

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

“Audiencias radiofónicas y uso de redes sociales digitales. Un estudio de caso sobre las formas de participación activa de la audiencia del programa ‘Sexo en tu idioma’ de Radio Ciudadana.”

TRABAJO RECEPCIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

Veronica Anahi Muñoz Barriga

Directora del trabajo recepcional:

Dra. Marta Rizo García

México, D.F. Julio, 2014.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

Antes que nada, quiero agradecerle a Dios por permitirme estar en el momento y hora precisos para poder terminar con todos mis estudios y cumplir las metas y sueños que desde niña me planteé.

También quiero agradecer a mis padres por haberme guiado y apoyado en todo momento, por ser una parte importante de mi desarrollo tanto personal como académico, por los valores que desde pequeña me inculcaron, por todos los esfuerzos que hicieron para que yo llegara hasta donde hoy estoy, por creer en mí y nunca dudar, por celebrar a mi lado todos mis logros y por nunca dejarme caer, y sobre todo, por ser un gran ejemplo de vida. A mis hermanos que siempre han estado a mi lado apoyándome y creyendo en mí.

A toda mi familia, sobrinos, abuelos, tíos y primos por su apoyo. A todas las personas que confiaron en mí y nunca dudaron de mis capacidades, a todos los que en algún momento de la carrera me ayudaron y tuvieron la paciencia de estar conmigo apoyándome hasta el final y jamás me dieron la espalda.

A todos los maestros que desde pequeña me compartieron sus enseñanzas y también fueron parte importante dentro de mi educación; principalmente a todos mis profesores universitarios, gracias a ellos y a sus enseñanzas pude adquirir los conocimientos necesarios para poder terminar mi carrera.

A la Doctora Marta Rizo García, por haber confiado en mí y haber aceptado ser la directora de esta tesis; sin ella esto no hubiera sido posible. Por el apoyo, confianza, paciencia y dedicación que tuvo conmigo, puedo decir que es una de las mejores maestras que he tenido, si ya la admiraba antes de conocerla y de ser su estudiante después de toda esta etapa que pude compartir con ella la admiro mucho más. Gracias maestra por todo.

Al profesor Juan Carlos López Martínez, por apoyarme y por haber aceptado ser mi lector, por compartir sus conocimientos conmigo y brindarme la confianza y su tiempo en todo momento; a las profesoras Alma Rosa Erazo, Rebeca Domínguez y Rosa María Torres, por también brindarme su tiempo y apoyo para ser mis lectoras de tesis y compartir sus puntos de vista para mejorarla.

A mis amigos, por compartir tantos momentos increíbles conmigo, por los trabajos que realizamos en equipo y por estar conmigo en momentos tristes y alegres. Gracias por todo. A las personas que conocí a lo largo de mi carrera y a Adriana Zapata y Francisco Jasan por concederme las entrevistas para poder realizar mi trabajo de campo.

Y por último, quiero agradecer a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México por haberme brindado un lugar dentro de su plantel para poder estudiar mi licenciatura. Además de brindarme el apoyo para la impresión y empastado de ésta tesis.

A todos ellos, muchas gracias por todo.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I: “Presentación y planteamiento de la investigación”.....	3
Capítulo II: “Antecedentes y contexto”.....	9
2.1 Surgimiento de la Radio.....	10
2.1.1 Breve Historia de la Radio.....	11
2.1.2 Historia de la radio en México.....	13
2.1.3 Historia del IMER.....	16
2.1.4 Radio Ciudadana.....	17
2.1.5 Sexo en tu Idioma.....	18
2.2 Historia del Internet.....	21
2.2.1 El Internet en América Latina.....	23
2.2.2 El Internet en México.....	26
2.3 La llegada de las redes sociales a México.....	27
2.4 El surgimiento del Facebook.....	28
2.4.1 El Facebook en México: Evolución hasta la actualidad.....	28
2.5 El Surgimiento del Twitter.....	30
2.5.1 El Twitter en México: Evolución hasta la actualidad.....	30
Capítulo III: “Estado del Arte”.....	32
3.1 Investigaciones que se han hecho sobre la radio.....	33
3.2 Investigaciones sobre el Internet.....	37
3.3 Investigaciones sobre el Facebook.....	44
3.4 Investigaciones sobre Twitter.....	53
3.5 Investigaciones sobre la radio y redes sociales.....	57
Capítulo IV: “Marco Teórico”.....	62
4.1 Comunicación Digital Interactiva.....	63
4.2 El Facebook como fenómeno sociocultural.....	71
4.2.1 El Twitter como fenómeno sociocultural.....	74
4.3 Teoría de la recepción activa.....	76
4.4 La recepción activa en la radio a partir del uso de las redes sociales digitales.....	81
4.5 La brecha digital.....	83
Capítulo V: “Estrategia Metodológica”.....	86
5.1 Definición y justificación del método de investigación.....	87
5.2 Definición y justificación de las técnicas de investigación.....	89
5.3 Selección de muestra de informantes.....	95
5.4 Protocolos de aplicación de las técnicas de investigación.....	96
5.4.1 Análisis del discurso.....	96
5.4.2 Etnografía digital.....	99
5.4.3 Entrevista Semi-dirigida.....	103
5.5 Exposición de la ruta metodológica.....	105
Capítulo VI: Análisis e interpretación de los datos recabados durante la aplicación de las técnicas de investigación.....	106
6.1 Análisis del programa <i>Sexo en tu Idioma</i> y Etnografía Digital.....	107
6.1.1 Interpretación de los programas y redes sociales.....	124

6.2 Análisis de las Entrevistas.....	127
6.2.1 Relato Interpretativo.....	166
6.3 Conclusiones del trabajo de Campo.....	171
Conclusiones Finales.....	175
Bibliografía.....	182

Introducción

En esta investigación se habla acerca de un tema un poco novedoso, debido a que el tiempo en el cual llegó a convertirse en un fenómeno fue sorprendente. Se trata de las redes sociales digitales, que hoy en día han alcanzado mayor *rating* que la televisión en muchísimo menos tiempo en la que ésta lo logró.

Las redes sociales digitales que se abordan en la presente tesis son Facebook y Twitter. Esto lo decidí debido a que la investigación persigue conocer cómo la radio ha cambiado con la introducción de estas dos redes sociales digitales, que se volvieron parte importante de este medio de comunicación, ya que hoy en día la gran mayoría de las estaciones de radio cuentan con por lo menos una cuenta dentro de alguna de dichas redes sociales digitales.

Para poder dar a entender más acerca de esta tesis decidí dividirla en seis grandes capítulos en los cuales se explica detalladamente el proceso que se tuvo que llevar para que las redes sociales digitales llegaran a invadir, por así decirlo, la radio.

En el primer capítulo se ofrece una presentación general de la investigación y se exponen las justificaciones personal, académica y social; se presenta también el problema práctico, al igual que el objeto de estudio general y específico al que se adecuan las preguntas de investigación que guían esta tesis, y por último los supuestos de partida detallados. En definitiva, en esta primera parte se presenta el planteamiento de la investigación.

En el capítulo dos se muestra el contexto histórico que abarca desde los inicios de la radio hasta llegar a la historia de la radio en México, tomando también la historia del internet, de las redes sociales para posteriormente enfocarme en la historia de Facebook y Twitter.

En el tercer capítulo se muestra el estado del arte, el cual fue dividido en tres grandes apartados: el primero se enfoca en las investigaciones que se han hecho

de la radio, posteriormente del internet, las redes sociales, del Facebook y Twitter y, por último, la relación que hay entre la radio y las redes sociales.

En el cuarto capítulo se muestra el marco teórico que guía esta investigación, con los conceptos más importantes que la sostienen, apoyándome de autores como Carlos Scolari, Alvin Toffler, Guadalupe Alcocer, Edgar Gómez, Amaro Huertas, George Herbert Mead, entre otros. En el capítulo se presentan las definiciones de conceptos como comunicación digital interactiva, interaccionismo simbólico, cibercultura, audiencia activa, hipertextualidad, también se retoma el tema de la brecha digital, y se contextualiza y explica por qué dichos conceptos son útiles dentro de esta investigación.

En el quinto capítulo se puede ver la explicación de por qué se utiliza la estrategia metodológica cualitativa, y cada una de las técnicas de investigación empleadas. Además, se exponen los protocolos aplicados durante el trabajo de campo.

Y en el último capítulo, se presenta el análisis y la interpretación de la información obtenida de la aplicación de las técnicas de investigación.

La investigación termina con una serie de reflexiones finales, en las que se sintetizan los principales hallazgos del trabajo y se anotan algunos de los alcances del mismo.

Capítulo I

Presentación y planteamiento de la investigación

La modificación de la radio con el surgimiento de las redes sociales digitales es un tema que despierta en mí un gran interés, ya que las necesidades de comunicación personales en la actualidad difieren mucho de las necesidades de hace 5 años, tiempo aproximado en el que la locución y en general el mundo de la radio llamó mi atención; y por otra parte es una necesidad personal, principalmente social, el mantenerme comunicada mediante las redes sociales, y es obvio que no podemos separar un medio del otro. Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación importantísimo, y ha sido tanto el impacto que estas redes han tenido en todas las personas que incluso otros medios de comunicación masiva como la radio o la televisión han tenido que acoplarse a ellas para ganar a más seguidores. Y bien o mal, yo como consumidora de estos dos medios de comunicación me he acoplado a los cambios que se tuvieron que hacer en la radio con el surgimiento de las redes sociales y esto con la finalidad de llamar la atención.

De alguna manera al aliarse las redes sociales digitales y la radio, ésta última fue modificada, debido a que hace no mucho tiempo atrás las personas o bien los radioescuchas se podían comunicar a la estación de radio para ganar boletos, hacer comentarios sobre la estación, sobre los locutores, e incluso para pedir canciones solo mediante las llamadas; con el surgimiento de las redes sociales digitales esto cambió por completo puesto que ahora cualquier persona que cuente con una computadora y/o un teléfono inteligente y acceso a las redes sociales puede mandar sus comentarios desde cualquier lugar, hacer peticiones y hasta ganar premios utilizando las redes sociales digitales.

Una de las cosas que más me motivó a realizar la investigación sobre este tema, es que hay pocos trabajos que lo aborden, y sé que si lo realizo de forma interesante puede llegar a publicarse; además también me motiva el saber que en un futuro me quiero dedicar a la radio y si hago mi tesis sobre una de las cosas que más me interesa podré disfrutar de alguna manera y por así llamarlo el realizar mi investigación y sé que tal vez al concluirla ya no querré saber más del tema porque el realizar una tesis suele ser muy pesado y conozco el caso de

varias personas que terminan fastidiadas del tema al finalizar su trabajo pero me entusiasma mucho estudiar un tema tan interesante.

Para poder desarrollar mi tesis de mejor manera me enfoco en la emisora Radio Ciudadana, 660 de AM, ya que de acuerdo a lo que he investigado supe que en esa estación de radio en la sección de sexología, a una de las locutoras que laboran ahí le ocurrió un incidente que va aunado al tema de mi trabajo. Es por ello que me interesa mucho enfocarme en esa locutora, a quien en un programa de radio en el cual se estaba hablando del tamaño de los órganos sexuales, a ella se le hizo fácil dar su punto de vista referente al tema y la audiencia, en específico los hombres, comenzaron a enviarle imágenes de su pene y esto puso en un conflicto muy grande a la locutora y a los productores del programa.

Por otro lado es bien sabido que la conexión que existe entre la radio y las redes sociales digitales o la red en general muchas veces da lugar a un mal uso por parte de las personas, por ejemplo que tomen información que no les corresponde, que traten de sacarle provecho haciendo uso de las imágenes que se muestran en las redes sociales etc. Y es que las personas utilizan una herramienta tan importante como son las redes sociales digitales para perjudicar a otras personas; y el caso de la radio y de los que ahí trabajan no es la excepción, debido a que la audiencia tiende a agredir a los locutores por estos medios. Considero que si esto continua así, la fusión que se dio entre la radio y las redes sociales digitales algún día puede desaparecer y a mi punto de vista sería un error dejar ir algo tan interesante e importante.

Como estudiante de la licenciatura de Comunicación y Cultura me interesa conocer cómo es que dos medios de comunicación como son la radio y las redes sociales digitales se unen y se transforman con gran velocidad.

Por tal motivo mi objeto de estudio en concreto es la modificación de la relación medio radiofónico-audiencia a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales. Un estudio de caso del programa *Sexo en tu idioma* de Radio ciudadana.

Esto debido a que la radio tuvo que cambiar para que ahora las personas puedan emitir sus comentarios en todo momento, y esto ha provocado que los productores y locutores tengan que hacer cambios en la programación y darles espacio a la audiencia para así leer los comentarios que estos les envían.

Me preocupa estudiar el tema de la modificación de la radio con el surgimiento de las redes sociales digitales porque son dos de los medios de comunicación más utilizados por las personas. En el portal informativo del Sistema Tecnológico de Monterrey, a finales del año 2012 se dieron a conocer algunos resultados sobre las páginas de internet más utilizadas en México y estos resultados arrojaron que Facebook es la página más utilizada por las personas, ya que se menciona que 9 de cada 10 personas que tienen acceso a una computadora con internet utilizan esta página, mientras que Twitter es la 3ª, página más popular en nuestro país debido a que en el portal se menciona que el 56 % de la población utiliza esta red, (Islas. 2013: sp). Y ahora podemos decir que la radio tiene una nueva herramienta que son las redes sociales digitales, que además se han vuelto indispensables para este medio de comunicación, que existió muchos años antes que las redes sociales. Sin embargo, hoy en día estas redes llegaron a cambiar la cultura de las personas que desde hace mucho tiempo escuchamos la radio, haciendo así que ahora podamos participar con más frecuencia que antes.

Yo pienso que si este tema no es estudiado algún día la sociedad con el uso de las redes sociales va a llegar a perjudicar o bien limitar demasiado a la radio debido al mal uso que las personas le dan a este medio, como por ejemplo, acosar a las personas, usar la información y fotos del perfil para extorsionar a las personas entre otras cosas.

Por lo tanto me interesa dar respuesta a mi pregunta general, que es la siguiente: ¿Cómo se ha modificado la radio a partir del uso de las redes sociales digitales? Además, también me interesa conocer ¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?, ¿Qué tipo de cambios han tenido que hacer los locutores dentro de sus secciones?, ¿Qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de

radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales? Y por último, ¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? Y ¿Cómo ha cambiado esta relación?

Antes de entrar de lleno con la indagación documental y de conocer más acerca del tema es importante mencionar que los supuestos de los que partí al iniciar la investigación fueron los siguientes: 1) Las redes sociales influyeron y modificaron a la radio y la relación Locutor – Audiencia; 2) Con la llegada de las redes sociales a la radio los locutores ya no se sienten con tanta libertad de expresión como antes; y 3) El uso de las redes sociales permitió tener un mayor contacto con el locutor y esto estimuló a las personas a escuchar la radio con mayor frecuencia.

Cabe mencionar que mi tesis se inscribe en la carrera de comunicación y cultura porque para empezar tanto la radio como las redes sociales son medios de comunicación. En segundo lugar, desde mi punto de vista las redes sociales llegaron a modificar la cultura que las personas tenían en cuanto a la forma en la cual se mantenían en contacto con la radio, puesto que antes solo era mediante llamadas telefónicas y posteriormente, y con el surgimiento de las redes sociales las personas pueden estar más en contacto con el medio radiofónico, que de inmediato adoptó esta nueva forma de comunicación. En tercer lugar, las redes sociales permiten a las personas manifestarse, libremente ya que no se ponen restricciones como por cuando se hacían las llamadas telefónicas, se les limitaba a no decir ciertas palabras al aire y de lo contrario cortaban la llamada.

Por último, es importante resaltar que para poder llevar a cabo esta investigación se eligió un caso concreto: Radio Ciudadana de 660 de AM, y específicamente, el programa *Sexo en tu idioma*, el cual está dedicado a que las personas, opinen y discutan temas de sexualidad. Este programa es transmitido los viernes en un horario de las 19 horas a 19:54 horas, y me interesó puesto que las personas no tienden a tomar ese tema de forma natural y a veces los comentarios de los locutores o de las personas que trabajan en esta sección se meten en problemas por decir cosas que a ellos les parecen normales.

Por el lado de las redes sociales me enfoco en Facebook y Twitter debido a que éstas son las redes sociales que más se utilizan dentro de la radio.

Para poder llevar a cabo esta investigación me apoyo en la investigación aplicada y en la mixta debido a que voy a tener que ir de la teoría a la aplicación de entrevistas, observación, esto me ayudará a tener diferentes perspectivas de mi objeto de estudio, con las entrevistas me ayudaré a saber qué es lo que los locutores piensan acerca del cambio y como es que lo tomaron.

Por los medios utilizados para obtener los datos, me interesa utilizar el trabajo de campo, debido a que utilizo entrevistas para poder tener diferentes puntos de vista.

Por el nivel de conocimiento que se pretende adquirir me interesa enfocarme en el nivel exploratorio por la diversidad de investigaciones y de búsqueda de fuentes que tuve que revisar, para de esta forma poder realizar la mía.

Me interesa también el nivel explicativo puesto que realizo la investigación porque me interesa saber que pasó antes y después del cambio que hubo en la radio con las redes sociales.

Por el modelo empleado me enfoco en lo comparativo debido a que mi intención es realizar la investigación comparar el antes y después de la radio, marcado por el uso de las redes sociales digitales. Por la técnica de investigación me enfoco en la cualitativa debido a que realizo entrevista cualitativa a los locutores esto me va a ayudar a saber cómo han sido sus anécdotas y de igual forma, realizo análisis del discurso de programas para saber cómo es que se diferencian dependiendo del contenido de cada uno de estos. Y por último, otra de las técnicas de investigación que empleo es la etnografía digital, que va aunado al análisis del discurso, esto con el fin de saber cómo y con qué fin participa la audiencia del programa.

Capítulo II

Antecedentes y Contexto

En el presente capítulo se aborda el contexto histórico de mi objeto de estudio. Es importante señalar que se divide en tres apartados, debido a la complejidad del tema.

En la primera parte de este capítulo se explica cómo surgió la radio, posteriormente la historia de la radio en general, esto con el fin de contextualizar y explicar el por qué surgió la radio y bajo qué fines, posteriormente dentro de este capítulo se abre un apartado en donde menciono la historia de la radio en México, y debido a que realizaré un estudio de caso específico de una emisora, y de un programa de radio daré a conocer la historia de Radio IMER, posteriormente de Radio ciudadana que es donde se emite el programa y por último la historia del programa *Sexo en tu idioma*, éste último es el objeto de estudio de la presente investigación.

En la segunda parte del capítulo se puede leer la historia del internet, posteriormente el internet en América latina; lo anterior, para contextualizar un poco sobre cómo es que se fue expandiendo esta herramienta por todo el mundo; y posteriormente se ofrece una breve historia de cómo llegó el internet a México y cómo fue que se desarrolló en esta ciudad.

Por último, se podrá observar la historia de las redes sociales en México, para de este modo pasar a la historia del Facebook, con el fin de saber quién fue su creador y cómo se desarrolló hasta llegar a México. De igual manera se expone brevemente la historia de Twitter, cómo fue que llegó a México y cómo es en la actualidad.

2.1- Surgimiento de la radio

La radio surgió a principios del siglo XX. Se dice que surgió por la necesidad de comunicarse con las personas que en ese tiempo viajaban en barcos y submarinos, debido a que los telégrafos y en este caso el teléfono no bastaban, ya que cuando se viajaba en el mar las personas no se podían comunicar por los cables que no se podían poner debajo de éste, y los telégrafos a veces eran muy

tardados. Este fue el motivo inicial por el cual se empezaron a hacer varios experimentos, hasta que surgió la radio.

2.1.1- Breve historia de la radio

No se puede saber quién fue quien inventó la radio, se mencionan muchos nombres, pero el más sobresaliente es el Italiano Guillermo Marconi, quien a finales del XIX realizó las primeras transmisiones. En el año de 1901 Marconi consigue unir los extremos del océano Atlántico con una transmisión de más de 300 kilómetros de distancia. (Saberia, 2013).

Como lo mencioné anteriormente la radio surge como una necesidad de comunicación. Al principio sólo era para que los barcos y submarinos se pudieran comunicar, pero después se convirtió en una necesidad. La historia de la radio es muy compleja puesto que hay varias versiones de su surgimiento, pero una de las más creíbles afirma que la radio surgió aproximadamente en el año de 1920.

Pero comenzaron a trabajar en ella aproximadamente en el año 1873, cuando James Clerk Maxwell publicó en uno de los tratados que existían ondas electromagnéticas, y que gracias a éstas existía una energía invisible que podría hacer funcionar algunas cosas.

Tuvo que pasar alrededor de una década para que Guillermo Marconi comenzara a trabajar en la teoría que anteriormente se había planteado James Clerk Maxwell, ya que él fue quien convirtió esa teoría en un nuevo medio de comunicación. Guillermo Marconi se apasionó tanto por las ondas Hertzianas que de inmediato se puso a investigar y llegó a manipularlas y él fue el primero que envió mensajes por telégrafo. (Hausman, 2001).

Después de haber dominado esta teoría Marconi utilizó un sistema llamado “encendido y apagado”, en el cual comenzó a mandar las señales que años antes Samuel Morse había creado, después de dos años de largo trabajo logró enviar señales con suficiente fuerza como para que éstas llegaran a recorrer grandes distancias.

En un principio este nuevo descubrimiento fue llevado al gobierno italiano el cual no mostró interés en esto, pero tiempo después fue llevado al gobierno de Inglaterra el cual se maravilló de esta nueva forma de comunicación, ya que les facilitaría la interacción.

Posteriormente se abrió una empresa en donde Marconi trabajó, con el paso del tiempo este experimento comenzó a tener gran éxito en lo financiero. Años más tarde Marconi firmó con una empresa de Estados Unidos para así brindarles este servicio. (Hausman, 2001).

Aun cuando otros lugares estaban interesados en la radio, a la vez se desanimaban puesto que ellos la querían con otro fin lejano al de enviar claves Morse, ya que como lo mencioné anteriormente la radio únicamente servía para enviar ese tipo de señales, así que más científicos comenzaron a trabajar para que se pudiera tener una radio diferente. Reginald Fessenden fue un inventor que descubrió que si se manipulaban las ondas que Marconi había diseñado “encendido y apagado” algo podía cambiar, a lo que junto con F. W. Alexanderson realizaron un equipo en General Electric y crearon un dispositivo que permitiría transmitir ondas continuas. Fessenden realizó pruebas de este experimento, a lo que decidió en una fecha importante como lo es Noche Buena, leer la biblia, tocar el violín y desear una linda noche buena según se menciona. Lo anterior llegó a causar conmoción entre las personas que lograron escuchar este mensaje. (Hausman, 2001).

Con el gran avance que dieron estos científicos, se comenzaron a hacer grandes cambios para mejorar la radio. Charles D. Herrold fue otro científico destacado en el proceso de mejorar la radio, puesto que era uno de los dirigentes de una escuela en Estados Unidos, y comenzó a transmitir programas con frecuencia. Pero debido al inicio de la Primera Guerra Mundial, estas transmisiones tuvieron que suspenderse.

Cuando la guerra terminó, varias transmisoras ya estaban listas y fue así como empezó la difusión. Aunque todavía la radio sufrió grandes cambios para

conocerla como hoy. Estos son los datos más relevantes que se tienen acerca de la historia de la radio.

