



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN
COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**EL LENGUAJE RADIOFÓNICO Y SU INCIDENCIA EN EL RATING DE RADIO
VIVA DEL CANTÓN QUEVEDO**

AUTOR:

FLORES MEZA KIMBERLY STEFANIA

TUTOR:

MSC. DUARTE MENDOZA MAYRA DEL ROCIO

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DEDICATORIA

Primeramente, le agradezco a Dios por ser mi guía y la luz de mis ojos, a mis padres por ser ese payo incondicional, por darme su amor, cariño, gracias a ellos por forjarme hacia un futuro mejor, por dejarme de herencia la educación que es lo más valioso para mí, a mis hermanos por ser la pieza clave para seguir esforzándome, por ser mi fuerza para poder seguir adelante con mi carrera.

Dedico mi tesina a toda mi familia por ser muy constante, por tener esa confianza en mí estoy muy orgullosa de hacer mi sueño realidad, y sueños de ellos son motivos muy importantes para estar contentos, para seguir en la lucha este sueño también lo son los suyos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todos mis licenciados ya que ellos me enseñaron a estimar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres por tenerme paciencia cuando mis días eran malos a mis, amigos que me alentaron para no mirar atrás a mi futuro esposo, por ser participe desde el momento que ingrese a estudiar.

Agradezco a todas aquellas personas que me dieron consejos de apoyo incondicional que estando lejos, agradezco a mi mejor amiga por estar siempre en mis metas alcanzadas por ser muy buena conmigo, agradezco al universo por enviarme personas tan lindas a mi vida para enseñarme el valor de los estudios,



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



RESUMEN

Las emisoras de radio son medios de comunicación relevantes que se han convertido en un sistema comunicativo que usa mucha gente para seguir informados de las últimas noticias del día y de lo que sucede en la ciudad. El presente trabajo de investigación se realizó en términos cualitativos, haciendo referencia a la existencia de normas para garantizar el uso adecuado del lenguaje dentro de los programas radiales, su muestra de estudio fueron noventa y un locutores de las estaciones radiales, así también, trescientos ochenta y tres radioescuchas para conocer su pensamiento acerca de la forma de locutar en las radios. Entre las principales conclusiones de este trabajo de investigación es que la aceptación de los programas radiales que hacen uso inadecuado del lenguaje es alta, a pesar de que la mayor parte de la población encuestada está en contra de su uso y se manifestó a favor de un reglamento de regulación de los mismos. Como solución al problema encontrado se recomendó elaborar un manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio de la ciudad de Quevedo.

Palabras claves: Lenguaje Radiofónico, Rating, Radio, Emisoras.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



ABSTRACT

Radio stations are quite relevant means of communication that have become a communication system that many people use to keep informed of the latest news of the day and what is happening in our city. However, the population listens to news programs, but rather chooses what they want to listen to, generating a rating, exemplifying the possibility of finding stations with good content, be it sports, entertainment, melody, and others. Radio is a medium that has been around for many years and has become popular to the point that it has already arrived on the internet and every day there are more radio stations that join the enormous network of information through this system. One of the benefits of the radio station is that we have the possibility of listening wherever we want to be, at the office or work, at home, on transport once we are driving at all times now technology provides us with this enormous tool to be able to hear, in this way we are doing a job and obtaining a rating since the vast majority of mobile devices already have the radio incorporated, we ourselves prepare our equipment to be able to choose the tune and listen to stations on the radio and thus earn a rise and fame persistently.

Keywords: Radio Language, Rating, Radio, Stations.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en el estudio del lenguaje Radiofónico y su incidencia en el rating de la radio Viva en el cantón Quevedo, y el objetivo es conocer el desarrollo de los medios de radiofónicos. En el rating hasta el día de hoy, el medio radial ha propiciado el uso a través de sus muchas herramientas. Antes de la llegada de la nueva era analógica, muchos esperaban que medios como la radio desaparecieran porque las nuevas tecnologías trajeron innovaciones insuperables en cuanto a tiempos de conexión, y muchos programas conquistaron a las masas. Las emisoras continuaron y decidieron incursionar en la red digital, lo que fue bien recibido por la audiencia de Quevedo.

