades de dicción y vocalización.
- Presentar propuestas de programación las cuales permitan gozar al público de nuevos proyectos de entretenimiento radiales.
- Elevar el nivel de criticidad en los programas cómicos radiales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Zumbado, S. D. C. (2020). Radio en línea para la Biblioteca Pública de Goicoechea. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/80929>

- Almeida Porras, D. A., & Barahona Estrada, C. A. (2022). *Sociedad y entretenimiento: la consolidación de las narrativas lúdicas del cómic y videojuego y su influencia en la industria audiovisual* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/28482/1/FACSO-CCS-ALMEIDA%20DAVID-BARAHONA%20CARLOS.pdf>
- Aviles, C. (2019). La radio postbroadcasting.: La expansión de las radios en sitios web y redes sociales en el norte argentino. *Revista Argentina de Comunicación*, 7(10), 205-247.<https://fadeccos.ar/revista/index.php/rac/article/view/17/11>
- Barahona, J. V., Cedeño, K. L., Villavicencio, J. O., & Correa, D. J. (2018). Los retos del periodismo ecuatoriano y los desafíos en la formación de nuevos profesionales. *INNOVA Research Journal*, 3(9), 190-202.<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6778120>
- Barón-Pulido, M., Tellez-Pedraza, M. F., Serrano-Navarro, E. R., Santisteban-Casas, M. X., & León-Posada, F. (2021). Hacia una caracterización de la radio comunitaria: estado del arte de la radio comunitaria en el mundo. *Catálogo editorial*, 25-40.
<https://journal.poligran.edu.co/index.php/libros/article/download/2699/2794>
- Cardona Bedoya, J. M., & Vaca González, Y. C. (2019). *Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 17(34), 177-201.
<https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2543/2643>
- Castillejos López, B. (2019). Gestión de información y creación de contenido digital en el prosumidor millennial. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 11(1), 24-39.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/apertura/v11n1/2007-1094-apertura-11-01-24.pdf>

Condori-Ojeda, P. (2020). Universo, población y muestra.

<https://www.academica.org/cporfirio/18.pdf>

Díaz, M. T. (2020). El humor en la enseñanza: perspectivas, problemáticas y aplicaciones. *Revista de Psicología*, 19(2), 88-

106 <https://revistas.unlp.edu.ar/revpsi/article/view/9912/9611>

Dido, J. C. (2022). El radioteatro y la cultura popular.

<https://repositoriocyt.unlam.edu.ar/handle/123456789/887>

Esteban, L. M. P., Marín-Lladó, C., & Otón, L. M. (2022). La programación radiofónica en la era del consumo bajo demanda. Evolución de la oferta generalista en España (1999-2020). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (28), 367-377.

<https://www.researchgate.net/profile/Luis-Pedrero->

[Esteban/publication/360943085_La_programacion_radiofonica_en_la_era_del_consumo_bajo_demanda_Evolucion_de_la_oferta_generalista_en_Espana_1999-](https://www.researchgate.net/profile/Luis-Pedrero-Esteban/publication/360943085_La_programacion_radiofonica_en_la_era_del_consumo_bajo_demanda_Evolucion_de_la_oferta_generalista_en_Espana_1999-)

[2020/links/6294c78a431d5a71e76d60e0/La-programacion-radiofonica-en-la-era-del-consumo-bajo-demanda-Evolucion-de-la-oferta-generalista-en-Espana-1999-2020.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luis-Pedrero-Esteban/publication/360943085_La_programacion_radiofonica_en_la_era_del_consumo_bajo_demanda_Evolucion_de_la_oferta_generalista_en_Espana_1999-2020/links/6294c78a431d5a71e76d60e0/La-programacion-radiofonica-en-la-era-del-consumo-bajo-demanda-Evolucion-de-la-oferta-generalista-en-Espana-1999-2020.pdf)

Gurillo, L. R. (2019). En modo humorístico: habilidades metapragmáticas en discursos de humor. In *Estudios lingüísticos en homenaje a Emilio Ridruejo [2 vol.]* (pp. 1231-1242). Universitat de

València. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/68244421/L_RUIZ_GURILLO.art_Hom.Ridruejo-with-cover-page-

[v2.pdf?Expires=1661618517&Signature=WX24s2BWRNNMzKKcGPlnOe2C4RaQw7StTUibuHpaPQPnWi18zrYkGf~mKF8QdWPUDdvTZAy2BbPt8dlSE4urWMXvQWYXnzPB9Xed5e~9RoHtTVtxT5VYj6Ny0~gjuHllanhJhZEJqDcAgweONtDhzwRKxJk72-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/68244421/L_RUIZ_GURILLO.art_Hom.Ridruejo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1661618517&Signature=WX24s2BWRNNMzKKcGPlnOe2C4RaQw7StTUibuHpaPQPnWi18zrYkGf~mKF8QdWPUDdvTZAy2BbPt8dlSE4urWMXvQWYXnzPB9Xed5e~9RoHtTVtxT5VYj6Ny0~gjuHllanhJhZEJqDcAgweONtDhzwRKxJk72-)

[WGI7apw9uJt68p5WrxBR83YhAg83Wm6W7Nvph0FNheSIG7fw8wAz7q0UR9nAC
UVL6S46FoPwrZhdVAXClsgFpmLnWteWAMpkTPIKmJ6tPV-
BhiYmMpSloFEt8o9Z~TAcT9PD44gUrmTPTbquyxg0N1ckdyHp7upuqWbJoxkK4R
c-Wdj1KSngL14w &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=4943831&publisher=FZW950#page=65)