2.1.2.- Historia de la radio en México

En el año de 1919 el ingeniero Constantino de Tarnava fue el primero en instalar una estación experimental en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Ya para el año de 1921 el proyecto radiofónico de Tarnava se consolidó y se inaugura la emisora CYO (cuyo significado se desconoce). Ahí realizó el primer programa en vivo. (Radio mexicana, 2003).

Después de ver que estas transmisiones tuvieron éxito, en el año de 1922 el presidente de ese entonces, Álvaro Obregón, realizó una invitación para todos aquellos que quisieran contribuir a hacer estaciones de radio, para así poder difundir la radio comercial.

En 1923 Constantino de Taverna obtiene la licencia para operar una de las emisoras desde su casa, en esta emisora se transmitía música, y poesía. Con el paso del tiempo la emisora se fue volviendo cada vez más importante hasta que llegó a convertirse en XHE (cuyo significado se desconoce). Con todos estos avances, comenzaron a implementarse nuevos programas dentro de la radio, a finales de los años 40 gracias a los avances tecnológicos en la radiodifusión se implementó la frecuencia FM (Frecuencia Modulada, transmite información mediante una onda que varea su frecuencia) que es la que conocemos hoy. A continuación se presenta un cuadro con las principales emisoras de radio en la república mexicana.

EMISORA	KHz.	WATTS	UBICACIÓN
XEWA	540	15000	SAN LUIS POTOSÍ
XEX	730	20000	MÉXICO, D.F.
XELO**	800	20000	CIUDAD JUÁREZ
XEFW	810	50000*	TAMPICO
XEW	900	250000	MÉXICO, D.F.
XEQ	940	150000	MÉXICO, D.F.
XEG**	1050	100000	MONTERREY, N.L.
XEB	1220	100000	MÉXICO, D.F.
XERH	1500	20000	MÉXICO, D.F.
XERF **	1570	250000	ACUÑA, COAH.

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos recabados de la página de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (<http://www.cirt.com.mx/portal/>).

A las personas se les fue haciendo el hábito de sentarse a escuchar la radio ya que era un medio de comunicación que los mantenía informados; antes de que todas las personas tuvieran la posibilidad de adquirir un radio o una televisión, se compraba un aparato para todo el barrio y ahí a cierta hora las personas se reunían para escucharla todos juntos.

Además, comenzaron a transmitirse radio novelas¹, las cuales tuvieron gran auge entre los radioescuchas. Entre 1943 y 1946, tiempo en el cual transcurría la Segunda Guerra Mundial, el gobierno decidió censurar algunos programas tales

¹ Las primeras radionovelas que se comenzaron a transmitir fueron en el año de 1940 llamadas, "Los Tres Mosqueteros" y "Anita de Montemar", de los escritores Francisco Márquez García y Mimí Bechelani.

como noticieros, esto debido a que se menciona que la Ciudad de México desempeñó un pequeño papel dentro de esta guerra. Y con la censura de los noticieros el gobierno evitaba que la gente estuviera informada respecto a lo que sucedía para que no se alarmara.

Ya para la década de 1960 se dio a conocer una serie de convenios dirigidos hacia la radio y la televisión. Ya para este entonces las personas podían estar en contacto con la radio mediante llamadas telefónicas que realizaban para ganarse un premio, mandar un saludo, o simplemente para pedir una canción.

En 1977 se creó la dirección General de la Radio y la Televisión y Cinematografía, esta se encargaba de verificar que estos tres medios de comunicación siguieran las normas que se les habían impuesto y que no las violaran por ningún motivo. Esto se debe a que el gobierno se dio cuenta que estos medios de comunicación eran muy potentes y no quería que la información que se transmitía por estos medios fuera a salirse de control y que pudiera perjudicar.

Se indica que tanto fue el interés del gobierno por la radio que de inmediato comenzó a realizar trámites para tener más estaciones. En el año de 1979 se compraron tres estaciones de radio comercial: XEMP, XERMP y XEB, convirtiéndose cuatro años más tarde en lo que hoy en día conocemos como Instituto Mexicano de la Radio IMER, según se indica era una radio desinteresada de cualquier tipo de propaganda que no fuera de índole jurídica y formaba parte de un organismo público.

Ya para 1985 la frecuencia de FM sobrepasa a la frecuencia AM y contaba con mayor audiencia, debido a la calidad del sonido que se transmitía. Posteriormente comenzaron a realizarse las primeras transmisiones vía satelital; las primera radiodifusoras en realizar este tipo de transmisiones fueron grupo ACIR y Radio Centro.

En el año de 1991 se comenzó a utilizar el sistema de radio con emisiones que contaban ya con un sonido digital, primero en la Ciudad de México y posteriormente en Monterrey y Guadalajara. Gracias a este gran avance que dio la

radio se comenzó a utilizar la radiodifusión sonora digital (DBA), lo que permitió tener una mejor calidad de audio y gracias también a las transmisiones vía satélite, la radio en este momento se comenzó a postular como uno de los medios de comunicación más fuertes y potentes en cuanto a sus transmisiones.

Entre los años del 2002 y 2005 las radiodifusoras comenzaron a vender sus concesiones a distintas empresas, esto supuestamente para ampliar la programación, además mediante la venta de las concesiones podían pasar más anuncios publicitarios dentro de la programación y de este modo se podían obtener mayores ganancias monetarias. (Pacheco, 2008).

2.1.3- Historia del IMER

El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) surgió el 23 de marzo de 1983, por orden presidencial; es una institución pública que se rige a través de la secretaría de Educación Pública. En el primer año este organismo público descentralizado se vio un gran incremento dentro de la programación. En 1987 radio IMER ya contaba con un total de 17 radiodifusoras y hoy en día cuenta con un total de 24 frecuencias, entre ellas Radio Ciudadana, también cuenta con una emisora virtual y aproximadamente 18 canales digitales. (El Universal, 2013).

IMER cuenta con programación para todo tipo de personas es decir, niños, jóvenes, adultos e incluso adultos mayores. Es una de las emisoras que están dedicadas y preocupadas por las personas y constantemente se hacen convocatorias para darle oportunidad a la población de que concursen para que puedan transmitir algún programa. (El Universal: 2013).

Dentro de la página oficial del IMER se estipula su misión: “Producir, programar y transmitir contenidos radiofónicos que estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis para consolidar una comunicación pública, incluyente, participativa y plural.” (IMER, 2013). Con esto se puede ver el compromiso que la radiodifusora tiene con su audiencia.

Posteriormente en el portal del IMER se puede observar el apartado de la visión que tiene esta empresa el cual dicta: “Conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la ciudad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos”. (IMER, 2013).

Con esto se puede observar que los intereses del grupo IMER son el compromiso con las personas que sintonizan esta radiodifusora, al igual que los programas que aquí se transmiten y también darles a su audiencia una información veraz.

2.1.4 Radio ciudadana

Radio Ciudadana es una de las emisiones de radio IMER, es importante dar a conocer un poco de la historia de esta estación debido a que yo me basaré en uno de sus programas. Anteriormente era nombrada “La radio de los Ciudadanos”; esta estación comenzó a transmitir el 1 de abril del 2003. Según se menciona en la página de Radio Ciudadana² en agosto del 2005 la dirección general del IMER decidió cambiar de frecuencia transmitiendo así desde 660 AM, que es donde actualmente se encuentra.

En la página de CONACULTA se menciona que Radio Ciudadana es una estación que se dedica a promover la cultura democrática y se preocupa por que los ciudadanos participen, actualmente esta tiene una cobertura en México, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Querétaro entre algunas otras, también se menciona que a partir del 3 de diciembre del 2007 comenzó a hacer sus transmisiones también por internet. (CONACULTA, 2011).

Esta estación, según la página oficial de Radio IMER, está dirigida a hombres y mujeres de entre 25 y 54 años de edad. Ha ido creciendo con el paso de los años y actualmente se encuentra transmitiendo alrededor de 29 programas que son coordinados por organizaciones sociales y colectivos ciudadanos. (IMER, 2013)

² Portal de radio ciudadana, (<http://radiociudadana.imer.gob.mx/>)

Es importante mencionar dentro de este apartado los códigos de misión y visión que dentro de Radio Ciudadana se estipulan para de esta manera saber cómo es que están comprometidos con su audiencia y saber también qué es lo que se propone esta estación. El primero que mencionaré será la misión:

Promover la cultura democrática, la libertad de expresión y el derecho a la información de la ciudadanía mediante su participación directa en la programación y en la generación de contenidos que reflejen la pluralidad ideológica y estimulen el conocimiento, la comprensión y el análisis de asuntos de interés público. (IMER, 2012)

Lo que se me hace más relevante dentro de la misión es que se pretende estimular el conocimiento dentro del auditorio de los programas que ahí se emiten. Además de permitir que la ciudadanía participe en la elaboración de los contenidos de las emisiones.

Por otra parte se menciona también la visión la cual estipula:

Conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos. (IMER, 2012)

Es interesante conocer que dentro de la visión de grupo IMER se destaca el promover la cultura dentro de la sociedad, comprometiéndose a dar veracidad en el contenido de cada uno de sus programas y que no solo pretenden tener un alcance a nivel nacional si no también internacional.

2.1.5. El programa *Sexo en tu idioma*

Dentro de Radio Ciudadana se emite el programa *Sexo en tu Idioma*. Este programa es el que me interesa analizar, por tal motivo es importante mencionar un poco de su contexto.

Este programa es relativamente nuevo ya que comenzó a transmitirse en abril del año 2012, según lo que menciona la maestra Adriana Solórzano Fuentes, la

entonces Gerente de Radio Ciudadana. El programa ingresó a esta estación después de la sexta convocatoria de proyectos radiofónicos que se realizó a la ciudadanía.

Los locutores de este programa son Adriana de Jesús Zapata Sánchez y Francisco González Sánchez. *Sexo en tu idioma* se transmite cada semana los días viernes de 19:00 a 19:54 horas.

Es importante destacar la barra programática que se tiene dentro de Radio Ciudadana, ya que así será más fácil ubicar el programa.

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HORARIO
00:00 - 00:02	HIMNO NACIONAL							00:00 - 00:02
00:02 - 00:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							00:02 - 00:30
00:30 - 03:33	CORTE INFORMATIVO							00:30 - 03:33
00:33 - 01:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							00:33 - 01:00
01:00 - 01:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							01:00 - 01:30
01:30 - 02:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							01:30 - 02:00
02:00 - 02:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							02:00 - 02:30
02:30 - 03:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							02:30 - 03:00
03:00 - 03:30	CORTE INFORMATIVO							03:00 - 03:30
03:30 - 03:33	CORTE INFORMATIVO							03:30 - 03:33
03:33 - 04:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							03:33 - 04:00
04:00 - 04:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							04:00 - 04:30
04:30 - 05:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							04:30 - 05:00
05:00 - 05:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							05:00 - 05:30
05:30 - 05:57	CORTE INFORMATIVO							05:30 - 05:57
05:57 - 06:00	CORTE INFORMATIVO							05:57 - 06:00
06:00 - 06:02	HIMNO NACIONAL							06:00 - 06:02
06:02 - 06:17	RTC							06:02 - 06:17
06:17 - 06:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							06:17 - 06:30
06:30 - 07:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							06:30 - 07:00
07:00 - 07:05	TRIVIALIDADES							07:00 - 07:05
07:05 - 07:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							07:05 - 07:30
07:30 - 08:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							07:30 - 08:00
08:00 - 08:15	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							08:00 - 08:15
08:15 - 08:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							08:15 - 08:30
08:30 - 09:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA MEXICANA							08:30 - 09:00
09:00 - 09:30	HABLEMOS DERECHO	PUENTE A LA SALUD	ZONA DE EXPRESIÓN	EXPEDIENTE 660	SON Y TRADICIÓN	CONVERSACIONES SOBRE HISTORIA	HISTORIA DE LAS REVOLUCIONES DE MÉXICO	09:00 - 09:30
09:30 - 10:00		SALUD Y ARMONÍA						09:30 - 10:00
10:00 - 10:05	PARTIDOS POLÍTICOS							10:00 - 10:05
10:05 - 10:30	ARREGLANDO EL MUNDO	ESPACIO ABIERTO		ESPACIO ABIERTO		HISTORIA EN VIVO	VOCES EN PLENITUD	10:05 - 10:30

11:57 - 12:00	CORTE INFORMATIVO							11:57 - 12:00
12:00 - 12:30	DISCAPACIDAD UNA CONDICIÓN DE VIVA	DIÁLOGO ADOLESCENTE	JUNTOS POR UN CAMBIO	¡MI VOZ SI VALE! HABLEMOS DE NUESTROS DERECHOS	MUJERES A LA TRIBUNA	LA PIRINOLA	TALENTOS DIVERSOS, DERECHOS IGUALES	12:00 - 12:30
12:30 - 13:00								12:30 - 13:00
13:00 - 13:05	DISCAPACITARE	INCONEXIONES CIENTÍFICAS	SENTIDO Y COMPROMISO	INCONEXIONES CIENTÍFICAS	ABC DE LA MIGRACION	MÚSICA POPULAR URBANA		13:00 - 13:05
13:05 - 13:30	PIDE TU CANCIÓN		TOCA TU MÚSICA	PIDE TU CANCIÓN				13:05 - 13:30
13:30 - 14:00	TRIVIALIDADES							13:30 - 14:00
14:00 - 14:05	TRIVIALIDADES							14:00 - 14:05
14:05 - 14:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							14:05 - 14:30
14:30 - 15:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							14:30 - 15:00
15:00 - 15:30	ZONA JOVEN	MEDIACIÓN IMER	NUESTRA CIUDAD, NUESTROS DERECHOS	LA COPERACHA	EN ASOCIACIÓN			15:00 - 15:30
15:30 - 16:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							15:30 - 16:00
16:00 - 16:05	BALANCE, PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA JUVENTUD							16:00 - 16:05
16:05 - 16:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							16:05 - 16:30
16:30 - 16:57	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							16:30 - 16:57
16:57 - 17:00	CORTE INFORMATIVO							16:57 - 17:00
17:00 - 17:05	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							17:00 - 17:05
17:05 - 17:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							17:05 - 17:30
17:30 - 18:00	INTERMEDIOS	CINEMAS RADIO	CREANDO HUERTOS	CIUDADANA AMBIENTAL	ONDAS DE CIENCIA	CLÁSICOS 660		17:30 - 18:00
18:00 - 18:30	BANCO DE ALIMENTOS	LOS GUARDAVOCES	RUMBO AL NORTE	MÉXICO Y SUS HISTORIADORES	SÚMATE AL DIÁLOGO			18:00 - 18:30
18:30 - 19:00	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							18:30 - 19:00
19:00 - 19:30	PALABRA DE HOMBRE	DE LOS DERECHOS AL PLACER	HOMBRES POR LA EQUIDAD	AGENDA AFIRMATIVA	SEXO EN TU IDIOMA	FIN DE SEMANA DE COMPLACENCIAS		19:00 - 19:30
19:30 - 19:54	CORTE INFORMATIVO							19:30 - 19:54
19:54 - 20:00	CORTE INFORMATIVO							19:54 - 20:00
20:00 - 20:30	PASAPORTE	LETRA Y MÚSICA	LOS VAGABUNDOS DE LA NADA	LETRA Y MÚSICA	PASAPORTE	MÚSICA DE LOS PUEBLOS DEL MUNDO		20:00 - 20:30
20:30 - 21:00	DIVERSIDAD CIUDADANA XEDTL							20:30 - 21:00
21:00 - 21:30	EXPRESIONES DE LA MÚSICA POPULAR URBANA							21:00 - 21:30
21:30 - 21:57	CORTE INFORMATIVO							21:30 - 21:57
21:57 - 22:00	CORTE INFORMATIVO							21:57 - 22:00
22:00 - 22:30	MÚSICA DE LOS PUEBLOS DEL MUNDO							22:00 - 22:30
22:30 - 23:00	MÚSICA DE LOS PUEBLOS DEL MUNDO					PASAPORTE	LA HORA NACIONAL	22:30 - 23:00
23:00 - 23:30	MÚSICA DE LOS PUEBLOS DEL MUNDO					LETRA Y MÚSICA	LETRAS PARA NO DORMIR	23:00 - 23:30
23:30 - 24:00	MÚSICA DE LOS PUEBLOS DEL MUNDO							23:30 - 24:00

Fuente: Barra programática extraída de la página de Radio Ciudadana (<http://radiociudadana.imer.gob.mx/>)

2.2.- Historia del Internet

El internet es una de las herramientas más utilizadas en la actualidad, ya que permite encontrar información de todo tipo. Con el internet se pueden enviar correos, encontrar millones de bases de datos, encontrar a personas, chatear con ellas, buscar imágenes, descargar música, archivos, entre otras muchas más operaciones.

El internet nace alrededor de los años 50's, con el fin de que los investigadores pudieran intercambiar todas sus investigaciones ya que algunos años antes se habían creado las primeras computadoras y esto les facilitaba tener contacto directo para estar informados de las investigaciones de las demás personas. En un documental de Discovery Channel se menciona que ocho años más tarde es decir en 1958, se crea el sistema "Advanced Research Projects Agency (ARPA), realizado por Dwight Eisenhower, esto se desarrolló en Estados Unidos, se menciona también que el propósito de este desarrollo fue principalmente por fines estratégicos militares.

Posteriormente después de muchos intentos fallidos se crea una nueva idea, aproximadamente en el año de 1961 cuando el psicólogo e informático J. C. R. Licklider desarrolla una teoría, la cual trataba de que se pudieran dar paquetes de internet a nivel mundial para que todas las personas pudieran tener acceso a muchísima información de cualquier computadora. J. C. R. Licklider entró a trabajar a la empresa de ARPA; creía que para aumentar el desarrollo humano se podían utilizar los ordenadores de ese sistema. Durante el tiempo que Licklider trabajó en ARPA aportó varias ideas que no pudo llegar a demostrar ya que dejó ese trabajo pero quedó su idea que más tarde se retomaría (Lay Gajardo, 2004).

Una vez que Licklider dejó esta investigación, en la Universidad de Massachusetts se comenzaron a realizar varias investigaciones y en una de éstas se logró crear una RED. En el año de 1965 se empezaron a desarrollar los paquetes que Licklider alguna vez propuso, a partir de ese momento se comenzaron a mostrar muchísimos proyectos acerca de estos paquetes. (Cabrera, Sf).

En los siguientes años, entre 1966 y 1969, Bob Taylor quien fue el director de las oficinas de (IPTO) Information Processing Techniques Office, retomó la idea de Licklider y ocupó a Larry Roberts como el arquitecto de este nuevo proyecto que trajo como resultado una nueva red de ordenadores que fue conocida como ARPANET. Un proceso que supuso un gran paso para el desarrollo de internet.

En 1970, es decir 20 años después de que se hicieran los primeros usos de esta gran red, se empieza a escuchar la palabra internet, éste nombre se debe al científico Vinton Cerf. Otro de los aspectos importantes dentro de la historia del internet se menciona en el artículo “Historia, Actualidad y Futuro del internet”, según el cual para 1971 se creó el primer protocolo para mandar correos electrónicos, realizado por Ray Tomlinson, y aunque el programa fue muy sencillo con el paso del tiempo se modificó y mejoró, a este primer proyecto se le nombró, “Protocolo para la transmisión de archivos en internet.” Durante varios años se crearon a lo largo del mundo muchos protocolos diferentes, estos eran sobre redes que permitían a las personas comunicarse desde su lugar de origen a cualquier otro lado del mundo.

Pero en el año 1974 Vinton Cerf y Bob Kahn publicaron un nuevo protocolo llamado “Protocolo para intercomunicación de redes por paquetes”. Este protocolo fue aceptado, y fue el que permitió que todas las redes se conectaran en una sola.

En Historia, “Actualidad y Futuro del Internet” se indica que aproximadamente en el año de 1982, la compañía de ARPANET adoptó este protocolo ya de manera formal. En estos años ya existían las primeras compañías de computación y tecnología, es decir Apple y Microsoft.

En el año de 1989 Tim Berners Lee en el laboratorio Europeo de Físicas de Partículas en Génova crea la World Wide Web, que después en abreviatura se queda como www. (Lay Gajardo, 2004).

Con el surgimiento de la www se vino la aparición de los buscadores para poder obtener comunicación. En los años noventa ya había muchos servidores que

proveían a las personas del internet pero en realidad su apogeo comienza a partir del año 2000.

2.2.1.-El internet en América Latina

Como ya lo he mencionado, una vez que el internet comienza a darse a conocer por todo el mundo, las personas lo adoptaron como una herramienta que ayudaría mucho a todas las personas, sobre todo a los estudiantes, a los trabajadores de las oficinas etc.

Como señalé anteriormente aunque los inicios del internet provienen de los años 50, el verdadero apogeo de esta herramienta tan conocida hoy en día se dio a partir del año 2000 aproximadamente.

En la revista *BBC Mundo* se indica que actualmente en toda América Latina son 147 millones de personas las que utilizan el internet, esto después de realizar un estudio en los años 2012 y principios del 2013, es sorprendente que el internet tenga esta magnitud de usuarios. En el artículo también se indica que el país con más usuarios del internet con un 42% es Brasil, que sobrepasa a México, siendo éste el segundo país de Latinoamérica con más cibernautas, según se menciona los países que siguen después de Brasil y México son Argentina, Colombia, Venezuela, Chile, Perú y Puerto Rico.

Pero además de señalar quiénes son los que más utilizan el internet en América Latina, también es importante destacar que en Brasil y Venezuela durante el año 2012 y principios del 2013 son los lugares en donde más se ha gastado en líneas telefónicas, esto con el fin de tener internet en sus casas.

Dentro del estudio realizado por la revista *BBC Mundo*, se señala que casi todas las personas que utilizan el internet en América Latina lo utilizan con el fin de estar informados, debido a que el 85% de los usuarios de esta herramienta visitan con frecuencias las páginas de noticias por internet. Esto me parece algo muy interesante debido a que la mayoría de los usuarios de internet lo usan para acceder a información noticiosa.

Por último es importante mencionar que en la Ciudad de México existe el mayor número de personas que acceden al internet por medio de los teléfonos móviles, y es que debido al crecimiento de la tecnología ahora las personas con tener un teléfono inteligente como se les llama o bien hoy en día las conocidas Tablet las personas tienen conectividad a internet desde cualquier lugar en el que se encuentren. (BBC Mundo, 2013).

En la siguiente tabla se muestra cómo es el uso que se le da al internet en América Latina desglosado país por país y muestra un porcentaje del uso que le dan a esta herramienta además de mostrar los usos del internet, y el crecimiento que se ha dado en los últimos años.³

³ Nota: La tabla fue extraída de la página de internet: (Fecha de consulta 30 de junio del 2013).

USOS DE INTERNET EN LATINOAMÉRICA



Estado de Internet en Latinoamérica

Latinoamérica sigue creciendo de la mano de los medios sociales y está cerca de convertirse en un medio mayoritario

Evolución de los usuarios de internet



Distribución y penetración por país



Comparación con otros mercados



Patrón de usos de Internet

Internet sigue socializándose: nuevos medios sociales, sitios web corporativos se socializan, +agregadores.

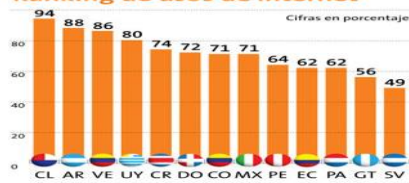
Principales usos



Variación en los usos vs 2010



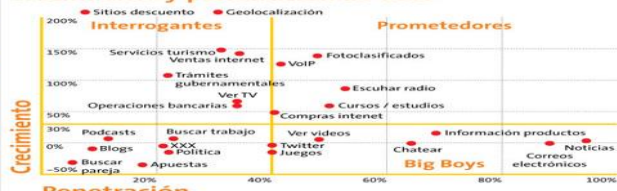
Ranking de usos de internet



Usos por países



Crecimiento y penetración de usos



DESTINOS: Plataformas Predominantes

Usos transaccionales crecen, después de un relativo estancamiento en los últimos años.