Capítulo II. Marco teórico; fundamentación científica, en la que en primera instancia; se parte del análisis de los diferentes problemas que confluyen en el objeto de estudio, verificamos la existencia de otras memorias, que nos permitieron fundamentar la tesis y plantearnos los objetivos del trabajo, que se han constituido en las metas propuestas y alcanzadas. Sobre esta base, se toma la referencia del objeto de estudio, su ubicación e historia, que permitió conocer algunos puntos de interés para la Radio Viva que faltaba fortalecer, por lo que se fundamenta la investigación en la fundamentación científica, conceptual y legal que corresponde al marco teórico.

Capítulo III. Estrategias metodológicas; modalidad de la investigación, en este capítulo se puede describir el proceso metodológico de la investigación que me permitió detallar los conceptos más importantes que fortalecen las variables propuestas como son: la programación radiofónica y emisiones noticiosas. Todo ello en base a las características generales de la radio, la influencia de

la mediación técnica y humana, el lenguaje radiofónico, las funciones de la radio y la programación, modelos y estructura de la oferta radiofónica. Se definieron los tipos de investigación, técnicas y otras herramientas factibles para llegar con criterios fundamentados en la teoría y los resultados de las encuestas.

Ya en el **Capítulo IV**. Propuesta que es la última parte, se refiere específicamente a la descripción de una estrategia de cambio para dar respuesta al problema de investigación, por lo que planteo una propuesta que consiste en una guía de lineamientos básicos para la programación radiofónica.

2.1. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realizó para conocer el lenguaje radiofónico y su incidencia en el rating del Radio Viva en el cantón de Quevedo en la cual fue la cantidad de 124 personas derivadas entre el medio de comunicación Radio Viva y a su vez una pequeña de las personas que escuchan dicha frecuencia pues dado a su proceso de adaptación donde se analizó que la plataforma del medio de comunicación, se puede efectuar el proceso del uso del lenguaje que transmite el locutor y el asistente de producción lo ejecuta, indagando una programación dinámica, cultural y alegre para el entretenimiento que el público requiere.

La comunicación radiofónica y la producción, mantienen un nexo directo con el concepto de programa, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que éste sea. Se plantea que éste estudio se dé en función de la envergadura del producto comunicacional ciudadano noticioso de Radio Viva, para cuya materialización se precisará, entre otras cosas, de una buena programación, selección de temas noticiosos, de efectos sonoros, de voces y contenidos, así como la imperante necesidad de un guion exhaustivo.

El aporte de la presente investigación esta dirigido al rating que presenta el medio de comunicación Radio Viva, dando así que las personas se delegan de concordar información esencial para la emisión de los programas que transmiten, los temas abordaran el espacio, así como de selección y efectos sonoros.

Es pertinente esta investigación por cuanto es notoria el rating existente en el personal empírico que dirige espacios noticiosos radiales, cuya improvisación repercute en la motivación al momento de transmitir hacia la audiencia.

2.2. OBJETIVOS

Objetivo General

➤ Determinar la incidencia del lenguaje radiofónico y cómo afecta en el rating de la radio viva del cantón Quevedo.

Objetivos Específicos:

- Investigar los tipos de lenguaje radiofónicos que aplican en el cantón Quevedo.
- Analizar el rating que tiene los programas que presenta radio viva
- Diferenciar cual es la incidencia del lenguaje radiofónico y como esto afecta al rating de la radio.

2.3. SUSTENTO TEÓRICO O TEORIA SUSTANTIVA

2.3.1. Lenguaje radiofónico

Considerando el lenguaje, sin un código o un conjunto de reglas y reglas que le den sentido ese lenguaje, no podemos hablar de comunicación de manera similar, el mismo no podrá participar en él si no hay canales para conectarlo, para hacerlo posible, si no hay condiciones favorables para ello, no importa quién quiera hablar en la medida en que puede hacerlo solo en raras ocasiones si no tiene un interlocutor o si no hay entrega de mensajes. (Armand, 1994)

Los medios Radiofónicos, que son muy populares y entretienen escuchando música, deportes y programas sociales que narran todo lo que sucede, se han ganado un lugar en nuestros hogares. Los ecuatorianos, que ofrecen el mismo valor que otros medios.

La radiofónica como medio está sujeta al mismo régimen que los demás medios. Sobre el flujo de información que se presenta en la mayoría de los casos en la prensa de difusión mediante la lectura de las noticias de. Los periódicos de mayor difusión, lo que suele generar una dependencia similar de la prensa escrita.