Gutiérrez, R. L. (2021). CAPÍTULO 4 ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS, SEMI-ESTRUCTURADAS Y LIBRES. ANÁLISIS DE CONTENIDO. *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*, 171, 65. <https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=4943831&publisher=FZW950#page=65>

León Valle, W. B., & Vélez Bermello, G. L. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui* (13901079), (148). https://www.researchgate.net/profile/Gabriela-Velez-Bermello/publication/357354874_4455-12709-1-PB/links/61c9fbc4b6b5667157ac7c27/4455-12709-1-PB.pdf

Malmberg, M. y Awad, I. (2019). (Entrada/exclusión) Humor y diversidad en la radio pública finlandesa: 'Si todos los inmigrantes fueran tan graciosos como ustedes, nadie tendría problemas'. *Revista Europea de Estudios Culturales* , 22 (2), 213-230. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1367549418823060>

Mamani Rosas, J. Y. (2019). La radio online: Un medio eficiente de comunicación. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2370>

Martínez Almudevar, P. (2022). Tiempo de audiciones: negocio, mercado del entretenimiento y trabajo artístico en la construcción de la radio: Buenos Aires, década de 1930. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/2008>

Martinez Triana, A. M., & Herrera Rosas, S. (2019). Incidencia de la radio comunitaria en la construcción de paz caso de estudio: suba al aire.

[https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/2772/Triana_%20Ana%20Rosas_Sebasti%
c3%a1n_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/2772/Triana_%20Ana%20Rosas_Sebasti%c3%a1n_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Moreno Espinosa, P., & Román-San-Miguel, A. (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26 (1), 241-252. 101-111.

<https://idus.us.es/handle/11441/97218>

Navarro, ED y Portugal, R. (2019). Consumo y hábito de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias en Bolivia. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (142),283-302.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7713718>

Navarro, E. D., & Portugal, R. (2019). Consumo y hábito de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias en Bolivia. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (142), 283-302.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7713718>

Obando, R. B. (2018). Modernidad y ocio: la publicidad de radios, consolas y televisores en la prensa costarricense (1950-1970). *Revista de Ciencias Sociales*, (159).

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/33685/33152>

Piñeiro Otero, T., & Martín Pena, D. (2018). Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana= Radio studies: An overview from the Ibero-American academia. *Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana= Radio studies: An overview from the Ibero-American academia*, 101-111.

<https://www.torrossa.com/en/resources/an/4399343#>

Peña, M. I. S. (2020). El humor y la sátira: Periodismo satírico en Internet, una visión hacia Ecuador. *Revista Publicando*, 7(24), 59-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7510873>

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007

Pozzo, M. I., Borgobello, A., & Pierella, M. P. (2018). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad: análisis de experiencias desde una perspectiva situada. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 8(2). <https://www.relmecs.fahce.unlp.edu.ar/article/view/Relmecse046>

Rodero Antón, E., & Blanco Hernández, M. (2020). El papel de la radio en situaciones de crisis. *Iniciativas en la pandemia del coronavirus* Vol. 10, Núm. 3 . <https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/17292>

Rodero Antón, E., & Blanco Hernández, M. (2020). El papel de la radio en situaciones de crisis. *Iniciativas en la pandemia del coronavirus*. <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/17292/747-6615-4-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Romero Saá, S. D. (2019). *Creación del programa piloto radial cultural “Sonidos, Tinta y Acción”* (Bachelor's thesis, PUCE-Quito). [https://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/2968/1/CREACI%
c3%93N%20DEL%20PROGRAMA%20PILOTO%20RADIAL%20CULTURAL.pdf](https://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/2968/1/CREACI%c3%93N%20DEL%20PROGRAMA%20PILOTO%20RADIAL%20CULTURAL.pdf)

Rosero Pazmiño, X. (2020). *El uso del lenguaje de doble sentido, del programa “RADIACIÓN TEMPRANA” de Radio Canela y su impacto cultural en los jóvenes de villa España 2 etapa Salamanca* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social).

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49421/1/El%20uso%20del%20lenguaje%20de%20doble%20sentido%2c%20del%20programa%20%e2%80%9cRADIACI%c3%93N%20TEMPRANA%e2%80%9d%20de%20Radio%20Canela%20y%20su%20i mpacto%20cultural%20en%20los%20j%c3%b3venes%20de%20villa%20Espa%c3% b1a%202%20etapa%20Salamanc6a.pdf>

Sánchez, F. N. (2021). Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes. # *PerDebate*, 5(1), 266-286.
<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2329/2726>

Sola Pueyo, J. D., Segura Anaya, A., & Nogales Bocio, A. I. (2021). El humor en la publicidad radiofónica. La marca de la Cadena SER a través de las promos de Ortega. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 51, 27-44.
<https://idus.us.es/handle/11441/104655>

Villafranca, P. L., & Lozano, E. S. (2020). El consumo cultural digital de los programas de radio a través Youtube en España y Polonia. *Historia y comunicación social*, 25(1), 123. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/download/69231/4564456553443>

Zambrano-Ayala, W. R., García-Ramírez, D., & Barrios-Rubio, A. (2019). *El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana*.
https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/3212/1/El%20periodista%20frente%20a%20los%20nuevos%20retos%20y%20escenarios%20de%20la%20convergencia%20medi%c3%aItica%20colombiana.pdf