Penetración por plataformas



Facebook



Twitter



Índice web 2.0



Protagonistas de la web 2.0



CAMINOS: Dispositivos de Acceso

Fuente: extraída de (<http://blog.xmundo.net/usos-tendencias-de-internet-en-america-latina/>.)

2.2.2. El Internet en México

Después de la historia del internet en general es importante para mí mencionar cómo fue que esta importante herramienta llegó a México, ya que aunque existía ya el internet no fue fácil que pudiera entrar y distribuirse en nuestro país.

En la *Revista Digital Universitaria de la UNAM* hay un artículo titulado “Como se conectó México al internet”. En este texto se menciona que en el año de 1991 hubo dos instituciones muy importantes que influyeron en el proceso de la llegada del internet a México, estas instituciones fueron la UNAM y el ITESM, que fueron las encargadas de difundir los enlaces para que esta herramienta pudiera llegar a nuestro país.

El internet llegó primero a las universidades de distintas partes de la República y se le denominó a esto RAM (Red Académica Mexicana), esto con el fin de que los estudiantes pudieran intercambiar datos con miembros de otros centros de investigación.

Se indica también que ya se empezaba a crear una asociación llamada RedMex con la que se pretendía controlar más la distribución del internet. De inmediato la SEP otorgó una computadora a las universidades para que así pudieran contar con este servicio. (Huesca Morales, 1998, citado en, Blanca Gayosso, Sf).

En 1992 se creó en DNS⁴, esto con el fin de comenzar una operación efectiva del internet esto se le comenzó a llamar “internet Mexicano”. En el año de 1999 fue la época del apogeo del internet en México, puesto que comenzó a ser público y a comercializarse cada vez más. Se menciona que varias empresas y universidades comenzaron a comprar permisos para hacer sus propias páginas de internet.

Años después, la compañía más importante de telefonía en México, TELMEX, comenzó a instalar fibra óptica para proveer a todo al país de internet.

⁴ DNS, quiere decir Sistema de Nombre de Dominio, esto permite asociar nombres con direcciones en lenguaje normal.

2.3.- La llegada de las redes sociales a México

Las redes sociales surgieron en el año de 1930 en Londres, esto cuando se descubrió que las personas podían dejar mensajes a sus amigos en un tablero de mensajes de un robot. Con el paso del tiempo se fueron modificando pero el verdadero auge comienza en el año de 1995, con la primera red social digital llamada "Classmates", que surgió con la finalidad de comunicar a las personas con cualquier persona o conocido de cualquier parte del mundo, esto siempre y cuando las demás personas con las que se quería establecer comunicación tuvieran internet.

Pero estas redes se fueron modificando con el paso del tiempo, además de que cada vez eran más utilizadas por las personas. En el año 2003 surgió una nueva red social llamada MySpace (mi espacio), creada por Tom Anderson; en esta red además de conocer a gente de todo el mundo, se podía contactar a los conocidos; esta red era principalmente utilizada por los estadounidenses y canadienses.

Después surgió el sitio social llamado Hi5 (chocar 5) creada por Ramu Yalamanchi, los principales usuarios de estas redes sociales eran las personas de América Latina. En el año 2004 surgió Facebook, pero llegó a tener popularidad alrededor del año 2007. Facebook es la red que más impacto causó entre la gente, lo cual comportó que se dejara de usar el Hi5 por más del 64% de las personas. El creador de Facebook es Mark Zuckerberg. (Padilla, 2013).

Otra red social que adquirió gran valor fue el llamado Twitter, el cual surge en el año 2006. Esta red permite a los usuarios mandar micro entradas de 140 caracteres las cuales se basan en texto y son denominados tweets, estos tweets se pueden mandar y recibir a través de un perfil de usuarios que se crea en la misma página. Twitter es principalmente usado por los medios informativos además también es muy utilizada por artistas ya que sirve para que los fans puedan seguirlos y estar en un contacto inmediato con ellos (Sánchez, 2013).

2.4.- El surgimiento del Facebook

El Facebook es una red social que se creó en el año 2004 por el estadounidense Mark Zuckerberg. El creador la realizó con el fin de que todos los estudiantes de la universidad de Harvard pudieran comunicarse y así conocerse entre todos, y no fueran personas desconocidas que estudiaban en una misma escuela. Esta red comenzó a ganar popularidad y se salió de las manos del creador para darse a conocer a las afueras de la universidad. (Padilla, 2013).

En esta red social los usuarios realizan un perfil donde ponen su información, desde fecha de nacimiento, nombre, hasta los lugares en los que estudiaron o bien en los que trabajan, además se pueden realizar grupos, páginas, se ponen actividades y convocatorias; no importa el lugar en el cual se encuentren ubicados los usuarios de esta red social, pueden interactuar, dar a conocer las actividades que realizan y además compartir fotos y videos entre otras cosas más. (Herrero Gutiérrez. et al., 2011)

En la *Revista Latina de Comunicación Social* se menciona que la página de Facebook es la segunda página más usada después de google, a nivel mundial.

2.4.1.- El Facebook en México: evolución hasta la actualidad

El Facebook llega a México el mismo año en el cual fue creado, solo que algunos meses después; según estadísticas del estudio de marketing y redes sociales en México se menciona que nuestro país es uno de los que más utiliza esta red social:

En México la red social más popular es Facebook. De cada 10 usuarios de redes sociales, 9 utilizan Facebook. Además, 87 por ciento afirmaron acceder a Facebook cada día. En Facebook participan más mujeres (55 por ciento) que hombres (45 por ciento); 45 por ciento de los usuarios de esta red ingresan a través de teléfonos inteligentes; 71 por ciento son menores de 25 años. En cambio, en internautas mayores de 55 años, apenas 3 por ciento afirmaron utilizarla. (Islas, 2013)

Y el uso de esta red social se ha favorecido con las nuevas herramientas de los teléfonos inteligentes, que ahora ya pueden acceder desde cualquier lugar.

En la revista *Animal Político* se menciona que en México se duplicó el número de usuarios de esta red social. El número de usuarios es de aproximadamente 25.6 millones de personas que hoy en día tienen una cuenta en Facebook, esto en estadísticas más recientes. (Animal Político, 2013).

A principios del 2014 se indicó que Facebook ya cuenta con un total de 49 millones de usuarios activos. (Ruiz Escamilla, 2014 en Sánchez Onofre, 2014).

En este artículo también se menciona que México se encuentra en el sexto lugar de usuarios de esta red social y que incluso está por arriba de Brasil, pero uno de los aspectos que marcan este aumento de usuarios es que hay migración de otros países hacia México y que esto influye mucho.

Otro de los aspectos interesantes sobre el Facebook en México, es que las personas no solo utilizan la red social para estar en contacto con sus amigos o familiares, también la utilizan como un medio de información. En el portal del Tecnológico de Monterrey se indica que durante las elecciones del 2012, los políticos utilizaron el Facebook sabiendo que era la red social más utilizada por las personas, que decidieron también hacerse publicidad por este medio para que así más gente los vieran.

Dentro del portal se indica que el 56% de los usuarios de las redes sociales siguieron las campañas electorales por medio del Facebook durante el año 2012, y los usuarios de la red social mencionaron que definitivamente este nuevo proyecto de hacer propagandas políticas mediante el Facebook, influyó en su voto. (World Internet Project México, 2012).

Esto es un claro ejemplo de que el Facebook en la Ciudad de México, ha causado tal impacto que ahora ya se utiliza como un medio de más para las propagandas y no solo política, puesto que hoy en día ya todo tipo de anuncios se pueden ver a través del Facebook.

2.5.- El surgimiento del Twitter

Twitter fue creado en el año 2006, por jóvenes que trabajaban en la empresa de Podcastodeo Inc, en la ciudad de San Francisco, en Estados Unidos. Esto fue el resultado de una renovación que se tuvo que hacer en la empresa debido a que tenían competencia con la empresa Apple.

La idea principal de este servicio fue que mediante mensajes se les pudiera informar a pequeños grupos lo que las personas realizaban en sus actividades. Se dice que el nombre inicial de esta red social fue "Status", posteriormente Twitch y posteriormente le cambiaron por el que hoy conocemos que es Twitter.

Esta red social se trata de que las personas puedan ser miembros de una comunidad, en la cual se pueda dar información acerca de las actividades, se pueden tener a artistas y personas de cualquier tipo del mundo, es muy parecido a Facebook a diferencia de que este es un chat en vivo.

2.5.1.- El Twitter en México: evolución hasta la actualidad

Twitter es la tercera red más utilizada en nuestro país, ya que Facebook ocupa el primer lugar, seguido de YouTube, esto según el estudio realizado marketing y redes sociales en México que se realizó en el año 2012.

Twitter es la tercera red social más popular en México. Del total de internautas que respondieron la encuesta de Elogia, 56 por ciento afirmaron ser usuarios de esta red; 67 por ciento acceden diariamente y 51 por ciento lo hacen a través de teléfonos inteligentes. Twitter es más utilizada por mujeres (51 por ciento) que hombres (49 por ciento); además, 65 por ciento de los usuarios de Twitter en México -que respondieron la encuesta de Elogia- son menores de 25 años. En

mayores de 55 años, apenas 2 por ciento afirmaron ser usuarios de esa red. (Islas, 2013).

Y es que aunque esta red es diferente a Facebook en varios aspectos, a muchas personas les gusta usarla debido a que por medio de ésta se puede estar siguiendo a los artistas y a personas importantes, y se pueden enviar comentarios de inmediato y todas las personas pueden ver esta información.

A principios de este año es decir 2014 la empresa de MediaBistro realizó un estudio para saber el crecimiento que han tenido las redes sociales en México en donde se dio a conocer que Twitter actualmente cuenta con un total de 560 millones de usuarios activos en el mundo. (Puon, 2014).

Otro de los aspectos importantes del uso del Twitter en México es que el 7.2 % de los usuarios son empresas mexicanas, de esas empresas mexicanas el 4.9% son privadas, el 1.4% son instituciones educativas y académicas, y por último el 0.6% son cuentas del gobierno. (Pc World, 2011).

Capítulo III
Estado del Arte

En este capítulo se exponen los trabajos que ya se han realizado acerca de mi objeto de estudio. En este caso, decidí exponerlos de la siguiente manera: la radio, el internet y las redes sociales, específicamente, Facebook y Twitter, y por último la triangulación entre la radio y las redes sociales digitales. Es decir, el capítulo está organizado de lo general a lo particular.

Lo anterior, con el fin de darme cuenta qué tan estudiado está mi objeto de estudio y también para saber cómo se han realizado estas investigaciones y a qué conclusiones se han llegado.

3.1- Investigaciones que se han hecho sobre la radio.

Hay muchas investigaciones que se han hecho en torno al tema de la radio, debido a que es uno de los medios de comunicación masiva más fuertes que existen. Dentro del apartado del estado del arte es muy importante conocer qué hay alrededor de la radio, cómo son los estudios que se han hecho, y con qué fin los han realizado.

Para comenzar, me gustaría dar a conocer una tesis que realizó Teodoro Galarza, en el año 2003, que se llama *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa*, y se realizó con el fin de dar a conocer cómo es que se originó la radio comunitaria, y cómo se han dado ciertas iniciativas para que la radio se convierta en un medio educativo a lo largo y ancho de América Latina. Se indica también que la tesis se realizó con el fin de dar conexiones a los alumnos que se encuentran estudiando el bachillerato, esto para que puedan tomar clases a distancia.

Debido a que la televisión se robó a la mayoría de la audiencia de la radio, las personas perdieron interés en este medio de comunicación, y según la tesis de Teodoro Galarza, con esta investigación pretendía que las autoridades y sobre todo los investigadores, pusieran más interés en este medio y de igual modo se interesaran para que así pudiera regresar audiencia a este medio.

Dentro del aspecto metodológico, se pretende mediante un programa de prueba o bien piloto dar educación a las personas adultas para saber qué tan conveniente es implementar este tipo de educación por medio de la radio comunitaria, además, también utilizó un estudio de caso, del Instituto Radiofónico de Fe y Alegría, el cual explica por qué es una radio escuela que tiene varios años dando clases, pero solo dedicada a los adultos. También utilizó observación participante durante una de las evaluaciones que esta escuela realiza a sus alumnos, para conocer la eficiencia de la interactividad de la radio y la audiencia.

Otro de los aspectos importantes dentro de esta tesis es que después del análisis y la investigación, Teodoro Galarza llegó a la conclusión de que en muchos países la radio solo se usa con un fin comercial, mientras que en otros solo con fines políticos, y en muchos lados existe la radio privada; el hallazgo al que llegó fue que en Ecuador el propósito de la educación mediante la radio comunitaria se cumplió, pero muchas veces la interacción de los maestros con los alumnos no eran como lo estipulaban. (Galarza, 2003).

Es importante señalar otra de las investigaciones que encontré en torno al tema de la radio. Esta tesis se titula *La radio escolar como una estrategia de enseñanza-aprendizaje en el colegio Hernando Vélez Marulanda*. Fue realizada por Luis Felipe Correa Agudelo y Andrés David López Vargas, quienes trabajaron con el fin de recibir el título de licenciados en comunicación e informática comunicativa en el año 2011 en la Universidad Autónoma de Barcelona.

Esta tesis busca probar la estrategia de emplear la radio como un medio educador en los escenarios escolares, según mencionan los autores. La pregunta central que guió su investigación fue la siguiente: ¿Es la emisora escolar una estrategia didáctica que pueda elaborar contenidos que permitan una inclusión de las áreas básicas del currículo escolar? Me parece interesante que esta tesis es muy parecida a la investigación que realizó Teodoro Galarza, pues las dos se enfocan en la radio como un nuevo modelo educativo.

Dentro de la metodología ellos realizaron una propuesta radiofónica en la cual los alumnos de noveno de la escuela en la que se enfocaron fueron divididos en seis equipos, cada uno de éstos tenían como tarea realizar una radio revista con diferentes temas y los autores de la tesis realizaron una observación participante en la cual se fijaron en cómo se llevó a cabo este proceso y cómo la audiencia tomaba estas radio revistas.

Después de leer a grandes rasgos esta tesis me pude percatar que no es similar a la que todos conocemos, más bien es como un plan comunicativo, es decir, esta investigación pretende sacar adelante un nuevo proyecto que involucre a los mismos alumnos de esta escuela, para que ellos hablen de los temas que les interesa y así forjar más comunicación y a la vez enseñanzas a sus demás compañeros. El proyecto se pudo llevar a cabo y trajo como resultado que a los alumnos se les fomente el gusto por enseñar, por aprender mediante los procesos didácticos y que además de esta forma se les enseña un poco de lo que es la locución. (Correa y López, 2011).

Otro de los estudios que encontré se titula *Días de Radio. El esfuerzo hacia la recuperación de la radio como integración*. Esta investigación fue hecha por personas que se encuentran trabajando dentro de un centro de rehabilitación psicosocial los Carmenes, Madrid, y se realizó en el año 2011. Esta investigación se centra principalmente en el programa de radio interno del centro de rehabilitación social, llamado “Ábrete camino”, se indica que este programa de radio se dirige a las personas que tienen alguna enfermedad mental, además de que se da apoyo a sus familias. El objetivo principal del artículo es dar a conocer cómo mediante un programa de radio se puede dar terapias a las personas con enfermedades mentales y ayuda emocional a las familias de estas personas.

Dentro de la metodología utilizada en la tesis se realizó un debate entre los locutores del programa de radio “Ábrete camino”. Después se transcribieron cada una de las experiencias de los locutores del programa, además se realizó un análisis del tema que cada uno de ellos creyó pertinente para cada una de las personas que los escuchan.

Dentro de las conclusiones se menciona que este trabajo que solo empezó como un simple proyecto entre los trabajadores del centro de rehabilitación, ahora se ha convertido en una parte muy importante dentro de la vida de todos y cada uno de los locutores que realizan el programa. Además de que se dieron cuenta, según se menciona, que este programa de radio ayuda a los enfermos a motivarlos y a crear independencia entre ellos mismos.

A diferencia de las otras dos tesis antes mencionadas, en esta última la radio se ve como un instrumento para la salud, ya que por este medio de comunicación se dan terapias, y es muy interesante porque en las otras dos tesis ven a la radio como un instrumento de educación. Me llama mucho la atención que la radio también se pueda ver desde la perspectiva de la salud. (González, 2011).

El siguiente artículo se titula “La radio y las elecciones”. Este artículo fue realizado por Alma Rosa Alva de la Selva y fue realizado en el año 2000. En él se menciona cómo la radio en México se utilizaba por los políticos para hacer sus discusiones, y también mediante este medio de comunicación vender su imagen a la gente por medio de sus spots políticos. El análisis se realizó durante las elecciones del año 2000. Se indica cómo es que la radio cambiaba tanto durante el proceso de las elecciones, cómo lo que nosotros escuchamos a diario se modifica repentinamente y se vuelve totalmente un espacio político.

Se cuestiona acerca de cómo una radio abierta en los momentos electorales puede cerrarse tanto y enfocarse sólo en cuestiones políticas, se dice que anteriormente el medio que más se llenaba de los debates políticos era la televisión, pero que ya para el año 2000 la radio se convirtió en un medio de comunicación muy fuerte y por tal motivo los políticos decidieron también persuadir a las personas mediante este medio.

La metodología que se utilizó para llevar a cabo la investigación fue un monitoreo de la radio durante un periodo corto; el resultado fue que durante las elecciones se cubrió el 70% de la radio con cuestiones políticas, mientras que la televisión estuvo por debajo de estas cifras. (Alva, 2000).

Aquí hay otro aspecto interesante dentro de los estudios que se han dado sobre la radio, ya que no hay una disciplina específica que estudie la radio, es decir, no sólo la comunicación es la única que se puede ocupar de la radio, sino también las ciencias sociales, las ciencias de la salud, las ciencias políticas, etc.

3.2.- Investigaciones sobre el internet

Se han hecho muchísimas investigaciones acerca del internet, debido a que hace algún tiempo este tema se puso de moda por todos los cambios que se dieron. En este apartado mencionaré algunos estudios que me parecieron relevantes.

La primera investigación que encontré es una tesis titulada *Relación del uso del internet con el logro académico*. Esta tesis fue realizada por Cristian Ayala en el año 2007. La tesis se realizó con el fin de dar a conocer qué tanto ayuda el internet a las personas dentro de su desarrollo en la escuela, y se menciona que el internet se ha vuelto una herramienta muy importante en donde se tiene todo lo que se necesita y sin mucho esfuerzo ya que en éste todo puede ser encontrado, desde fotografías, videos, textos, libros, hasta respuestas a preguntas de cualquier índole entre muchas otras cosas.

Para realizar esta tesis el autor decidió apoyarse en la teoría de usos y gratificaciones, esto según menciona, con el fin de saber por qué las personas son usuarios de esta herramienta, y para saber qué es lo que los consumidores sienten al utilizar el internet. También indagó para conocer qué contenidos buscan las personas en el internet, y con qué fin lo hacen; con esto el investigador quería probar si las personas sienten alguna satisfacción al encontrar lo que buscan en el internet.

Un punto interesante es la metodología que se utilizó. Se indica que fueron sondeos y estos se clasificaron por nivel socioeconómico y por edades. Se observa que el autor utiliza la teoría de usos y gratificaciones, y realiza sondeos para conocer si las personas de un nivel socioeconómico alto sienten lo mismo que las de nivel bajo, o lo utilizan con el mismo fin.

Después de esto el autor concluye con la idea de que sí hay una gran diferencia entre el uso que le dan de acuerdo a los usos socioeconómicos, y además, también dependiendo la edad de las personas, pero como el título de la tesis lo indica y según lo que yo leí no se menciona mucho en la conclusión que el internet sí ha ayudado muchísimo al crecimiento de las personas hablando académicamente, puesto que con el internet las personas ya tienen mayor acceso a la información. (Ayala, 2007).

Una tesis similar a la anterior, ya que las dos tratan del internet como herramienta de aprendizaje o de desarrollo académico. Se titula *Uso de internet como herramienta pedagógica para facilitar el aprendizaje elaborativo y profundo*. Fue realizada por Herminia Salinas Gálvez en el 2004 y el objetivo principal fue saber si el uso del internet “aumenta los estilos de aprendizaje elaborativo profundo de la carrera de enfermería” (Salinas: 2004). Esta tesis se realiza para saber si el internet está siendo una herramienta buena para los estudiantes, en este caso de estudiantes de enfermería de una universidad en Chile.

Es interesante ver que dentro de esta tesis se plantea un punto con respecto a si la inserción de las nuevas tecnologías es positiva en cuanto al acceso a la información y si determina la necesidad de incorporación adictiva.

Para llevar a cabo su tesis, Herminia Salinas Gálvez analizó a un grupo de estudiantes de enfermería durante una clase llamada “Bases conceptuales de enfermería”. Esto con el fin de evaluar el trabajo colaborativo mediante una prueba piloto que aplicó para medir los conocimientos que supuestamente se adquieren con la ayuda del internet y conocer así su experiencia educativa. Para llevar a cabo esta prueba se realizaban asesorías mediante el correo electrónico. Se dice que la prueba se estuvo aplicando antes de empezar con las asesorías, durante ellas y la última al finalizar el curso, puesto que la prueba duró seis meses.

Finalmente en la tesis se menciona que después de realizar esta prueba piloto a los estudiantes de enfermería se comprobó que los estudiantes adquieren mayores conocimientos si se estudia en grupo durante las clases y al mismo

tiempo de forma separada mediante internet. Se menciona que esto ayuda a los estudiantes a ser más participativos y aunque se les da más seguridad debido a que el conocimiento que se adquiere por internet no son formales y los hace sentirse más libres.(Salinas, 2004).

Estas dos tesis se enfocan más o menos en lo mismo, puesto que las dos buscan conocer cómo el internet ayuda a los estudiantes y en la última también se ve de qué manera los pueda afectar. En las dos tesis utilizan una metodología similar y las conclusiones desde mi punto de vista son parecidas.

Por otro lado un artículo muy interesante que encontré muy diferente a las dos tesis anteriores, se titula “Confianza para efectuar compras por internet”. Este artículo fue presentado por Miguel David Rojas López, Paula Arango y Juan Pablo Gallego en el año 2009, y trata precisamente de la confianza que el internet les da a las personas para que éstas puedan efectuar compras por este medio, debido a que muchas veces las personas se aprovechan de la gente que suele comprar por este medio, por tal motivo se ha perdido la confianza para realizar compras por internet.

El objetivo general del artículo es demostrar por qué las personas han perdido la confianza para realizar sus compras por internet, y la importancia que esto tiene para las empresas. Desde mi punto de vista este artículo se enfoca más en saber por qué las personas pierden confianza y cómo es que una empresa se puede ganar la confianza de ellas, y muy poco en internet, pero es interesante el poder leer que las personas han cambiado la atención directa de un vendedor por uno virtual, y también se menciona que en Colombia ha sido tanto el impacto de esto que ya se puede firmar virtualmente.