2.3.2. Comunicación sonora

De este modo el audio es utilizado en la radio se divide en diferentes segmentos, música. el ambiente acústico en la grabación, conectado o transmitido directamente a la radio a través del

sonido, es útil para la comunicación entre humanos y no es un espacio abierto para la estabilidad social y cultural su sencillez, portabilidad y accesibilidad le permiten adaptarse rápidamente a una amplia gama de sistemas adicionales de distribución y consumo, sin requerir una atención especial y creando espacios complejos a través del sonido. (Jose, 2011)

En efecto, estas fortalezas sustentan la voz como el lenguaje de la comunicación radial de cincuenta años y refuerzan la importancia de la voz en la construcción de nuevas historias, nuevas formas de relaciones públicas y marca. (Jose, 2011)

2.3.3. Expresión Sonora

Sin duda, la expresión sonora humana como un conjunto de usos en situaciones muy variadas, usos que en nuestra sociedad se agrupan principalmente a partir de las nociones de lengua o de música. Para determinar cuáles de estas expresiones son objeto de nuestro interés, hemos establecido dos situaciones y un criterio de uso (Simha, 1985)

hay que resaltar, las situaciones consideradas son estadios de fútbol y protestas callejeras. Los criterios utilizados serán las voces que representen una organización colectiva o la mínima coordinación entre personas para entregar un mensaje común. En esta ocasión, no nos detendremos en la posibilidad de que los participantes tengan un mensaje (ya sea música, canto, grito o ruido), sino que limitaremos la observación de la actividad vocal a ellos en dos situaciones concretas.. (Simha, 1985)

(Arman,1994) señala que el silencio, que es la ausencia de sonido, ya sea habla, música o ruido, le da valor al sonido anterior y posterior, por lo que tiene potencial, y la expresión es muy grande y hay que usarla con precaución.

2.3.4. Música en la radio

Según el autor nos dice que la música radiofónica está integrada en la narrativa y, en armonía con ella, el oyente debe percibir una unidad estructural integral e inseparable. El locutor debe lograr consistencia entre todos los elementos sonoros contenidos en el lenguaje de la emisora, destacando que la música es la menos controlada de todas. (Material musical escrito para otro tipo de apoyo. (Laedu, 2020)

Por ende, las reacciones emocionales que surgen al escuchar música son algo predecibles, con cada instrumento haciendo un sonido distinto que forma su campana con significados. Por ejemplo, la calidez es la cualidad de un instrumento de cuerda, el objetivo debe ser una pieza escogida que represente la esencia de lo que se quiere transmitir, sin abusar de estereotipos (clichés) que pueden restar eficacia al sonido.. (Laedu, 2020)

En base a la información que nos señala (Laedu,2020) nos dice que el sonido musical es una herramienta muy importante en el segmento de la radio, la calidez de la música, en el cual se quiere transmitir al oyente donde se aprovechará del otro lado de la radio.

(Laedu,2020) señala que la música no se puede convertir en un simple accesorio. De esta manera, se reduce su expresividad, pero no su multiplicidad de significados, para que los

oyentes puedan seguir creando imágenes auditivas, independientemente de la intención del guionista.

2.3.5. Papel de la música en la radio

- • Como organizador de contenido
- • Como el propio contenido
- • Como componente interno de la narrativa radiofónica, independientemente del

formato en que se presente. A partir de la asociación con el contexto, se creó un tipo funcional.

Un mismo tema o tono puede realizar diferentes funciones en diferentes contextos, pero no simultáneamente. (Laedu, 2020)

2.3.6. Función sintáctica, gramatical, narrativa o semántica.

Por esta razón usaremos este concepto para referirnos a los elementos del lenguaje radiofónico que organizan y estructuran contenidos, marcan transiciones, pausas y alteran secuencias, y en esta función la música se presenta como párrafos breves que introducen y refuerzan contenidos, ideas, temas y personajes. (Laedu, 2020)

(Laedu,2020) nos habla la melodía es una pieza musical que aparece al inicio del programa que resalta los espacios en desarrollo, enfatizando así la personalidad tónica del ejecutante y su actitud hacia el contenido que desarrolla el tema que se está discutiendo o el ritmo del espectáculo en el programa.

2.3.7. El rating de radio

Po lo tanto el rating es la medida del consumo de la TV o de la radio e indica el promedio de personas que mira un programa o canal durante un tiempo determinado (en televisión la unidad mínima es el minuto, por eso se habla del “minuto a minuto”). Es decir, relaciona la población y la cantidad de tiempo visto, sobre el total de población y minutos posibles. (Rivera, 2014)

Por otro lado, hay dos puntos de vista sobre la importancia del registro. La más general es la publicidad que sirve para saber cuántas personas están viendo el programa y a partir de ahí eligen dónde invertir en la programación publicitaria. (Rivera, 2014)

el autor (Rivera,2014) Nos dice que los índices de audiencia son una medida de la frecuencia con la que se transmite un programa en particular en la radio y la televisión con la audiencia principal de los medios tradicionales para penetrar el contenido y determinar el éxito con una estrategia publicitaria.