Un artículo muy parecido al anterior se titula “Internet y comercio electrónico”, de José Diez de Castro y Fernando Miranda Torrado, del 2001. El punto principal de este ensayo es que una vez que se comenzó a ver que el internet tenía un gran auge entre las personas, las pequeñas y medianas empresas no dudaron en sacar los mercados virtuales “punto com” como se le llama en el ensayo, y aunque

pensaron que esto tal vez no funcionaría, mucha gente optaba ya por realizar las compras por internet antes que ir a algún centro comercial o algún otro lugar. Pero de inmediato también se comenzaron a hacer los robos por este medio y la gente comenzó a dudar de estas empresas “punto com” y entonces la economía cibernética cayó. Los autores indican que se tienen planes para que con el paso del tiempo la mayoría de los negocios ya sean hechos por internet, desde pagos, entregas de servicios, transacciones entre otras cosas, y de esta forma entra de nuevo la idea de que el internet estaría transformado en este aspecto una nueva actividad que les facilita el trabajo a las personas, y que se les hará más fácil y optaran hacerlo todo ya por este medio.

Por último, en este ensayo se menciona que aunque todas las empresas se unan al ciberespacio no se darán a basto para darle gusto a la gente que cada vez exige más y más. (Castro, Miranda, 2001).

Otro artículo que me parece muy interesante es el que se titula “Buenas maneras en Internet”. Este artículo fue escrito por Miguel Zapata Ros en el 2002, y trata de cómo mediante el uso del internet las personas cambian, debido a que la interacción que ahí se da no es física sino virtual. Además también menciona que la interacción que se da dentro del internet es una comunicación interpersonal y de forma grupal; esto lo compara debido a que mediante la comunicación verbal que se da durante una charla con una persona que se encuentra presente físicamente es una comunicación directa, según menciona Miguel Zapata, ya que dice que ahí existen los gestos, los tonos, las señas, etc. Mientras que la comunicación que se da por internet es solo mediante escritos y la persona que se encuentra del otro lado de la computadora no puede ver las reacciones que tiene la persona con la que se encuentra charlando en ese momento.

Se comenta dentro de este ensayo que el internet es un privilegio que algunas personas tienen, pero también menciona que en ocasiones suelen darle un mal uso debido a que tienden a cambiar las reglas o las normas; esto porque en la red no hay normas que seguir y se puede buscar de todo y tener toda la información, por así decirlo, en la palma de la mano y sin ningún problema.

Mediante el internet las personas tienen ciertas necesidades de suplir claves comunicativas, y ahora ya es más frecuente que la gente decida cambiar la forma de comunicación física por la comunicación mediada por computadora, y muchas personas ya prefieren comunicarse siempre así. Y se menciona que dentro de la red la ética no está muy presente ya que las personas a veces tienden a mentir para poder ser alguien dentro del internet.

Subrayan que para llevar a cabo la investigación, se realizaron foros de discusión, a partir de las listas de mensajerías de las personas, esto con el fin de conocer cómo es la comunicación que se tiene mediante el envío de mensajes sobre la red. Además también se da una lista de las cosas que no se deben hacer en el internet, como por ejemplo a la hora de que alguna página pida datos, que se debe de verificar antes de darlos, y saber si en realidad son o no necesarios. (Zapata, 2002).

A mi parecer es un ensayo interesante, que se diferencia de los trabajos citados anteriormente, ya que éste se enfoca en cómo las personas se comportan mediante las pantallas y mediante el uso del internet, y todos los hábitos que las personas han dejado por la interacción que se da mediante el internet. Al final del ensayo se dan algunos consejos para que las personas no caigan en trampas o en manos de malas personas.

“El internet y la transformación del estado”, escrito por Javier Esteinou Madrid en el año 2001, es otro de los ensayos que considero importante mencionar dentro de este apartado. Este artículo aborda cómo la implementación del internet y su rápido desarrollo en la sociedad ha cambiado la forma del estado tradicional por así llamarlo y ahora se ha convertido en un Estado ampliado y moderno, e incluso con el uso del internet se ha ayudado al Estado a ejercer el poder cultural.

Como se muestra en el ensayo con el surgimiento de las nuevas tecnologías los medios de comunicación han tenido que hacer varias cosas para estar al margen y no quedarse atrás, para que las personas no decidan estar en otro lado y pierdan popularidad, y el Estado es quien menos se debe quedar atrás debido a que tiene

un mayor papel, que impone las normas y cuida a la ciudadanía y de esta forma tiene que mantener informadas a las personas.

El estado tiene como obligación estar manteniendo informada a la población, y por tal motivo tiene que expandirse hacia las nuevas tecnologías, y estar presentes para que así la sociedad se pueda empapar de esta información, y entre más se satura a la gente en el internet con la información más se les queda a las personas, según el ensayo.

Este ensayo coincide mucho con el anterior, ya que los dos mencionan que con el surgimiento o más bien con la popularización del internet las personas han decidido cambiar la forma de interacción, porque ahora se está generando un nuevo tejido social que, como en el ensayo indica, se conoce como ciberespacio. Y el estado debe estar pendiente de este cambio para no quedarse fuera. (Esteinou, 2001).

Un artículo más que se me hace relevante mostrar en este apartado, es el que realizaron Diana M. Kiss de A. y Eduardo Castro R. en el año 2004. El artículo se titula "Comunicación interpersonal en internet". El artículo trata principalmente de cómo con el fácil acceso a internet, las personas cambiaron muchas de sus actividades y de sus interacciones, y mediante esto las interacciones se volvieron interpersonales, mediante los correos y el chat. Inclusive con los avances tecnológicos que se han desarrollado en los celulares se han intercambiado junto con el chat por mensajes audiovisuales en lugar de auditivos. Esto es lo que principalmente llamó la atención de los autores de este artículo.

Se menciona que el hecho de que personas que se encuentran del otro lado del mundo puedan interactuar con otras personas, mandar textos imágenes y sonidos por medio del chat, cambiando así el modelo de comunicación. Debido a que la comunicación interpersonal es la que se está viendo afectada, la psicología y la semiótica son las ramas que más se interesan por dicho cambio.

Se menciona que la comunicación interpersonal que se da en el internet es mediante el intercambio de mensajes de forma simultánea, el chat consiste en

enviar mensajes y la mayoría de las veces las personas los contestan de forma continua, y la otra manera es la de forma asincrónica, es decir, después de algún tiempo que se mandó el mensaje, y esto según el texto ocurre con más frecuencia mediante los correos electrónicos que no siempre son contestados de forma inmediata.

Dentro de las técnicas que se utilizaron fueron los sondeos para saber qué impacto tiene este tipo de comunicación entre los usuarios de este medio y así medir mediante encuestas: ¿qué impacto tiene en los usuarios el incremento que ha tenido el internet en cuestión de los usos que las personas le dan?

Por otro lado también indica que con el cambio que ha dejado la interacción interpersonal, también se han cambiado los códigos que las personas tienen ahora para comunicarse, por ejemplo la forma de escritura que se utiliza por este medio.

Por último dentro de las conclusiones en el artículo se puede destacar que la comunicación interpersonal que se da entre los usuarios de este medio tiene lugar por dos vías. La primera es la que se da entre el usuario y la computadora, y por el otro lado la que se da entre los usuarios y los medios. Es decir que es un vínculo que va más allá del que se da con las personas. Y que esta interacción interpersonal permite a los usuarios de internet crearse en su imaginación nuevas representaciones del mundo real dejándose llevar así por el mundo virtual ya que la mayor parte de esta interacción se da dentro del internet. (Kiss y Castro, 2004).

A mi parecer todos los artículos mencionados anteriormente e incluso las tesis de las cuales también hablé en un principio se enfocan en la interacción que se da dentro del internet, solo que este último lo hace de forma clara y aunque los demás tengan implícito el mensaje todos se dirigen hacia el mismo lado, es decir, desde los que prefieren realizar ya sus compras por internet, hasta los que ya prefieren platicar con las demás personas por este medio e incluso también los modales que se pierden mediante el internet. Y aunque este tema es demasiado extenso en este apartado solo mostré algunos artículos que a mi parecer son relevantes.

3.3.- Investigaciones sobre el Facebook

El Facebook es otro de los temas que más se ha estudiado en los últimos años, y es que debido al gran auge que tuvo desde su aparición, los investigadores se han enfocado en saber qué es lo que este servicio produce en las personas. En este apartado se tomarán en cuenta algunos de estos trabajos para saber qué es lo que se ha hecho.

El primer trabajo que retomo es el que se publicó en la revista *Ciencia y tecnología* en el año 2009. Este artículo se titula “Facebook perjudica desarrollo emocional de usuarios según estudios”; en él se menciona que debido a que es la red más popular que existe en el mundo, a veces las personas abusan del uso de Facebook, por lo cual según se dice en este artículo puede causar trastornos emocionales a las personas.

En E.E.U.U. se lanzó la propuesta de que el abuso de Facebook hace que las personas tengan un desarrollo emocional muy bajo; se indica que cada uno de los individuos que utilizan esta red social tiene un promedio 120 de amigos, y cada uno de los amigos en la red social cambian su estado alrededor de una vez al día. Dentro de los cambios de estado las personas tienden a poner lo que les sucedió en su día, muchas personas tienden a poner que tuvieron un mal día lo que provoca que la persona que es dueña de algún perfil lea muchas veces el mismo estado y esto provoca que la persona no procese bien la información que está leyendo. Y según el artículo las personas no procesan la información y se la adjudican como suya y posteriormente es posible que sientan o sufran como si eso les hubiese sucedido a ellos.

Algunas personas son adictas a esta red social, por lo cual dentro de este trabajo se da como consejo principalmente a los adolescentes que aprovechen esta red para tener más contacto con el estudio. (Jiménez, 2009).

Otro de los artículos que me parecen de suma importancia es “Autopresentación en Facebook: un yo para el público”. Este artículo es presentado por Carolina Emilia Di Prospero y fue realizado en el 2011. El texto se enfoca en los jóvenes de

Buenos Aires, y parte de que en Facebook se pide siempre una foto de perfil para que las personas te vean. A demás en esta red social siempre se encuentra una pregunta inicial ¿Qué estás pensando?

Dentro de este artículo se analiza el caso de algunos jóvenes de Buenos Aires. Juan Pablo fue uno de los casos analizados; se menciona que él creó un perfil en Facebook con el fin de subir información únicamente académica, pero se indicó que con el paso del tiempo comenzó a subir información personal y subir fotos familiares; los estados que él ponía en esa red social ya no eran solo de su trabajo, ahora ya ponía estados de su vida cotidiana.

Se supone en este artículo que la pregunta inicial que aparece en Facebook de “¿Qué estás pensando?” es la pregunta que hace que las personas como Juan Pablo, que se suponía que solo lo utilizaría con fines laborales, cambió por poner cosas personales, y esta pregunta es la que incita a las personas a que se desahoguen y pongan su estado de ánimo en la red social para que las demás personas puedan verlo y enterarse.

Otro punto interesante el cual se menciona dentro del artículo es que las personas ya no se toman las fotos de un momento para otro, ahora posan para poner su mejor “yo” dentro de las fotos que se suben a sus perfiles dentro del Facebook. Se indica que aparentemente las personas en las fotos son tomadas de un instante para otro, pero según el artículo, esto no es cierto puesto que las fotos son planeadas y según sondeos, hay veces en las cuales los usuarios se tienen que tomar varias fotografías para poder al fin subir una que represente lo que ellos quieren.

Dentro del artículo se realizaron varios sondeos a personas que son usuarios de Facebook y cada uno da su opinión acerca de esta red. Se encontraron coincidencias como por ejemplo que el Facebook después de un tiempo se convierte en algo adictivo y que aparentemente se inicia para una sola cosa y se termina usando para otro fin como en el caso del joven Juan Pablo.

Dentro de las conclusiones, la autora menciona que los usuarios de esta red social se convierten en alguien muy distinto cuando crean su perfil, debido a que es una red libre y las personas a veces suelen volverse intelectuales, o más atractivos en las fotos que se muestran en esta red, es decir que Facebook da la libertad de que las persona se hagan pasar y hagan creer a otras personas cosas muy diferentes a las que en realidad son. (Di Prospero, 2011).

Este artículo es muy parecido al que presentaré a continuación, debido a que los dos se enfocan en qué uso se le da al Facebook y lo que provoca en sus usuarios. En este caso se trata de una tesis titulada *El uso del Facebook y su impacto en los estudiantes*, de Estaban Mier- y- León (2012). En la investigación se menciona cuál es el uso que los jóvenes de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra le dan al Facebook. Se menciona que el objeto principal es que mediante un sondeo se pueda saber con qué fin los alumnos de ingeniería utilizan esta red social. También se indica que se quiere conocer el tiempo que los estudiantes pasan en el Facebook y cuánto tiempo le dedican a sus estudios. Y saber si es que esta red social afecta el rendimiento académico de los estudiantes de ingeniería de dicha universidad.

Al igual que los dos trabajos mencionados anteriormente, éste también se enfoca en el Facebook, debido a que es la red más utilizada por los jóvenes. Se menciona que las personas que utilizan esta red lo hacen con distintos propósitos, unos lo hacen por ocio, otros por entretenimiento y otros por trabajo entre, algunas otras razones.

Durante el trabajo se define qué es el Facebook, y da las características de cuándo y con qué propósito surgió esta red social, se menciona el número de usuarios que tiene, entre otras características.

Dentro del estudio, se menciona que para saber exactamente cuál es el uso que le dan al Facebook los estudiantes de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, el autor realizó un sondeo, el cual arrojó como resultado que los alumnos de ingeniería de dicha universidad utilizan el Facebook como entretenimiento, pero

que esto no les afecta en su rendimiento académico debido a que también utilizan esta red social como una herramienta de trabajo; al respecto, se menciona que muchos de los estudiantes señalaron que utilizan el Facebook para ponerse de acuerdo con sus demás compañeros a la hora de realizar tareas escolares, y que muchas de las veces los maestros crean ciertos grupos para así tener a los estudiantes en la red social que es lo que les gusta pero sin dejar de lado lo académico. (Mier, 2012).

Solo para comentar y relacionar un poco los tres trabajos mencionados anteriormente, es importante señalar que los tres se enfocan en el uso que los jóvenes le dan a esta red social, y que dos de los trabajos mencionan que el Facebook ya es utilizado por varios de los profesores debido a que están utilizando este medio para que los estudiantes puedan estar en la red social y al mismo tiempo involucrados en tareas escolares.

Dentro de las investigaciones realizadas con referencia al tema del Facebook, se encuentra un documento más, titulado “Posibilidades de la plataforma Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea” (2011). Este artículo es de la *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. En el texto se menciona que se tomó como referente la red social de Facebook, debido al gran número de seguidores que tiene; además se indica que las redes sociales son una plataforma que facilitan la interacción y el intercambio de información que se da entre las personas que son usuarias de este medio.

Se señala que las personas están expuestas a constantes cambios debido a que la tecnología se encuentra avanzando de forma muy rápida y que a nosotros como sujetos no nos queda más que adaptarnos, y que con el surgimiento de las redes sociales, las personas se han puesto como usuarios de un perfil dentro de estas aunque no lo quieran porque la sociedad así se los exige.

Se menciona que el Facebook fue concebido con el fin de permitir la interacción entre las personas de todo el mundo, pero que hoy en día está sirviendo como un medio de aprendizaje para los jóvenes.

En el año 2010 el grupo de Web2Learn, creó un grupo privado dentro del Facebook, con el fin de dar cursos en línea a un cierto grupo de estudiantes. Esto se llevó acabo en el año 2010, se crearon perfiles con cierto interés educativo respetando y haciendo respetar a los alumnos que ahí se incluyeron que solo se utilizará con fines académicos, y así se realizó durante cierto tiempo.

Después de realizar este proceso se llegó a las siguientes conclusiones. Efectivamente se comprobó que sí se utiliza el Facebook como una red de conocimiento y aprendizaje es efectivo para los estudiantes, pero que a veces como las personas no están familiarizadas con las redes sociales se les puede dar otro uso, además de que los padres de familia la ven con malos ojos, y tienden a llamarla educación o aprendizaje informal.

Por último, es importante mencionar que hay muchos estudiantes que tienen limitado el tiempo en Facebook y que esto implica otro factor en contra, y es que el tiempo que tienen a veces no es suficiente para terminar algún curso colaborativo en línea. Pero dentro de los factores a favor se encuentra que en Facebook, si se postula una idea, ésta corre rápidamente, y las personas se enteran de inmediato, y esto es lo que hace que Facebook sea una buena herramienta para fomentar el aprendizaje en los jóvenes. (Lorens, Capdeferro, 2011).

Con este último trabajo se puede ver que ya hay varias investigaciones que llevan a lo mismo aunque son realizadas de distintas maneras; es decir, en el trabajo anterior también se concluyó que el Facebook podría ser una nueva forma de fomentar el aprendizaje en los jóvenes.

Para dar a conocer otra investigación sobre el Facebook me interesa mencionar el estudio titulado “Uso de Facebook como herramienta en la enseñanza del área de naturales en el grado undécimo de educación media vocacional”, de Barajas Meneses Fabiola y Álvarez Morán Cristina (2013).

Dentro de este trabajo se establece como objetivo principal explorar por qué los alumnos de Colombia, estudiantes de la escuela San Francisco, presentan dificultades para aprender la materia de ciencias naturales; se trata de alumnos

que ya se encuentran cursando su último año de preparatoria, y quienes no cuentan con la posibilidad de acudir a clases particulares, ni pagar algún curso. Los profesores de dichos estudiantes están un tanto preocupados debido a que están a punto de pasar a la universidad y no pueden llevar este déficit de aprendizaje en esta materia que para ellos es de suma importancia.

Se indica que con el surgimiento de las redes sociales y específicamente con el Facebook se podrán implementar nuevas estrategias, pedagógicas o didácticas, ya que en dicha red social se pueden crear grupos en línea, donde los mismos profesores de la escuela implementarán los cursos que se les dificulten más a sus estudiantes y, de esta forma, los alumnos tomarán clases mediante la red social.

Dentro de esta investigación lanzó una prueba piloto en la cual se impartirían dichos cursos, con el objetivo de saber ¿qué impacto causaría en los jóvenes? ¿Cómo los jóvenes se comprometerían con dichos cursos? Para dar respuesta a las preguntas se indica que se lanzaría la prueba piloto, la cual duró dos meses, y se harían ciertas evaluaciones después de que la prueba finalice para saber si es que ayudó en algo dicha implementación.

Al concluir con la prueba piloto las dos autoras de este estudio llegaron a la conclusión de que 11 de los 15 alumnos que se inscribieron o bien se sumaron a dicha prueba terminaron el curso que se implementó y que de estos 11 alumnos se comprobó que todos ellos subieron sus calificaciones en esta materia.

Para terminar se menciona que el Facebook más que una red social que sirve como un pasatiempo, ayuda a los estudiantes a poner más empeño en cursos que los profesores les imparten, y que se puede utilizar como una herramienta más para fomentar el aprendizaje en los estudiantes.

Una vez más con este trabajo se puede confirmar que la mayoría de las investigaciones que se realizan sobre el Facebook, van dirigidas a la educación y estas investigaciones incitan a los profesores a que implementen educación por este medio porque es de mucha ayuda esta nueva red social. (Barajas y Morán, 2013).

Para cambiar un poco este paradigma de que los textos anteriores solo van dirigidos al Facebook como herramienta académica, mostraré uno diferente, realizado por José Manuel Noguera Vivo. El artículo se llama “Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook” y fue realizado en el año 2010. Se menciona que lo que provocó que el autor indagara sobre este tema fue que el Facebook se colocó en apenas nueve meses de haber surgido con más de un centenar de millones de usuarios, cosa que ningún otro medio pudo hacer, ya que la televisión tardó cuatro años en posicionarse con apenas la mitad de los usuarios que tiene Facebook.

Esto llamó mucho la atención del autor porque de inmediato el Facebook que se había catalogado como una simple red social que solo servía como distracción para los usuarios se convirtió en un medio más de comunicación, superando cualquier expectativa que las personas pudieran tener sobre esta red social. Causa un poco de polémica el que de inmediato los otros medios de comunicación como se le denomina en el texto, comenzaron a convertirse en cibermedios, y que de inmediato se sacó un documento en el cual se les diera instrucciones a los periodistas para que manejara de buena manera las noticias que se daban por medio de Facebook.

Dentro de este análisis se menciona que los medios de comunicación se arriesgaron mucho al dar un salto tan grande, es decir, que de inmediato decidieron aliarse por así decirlo al Facebook, porque no sabían cuál sería el futuro de la red y si es que tendría o no éxito; las empresas se enfocaron en implementar específicamente el ciberperiodismo, que de inmediato comenzó a circular por la red social.

Pero el estudio también va enfocado a cómo las personas realizaron un cambio de consumo de este medio, es decir, cómo decidieron cambiar el periódico habitual y táctil al periódico en la pantalla de la computadora. Según el estudio que se realizó a los jóvenes sobre por qué decidieron cambiar el modo de consumo del periódico, las personas deciden hacer el cambio porque en este medio, Facebook, las noticias se dan de forma inmediata, mientras que en el periódico normal se

preocupan mucho por redactar una noticia para que se escuche bonita; y mientras que eso pasa, en Facebook ya se expandió por todo el mundo, siendo esto una razón más para que los jóvenes prefieran este medio, y las audiencias del ciberperiodismo cada vez crecen más.

Dentro del estudio se indica que también se realizó un análisis de contenido del ciberperiodismo, en el cual se destaca como resultado principal que las personas reciben la información mediante el Facebook, ya que es muy fácil debido a que los usuarios de esta red social solo tienen que oprimir un botón que dice seguir o bien agregar como amigo a el periódico del cual les interesa recibir las noticias y a partir de ese momento comienzan a recibir las actualizaciones que éste haga en su página, esto quiere decir que es muy fácil recibir a cada instante las noticias por esta red social. Otro aspecto interesante es el saber que el ciberperiodismo permite a los usuarios participar y expresar sus comentarios sea a favor o en contra, y de esta manera les sirve como una forma de desahogo, cosa que en los periódicos impresos nunca se había podido hacer.

Lo anterior implica como resultado que esta nueva tendencia ayuda a los usuarios de la red a mantenerse informados, y de igual forma a los periódicos, ya que cada vez más aumenta su audiencia por medio del Facebook y de esta forma se vuelven más populares. (Noguera, 2010).

Otro trabajo diferente que quiero resaltar dentro de las investigaciones que se han hecho en torno al tema de Facebook, es el que realizaron Inmaculada Berlanga y Estrella Martínez en el año 2010. El artículo se titula “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook”. Lo que llevó a estas dos autoras a realizar el estudio es que el Facebook es un medio libre por el cual a veces el lenguaje suele perder su formalidad, ya que suele convertirse en algo coloquial e informal.

Es muy interesante conocer cómo las autoras manejan este artículo, ya que no sólo se enfocan en el lenguaje que utilizan los usuarios de la red, también se enfocan en el lenguaje que la red utiliza hacia sus usuarios.

Se indica que las nuevas generaciones se están olvidando del buen uso del lenguaje y la ortografía, cuando se utiliza el chat o bien se escriben mensajes por el teléfono celular. Señalan que esto se debe a que por medio del chat las personas deben escribir con tal velocidad para que no se pierda el sentido de la plática, y por esta razón los jóvenes optan por abreviar las palabras, además de hacerlas cada vez más simples. Otro aspecto interesante del texto es el que hace mención de que también una forma de abreviar palabras es utilizando los emoticonos. Estos son caritas que expresan algún sentimiento y ya en lugar de escribir las palabras ahora con tan sólo poner una carita expresiva se entiende el mensaje que las personas quieren emitir.

Dentro de la metodología que se utilizó para llevar a cabo el estudio, las autoras realizaron un análisis de contenido, se menciona que se imprimieron las pantallas de 35 jóvenes que utilizan el Facebook para conversar con sus amigos; estas pantallas se imprimieron durante diez días con el fin de conocer cómo utilizan el lenguaje por este medio.

Y de igual forma se analizaron los mensajes que se emiten dentro de la página de Facebook hacia los usuarios, donde se tomaron 4 diálogos específicos de la página hacia los usuarios.

Al finalizar el estudio y después de realizar el análisis, las autoras llegan a la conclusión de que el lenguaje por mucho que esté libre de usarlo sea escrito o verbal se debe respetar, y que los usuarios de Facebook deben respetar la forma coloquial en la que escriben, ya que desde el punto de vista de las autoras, tanto la escritura como la comunicación verbal son la forma en que las personas nos ven, es decir es la imagen que mostramos de nosotros mismos.

También se realizó un estudio del lenguaje que la página de Facebook utiliza hacia sus usuarios, se analizaron algunas frases que en esta página se muestran y se comprobó que para las personas que no tienen una cuenta en Facebook, las frases que se muestran ahí suelen para ser extrañas e inentendibles; sin embargo, para todas aquellas personas que se encuentran apegados a esta página les

queda claro que el objetivo principal de Facebook es el compartir con los demás, desde fotos, comentarios, estados, entre muchas cosas más.

Este estudio concluye con la recomendación a los usuarios de Facebook, para que además de que se sientan libres en el espacio que esta página les ofrece, cuiden la ortografía y el lenguaje que utilizan ahí, debido a que no se puede olvidar que los jóvenes no sólo utilizan mala escritura en Facebook, pues según los autores ahora ya también lo hacen en la escuela (Berlanga y Martínez, 2010).

Estos son solo algunos de los trabajos más relevantes que se han hecho sobre el tema de Facebook. Como se pudo observar dentro de este apartado, la mayoría de los trabajos mencionados se enfocan en el Facebook como una nueva forma de implementar la educación en los jóvenes. Considero que las investigaciones sobre este tema son muy repetitivas, al igual que el tema del lenguaje y como los jóvenes se expresan en esta red. El tema del Facebook ha sido muy repetitivo y estudiado dentro del mismo entorno, aunque desde perspectivas diferentes. De ahí que sea interesante comenzar a realizar investigaciones que vinculen la red social Facebook con otros temas. En este caso, con las audiencias radiofónicas.

3.4.- Investigaciones sobre el Twitter

Aunque el tema del Twitter es relativamente nuevo, tanto como lo es el de Facebook, no ha sido tan estudiado como este último. Para la realización de este apartado pude encontrar muy pocos trabajos que se han realizado sobre el Twitter. A continuación los presentaré.

El primer estudio que encontré referente al tema del Twitter es titulado “Un análisis contemporáneo del Twitter”. Este estudio fue realizado por Beatriz Fainholc (2009) , y se basa principalmente en el Twitter como una herramienta de comunicación directa, en el cual las personas pueden escribir su sentir en tan sólo 140 caracteres, que es lo que la red social permite. A la autora le interesa saber cómo las personas pueden pasar el tiempo en esta red social adaptando un avatar. Se menciona que el Twitter construye una caja donde las personas depositan todo tipo de herramientas, desde lo académico, político, social, cultural,

entre algunas más, ya que las personas son libres de expresar todo tipo de información.

El objetivo principal de este estudio es conocer si esta red social sirve realmente para tener un traspaso de la información, o solamente es una herramienta para depositar ahí el ocio de las personas. Se hace hincapié en que el Twitter a comparación de otras redes sociales, permite seguir a todas aquellas personas del medio del espectáculo, de la política, de la religión, y que estas “celebridades” solo buscan salir del lado oscuro en el que se encuentran, además de que entre más popularidad tengan en esta red social, se les genera la posibilidad de percibir ingresos económicos. La autora hace hincapié en que mediante esta red social las personas tienden a escribir de manera informal, es decir, que pierden toda formalidad a la hora de redactar por la razón que hay que sintetizar debido a los pocos caracteres que esta red da para expresarse.

Se muestran las fortalezas y debilidades del Twitter. Dentro de las primeras, se señala que facilita a las personas la capacidad de síntesis dentro de los textos, además de la rapidez y portabilidad de la información que ahí se maneja. Con respecto a lo negativo, se apunta que esta red social fomenta la dependencia que las personas tienen a la pantalla tanto de un celular como de una computadora, además de volver adictos a las personas, y los fomenta para que se estén conectando constantemente a esta red. (Fainholc, 2009).

Después de haber revisado este texto me doy cuenta que más que un análisis del Twitter se está criticando lo bueno y malo que tiene, es un análisis de lo que la red es hoy en día y de lo que algún día puede llegar a ser. Me parece muy interesante porque no es un estudio similar a los que revisé en el apartado del Facebook que sólo se enfoca en la educación y el comportamiento de las personas, más bien pone en jaque las cosas positivas y negativas de este medio.

Otro estudio referente a esta red social fue realizado por Vanessa González Mendoza y María Daniela Petersen (2010). El estudio, titulado “Alcance de Twitter como herramienta política”, tuvo como objetivo dar a conocer cómo el Twitter ha

incrementado y cómo es que las personas han adaptado esta red social como un medio de comunicación en el cual la información es inmediata y se pueden cambiar los puntos de vista. Menciona que con el uso de esta red social las personas reciben gratificaciones inmediatas debido al rápido intercambio de información de cualquier tipo que ahí se da.

Se indica que con el avance de la tecnología ahora las personas pueden estar en Twitter desde cualquier lugar, tan fácil es hacerlo desde la computadora, como por el celular, y esto es algo que los políticos han aprovechado. Se ejemplifica el caso del presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, quien se ayudó mucho de esta red social durante su campaña para la presidencia; de este modo tenía a sus seguidores informados y este mismo medio ayudó a que el ahora presidente se ganara más seguidores.

Para saber el impacto que tiene el Twitter en la sociedad y sobre todo cómo es que la política funciona dentro de este medio, las autoras realizaron una encuesta por medio de esta red social, donde solo tomaron las primeras 60 respuestas, las preguntas eran simples y cerradas para que de este modo las personas no pudieran poner más que un sí o no. También se indica que se entrevistaron a cuatro personas públicas, es decir locutor de radio, y algunos actores, a los cuales se les preguntó qué opinaban acerca del Twitter como herramienta política.

Después de que se realizó esta encuesta y estas entrevistas las autoras llegan a la conclusión de que el Twitter es una fuerte herramienta que ayuda bastante a la actividad política, puesto que esta red social causa gran impacto ante sus usuarios y permite tener de cierta manera un diálogo entre los políticos y las personas que lo siguen.

Por otro lado, se menciona que el Twitter es una red social abierta donde no hay algún tipo de censura hacia sus usuarios, y que esto les permite expresarse libremente, además de que esta red es utilizada por políticos, famosos, y personas comunes como ahí se denomina.

Es interesante ver cómo las redes sociales no solo son vistas como un medio por el cual las personas se expresan sino también como una herramienta importante que las personas pueden utilizar para expresarse y hacerle ver a las personas que por lo general nunca están disponibles para escuchar su sentir y puedan pasar de ser invisibles a ser visibles gracias a esta red. (González y Petersen, 2010).

Un estudio que me llamó mucho la atención es “Usando Twitter para promover la educación continua y la investigación de salud en el Perú”, de Walter H. Curioso, Eduardo Alvarado Vázquez y Renzo Calderón Anyosa (2011). Aunque el ensayo es muy corto, me parece que es muy completo; los autores mencionan que en el corto tiempo que esta red social tiene ha alcanzado grandes niveles, y que las personas la han aceptado, se menciona que en el aspecto científico se han hecho dentro de esta red social varias cosas como por ejemplo páginas de las revistas científicas más importantes, los mismos científicos han hecho páginas para así mantener informadas a las personas sobre los avances de la ciencia. Como este estudio se realizó en Perú, los autores señalan que en ese lugar las personas no son muy apegadas al Twitter, ya que solo el 10% de los usuarios de internet tienen una cuenta en esa red social, y que muchos no la saben utilizar.

Esto ha abierto una nueva puerta a los científicos, debido a que vieron una nueva forma de sacarle provecho a esta red social, ya que la mayoría de las personas solo se enfocan en un medio más de comunicación y para los científicos el hecho de que cuando se agrega un comentario en Twitter y que todas las personas del mundo la puedan ver significa mucho ya que de esta forma ellos piensan que las personas se pueden mantener informadas, sobre las conferencias, cursos, datos relevantes sobre la ciencia y mencionan que con una herramienta que se encuentra dentro del Twitter llamada *hashtags*, que permite seguir conferencias en vivo y de esta forma las personas puedan verlas en su domicilio en dado caso de que no puedan acudir físicamente.

Se mencionan algunos otros estudios que se han realizado sobre el Twitter como herramienta para implementar la educación y hacen referencia a que han sido positivos, de este modo ellos quieren implementar la cuestión de la salud mediante

el Twitter en el Perú, para que así las personas comiencen a manejar de una forma más seria esta red social. Con este plan de implementación es como termina el texto y a mi parecer se me hizo muy interesante que el Twitter o en general las redes sociales se puedan ver más allá de la comunicación, como en este texto, por ejemplo, en el que se está viendo a Twitter desde una perspectiva científica. (Curioso, Alvarado, 2011).

Como mencioné al inicio de este apartado, no encontré muchos estudios realizados sobre el Twitter, pero los que mostré se me hacen interesantes debido a que no están realizados desde la misma mirada e incluso el último que referí me pareció relevante porque aborda la red social desde lo científico y como una forma de implementar la salud por este medio.

3.5.- Investigaciones sobre la radio y las redes sociales

Éste es el último apartado del estado del arte y es muy importante debido a que a pesar de que mi tesis se basa en todos los demás apartados de este capítulo este es el que va más directo a mi objeto de estudio. Por tal motivo es importante mencionar que de este tema en concreto no encontré mucha información pero enseguida muestro los artículos encontrados.

El primer texto se titula “Análisis de redes sociales, aplicado a la tesis de Radio, Televisión y Cine.” Este estudio, realizado por Rafael Repiso Caballero concibe a las redes sociales como toda aquella relación que se da con las personas, familia, amigos, profesores, etc.

En este texto se indica que los componentes de las redes sociales se ven afectados por la influencia de las personas, ya que si alguno falla la red se cae, debido a que la relación deja de ser independiente y se convierte en grupal, tanto de persona a persona y como usuarios de las redes sociales y la radio.

Dentro del estudio se analizan tres medios de comunicación: la televisión, de la cual se aborda cómo se da el contacto entre la red social y este medio; el cine, del cual se expone la misma idea y, en tercer lugar, la radio y su vínculo con las redes

sociales, que por las especificidades de esta investigación es el que más me interesa destacar. (Repiso, SF.)

En este análisis se indica que las redes sociales y la radio están muy ligadas, debido a que la radio y la audiencia conforman una red y con que alguno de los dos lados falle se rompe el proceso, debido a que la radio emite mensajes, y si la audiencia nos los recibe no existe una red social como tal.

Otro texto que me interesa mucho destacar dentro de este apartado es “Integran redes sociales a la radio”, de Zoraida Ramos (2013). En este texto se menciona que las redes sociales, en especial Facebook y Twitter, se han convertido en un aliado para la radio de Puerto Rico, debido a que se ve como una nueva forma de que las personas escuchen la radio y la conozcan; se indica que aún no todas las emisoras de radio cuentan con esta nueva herramienta debido a que no todos tienen la tecnología necesaria para comenzar a implementarla. Dentro del artículo se indica que si se utiliza Facebook y Twitter como nueva herramienta para la radio se ve la oportunidad de que se pueda hacer una programación diaria y cambiar los contenidos necesarios para que las personas estén más al pendiente de la radio. Pero también se menciona que no todos los productores de radio están de acuerdo en que se implemente esta nueva forma de escuchar la radio, ya que según ellos se puede implementar el número de personas que se acerquen más a la radio sí, pero indican que aún no se habla de alguna ganancia económica que se puede obtener como resultado. (Ramos, 2013).

Por último, es importante señalar que el Facebook y el Twitter tienen algunas licencias de funcionamiento con las cuales se permiten y no hacer ciertas cosas se menciona que si se llega a implementar la nueva forma de transmitir la radio por medio de estas dos redes sociales se tendrían que modificar algunas cosas de la radio tradicional para no violar dichas normas de las redes sociales. (Ramos, 2013).

Este texto es interesante y diferente al que se mostró anteriormente, debido a que éste se acerca más a lo que yo estoy estudiando, solo que aquí se propone transmitir la radio mediante las redes sociales; es interesante esto porque así también las personas pueden escuchar la radio mientras se encuentran en alguna de las redes sociales, ya sea Facebook o Twitter. Pero desde mi punto de vista sería un poco complicado debido a que como bien se menciona en el texto deberían de saber cómo sería la ganancia monetaria que esto les dejaría a las empresas por medio esta nueva forma de escuchar la radio mediante las redes sociales.

El siguiente texto lleva por título “Interactividad y redes sociales en la radio española” y es de Palma Peña Jiménez (2012). El artículo menciona que en España ya se implementó la interacción de los oyentes de radio por medio de las redes sociales, pero en este artículo no se mencionan solo dos redes sociales, en el artículo se refiere a todas las redes en general, los blogs, el correo electrónico, Facebook, Twitter, entre algunas otras. Para hacer el análisis la autora del artículo se enfoca en las principales emisoras de España, las que más popularidad tienen en ese lugar.

Lo que más se destaca en este artículo es que las emisoras de radio solo dicen tener una cierta participación de las personas, pero que en realidad no se les da el espacio que se debe, menciona que solo en los programas en donde la participación es importante se les da el espacio, pero que en ningún otro tipo de programas se les abre un espacio a los oyentes de la radio.

Se indica que ésta es una buena herramienta para que de alguna manera se les de voz a los radioescuchas, pero que se les debe dar más espacio, que hay que modificar los programas y realizar un cambio completo para que así se les pueda dar más espacio a las personas, para que también de este modo aumente el número de audiencia que se tienen dentro de las estaciones de radio que se analizaron.

Dentro de las conclusiones uno de los puntos que me parece importante rescatar es el que menciona que la radio se ha convertido en el medio de comunicación que más ha evolucionado, ya que se ha abierto a una opción que para los oyentes, y ello es muy importante porque se les da mayor espacio para la participación; pero que aun así dentro de las emisoras de radio aún se tienen que hacer muchos cambios para que esta participación pueda ser al cien por ciento, y que pese a los cambios la radio no se cierra y está abierta a cualquier otro tipo de cambio que se pueda dar para que este medio de comunicación mejore y habrá posibilidad de competir con otras empresas. (Peña Jiménez, 2012).

Este artículo me parece muy interesante porque ya se acerca un poco más a lo que a mí me interesa analizar, solo que se enfoca en todas las redes sociales y en cómo se ha dado espacio a las personas para que se puedan expresar y mandar sus comentarios a los locutores de radio. Me gustó por qué viene muy completo y detallado, además de que viene explicado con gráficas, de cada una de las estaciones de radio en donde se realizó el análisis.

Otro artículo que encontré referente al tema de la radio y las redes sociales se titula "Cual plataforma de las redes sociales es ideal para la radio", de Carlos Tovias, (2013). Este artículo lo extraje de una página de internet llamada "Radionotas", escrita por un locutor de radio. En el texto se menciona que aún no hay alguna red social favorita para las personas ya que muchas prefieren hacer sus comentarios por Facebook, otros lo prefieren por Twitter, muchos otros por correo electrónico, etc.

Menciona el autor del artículo que para los locutores sea cual sea la red por la cual las personas hagan sus comentarios la labor para ellos como locutores es atenderlos, que a él en lo personal no le interesa tanto la popularidad que las personas le puedan dar por medio de las redes sociales. Se indica que él como locutor y encargado de un programa de radio tiene como deber dos tipos de programación: la transmitida por radio y la transmitida por las redes sociales. Y que en todo momento lo más importante es dar a las personas la atención que como usuarios tanto de redes como de la radio se merecen. (Tovias, 2013).

Este texto me interesó debido a que los que mencioné anteriormente están escritos por personas que por lo general son oyentes de la radio, pero este último está escrito desde el otro punto de vista, el del locutor, y es importante para mí comentar que el artículo aporta información de la relación que se ha dado entre la radio y las redes sociales, y que a comparación de artículo anterior en donde se menciona que no se les da el espacio adecuado a los oyentes en éste se indica que hasta tienen que realizar dos contenidos distintos, uno para la audiencia de la radio y el otro para las personas que escuchan la radio y a la vez participan mediante las redes sociales.

Cabe destacar que los trabajos e investigaciones que se exponen en este capítulo me permitieron saber que no existen estudios que tengan el mismo objeto de estudio particular que el mío, pero es importante señalar que los modelos teóricos y metodológicos que se utilizan en los trabajos antes mencionados me ayudaron a definir cómo iba a abordar mi modelo.

Capítulo IV
Marco teórico

En el siguiente capítulo se abordarán algunos conceptos claves que me ayudarán a explicar mi tema, los conceptos que aquí aparecerán son los más importantes debido a que considero que guían mi investigación. Para poder explicarlos me basaré en algunas teorías que por muchos años se encargaron de construir los teóricos, para explicar de forma abstracta un pedazo del mundo en el cual nos tocó vivir.

Con este respaldo teórico pretendo darle sustento a mi investigación. Como lo mencioné anteriormente solo expondré los conceptos que guían mi investigación: Comunicación digital y Recepción activa. Pero no me quedo solo con éstos, ya que de cada uno de ellos se desprenden subconceptos que dan más claridad a este marco teórico.

4.1-Comunicación digital Interactiva

Como sabemos hoy en día la comunicación digital interactiva ha cambiado nuestra forma de interactuar con los demás, ya que ahora es muy fácil platicar con las personas desde cualquier lugar y no es necesario vernos cara a cara como antes se acostumbraba. La tecnología ha suplido este tipo de comunicación, ya que ahora existen las redes sociales digitales, y con estas redes ahora es más fácil interactuar con individuos que se encuentran del otro lado del mundo con tan solo tener una cuenta en Facebook o Twitter e incluso en alguna otra red social.

Este cambio que se ha dado por medio de la comunicación digital interactiva ha propiciado que medios de comunicación como la televisión y la radio cambien su programación para darle crédito y permitir que las personas interactúen por medio de dicha tecnología.

Para explorar la comunicación digital interactiva me basaré primero en la teoría de la comunicación de masas, para posteriormente entrar de lleno a lo que es la comunicación digital interactiva.

Esta teoría trata principalmente de que la comunicación cambió con el paso del tiempo, según menciona Scolari: "la aparición de una nueva generación de medios

digitales interactivos, ya no basados en la lógica del Broadcasting sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y con la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento bajo los nuevos medios de comunicación de masas” (Scolari, 2008).

Los nuevos medios de comunicación que han dado lugar a que la radio y la televisión se queden cortos en cuanto a la difusión de la información, ya que cuando esos se crearon eran lo más nuevo e innovador pero como la tecnología ha cambiado esto trae consigo que estos viejos medios de comunicación se adapten a estos nuevos medios.

Hoy en día se puede contar con una teoría precisa que habla de la comunicación digital interactiva. Esta teoría ha sido estudiada por distintos teóricos: esta vez me baso en Carlos Scolari.

De manera específica, me baso en el autor Carlos Scolari, ya que después de leerlo me di cuenta que su definición de comunicación digital interactiva va muy acorde a lo que mi objeto de estudio se refiere: “el surgimiento de un fenómeno que no solo supone una recomposición técnica, alrededor de los que algunos refieren como convergencias digitales, sino una profunda alteración del estatuto ontológico del sujeto de los procesos de socialización y de las dimensiones que promueven la socialización”. (Scolari, 2008).

Mediante este nuevo proceso de comunicación digital interactiva nos podemos dar cuenta que la socialización entre las personas cada vez es más constante, además de que este tipo de comunicación es nueva y atraviesa por una práctica cultural que hace que la demanda de las conversaciones por este medio y este tipo de comunicación se convierta en una constatación entre las personas que tienen acceso a los medios de comunicación tecnológicos digitales.

Ahora la tecnología ha traído consigo lo que podemos llamar los nuevos medios, pero esto ya había existido anteriormente debido que en el siglo XX el cine y la radio también lo fueron, entonces ahora a nosotros nos toca pensar por cuánto tiempo será que tendremos lo que ahora se considera nuevos medios, ya que la

tecnología se ha convertido en un objeto de estudio muy importante y cuyo desarrollo avanza muy rápidamente.

Las redes sociales digitales se desprenden de la comunicación digital interactiva; de hecho para mí es lo más importante que ha surgido de este nuevo tipo de comunicación. Las redes sociales se han convertido en un medio muy importante, ya que como lo mencioné anteriormente ahora con un perfil social que se tenga la comunicación puede establecerse con personas de todas partes del mundo.

Éste es un tema relativamente nuevo y por lo cual hasta hoy sólo encontré una definición interesante la cual habla de las redes sociales digitales y es construida por Gabriel Pérez Salazar:

“Podríamos decir que en Internet tienen lugar flujos de información codificada en unidades sintácticas, las cuales dan lugar a sentidos culturalmente compartidos que circulan por estructuras rizomáticas. En términos sociales, se trata de novedosas formas de interacción, de procesos virtualizados a través de los cuales se actualiza esta operación fundamental, que es la comunicación”. (Pérez, 2013:14).

Encontré varias teorías que hablan de las redes sociales por lo cual es mi tarea conceptualizar lo que significa redes sociales digitales; para esto primero hablaré de las redes sociales en general.

Dentro de la teoría de las redes sociales se ha investigado mucho y varios teóricos han dado su punto de vista respecto al tema. Carlos Lozares define las redes sociales “como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Lozares, 1996: 108).

Esta definición de redes sociales es interesante debido a que toma la relación que existe entre todo tipo de personas y cómo es que se relacionan entre sí; a pesar de que es corta, sintetiza perfectamente lo que son las redes sociales.

Otra definición que me llamó mucho la atención menciona que “las redes sociales tienen además capacidad de modernizar relaciones entre sistemas de actores que denominamos *grupos* en tanto que conjunto de todos los actores sobre los que se miden los lazos. Se trata siempre de un conjunto finito”. (Lozares.1996:110). Esta definición también la tomaré en cuenta para poder armar mi propio concepto de lo que son las redes sociales digitales. Ahora, después de haber analizado lo que son las redes sociales en general, definiré lo que es la digitalización como algunos autores lo llaman; esto solo lo tomaré dentro de las teorías de comunicación, debido a que leí muchas definiciones del concepto estudiado y analizado desde diferentes perspectivas y no tienen relación con lo que a mí me interesa. La definición que más se acopla a mi investigación desde mi punto de vista y la que tomaré en cuenta para este apartado será la del libro *Hipermediaciones*, de Carlos Scolari. Es la siguiente: “La digitalización nace del interés por reducir o directamente erradicar estas distorsiones y pérdidas de información. Por medio de este proceso la señal analógica original se convierte en un valor numérico en sistema binario.” (Scolari, 2008: 80).

En cierta parte la información mostrada anteriormente define un poco la historia del por qué se decidió establecer el termino de digitalización, pero esto no lo aplicaré a mi investigación debido a que en esta definición la digitalización se enfoca en los individuos solo como un objeto con valor numérico y no se ve como la digitalización de los medios, que es lo que a mí me interesa. Por tal motivo, es necesario para mí indagar y dar una definición que vaya más acorde al objeto de estudio de la presente investigación.