2.3.8. Utilidad del rating

Teniendo en cuenta que, se mide especialmente en los programas más populares porque ayuda a identificar cambios en la producción si no se esperan. Además, dado que una misma emisora puede tener distintas audiencias en distintos momentos, esta métrica se utiliza para medir la penetración de un programa en función del momento del día. . (Galarza, 2016)

2.3.9. El rating

Sin embargo, las calificaciones son importantes para la industria de la radiodifusión, ya que se relacionan con las ventas de publicidad. Las empresas quieren anunciar sus productos en los programas más vistos: luego analizan las calificaciones para ver cuántas personas han visto cada programa. Si el programa obtiene buenos resultados, más empresas se interesan en anunciarse en sus sesiones promocionales. (Perez, 2013)

Por lo general, los ratings se miden en puntos que representan un cierto número de espectadores. Si se determina que un rating es igual a 100 000 personas, el programa con 8 puntos de calificación será visto por 800 000 personas. Hay una variedad de técnicas para medir la audiencia, desde instalaciones de televisión hasta encuestas telefónicas. (Perez, 2013)

(Perez,2013) nos manifiesta que el rating de radio es uno de los programas más importante de la industria publicitaria, como por empresa ya que representan una cierta cantidad de oyentes y televidentes de la sintonía en la cual la escuchan dentro de la radio en la que se va a transmitir

2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para desarrollar el estudio se utilizaron herramientas de investigación que posibilitan la recolección de datos para realizar un análisis del lenguaje radiofónico y su incidencia en el rating de la radio viva del Quevedo.

Las técnicas de encuesta son la herramienta más conveniente para la investigación, cuyo objetivo es conocer las ventajas y desventajas de los anunciantes en un medio radiofónico y qué estrategias se han implementado para potenciar las características más importantes de la radio en vivo. Y si tiene algún impacto en el desarrollo de las clasificaciones estatales.

2.4.1. Encuesta

Con el propósito de recolectar información, se realizó una encuesta a locutores de prensa y asistentes de producción del cantón de Quevedo, que se encontraban en la misma situación, analizando la participación de audiencia de la emisora, pueden conocer el método o estrategias de aplicación, en el cual las preguntas del cuestionario han sido redactadas de manera clara y precisa para responderlas de manera inmediata, acercándose a las variables del tema de investigación y realizando el correspondiente análisis de la situación de la persona que se presenta.

2.4.2. Muestra

Para conocer con mayor profundidad sobre la problemática y las posibilidades de soluciones se ha decidido encuestar a las personas del medio radiofónico y una cierta población del cantón Quevedo por el cual se procedió a aplicar la fórmula de muestra para determinar la cantidad a encuestar.

Total, de Encuestas:

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$n = \frac{K^2 p \cdot q N}{E^2 (N - 1) + K^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 160}{(0,05)^2 * (180 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{180}{2,06} = 124$$

2.5. Resultados Obtenidos

La investigación se desarrolla en base a herramientas investigativas que permiten la selección de datos, utilizando técnicas de encuesta, a través de las cuales se elabora un cuestionario de preguntas para los locutores radiales del cantón de Quevedo. Las reseñas afectan a muchos oyentes en casa y apoyan proyectos y estrategias en marcha para beneficiar la información de audio.

Como parte de la encuesta, se preguntó a los locutores y asistente de producción de radio cómo abordan la influencia del tipo de estación en los niveles de publicidad y su impacto actual en el lado monetario, con un 16 % diciendo que es excelente y un 56% diciendo que es bueno, el 56% dijo que las ventas han bajado por la situación económica, con el fin de conocer el lenguaje radiofónico y lo que significa en la radio viva del cantón, el 28% dijo que sí y el 24% dijo que talvez, no estaba seguro de si afectaría o no.

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que el 16% de los ratings de la Radio Viva del cantón Quevedo ellos indican que los ingresos de la radio actualmente son excelentes, mientras que el 56% la considera buena y el 28% piensa que está subestimada por un problema con los patrocinadores y esto afectó a las emisoras. y la población local.