Algunos teóricos decidieron que la digitalización es un proceso que tarde o temprano se tenía que dar debido a que el mundo va cambiando, y ese mundo necesita tener nuevas herramientas de comunicación. Recupero la idea que al respecto plantea Nicholas Negroponte:

“los medios sean digitales, porque los bits son bits, tendrán lugar dos consecuencias fundamentales, e inmediatas [...] En primer lugar, los bits se mezclan fácilmente. Se combinan y pueden usarse y reutilizarse juntos o por separado. La combinación de sonido, imagen e información se llama multimedia;

aunque suene complicado, solo se trata de la mezcla de los bits [...] En segundo lugar, ha nacido un nuevo tipo de bit, un bit que habla de otros bits.

Estos nuevos bits son las <<cabeceras>>, tan conocidas por los periodistas que archivan <<fichas>> (que nosotros nunca vemos) para identificar un reportaje o noticia [...] Estos bits no son visibles o audibles pero envían información sobre la señal a nuestros ordenadores”. (Negroponte, 1995: 33, citado en Lozares, 1996: 81).

Bueno, ésta a pesar de ser una definición un poco larga, habla de lo que es la digitalización para un teórico que se dedicó a estudiar este aspecto y considero que va acorde a lo que yo me quiero enfocar.

Ahora después de haber visto lo que son las redes sociales digitales y lo que es la digitalización llegó el momento de unirlos en un solo término que es el que a mí me interesa y en el que me estoy enfocando: “las redes sociales digitales”

De acuerdo a lo que dice Carlos Lozares, las redes sociales se conforman por un grupo de personas que interactúan entre sí y su comportamiento da pauta a la estructura social, esto sin importar el sexo, la edad, la categoría social, lo que realmente importa entre las redes sociales es que se mantenga un cierto grado de interacción.

En los medios de comunicación también importa mucho lo que son las redes sociales y con el avance tecnológico que tenemos hoy en día se pudo crear un nuevo modelo que digitalizó, como lo nombra Carlos Scolari, las redes sociales y, de esta manera, se crearon las redes sociales digitales. Las más difundidas y en las que me baso en la investigación son Facebook y Twitter. Las redes han ayudado a que las personas de todo el mundo con acceso a la tecnología puedan mantener una relación por medio de la computadora o teléfonos celulares.

Esto provocó que las redes sociales aumentaran, y es que la sociedad requería de cierto tipo de cambios como el ocurrido para poder desenvolverse mejor. Tal fue el impacto de las redes sociales digitales que otros medios de comunicación como la radio y la televisión adoptaron esta nueva forma de interacción. Pero ahora la interacción cambiaba ya que se dio por medio de la hipertextualidad, y aunque este término existe desde años atrás no se comenzó a ver de este modo hasta que se comenzó a hablar de la digitalización.

Y hablando de la interacción y la hipertextualidad es importante definirlos ya que son términos que vinculan a las redes sociales digitales y de igual modo a la comunicación digital.

Para hablar un poco de la interacción es necesario mencionar una de las teorías básicas que estudian a este fenómeno, el Interaccionismo simbólico, propuesta por George Herbert Mead. En esta teoría la idea principal se enfoca en las personas que intercambian sus ideas unos con otros, debido a que las personas están latentes a responder los estímulos que se les hacen; dentro de la interacción es precisamente lo que sucede, cuando una persona le dice o escribe algo a otra ésta se ve obligada por así decirlo a responderle y viceversa y es ahí cuando más se puede ver la interacción.

Pero para que pueda existir una interacción es necesario que se comparta cierto tipo de significación es decir, que las personas compartan los códigos que utilizan; de lo contrario puede haber una interacción, sí, pero en ella no se comparten significados ni se construye sentido en conjunto.

Hoy en día existe una nueva forma de interacción social que es mediante las redes sociales digitales y aunque en la teoría antes mencionada no se estipula cómo debe de ser esta interacción es importante para mí mencionar que ha cambiado puesto que ahora ya no se lleva a cabo de cara a cara como anteriormente se hacía; hoy en día esta interacción es mediante las redes sociales digitales apoyadas por los dispositivos móviles y las computadoras, las personas suelen intercambiar sus opiniones y puntos de vista mediante palabras escritas e incluso mediante emoticones (que son caritas que simulan alguna reacción o sentimiento) y es obvio que aquí las personas que están interactuando deben tener conocimiento de estos códigos; de lo contrario no entenderían bien el mensaje que la otra persona les quiere dar.

Para dar un ejemplo de lo que es la interacción, me ayudaré de una definición que me llamó mucho la atención del autor Edgar Gómez. En el artículo “Los estudios de Comunicación Mediada por Computadora una Revisión y Algunos apuntes”, el autor habla de las nuevas tecnologías y lo que estas han provocado, y por

supuesto menciona la interacción mediada por la computadora, que se acerca mucho a lo que me interesa estudiar:

“que es sólo una parte del Internet, que tiene que ver más con la forma en la que las personas interactúan entre sí a través de una computadora y mediante una serie de conexiones y protocolos, que con cuestiones como la economía o el desarrollo tecnológico.[...] es quizá una de las áreas más conocidas del Internet y una de las más utilizadas en forma de chats, de mensajeros, de los grupos de noticias y por supuesto del correo electrónico.” (Gómez, 2005).

Y es que la interacción desde mi punto de vista se ha complejizado debido a que ahora la mayor parte de ésta es mediante comunicación escrita, lo cual no nos permite ver las reacciones que las personas tienen al momento de estar interactuando, es decir los gestos, las sonrisas, las actitudes de las personas entre otras cosas.

Pero esto también ha permitido dar un paso muy grande, debido a que ahora ya puede haber una interacción continua con los medios de comunicación tradicionales como lo son la televisión y principalmente la radio. Ahora la comunicación es constante entre el usuario de cualquiera de los medios de comunicación y los nuevos medios como lo son las redes sociales digitales, y esto permite que los consumidores de los medios de comunicación tradicionales pasen a ser más activos y más interactivos. Lo anterior permite que los usuarios tomen de cierta forma el control del contenido que les gusta y no les gusta expresando de forma continua sus opiniones.

La hipertextualidad, según Carlos Scolari, comienza aproximadamente en los años treinta, momento en que investigadores como Vannevar Bush y Claude Shanon comenzaron a preocuparse por este nuevo fenómeno; ellos trabajaban en el diseño de Rapid Selector de información de la Marina Estadounidense cuando comenzaron a percatarse de la hipertextualidad, debido a que ellos eran los encargados del desarrollo de las investigaciones que tenían fines bélicos. Vennevar se comenzó a dar cuenta que la información que aumentaba cada día, más viajaba de una forma impresionante entre las personas y comenzó con la idea “de que la producción textual se expandía a un ritmo superior a la capacidad

humana de comprenderla y controlarla” (Scolari, 2008). Por lo cual años más tarde con la tecnología existente en los años treinta comenzó a idealizar un modelo llamado MEMEX; por medio de este dispositivo, personal y mecanizado, se podían ver y guardar archivos como libros que podían ser visto con una gran rapidez.

Scolari menciona que veinte años más tarde llegó Ted Nelson, quien decidió seguir los pasos de Bush y continuar con lo que había dejado inconcluso. Para ello creó el sistema llamado Xanadu, que servía para la gestión de redes textuales, y de hecho él fue el primero en definir lo que hoy en día conocemos como hipertextualidad.

“[...] Se puede llamar hipertexto a las estructuras complejas no secuenciales [...] La hipertextualidad permite el acceso a cualquier cosa que este restringida en la red; se trata de una diferencia enorme, que aumenta continuamente [...] Al margen de la capacidad del hardware, un disco no lo puede contener todo, porque todo no se refiere a un cuerpo de informaciones bien delimitado, sino a una avalancha en curso que cambia radicalmente día tras día” (1992a: 2-48). (Scolari, 2008: 86).

Entiéndase entonces que la hipertextualidad es un conjunto de textos que se vinculan entre sí y permiten ir a otro tipo de textos, de forma secuencial o no. Los hipertextos son documentos electrónicos; por tanto, estos se pueden revisar por medio de un ordenador, por ejemplo las páginas de internet, que se leen mediante la computadora y tienen un inicio pero es casi imposible que tengan un final. Entonces, en síntesis, la hipertextualidad es el conjunto de páginas de internet unidas entre sí, lo cual permite que con tan solo un clic se pueda ir de un enlace a otro.

Otro aspecto importante a destacar ya que se está hablando de la interactividad y la hipertextualidad es el prosumidor, que principalmente es lo que todos nosotros realizamos cuando estamos en las redes sociales. Para que quede un poco más claro daré la definición de Alvin Toffler, quien menciona.

"Durante la primera ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en su lugar, lo que podría denominarse 'prosumidores'. Fue la revolución industrial lo que, al introducir una cuña en la sociedad, separó estas dos funciones, y dio lugar al nacimiento de lo que ahora llamamos productores y consumidores. Esta escisión condujo a la rápida extensión del mercado o red de intercambio (...), ese dedalo de canales a cuyo través las mercancías o servicios producidos por usted llegan hasta mí, y viceversa". Ahora "vemos un progresivo difuminarse de la línea que separa al productor del consumidor. Vemos la creciente importancia del prosumidor. Y, más allá de eso, vemos aproximarse un impresionante cambio que transformará incluso la función del mercado mismo en nuestras vidas y en el sistema mundial: millones están empezando a efectuar por sí mismas servicios que otrora realizaban personas cualificadas: están "prosumiendo" (Toffler, 1981).

Esta definición es una de las más certeras que hay; a pesar de ser corta explica de forma concisa lo que es un prosumidor. Decidí utilizar esta definición debido a que es útil y va acorde con mi propósito de la investigación. Además de que Alvin Toffler en el año 1980 escribió *La tercera ola*, libro en el que decidió mencionar el término "prosumidor" por primera vez al predecir los roles de los productores y consumidores.

En síntesis, prosumidor viene de la combinación de "productor" y "consumidor"; es lo que sucede en las redes sociales mientras estamos enviando mensajes al mismo tiempo los estamos recibiendo y esto nos hace prosumidores de nuestra propia página de internet y de toda la información que generamos y recibimos.

4.2.-El Facebook como fenómeno sociocultural

Es importante recordar el objeto de estudio que guía esta investigación: la modificación de la relación medio radiofónico-audiencia a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales. Cada uno de los conceptos que se muestran en el marco teórico está relacionado con mi objeto de estudio.

Después de aclarar este punto entraré de lleno a hablar del Facebook como fenómeno sociocultural. Hoy en día las nuevas tecnologías como las nombran,

han cambiado la forma de interactuar de las personas y debido a que el Facebook, el Twitter, y algunas otras redes sociales se han vuelto tan populares, autores como Edgar Gómez han hablado de nuevos términos como por ejemplo la cibercultura, lo cual me llamó mucho la atención y me parece que es un término que introduce perfectamente este apartado.

“Se trata de la llamada Cibercultura, que vendría a ser una nueva conformación de la esfera cultural con la característica de que las tecnologías de información son un elemento fundamental de ella y que todavía requiere un trabajo conceptual más allá del uso pragmático de la palabra que no alcanza a definir, teórica y epistemológicamente, lo que pretende significar. [...] La distinción entre el Internet como cultura y como artefacto cultural juega de nuevo la distinción entre lo real/virtual y si está aceptado sin problema alguno puede oscurecer los procesos con los cuales se construye este límite a sí mismo” (Gómez, 2005: sp).

Entiendo entonces que la cibercultura ha transformado la cultura de las personas; refiriéndome un poco a lo que se hablaba en el apartado anterior, las personas han cambiado ya el modo de interacción de cara a cara por el modo de interacción mediante la computadora, y es que gracias al internet y a los medios que surgieron de él como las redes sociales digitales, se ha modificado la cultura de comunicación de las personas, cada vez más importante hoy en día.

Y hablando del protagonismo el Facebook, se ha convertido en un elemento muy importante dentro de la cibercultura, ya que es una de las redes más utilizadas en México, y hoy en día es uno de los fenómenos comunicativos más estudiados.

Debido a que se menciona que una vez que una persona cuenta con un perfil dentro de esta red social ya se encuentra interactuando con otras, y no necesariamente tiene que ser aceptada la solicitud que se envía para poder establecer comunicación directa, se indica que se considera interacción desde el momento en que se tiene acceso a las imágenes de perfil de otros usuarios de la red social.

A esto se le puede tomar como un modo de objeto social, lo que pone a las personas en la misma situación que en el mundo real o bien “mundo off-line”,

debido a que en el mundo virtual o “mundo on-line”, como también se le conoce, se tiene interacción, solo que mediada por la computadora.

Al Facebook se le ha denominado como un fenómeno social, debido a la magnitud que alcanzó en tan poco tiempo, y para que se entienda un poco mejor de lo que estoy hablando tomaré como referencia una definición que se da en la revista *Ediciones Especial*, en la cual se explica de forma clara que “Facebook se ha convertido en una de las plataformas tecnológicas más populares de la mano de decenas de aplicaciones que no terminan de sorprendernos. Es la vedette de las comunicaciones virtuales, que ayuda a formar identidad y crear comunidades” (Álvarez, 2008: sp).

Como bien explica esta definición, Facebook se ha encargado de comunicar a miles de millones de personas en tan solo una aplicación, y coincido con la revista *Ediciones Especiales Online*, la cual menciona que el Facebook se ha encargado de acortar las distancias entre cada una de las personas que utilizan esta red social, ya que ahora las personas que son miembros de esta red social pueden conversar con otras personas de cualquier parte del mundo.

Ahora ¿por qué decir que Facebook es una red social creadora de identidad? Simple y sencillamente porque aquí todos somos algo distinto dependiendo del lugar en el cual nos encontramos, el elegir lo que mostramos y no dentro de nuestro perfil hace que se convierta en un acto de identidad. Para explicar este aspecto me gustaría tomar como referencia nuevamente a la revista *Ediciones Especiales Online*:

“Facebook es sinónimo de identidad. Es poner en una plaza pública lo que yo soy. Y no sólo porque da la posibilidad de contar sobre uno, mostrar fotos o gustos, sino también porque hasta en el acto de elegir ignorar una aplicación que te envían hay un ejercicio de identidad.” (Álvarez, 2008: sp).

Y es que a veces a nosotros como usuarios del Facebook se nos hace muy fácil poner en nuestro estado dónde estamos, con quién estamos, compartir imágenes

familiares, personales etc., que no nos damos cuenta de que estamos mostrando de esta forma nuestra identidad a personas que no conocemos.

Para finalizar con este apartado quisiera mencionar también que hoy en día el Facebook se ha apoderado increíblemente de los fenómenos sociales y de los demás medios de comunicación como la radio y la televisión, solo por mencionar algunos, ya que estos han optado por sumarse a esta red social; y no es raro hoy ver en nuestras páginas de Facebook publicidad de todo tipo, algunas veces campañas políticas, videos, e incluso también noticias que en ocasiones suelen ser más rápidas que en la misma televisión. Y esto es una muestra de que Facebook ha cambiado a la sociedad.

4.2.1.- El Twitter como fenómeno sociocultural

Hablar del Twitter es hablar también de un fenómeno social que llegó gracias a la cibercultura. El Twitter llegó a revolucionar la comunicación y aunque suele ser comparado con Facebook, éste tiene distintos objetivos, y suele ser el más utilizado para el mercadeo, para dar a conocer a los productos que están de moda, por ello es el más utilizado por los políticos para realizar sus campañas dentro de esta red.

Para poder hablar un poco acerca del impacto que ha causado el Twitter como un fenómeno social tomaré como referencia el comentario que realizó Paola Ricaurte:

“Twitter no ha dejado de sorprender, especialmente cuando se trata de crecimiento y la actividad que los usuarios manifiestan dentro de este sitio, que pasó de ser el estandarte del microblogging a una herramienta de comunicación en tiempo social, con grandes bondades que le han guardado un lugar preferente en el gusto de muchas personas, que consideran a Twitter como un canal de comunicación, muy poderoso y a la vez útil”. (Ricaurte, 2010).

El Twitter se ha convertido en un fenómeno social debido a que las personas fueron presas por muchos años de la cultura que la televisión y en ocasiones la radio les han impuesto, aprovechándose así de que no había ningún otro medio de

tal magnitud que les robara toda la atención que estos mismos tenían, hasta que aparecieron las redes sociales.

Como lo mencioné Twitter es muy comparado con la red social de Facebook, pero es importante señalar que dentro del Twitter no existe la censura, como en los demás medios de comunicación; la mayoría de las notas que ahí se ponen no suelen ser manipuladas y es por esta razón que el Twitter se ha convertido en un nuevo medio en el cual la información que ahí se muestra es sin barreras. Como bien lo menciona Paola Ricuarte, en esta red social se eligen las listas de contactos a los que se desea tener y para algunas personas es un beneficio que no se denote al cien por ciento la identidad de los usuarios.

Según se indica, el Twitter era visto como un sitio simple en donde las personas podían comunicarse como en cualquier otro lado; por esta razón, en sus inicios no se tomaba mucho en cuenta, debido a que se creía un sitio inútil; pero cuando realmente se comenzó a convertir en un fenómeno social según se menciona en la revista *20 minutos* fue en el año 2009, cuando se suscitaron las revueltas en Irán.

De esta forma importantes periodistas comenzaron a ver en Twitter el lugar en donde ya no se debía de tener censura, y de esta forma burlar la censura que el gobierno les imponía.

Así, Twitter se convirtió en uno de los fenómenos sociales más importantes del mundo; los levantamientos sociales que se daban en el mundo comenzaron a tomar más fuerza en medida en que se mostraban en esta red social, debido a que se comenzó a ver como una herramienta difícil de silenciar por los gobiernos.

Para reforzar lo mencionado anteriormente retomaré un párrafo que me llamó mucho la atención de la revista *20 minutos* el cual afirma: "El rol estratégico de comunicación jugado por esa red social en esos conflictos llevó a que se llegaran a calificar de "twitterrevoluciones". (Mexía, 2011).

Para finalizar cabe mencionar que el Twitter se ha convertido en un fenómeno sociocultural, debido al impacto que comenzó a tener en las personas, que cambió

su forma de ver y creer ciertas cosas, ya que ahora no solo se quedan con lo que los medios tradicionales les dicen y buscan acceder a ésta y otras redes sociales para informarse mejor.

4.3.-Teoría de la recepción activa

Es muy importante hablar de la recepción activa que se da en la radio y en las redes sociales, ya que uno de los objetivos principales de esta investigación es precisamente saber cómo se ha modificado la relación entre el medio radiofónico y la audiencia a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales Facebook y Twitter.

El estudio de la recepción es algo muy significativo debido a que hoy en día la sociedad se ha convertido en miembro de múltiples audiencias, ya que en la radio, las redes sociales digitales se han convertido en promotoras de una cada vez más activa recepción.

Los estudios de recepción son una de las corrientes más estudiadas de los últimos 20 años debido a todo lo que se ha dado en torno a ellos, y es que con tantos cambios que hay dentro de la comunicación, de los medios y de todo lo que la audiencia hoy en día puede llegar a realizar, estos estudios se han prolongado cada vez más. Por tal motivo, es importante señalar algunas características generales del estudio de la recepción. Para ello me baso en la autora María Corominas:

“esta corriente estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado a partir de la exposición a los medios. Justamente, uno de los puntos centrales de los estudios de recepción es el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se le reconoce en su relación con los medios. Este punto, además, se presenta como novedoso en la investigación”.
(Corominas, S.F).

Para esto debo explicar lo que es la recepción en general y después la recepción pasiva para así llegar al punto exacto que me interesa que es la recepción activa. Recepción, según Guillermo Orozco, se entiende como “un esfuerzo multidisciplinario por comprender de la manera más integral posible las múltiples

interacciones y sus resultados, que realizan entre segmentos de audiencia siempre situados y referentes comunicacionales” (Orozco, 2003).

Se empezaron a realizar los estudios de la recepción desde muchos años atrás debido a que las empresas se interesaron por el rating que tenían los programas que transmitían. Con los estudios de recepción se comenzó también a observar qué programa les interesaba a las personas y querían saber por qué es que les gustaba, fue un proceso un tanto de cuantificación lo que fue llevando a diversos teóricos a indagar cada vez más en torno a la recepción.

Ahora, con la aparición de los “nuevos medios” como los nombran los teóricos, la recepción se ha convertido en un fenómeno aún más complejo, debido a que la recepción ya no solo se da por medio de la televisión, el cine y la radio, ahora también se da mediante las páginas de internet, los diferentes medios por los cuales se pueden entablar conversaciones mediante los chats, y la recepción ya se estudia también mediante los textos que se producen y reciben en dichos sitios.

Entrando un poco más de lleno a lo que me concierne en este apartado, hablaré de lo que es la recepción activa. Cabe destacar que la recepción se vio durante varios años como una recepción pasiva, o al menos esto era lo que las empresas creían debido a que podían manipular a sus consumidores; se creía que de alguna forma se les hipnotizaba sin que estos como receptores “pasivos” cuestionaran si lo mencionado en algún medio era verdad o no. La teoría que principalmente apoyó esta idea fue la de la aguja hipodérmica que se postuló en los años 30 del siglo XX. En esta teoría se menciona que “el receptor es simplemente un ente, pasivo y manipulable” (Lozano, 1996 citado en Alcocer, 2013).

Con el paso de los años y desde distintos tipos de investigaciones se llegó a la conclusión de que esta teoría era falsa, ya que las personas no eran audiencia pasiva, puesto que en todo momento la audiencia de los medios de comunicación se mantenía activa. Es entonces cuando surge un nuevo estudio, respaldado por una teoría que llegó a cambiar las expectativas de los consumidores de los medios de comunicación:

“La Teoría de Usos y Gratificaciones es un fruto de este nuevo enfoque en el que se concibe al público como activo, se considera que los medios compiten con otras fuentes de necesidades, que las personas tienen conciencia de sus intereses y que, con base en lo anterior, deciden si un medio le es útil o no.” (Alcocer, 2013:12).

Esta nueva teoría desbancó a la de la Aguja hipodérmica; en esta nueva etapa del estudio de la recepción activa se indica que las personas al ser receptores de los medios de comunicación están conscientes de todas y cada una de las cosas que se mencionan en estos, y de igual forma se indica que las personas son responsables de sus actos. Es importante mencionar que el objetivo central de la teoría de Usos y Gratificaciones

“Toma como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de éstos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos. Postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto.” (Cervantes, 2001: 26 citado en Alcocer: 2013).

Esta teoría se basa principalmente en cómo los medios de comunicación tienen efectos en su audiencia, y cómo es que la audiencia es activa y no son solo objetos como se pensaba en la teoría de la Aguja Hipodérmica. Según Varela las preguntas principales de la teoría son las siguientes: de la aguja Hipodérmica ¿Qué hacen los medios a las personas? Y de la teoría de usos y gratificaciones ¿Qué hacen las personas con los medios?

Hoy en día como se sabe que hay un gran número de opciones para que las personas puedan ver, escuchar, comprar adquirir, y por esta razón es que se les considera activos. Una definición que me parece pertinente utilizar dentro de este contexto es la que mencionan Mercedes Charles Creel y Guillermo Orozco Gómez:

“Hacia una lectura crítica de los medios, que la recepción activa es conocida también como “alfabetización para los medios”, “educación para los medios”, “recepción crítica” y “lectura crítica”, entre otros apelativos. Educar para la recepción nos garantiza que el sujeto sea un individuo capaz de seleccionar la oferta de mensajes de una manera creativa y crítica, no sólo percibiendo, sino también asimilando y apropiándose de los mensajes.

Un individuo educado para la recepción se apropia de los mensajes, los asimila y los transforma en experiencias de vida que confronta con los grupos a los que pertenece, convirtiéndose así de sujeto en receptor activo, muy alejado del receptor-consumidor o del receptor hipodermizado.” (Charles y Orozco, 2013: 12, citados en Alcocer, 2013:12).

Y es que la recepción activa fue el motivo de estudio de la teoría de usos y gratificaciones. De acuerdo con los autores antes mencionados, los individuos que están expuestos a los medios de comunicación asimilan todos los mensajes que se emiten, ellos los asocian y los hacen parte de su vida cotidiana y es ahí en donde entra la recepción, porque no todas las personas toman los mensajes de la misma forma. Es importante mencionar que por esta razón las personas eligen entre la gran variedad de programas, de medios de comunicación, y de los contenidos de estos que les agradan.

De igual forma, para reforzar lo mencionado anteriormente tomaré en cuenta el comentario de Daniel Guadalupe Alcocer:

“Originalmente centrada en el lenguaje escrito y por tanto previa a los medios audiovisuales modernos, los intereses de la Estética de la Recepción han corrido paralelos a los de aquellos que se ubican en los ER justo a partir de la existencia de los medios masivos de comunicación modernos (actuales): radio, cine y especialmente televisión. Esa corriente se ha mantenido separada de la de los ER y se ha perdido de las conceptualizaciones complejas sobre los medios, la tecnología, los formatos industriales de lo narrativo y sus mediaciones, así como de entendimientos más complejos de los mismos sujetos receptores que postulan las comprensiones contemporáneas.” (Alcocer, 2013: 6).

Y precisamente esto es algo que las empresas de mercadeo aprovechan en su publicidad, buscan que los mensajes les lleguen a las personas desde casos de la vida real, para que al momento de que compren o usen lo que ellos les venden sientan satisfacción.

Retomando lo que comenta la autora Amparo Huertas Bailén en su libro *La audiencia investigada*, el uso de los medios está claramente marcado por la audiencia que estos tienen, tomando en cuenta como objetivo primordial las disposiciones psicológicas dejando un poco de lado las sociales de cada individuo. Y es que muchas de las ramas de la comunicación se han interesado en el proceso de los estudios de recepción, tal es el caso de los estudios funcionalistas, los enfoques críticos e incluso los estudios culturales. Aunque todos llegan a la conclusión de que los estudios de recepción se realizan para saber cómo la audiencia se relaciona con los medios de comunicación y cómo procesan los mensajes que ahí se les da al igual que cómo lo relacionan a su vida cotidiana lo hacen suyo y llevan a cabo en ciertas acciones.

Para finalizar con este apartado me gustaría comentar que el término de “audiencia activa” es el proceso en el cual las personas tomadas como la audiencia interactúan con los distintos medios de comunicación, sin importar el sexo la edad, la religión, más bien se enfoca en el gusto de las personas hacia distintos medios de comunicación. Es el cómo las personas reciben y se apropian de los mensajes que de los medios de comunicación, para así aplicarlos dentro de la vida cotidiana.

Es importante señalar que por eso me interesa analizar cómo las personas interactúan con el programa *Sexo en tu idioma* de la estación Radio Ciudadana, debido a que dentro de éste se da la interacción de muchas personas de distintos lugares de la ciudad, que gustan de escuchar este programa y tienden a emitir sus opiniones, de acuerdo a cómo reciben los mensajes que ahí se les dan y a partir de cómo los interpretan e incorporan a su vida.

4.4.- La recepción activa en la radio a partir del uso de las redes sociales digitales

Después de haber revisado lo que es la audiencia activa y recordando que el objeto de estudio de la presente investigación se enfoca en las modificaciones de la relación medio radiofónico-audiencia a partir del uso generalizado de Facebook y Twitter, es importante en este punto conocer cómo se da la recepción activa dentro de la radio.

Yo lo veo en la forma en la cual las personas comienzan a sintonizar la estación de su preferencia; cada una de estas personas escucha determinada música e incluso determinada programación, ya que hay estaciones de radio que sólo transmiten noticias, e incluso también existen estaciones que solo transmiten información de interés cultural. Es ahí donde comienza la interactividad de los usuarios con la radio.

Los mensajes que se transmiten en la radio son asimilados de diferente forma por los usuarios, convirtiéndose así en audiencia activa. Pero no solo este aspecto es el que convierte a los usuarios de la radio como activos; hay un aspecto muy interesante que ya se veía venir hace algunos años. Para hablar de esto tomaré como referencia un comentario de la autora Amparo Huertas:

“[...] En la mercantilización del tiempo, de la cultura y de la experiencia de vida. La persona será algo más que el cliente/usuario de servicios, sugerido como consecuencia de la revolución digital, el boom de Internet y su confluencia con el televisor, y se afirmara esa audiencia difusa de la que hablan Abercrombie y Longhurst (1998), formada por personas que continuamente son audiencia.” (Huertas, 2004: 43).

De acuerdo con lo anterior, es importante rescatar que hoy en día las personas se han convertido desde mi punto de vista en la audiencia más activa y esto gracias al internet y lo que esta red trajo consigo, ya que ahora las personas ya se pueden hacer escuchar, emitiendo sus comentarios a cada una de las cosas sobre las cuales estén o no de acuerdo.

Los medios de comunicación, y en este caso la radio principalmente, se han tenido que adaptar a este nuevo cambio para complacer a su audiencia, para darles espacio dando oportunidad del estímulo – respuesta o en este caso de pregunta-respuesta de las audiencia hacia los locutores.

Otro aspecto importante que cabe destacar dentro de este apartado es que al convertirse las personas en audiencia activa por medio de la comunicación con el emisor, que en este caso es el locutor de la estación de radio, se deja ver más allá de una simple persona que quiere hacerse escuchar, ahora se pone en juego la ideología de la personas, las creencias, los sentimientos, valores, entre otras cosas. Como se menciona en el autor Rifkin, los medios han dejado de ser solo eso, ahora se han convertido en “venta de experiencias humanas”. (Rifkin, 2000: sp, citado en Huertas, 2004: 42).

Es importante señalar cuál es la relación que existe dentro de las redes sociales digitales en este caso del Facebook, Twitter y la radio. Como se mencionaba anteriormente, es importante dar a conocer la comunicación digital que hay entre estos tres grandes medios de comunicación. Es importante destacar que la comunicación digital es toda aquella que se da mediante la computadora, es decir por el chat, por correos electrónicos, y otros medios como los celulares inteligentes que hoy en día existen.

Lo anterior permite que las personas puedan interactuar con las demás personas que se encuentran en la radio y con los usuarios mismos de ésta, debido a que los comentarios de los locutores se hacen en el Facebook o en el Twitter de la estación de radio, lo que convierte a los usuarios en audiencia activa, que a su vez también se convierten en prosumidores, debido a que están produciendo y consumiendo los medios a los cuales se encuentran expuestos en ese momento.

Esto también contribuye a desarrollar la hipertextualidad, el desarrollo de los contenidos de las páginas sociales, que con los comentarios de la audiencia se van convirtiendo en más contenidos, y este contenido lleva a más contenidos y así hasta convertirlos en un número en apariencia infinito.

Esto es en lo que se basan los estudios de recepción, buscan saber cómo es que los usuarios interactúan con los medios de comunicación y acotando a la radio, conocer cómo y en qué medida los usuarios comienzan a participar.

Lo importante es saber cómo los usuarios transforman los mensajes que el medio les da y cómo reaccionan a estos, y en este caso también cómo los medios de comunicación dan el espacio para que la participación de la audiencia sea válida y la interacción sea mutua, es decir, tanto por parte de la audiencia como los locutores.

4.5- La brecha digital

Dentro de este apartado me interesa rescatar qué es la brecha digital, debido a que yo me estoy refiriendo a todas aquellas personas que se mantienen en contacto con los locutores por medio de las redes sociales, es decir todas las personas que tienen la posibilidad de tener acceso a internet. Pero es importante rescatar también que hay personas que no pueden contar con este servicio; por tal motivo hablaré de la brecha digital.

Las tecnologías de la información y comunicación han sido parte esencial de los recientes cambios drámaticos en la economía de la sociedad. Todos estos cambios han acentuado la separación (brecha) de los sectores sociales de bajos ingresos con respecto de aquéllos con mayores ingresos y con posibilidades y opciones de acceso a la información. Sólo un bajo porcentaje de la población mundial, ha sido beneficiado de las bondades de la tecnología y sólo unos cuantos son los que tienen acceso a toda la gama de servicio que ésta ofrece. Esta condición es conocida como la brecha digital. (Serrano y Martínez, 2002: 4).

Y hoy en día las compañías telefónicas han hecho del internet un negocio muy caro debido a que en la mayoría de éstas ponen como condición para poder adquirir el internet tener una línea telefónica, lo que lo hace más caro. Y es ahí donde surge dicha separación de la sociedad de la cual hablan los autores Serrano y Martínez antes mencionados; y es que como sabemos en el medio del internet las noticias corren mucho más rápido que por cualquier otro medio. Por tal

motivo, las personas que tienen acceso se informan mucho más rápido que las que no cuentan con el servicio.

El acceso a la información y al conocimiento para lograr el mejoramiento de la calidad de vida representa un estímulo y una oportunidad para que los países pobres y en desarrollo puedan brincar la brecha digital. Se hace necesario entonces el diseño e instrumentación de “puentes digitales” que permitan vencer la brecha cuya magnitud avanza al ritmo vertiginoso de la tecnología. (Serrano y Martínez, 2002: 5).

Con esto queda claro que la brecha digital no es más que una discriminación grave que no sólo afecta a las personas emocionalmente sino también intelectualmente, debido a que se les está privando de información, y de todo lo que conlleva el internet. Y podemos hablar entonces de una cierta privatización de la información para las personas con bajos recursos.

Y relacionando la brecha digital con mi objeto de estudio, cabe destacar que las personas quedan completamente fuera de este nuevo proceso, debido a que sí no cuentan con la posibilidad de internet no saben cómo se dio cierto cambio y para ellos es algo completamente nuevo. En este sentido, se puede ver que las personas que sí cuentan con la posibilidad de participar en los programas de radio por medio de las redes sociales en algunas ocasiones se abstienen de participar por pena o simplemente porque no quieren hacerlo, mientras que las personas que no cuentan con los medios necesarios para hacerlo, muchas veces se quedan con las ganas de participar.

Esto también dificulta en cierta parte el desarrollo humano, debido a que las personas no avanzan acorde a la modernidad, y es justo en este punto donde se plantean cuestionamientos a lo mencionado en apartados anteriores de este marco teórico. Es decir, las personas que no cuentan con acceso a internet no han tenido la posibilidad de revisar la hipertextualidad que se da en la red, que para las personas que sí cuentan con este servicio es tan normal; no son presas del término de prosumidores, a ellos se les llama recepción activa por el simple hecho de que son libres de sintonizar la estación de radio que quieren escuchar pero solo

hasta ahí, debido a que no pueden participar en directo ni comentar directamente lo que el locutor pregunta. O bien lo pueden hacer pero sólo por medio de una llamada telefónica.

Estos son sólo algunos aspectos que implica la brecha digital en nuestra sociedad y podemos observar que también implica ciertas desventajas.

Por tal motivo, la audiencia que se toma en cuenta en esta investigación es la conformada por aquellas personas que sí tienen acceso a internet y a las redes sociales digitales. Recordemos, como vimos en el apartado de antecedentes y contexto, que en México el porcentaje de internautas alcanza aproximadamente el 56% de la población”. (Islas, 2013).

Capítulo V
Estrategia metodológica

En este capítulo se dará a conocer la estratégica metodológica que se utilizó en esta tesis, con el fin de poder llevar a cabo la investigación y recoger todos los datos necesarios. Se presentarán algunas definiciones que ayudarán a entender mejor por qué la utilización de los métodos y las técnicas elegidos; así mismo, se expondrán los instrumentos o protocolos de aplicación de las técnicas de investigación que permitieron obtener información empírica para ofrecer respuestas a nuestras preguntas de investigación.

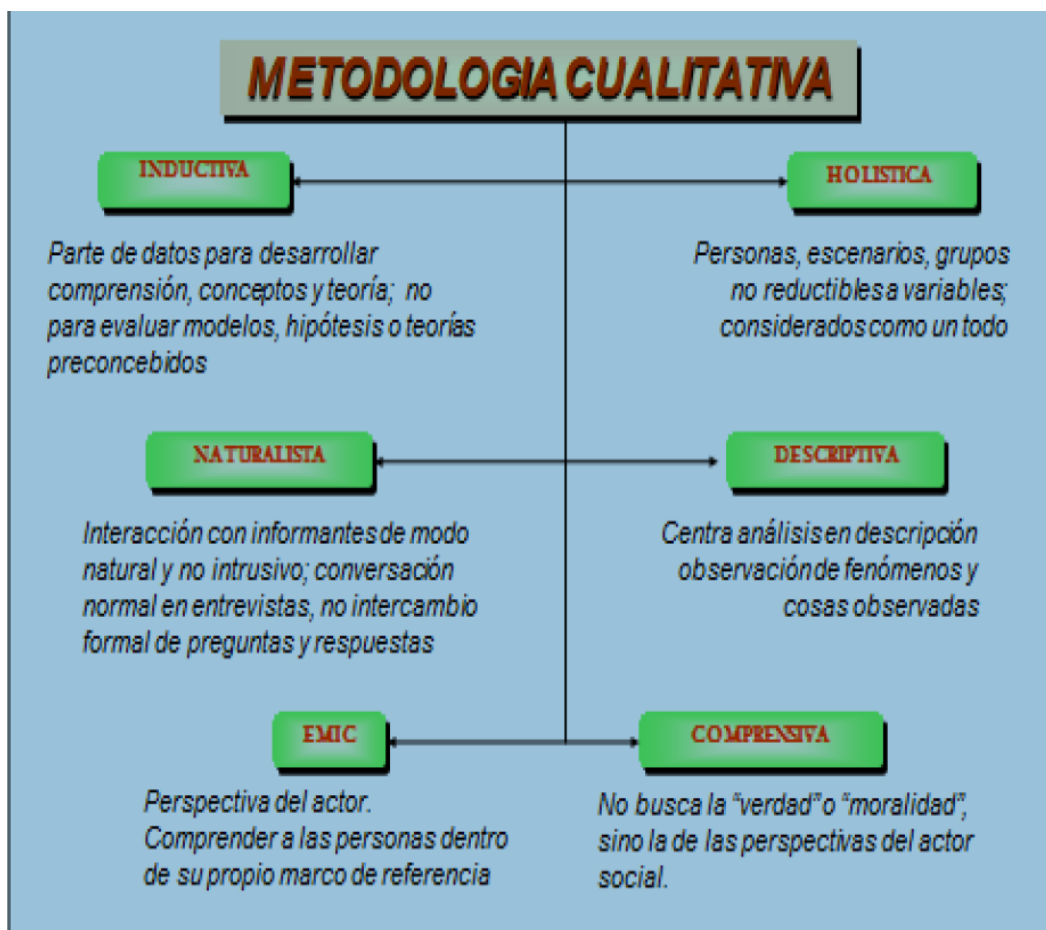
5.1.-Definición y justificación del método de investigación

Para poder realizar esta tesis se utilizó la metodología cualitativa, debido a que mi objeto de estudio es saber cómo se ha modificado la relación medio radiofónico-audiencia a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales Facebook y Twitter, a partir del caso específico del programa *Sexo en tu idioma* de Radio Ciudadana. Por tal motivo se decidió aplicar una entrevista a cada uno de los locutores de ese programa, y por otro lado es importante también realizar un análisis del discurso. Y ambas técnicas son propias de la metodología cualitativa. Por tal motivo es importante señalar principalmente qué es la metodología. En palabras de Rosario Quecedo y Carlos Castaño,

El término metodología hace referencia al modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas, a la manera de realizar la investigación. Nuestros supuestos teóricos y perspectivas, y nuestros propósitos, nos llevan a seleccionar una u otra metodología. (Quecedo y Castaño, 2002: 3).

Como lo mencionaba palabras atrás, es necesario aclarar que la metodología que utilicé es la cualitativa, debido a que ésta es la que más se acopla a la forma en que llevo a cabo la recolección de datos, debido a que incluye la entrevista semi-dirigida, que es importante para obtener la recolección de datos y conocer el punto de vista de los locutores del programa *Sexo en tu Idioma*. La metodología también incluye el análisis del discurso y la etnografía digital.

Por tanto, cabe señalar que la metodología cualitativa ha sido estudiada por varios autores muy importantes como por ejemplo Sampieri, Smith, entre algunos otros. Pero para mí es importante señalar una definición de la metodología cualitativa que me llamó mucho la atención debido a que me parece muy completa, además de detallada; esta definición se presenta mediante un mapa conceptual, realizado por Carlos Arturo Monje en el libro *Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía didáctica*. Para el autor, la metodología cualitativa es:



Fuente: Monje (2011: 11).

Y esto es principalmente por lo cual yo decidí utilizarla, porque me interesa saber la perspectiva de los actores, que en mí caso son los locutores del programa *Sexo en tu idioma*, además de la perspectiva de la audiencia de este programa.

También cabe destacar que la metodología cualitativa

[...] entiende el contexto y a las personas bajo una perspectiva holística: Las personas, los contextos o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. Estudia a las personas en el contexto de su pasado y en las situaciones en las que se hallan. El investigador cualitativo trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas: Trata de identificarse con las personas que estudia para comprender cómo experimentan la realidad. Busca aprehender el proceso interpretativo permaneciendo distanciado como un observador objetivo y rechazando el papel de unidad actuante [...] (Taylor y Bogdan, 1986, citado en Quecedo y Castaño, 2002: 4).

Se indica que la metodología cualitativa es flexible, debido a que no se basa en seguir las reglas o normas de un método como tal, y más bien sigue lineamientos que pueden guiar la investigación.

Y esto debido a que las técnicas en las que se basa la investigación cualitativa, ya sea la entrevista, la observación participante y no participante, el análisis del discurso etc., están expuestas a que se modifiquen en algún momento. Lo anterior no quiere decir que por eso la investigación ya no sirva; al contrario, muchas veces ayuda a recabar datos que sirven mucho y no se habían planeado con anterioridad.

5.2.-Definición y justificación de las técnicas de investigación

Como lo mencioné anteriormente, me basé en el modo de investigación cualitativo, debido a que realicé entrevistas e hice un análisis del discurso de algunos programas radiofónicos. Así mismo, para completar lo anterior, realicé observación por medio de la etnografía digital en las redes sociales digitales del programa *Sexo en tu idioma*.

Por tal motivo es importante señalar lo que implica cada una de las técnicas que empleo. Comienzo definiendo qué es la entrevista. Como bien se sabe, existen varios tipos de entrevista: la semi-dirigida, la entrevista a profundidad, entre algunas otras. Empiezo primero a definir que es la entrevista en general.

[...] una entrevista, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En tal caso los roles de entrevistador / entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación. La entrevista no se considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, que lleva implícitos unos objetivos englobados en una Investigación. (Peláez, et al. sf: 3).

Entiéndase entonces que la entrevista se da cuando una persona denominada entrevistador encuentra a una persona que le puede ser útil para recabar información que sea de suma relevancia para su investigación. En mi caso yo como entrevistadora, tuve la tarea de encontrar a dos informantes que me ayudaron dándome la información necesaria que requería para poder cumplir con el objetivo principal de mi tesis. En este caso pienso que la locutora y el locutor del programa *Sexo en tu idioma* son las personas indicadas, debido a que me interesa conocer las experiencias que ellos viven dentro del programa.

Javier Callejo (2002) menciona que la entrevista no se puede considerar como una simple conversación ordinaria, debido a que en ésta se toman distintos temas con el simple hecho de mantener una conversación, mientras que en la entrevista se toman los temas que son realmente relevantes para obtener una información específica. A diferencia de las encuestas que solo buscan una respuesta útil y sencilla, en la entrevista se ve todo tipo de reacción de los sujetos entrevistados, que da razón a sus experiencias vividas.

Para que se entienda un poco más mi idea cito a María José Mayorga, que a su vez cita a D. del Rincón, quien menciona que las entrevistas

Constituyen una fuente de significado y complemento para el proceso de observación. Gracias a la entrevista podemos describir e interpretar aspectos de la realidad que no son directamente observables: sentimientos, impresiones, emociones, intenciones o pensamientos, así como acontecimientos que ya

ocurrieron con anterioridad (Del Rincón et al., 1995: 334, citado en Mayorga, 2004).

De acuerdo con el texto de Rafaela Ortiz (2005) la entrevista suele dividirse en dos tipos: la entrevista a profundidad y la entrevista enfocada.

Es importante dentro de éste trabajo mencionar la definición de los dos tipos de entrevista. Comienzo por la entrevista a profundidad.

La entrevista a profundidad es una entrevista cualitativa de carácter holística en la que el objeto de investigación está constituido por la vida, experiencia, ideas, valores, y una estructura simbólica del entrevistado aquí y ahora. Pretende hacer un mapa dinámico de la configuración vivencial y cognitiva de un individuo. (Andrés, 2005: 14).

Entiendo entonces que la entrevista a profundidad se basa en la vida de las personas entrevistadas quienes cuentan de forma detallada todo aquello que han vivido, sus experiencias, sus emociones, entre algunas otras cosas. En este sentido pienso que este tipo de entrevista no me hubiera útil para mi investigación, debido a que yo no me baso en la vida de los locutores. Lo que me interesaba conocer era su punto de vista en el ámbito profesional y no personal.

Por tanto es importante también señalar qué es la entrevista enfocada o semi-estructurada:

La entrevista enfocada, fue desarrollada por Merton (1956), las preguntas se plantean en forma estandarizada, es más estructurada y cuenta con un foco de interés predeterminado hacia el que se orienta la conversación y mediante la cual se ha seleccionado a la persona objeto de la entrevista, pretende dar respuestas a cuestiones muy concretas[...] El movimiento de la conversación es repetitivo y hasta redundante pues se trata de profundizar una y otra vez en el mismo asunto, no hay cuestionario pero si cuestionamiento. (Andrés, 2005: 14).

Y precisamente es por esta razón por la cual pienso que me sirvió más realizar la entrevista semi-estructurada, porque así a la hora de tener a mis entrevistados sólo me enfoqué en profundizar en lo que me interesaba saber, es decir sus

opiniones sobre los cambios que se han dado en la radio, el cómo les ha ayudado o afectado la incorporación de las redes sociales digitales en sus interacciones con las audiencias radiofónicas.

Otra de las técnicas de investigación que se utilizó para poder llevar a cabo mi investigación fue el análisis del discurso, esto con el fin de analizar los programas de radio y poder saber cómo se diferencian dependiendo de su contenido. En este sentido me es importante mencionar qué es el análisis del discurso.

Para contextualizar un poco cabe señalar que el discurso radiofónico según menciona Xosé Soengas (Sf.) está dividido en dos partes: la primera consiste en saber diferenciar el tipo de discurso que se da en este medio, es decir si lo que se está oyendo es algo espontáneo o es la lectura de algún texto, ya que implica varias diferencias al analizar este tipo de discurso. Por tanto este autor señala:

Las características narrativas del relato radiofónico están definidas por la diversidad de los elementos que componen el mensaje. La dimensión sonora de la radio implica unas peculiaridades que la diferencian de los demás soportes y, al mismo tiempo, condicionan la construcción del relato. Pero también es importante analizar por separado las diferentes modalidades discursivas que existen en la radio, porque cada una tiene unas características propias que afectan al estilo comunicativo y a las normas de redacción. (Soenga, Sf: 1).