Los operadores de radio creen que se deben adoptar diferentes estrategias para mejorar las ventas de los servicios de publicidad, el 48% supone que se debe invertir en publicidad para promover una mejor información a nivel nacional, mientras que el 28% dice que se deben organizar programas atractivos de patrocinio y el 24% lo enfatiza. Este método debe ser asequible para llegar a un mayor número de audiencias en los medios.

El 52% de los encuestados dijo que el índice de audiencia de incidencias en el rating de la Radio Viva afectan el desarrollo económico de la localidad por la creación de fuentes de financiación no puede informar directa o indirectamente el evento, mientras que el 20% dijo que no, y el 28% manifestó que talvez afecta, pero no sé si tuvo un efecto concreto.

Conforme a la encuesta realizada al personal de la Radio Viva, se les preguntó qué tipo de estrategia se debe implementar para lograr una mayor popularidad entre la audiencia informativa al oyente, por lo tanto, un crecimiento significativo mejor que el lenguaje de la radio, con un 48% de los encuestados que consideran que la publicidad es importante para saber lo que se ofrece, mientras que el 28% opina que las ferias auspiciadoras tienen un impacto importante y el 24% piensa que también se debe regular el precio de cada anuncio de expansión para lograr éxito en los medios radiales.

De acuerdo a las preguntas planteadas se pudo determinar que las emisoras cuentan con una red de transmisión en vivo adecuado, para que el público oyente pueda captar correctamente la información, el 60% respondió que sí, se puede oír de manera eficaz un buen relato noticioso, el 64% de los servicios de revisión no se limitan a la información de contenido. porque es valioso excesivo y muchas las frecuencias no cumplen con sus criterios de rendimiento.

El 52% de los encuestados es consciente de que el lenguaje radiofónico juega un papel muy importante en el desarrollo de los contenidos radiales en vivo en el país y su población ajusta su frecuencia, a través de la dinámica comercial del patrocinador, ya que genera un índice mayor de rating en la radio, así podrá beneficiarse el contenido radiofónico. Las representaciones iniciales precisas de un lugar, afectan directa o indirectamente la generación de fuentes de información, otorgándoles más recursos para revitalizar la economía y mejorar el nivel de vida de las personas.

2.6. Situaciones detectadas

En la presente investigación se logró identificar varias situaciones en publicidad, producción y gestión de sonido, donde es evidente el timbre de la voz que tienen al hablar, es por la falta de equipos nuevos, esto genera que sus voces se escuchen muy bajas, por ende, hay dos momentos importantes para hablar más fuerte, el principio y el final.

Por otro lado, se visualizó que las palabras pueden ser mal utilizadas cuando se comunica de mal manera lo sucedido, estas son situaciones que afectan mucho a la emisora de radio, generando una mala transmisión en vivo, por lo que no se puede obtener una información clara y coherente.

Durante la investigación se pueden descubrir varias situaciones interesantes del lenguaje radiofónico dadas las circunstancias, podemos afirmar que este tipo de medios ya no son rentables con el tiempo, los jóvenes de hoy en día deciden buscar información por sí mismos o buscar otro tipo de soluciones. Otras son a través de las redes sociales, donde pueden pasar muchas horas al día viendo contenido cuestionable para desarrollar su capacidad intelectual.

También se puede comprobar que los medios radiofónicos tratan los formatos de programación hogareña de manera bastante diferente a como las plataformas digitales brindan a los medios televisivos actuales, y este tipo de programación hogareña para este medio es digno de la confianza del público hasta el día de hoy. La tecnología la hace parte de sus hogares y consideran que la información que transmiten proviene de distintas fuentes. Los espectadores pueden confiar en él.

Con la tasa de incidencias en el rating se pueden visualizar que todos los medios de comunicación, los medios radiofónicos se mantienen al día compitiendo entre sí y ofreciendo programas relacionados con muchas áreas: económicas, políticas, educativas o sociales donde las redes sociales no pueden hacerlo. Asegúrese de que este medio de comunicación permanezca latente y escuchado por diferentes personas de todos los ámbitos de la vida que querían estar informados de todo lo que estaba sucediendo a nivel local y nacional.

2.7. Soluciones planteadas

De los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los locutores, se logró conocer sobre la importancia de cómo mejorar un lenguaje que es el radiofónico dentro de la de las emisoras de la radio convencional, del medio de prensa radial del cantón Quevedo, por lo cual se plantean varias soluciones que son:

- **Ferías auspiciadoras:** Es el punto de encuentro donde la radio tiene como objetivo dar a conocer ideas, propagandas nuevas que le den un valor mejor del que tenía ahora y que los auspiciadores tengan en cuenta la calidad y trabajo de cada persona que se encarga de manejar la publicidad la donde se obtiene la oportunidad de poder tener programas de innovación.

- Motivar a los colaboradores del programa de la radio, en hacer publicidad de entretenimiento, para generar un buen rating en la radio hacer un buen manejo de la música donde hacen sus cortes comerciales, para que el oyente no busque otra frecuencia radial
- Incentivar a los jefes de programa que tengan en cuenta las opiniones del productor artístico y al productor comercial, para que se vea más creativo el programa y así se podrá obtener beneficios para la radio.
- Una campaña de sensibilización sobre la importancia de los métodos actuales de espectro radioeléctrico para mantenerse informado de forma segura desde casa.

2.8. CONCLUSIONES

La ciudadanía tiene como preferencia dentro de los medios de comunicación a las radios. En la gran parte de su tiempo se dedican a informarse a través de este medio mas accesible y en el cantón Quevedo tienen de preferencia a Radio Viva se visualizó de diferentes programas que a la audiencia le interesa.

Los formatos radiales se han mantenido con políticas individuales de la empresa que establecen metas claras para comunicar de manera objetiva, con la confianza en el respeto que merece la audiencia, y ofrecer una oferta diversa y familiar que ha cambiado un poco más ahora es el momento de incluir una variedad de géneros musicales sin plantear el público joven por el potencial que muestra.

Es necesario crear mayor conciencia social en los locutores de este espacio de noticias, en sentido de apertura más la participación e interacción de su radio-escucha, puesto que según lo visto de los consultados expresan que no están conformes con el limitado acceso a poder expresarse en determinados temas.

2.9. RECOMENDACIONES

Se recomienda identificar cuáles son los elementos de Radio Viva como logran tener mejor rating en el cantón Quevedo ya que ahora se encuentra en una plataforma digital, conectada para dar soporte a uno de los medios más antiguos e importantes para los que se ha brindado el servicio de información, para brindar apoyo social a la comunidad, y para beneficiar a muchos seguidores, por lo que se transmitirá de entretenimiento para toda la familia.

La radio de Quevedo mantenga algunos de sus formatos tradicionales, incluyendo programas familiares, una amplia oferta informativa, deportiva y comunitaria, donde el público vea a la radio como una fuente de información honesta, y respetuosa, en comparación con otros medios como periódicos y redes sociales al final El final que es engañoso por la emoción de conseguir cada día más suscriptores.

Concientizar a los radiodifusores en las verdaderas funciones de los programas radiales: informar, educar, divertir, sin dejar a un lado la rentabilidad de la organización, pero evitando ponerla con fin último de un programa radial. Promover el buen manejo del lenguaje, educando a los oyentes para que escuchen los programas con el ánimo de entretenerse, pero sin perder el sentido crítico, pues no en pocas ocasiones los oyentes se han sentido aludidos o agredidos por los locutores, pero siguen escuchándolos sin ningún problema.

BIBLIOGRAFIA

- Armand, B. (1994). *el lenguaje radiofonico*. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/bibliogra.html>
- Galarza, C. (12 de Abril de 2016). *El rating*. Obtenido de <https://grupoacir.com.mx/blog/conoce-la-importancia-del-rating-en-los-medios-tradicionales/#:~:text=El%20rating%20es%20el%20%C3%ADndice,focal%20de%20las%20campa%C3%B1as%20publicitarias>.
- Jose, M. (11 de noviembre de 2011). *expresion sonora*. Obtenido de <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/announcement/view/50>
- Laedu. (31 de Marzo de 2020). *El lenguaje radiofonico y sus elementos*. Obtenido de <https://laedu.digital/2020/03/31/lenguaje-radiofonico-y-sus-elementos/>
- Perez, J. (2013). *definicion del rating*. Obtenido de <https://definicion.de/rating/>
- Rivera, A. (17 de Junio de 2014). *Rivera*. Obtenido de <https://chequeado.com/el-explicador/icomosemideelratingenelmundo/#:~:text=El%20rating%20es%20la%20medida,%E2%80%9Cminuto%20a%20minuto%E2%80%9D>.
- Simha, A. (1985). *Dos situaciones de expresión sonora colectiva: Las manifestaciones en la calle y en los estadios deportivos*. Obtenido de <https://www.redmagisterial.com/med/10495-que-es-la-expresion-sonora/>