Por tal motivo es que realicé el análisis del discurso radiofónico, poniendo mucha atención para distinguir si el programa es improvisado o se siguen guiones, con el fin de conocer si los locutores tienen libertad de expresión o sólo mencionan lo que les dice el productor del programa.

Una vez contextualizado el discurso radiofónico es importante para mí mencionar qué es un discurso. Como lo menciona Vicente Manzano, el discurso:

Puede ser desde eso, un texto breve escrito, hasta una amplia colección de películas, libros y leyes, por ejemplo. Es como si alguien que piensa de un modo definido creara muchas películas, muchos libros y muchas leyes desde su visión particular del mundo, su propia ideología, su forma de entender las cosas, sus

objetivos, su versión de lo bueno y lo malo, etc. No es una persona concreta quien se encuentra tras esos discursos, sino muchos agentes que comparten esos mismos elementos y que trabajan, muchas veces, sin ser conscientes del discurso que elaboran, mantienen y propagan (Manzano, 2005: 1).

Un discurso es todo aquello que las personas suelen decir, expresando su forma de pensar, su sentir, sus opiniones entre muchas otras cosas. De acuerdo a lo que menciona Vicente Manzano (2005), el discurso se puede encontrar en todas partes: desde una plática con amigos, hasta en películas, programas de televisión, e incluso, enfocándome en mí objeto de estudio, en un programa radiofónico. Pero entonces entra aquí la pregunta de qué es el análisis del discurso:

El análisis del discurso es un campo de estudio muy complejo y necesariamente multidisciplinar. Surge históricamente de varios frentes, especialmente en el seno de la lingüística, cuando se desea seguir avanzando en la comprensión del lenguaje (de los fonemas a las palabras, de éstas a las frases, de éstas a las composiciones, de éstos a los textos completos). (Manzano, 2005: 2).

El análisis del discurso implica entonces analizar el lenguaje, lo que hay implícito y explícito en los discursos; como objetivo principal tiene no solo analizar lo que se dice, sino también cómo se dice y lo que el discurso provoca.

Para poder llevar a cabo un análisis del discurso, como bien lo menciona Vicente Manzano, es importante principalmente saber qué parte del discurso se va a analizar y con qué fin se va a analizar.

Por esta razón, yo analicé algunos programas de *Sexo en tu idioma* para identificar los temas, ideas, opiniones, etc., que en él se vierten.

De igual modo, para saber la reacción que la audiencia tiene tras escuchar el discurso que se emite en el programa, realicé una etnografía digital de las dos principales redes sociales que son Facebook y Twitter, utilizadas por la audiencia para ponerse en contacto con los locutores del programa.

Entonces es importante señalar qué es la etnografía. Primero defino este método en general para después basarme en la etnografía digital que es la que me

interesa. Según Cristina Barbolla (2010), la etnografía es uno de los métodos que más se utilizan dentro de la investigación cualitativa debido a que por medio de ésta se pueden observar y describir muchas más cosas que en una entrevista. Entonces, la etnografía

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. (González y Hernández, 2003, citado en Barbolla et al. 2010: 2).

Y esto es precisamente lo que me lleva a emplear el método de etnografía, puesto que me interesa dar las descripciones exactas de lo que las personas dicen mediante las redes sociales del programa *Sexo en tu idioma*. Ahora entonces me corresponde explicar que es la etnografía digital, o virtual, como la nombra Cristine Hine (2004). La autora menciona que la etnografía virtual consiste en la observación y descripción detallada de ciertos fenómenos, solo que ahora implementados por medio del internet. Debido a que este último cambió la cultura de las personas, era importante para la autora implementar la observación de los fenómenos ocurridos en el internet y saber cómo es que las personas entendían y se expresaban por este nuevo medio. Hine (2004) señala tres aspectos importantes:

*El agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella.

*Existe un espacio de estudio sobre las prácticas cotidianas en torno a Internet, como medio para cuestionar las asunciones inherentes a las predicciones de futuros radicalmente diferentes

*La etnografía es una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios (Hine, 2004: 13).

Estos tres aspectos según la autora son los más importantes para que se pueda realizar la etnografía digital. Por tal motivo, y como bien señala Cristine Hine, yo realicé este tipo de etnografía con la finalidad de describir cómo es que las

personas por medio de las redes sociales Facebook y Twitter se expresan con respecto a los contenidos del programa *Sexo en tu idioma*, y además con qué fin lo hacen.

Esto también me permitió saber cómo la audiencia se hace escuchar, es decir saber si quieren alternar una opinión, una queja, una sugerencia, conocer el lenguaje que utilizan, y cómo lo utilizan. En definitiva, la etnografía digital me permitió conocer de qué manera los receptores –en este caso radioescuchas– interactúan con el programa por medio de las redes sociales digitales.

5.3.- Selección de muestra e informantes

Dentro de este punto es importante señalar que dentro de la etnografía digital y análisis del discurso se tomaron cuatro programas de *Sexo en tu idioma*, (2) de noviembre del 2013, (1) de diciembre del 2013 y (1) de enero del 2014. Decidí realizar la selección de los programas de esta forma para poder analizar las diferentes variantes que se dan en los temas que ahí se abordan; además de para saber si las personas que participan en los programas de radio repiten participación en las emisiones de los programas.

De igual forma, simultáneamente mientras se grabaron los programas, se realizó la etnografía digital en las dos redes sociales más utilizadas en el programa, que en este caso son Facebook y Twitter.

Es importante realizar la etnografía digital durante un programa en vivo; de esta forma pude ver cómo es la participación de la audiencia, y analizar con qué fin participa. Esto, claro está, dentro de las redes sociales del programa de Facebook y Twitter estas redes sociales fueron registradas durante la grabación que hice del programa; es decir, en total se realizó el análisis de las redes durante 4 horas, (2 horas) de los programas que se grabaron en noviembre, (1 hora) del que se grabó en diciembre y (1 hora) del que se grabó en enero. Esto también me ayudó a analizar de qué forma se llevan a cabo los discursos que se dan en estas redes sociales.

Por último, cabe señalar que para la entrevista utilicé a dos informantes, a los cuales elegí debido a que ellos son los locutores del programa *Sexo en tu idioma*. Es importante señalar que se pudo haber entrevistado a los productores del programa, pero creí más pertinente entrevistar a los dos locutores debido a que ellos son los que están más expuestos a la relación con la audiencia del programa, ya que son los que interactúan directamente con ésta.

Como se menciona anteriormente, el objetivo principal de esta tesis es saber cómo se ha modificado la relación entre el medio radiofónico y la audiencia a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales Facebook y Twitter, concretamente en el programa *Sexo en tu idioma*, emitido por Radio Ciudadana.

Entonces, quién mejor que ellos que están y estuvieron expuestos a esta modificación: la locutora Adriana Punto G. y el locutor Francisco Jasan. Me informaron, desde su experiencia personal, acerca de los cambios –ya sean positivos o negativos- que han traído consigo las redes sociales digitales en el mundo de la radio.

5.4.- Protocolos de aplicación de las técnicas de investigación

En las siguientes páginas se mostrarán los protocolos de las técnicas que se emplearon en la investigación. Por tal motivo, el apartado se divide en tres subapartados, para desarrollar cada una de las tres estrategias empleadas, empezando por la entrevista semi-dirigida o estructurada, el análisis del discurso del programa *Sexo en tu idioma* y, por último, la etnografía virtual de las redes sociales Facebook y Twitter de este mismo programa.

5.4.1. Análisis del discurso

Para aplicar el análisis del discurso se tomó una muestra de 4 programas de radio, los cuales fueron grabados, tomando 2 emisiones del mes de noviembre y 1 del mes de diciembre de 2013 y una más del mes de enero de 2014. El programa *Sexo en tu idioma* es transmitido todos los viernes por la emisión de Radio Ciudadana y tiene una duración de 60 minutos.

El análisis permitió saber todo lo que se dice dentro del programa; pero aunado a esto, se hizo simultáneamente una etnografía digital, de la cual hablo más adelante. Estas dos técnicas para mi investigación fueron complementarias, debido a que con el análisis del discurso descubrí qué es lo que se dice en el programa de radio, los mensajes que se dan de forma explícita e implícita. Por tal motivo, diseñé una tabla para de esta forma vaciar el contenido del análisis del programa. Dicha tabla la utilicé con cada uno de los programas de radio que analicé.

Es importante resaltar que el programa de radio *Sexo en tu idioma* entra en el campo de la salud, según lo menciona Josefina Vilar (2004), ya que este programa se trata de un consultorio radiofónico, es decir, en algunas de las emisiones de los programas se invita a especialistas, quienes hablan de distintos temas, y aquí las personas pueden externar sus dudas para que éstas sean atendidas, obviamente todo es relacionado con el tema del sexo y la sexualidad.

También es importante mencionar que los locutores ayudan como mediadores de estas consultas, debido a que ellos son los encargados de dar a conocer a los especialistas las dudas que la audiencia va externando.

Este instrumento se creó con la finalidad de colocar los datos más relevantes para mi investigación, tomando en cuenta sólo la información que me ayuda a recabar puntos clave de forma sintética y concreta.

A continuación se muestra un protocolo inicial que me ayudó a realizar mi análisis del discurso.

Programa *Sexo en tu idioma*

Fecha del programa	Tema tratado	Especialista del tema	Cómo se aborda el tema	Palabras más utilizadas	Hacia quién está dirigido el programa	Tono de voz del locutor o especialista	Referencias a la audiencia	Participación de la audiencia en directo (llamadas telefónicas)

5.4.2. Etnografía digital

Para llevar a cabo este apartado es importante señalar que se observaron las redes sociales de Facebook y Twitter del programa *Sexo en tu idioma*, durante las cuatro emisiones que se analizaron. El programa fue grabado y simultáneamente se revisaron las redes sociales de Facebook y Twitter. El programa tiene una duración de 60 minutos, tiempo en el cual se observaron estas páginas.

Esta técnica, como ya se mencionó, se aplicó con el fin de identificar cómo los usuarios utilizan estas redes sociales, con qué fin participan y cuál es la red social que más se utiliza por parte de la audiencia.

Para poder hacer la etnografía me fijé principalmente en el tema en el cual se toca en cada uno de los programas, para de esta forma entender el contexto de lo que se habla.

En una primera etapa se copiaron las pantallas de las redes sociales, debido a que éstas cambian con frecuencia y era importante para mí tener todo lo que se dice tanto en Facebook como en Twitter, para posteriormente analizarlas con más calma.

En una segunda etapa también era importante detectar si los participantes que se encontraban dentro de las redes sociales eran frecuentes en el número de programas analizados o si sólo lo hacían esporádicamente. Esto me ayudó a saber si la audiencia que participa en las redes sociales lo hace porque realmente les gusta y siguen al programa o solo lo hacen esporádicamente.

Para poder realizar la etnografía digital era importante tener una guía de ciertas preguntas, para no desviarme de mi tema de interés. Por tal motivo, mis preguntas guía fueron las siguientes:

¿Cuántas personas participan por medio de Facebook y Twitter en cada una de las emisiones de los programas?

¿Cómo se expresan los participantes en las redes sociales?

¿Qué lenguaje suelen utilizar (formal e informal, emoticonos, etc.)?

Los comentarios que emite la audiencia del programa *Sexo en tu idioma* ¿Son para expresar dudas, sugerencias, comentarios, o solo por comentar?

¿Qué temas despiertan mayor interés de la audiencia?

¿Qué tanta interacción se observa entre los radioescuchas y entre éstos y los gestores de las redes sociales Facebook y Twitter del programa?

De igual forma para poder llevar la etnografía digital muestro mi protocolo, que consiste en una tabla donde se vaciaron las observaciones de las redes sociales observadas.

Características de la audiencia en Facebook

Fecha del programa	Nombre de usuario en Facebook	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista
Observaciones:									

Características de la audiencia en Twitter

Fecha del programa	Nombre de usuario en Twitter	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista

5.4.3. Entrevista semi-dirigida

La siguiente entrevista se compone de algunas preguntas abiertas, para poder obtener la mayor información posible por parte de los locutores Adriana Punto G. y Francisco Jasan, del programa *Sexo en tu idioma* de Radio Ciudadana. Como lo mencioné páginas atrás, de esta entrevista me interesó obtener las experiencias que tienen los locutores en su vida profesional y conocer sus opiniones con respecto a cómo ha cambiado su quehacer profesional por el uso de las redes sociales digitales por parte de las audiencias.

La guía de preguntas que se aplicó es la siguiente:

Nombre:

Profesión:

¿Cuánto tiempo tienes dedicándote a la radio?

¿Por qué decidiste ejercer esta profesión?

¿Qué crees que ha cambiado desde el momento en el que entraste a este medio hasta ahora?

¿En qué programas radiofónicos has participado y cuáles han sido para ti los más significativos?

¿Cómo definirías el contacto que has tenido con las audiencias de los diferentes programas radiofónicos en los que has participado?

Cuándo tú comenzaste a dedicarte a este medio, ¿ya se utilizaba el internet como medio de comunicación de la audiencia con ustedes?

¿Cómo crees que ha beneficiado la introducción de las redes sociales a la radio?

¿Cómo crees que perjudica dicha introducción?

¿Qué medio de comunicación es el más utilizado por la audiencia?

Desde tu experiencia ¿A ti cómo te afectó o te benefició el cambio?

¿Crees que la participación de la audiencia aumentó tras la introducción de las redes sociales?

¿Cuál es la experiencia más significativa o que más recuerdas que te haya sucedido con la audiencia del programa *Sexo en tu Idioma*?

¿Has tenido alguna mala experiencia con la participación de la audiencia?

¿Qué precauciones decidiste tomar después de este incidente?

¿Qué cambiarías si tuvieras que hablar de ese tema nuevamente?

Esta experiencia ¿Ha tenido alguna repercusión, familiar, social o más personal?

¿Se te ha complicado hablar de temas tan prejuiciosos sin que la audiencia lo tome a mal?

La radio ya sufrió un cambio drástico con la introducción de las redes sociales, ¿Crees que en un futuro llegue un cambio más drástico que supla al de las redes sociales?

¿Cuánto tiempo de tu día empleas o pasas interactuando en alguna de las redes sociales?

Como locutora, ¿alguna vez has participado en otras estaciones de radio por medio de las redes sociales?

La realización de dicha entrevista me ayudó mucho debido a que con la participación de cada uno de los locutores y de sus puntos de vista pude aportar a mi tesis información relevante que se acotó a mi planteamiento del problema “La modificación de la radio a partir del uso generalizado de las redes sociales digitales Facebook y Twitter, con estudio de caso del programa *Sexo en tu Idioma*, cabe destacar que cada una de estas preguntas se realizó con el fin de obtener la información relevante ayudándome así a alcanzar los objetivos que guiaron mi investigación los cuales son los siguientes:

-Describir como es la relación que se da ahora entre el locutor y la audiencia.

- Analizar los cambios que se han dado a partir de que las redes sociales se comenzaron a utilizar en la radio.
- Identificar cómo ha afectado este cambio a los locutores.

5.5.- Exposición de la ruta metodológica

Dentro de este apartado, se muestra cómo es que se pudo realizar el proceso de trabajo de campo, por medio de la ruta metodológica, es decir, se muestra de manera ordenada cómo se fueron realizando cada una de las actividades necesarias para cubrir con todo el trabajo de campo requerido para la realización de esta investigación.

- 1.- Grabación de los programas.
- 2.- Etnografía Digital de las redes sociales.
- 3.- Análisis de los programas grabado y la etnografía digital.
- 4.- Entrevista Semi-dirigida a la locutora.
- 5.- Transcripción de la entrevista.
- 6.- Análisis de la entrevista.
- 7.- Conclusiones generales de la metodología.
- 8.- Conclusiones generales de la tesis.

Capítulo VI

Análisis e interpretación de los datos recabados durante la aplicación de las técnicas de investigación

Dentro de este apartado se muestra el análisis del programa de radio *Sexo en tu idioma*. Cabe destacar que para cada programa se presentan tres cuadros de análisis: en el primero se exponen todos los datos extraídos del programa, en el segundo los datos de la red social de Facebook y, por último, lo que se rescate del Twitter.

Por otro lado es importante para mí mencionar que cuando en el programa no se dio la participación en alguna de las dos redes sociales es decir Facebook o Twitter, simplemente no se puso el cuadro de estas redes.

6.1.-Análisis del programa *Sexo en tu Idioma* y Etnografía digital

En el siguiente cuadro se muestra el análisis del primer programa analizado, este programa fue grabado el día 15 de noviembre del 2013, y ahí es donde se pusieron todos los datos recabados.

Posteriormente se muestran los cuadros en los cuales se pusieron los cuadros de la etnografía digital realizada a las redes sociales Facebook y Twitter.

Programa *Sexo en tu idioma*

Fecha del programa	Tema tratado	Especialista del tema	Cómo se aborda el tema	Palabras más utilizadas	Hacia quién está dirigido el programa	Tono de voz del locutor o especialista	Referencias a la audiencia	Participación de la audiencia en directo (llamadas telefónicas)
15-nov-13	Situaciones, momentos o cosas que inhiben tu excitación sexual al momento de tener relaciones sexuales.	NO	El tema lo abordan de forma seria, pero a veces hacen comentarios propios en forma de chiste o burla.	Excitación, Relaciones sexuales, Pareja, Desnudez, Fantasías, Punto G, Hombres, Mujeres, Sexo oral.	Hombres y Mujeres de cualquier edad, siempre y cuando tengan una vida sexual activa.	Serio, pues lo que se busca es informar y dar a conocer simplemente. Solo en ocasiones también utilizan un tono burlón, como por ejemplo cuándo se está refiriendo al tiempo en el cual dura la relación sexual dependiendo de las edades, y en estos momentos se ríen y hacen bromas respecto al tiempo de duración.	Hace mucha referencia a la audiencia de las redes sociales pero sobre todo más por Facebook. Continuamente están invitando a la audiencia a que participe.	Durante este programa no hubo participación directa de la audiencia.

Observaciones: En un momento dentro del programa se escuchó sonar el teléfono, pero no lo contestaron y no realizaron ningún comentario referente a esto, lo que me da a pensar que tal vez no quisieron contestarle a la audiencia, y atender la participación en vivo. Mientras que los locutores también invitaban continuamente a la audiencia para que participare por medio de las redes sociales.

En el siguiente cuadro muestro la información que obtuve de la primera etnografía digital realizada el 15 de noviembre del 2013 en la red social de Facebook.

Características de la audiencia en Facebook

Fecha del programa	Nombre de usuario en Facebook	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista
15-11-13	Adán Luna	Hombre	Dos cosas que pueden hacer perder la excitación son que digan el nombre de otra persona cuando estás en una relación y también algo que siempre me asombra es un previo con ropa.	Sugerencia	No	El lenguaje que utiliza esta persona es coloquial. No menciona malas palabras	No	No	Solo leyeron su comentario al aire.

Observaciones: Durante este programa sólo una persona fue la que participó y en una ocasión los locutores mencionaron que era una lástima que las personas no se hubieran atrevido a responder las preguntas, ni a hablar de un tema tan interesante. Los locutores se sintieron decepcionados de que no hubo tanta participación por parte de la audiencia.

El segundo programa analizado fue el de la emisión del 22 de noviembre del 2013.

Programa <i>Sexo en tu idioma</i>								
Fecha del programa	Tema tratado	Especialista del tema	Cómo se aborda el tema	Palabras más utilizadas	Hacia quién está dirigido el programa	Tono de voz del locutor o especialista	Referencias a la audiencia	Participación de la audiencia en directo (llamadas telefónicas)
22-nov-13	Amigos con derecho	NO	Dan definiciones de la palabra, ejemplos de otros países, retoman películas. Por ejemplo: la de "Amigos con derecho" que protagonizaron Justin Timberlake y Mila Kunis.	Amigos con derechos, Sexo, Relación seria, Sexo casual.	Hacia los jóvenes por el tema tratado, debido a que según lo que se menciona en el programa los jóvenes de entre 25 y 35 años son los que se atreven a hacer este tipo de cosas, ya sea porque no quieren compromisos formales o	En esta ocasión la voz es seria y firme, puesto que quieren informar a la audiencia sin ningún otro sentido, pero de repente utilizan un tono de sarcasmo. Por ejemplo: La locutora menciona "yo si he tenido amigos con derecho en mi época de prepa y más allá", pero lo dice	Hace mucha referencia a los participantes de las redes sociales y los incitan a que participen lanzando una pregunta al aire. ¿Los amigos con derecho tienen realmente derechos?	Durante este programa no hubo participación directa de la audiencia por medio de los teléfonos en cabina.

					<p>simplemente por placer, mientras que los adultos dudan más en tener amigos con derecho.</p>	<p>riéndose, mientras que Francisco, el locutor, por ejemplo le hace burla a la locutora, diciendo "mientras Adriana leía la nota me miro más de 8.2 segundos nada más para aclararlo" y después se reían.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones: Es importante el poder escuchar que los locutores se hacen preguntas entre sí referentes al tema tratado y dan su punto de vista y en cierto punto estando conscientes de que la audiencia puede reaccionar a los comentarios o experiencias que ellos comentan. Esto que en cierta forma puede ayudar a su audiencia a participar pues ya que les muestran un tanto de seguridad al hacerse las preguntas entre ellos mismos.

La segunda etnografía digital realizada fue la de la emisión del 22 de noviembre del 2013.

Características de la audiencia en Facebook

Fecha del programa	Nombre de usuario en Facebook	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista
22-11-13	Ana Díaz	Mujer	Tienen derecho a divertirse sin invadir el tiempo y espacio del otro.	Respuesta a la pregunta de los locutores.	No en este programa	No	No	No	Leyeron su comentario al aire.
	Anónimo		¿Los amigos pueden ser algo más? ¿Qué opinan?	Pregunta	No	No	No	No	Los locutores respondieron la pregunta al aire.

	Deivid Yakomana	Hombre	Sí claro	Respuesta	No	No	No	No	Leyeron el comentario al aire
	Eduardo León	Hombre	¿Y los enemigos qué?	Duda	No	No	No	No	Los locutores respondieron la pregunta al aire.
	Mariposa Vuelan	Mujer	Yo digo que sí, y les digo que ustedes conductores se atrevan a hacerlo.	Respuesta	No	No	No	No	Los locutores respondieron la pregunta al aire.
	Sofía Medina	Mujer	Yo opino que sí y más cuando van de "lunamieleros" los amigos.	No	No	No	No	No	Los locutores respondieron la pregunta al aire.

Observaciones: En este programa hubo mayor participación de la audiencia donde la mayoría de los comentarios fueron participación de sugerencia o respuesta a las preguntas que los locutores hicieron al aire, en cuanto a las personas que comentaron

hubo de los dos sexos tanto masculino y femenino participando de igual forma. Pude notar que los locutores suelen sorprenderse cuando una mujer participa dando su respuesta a la pregunta o haciendo notar sus dudas, lo que me permitió ver que aunque en este programa si participaron las mujeres hay muy poca la participación de estas en las emisiones del programa *Sexo en tu idioma*.

El tercer programa analizado fue el de la emisión del 13 de diciembre del 2013.

Programa <i>Sexo en tu idioma</i>								
Fecha del programa	Tema tratado	Especialista del tema	Cómo se aborda el tema	Palabras más utilizadas	Hacia quién está dirigido el programa	Tono de voz del locutor o especialista	Referencias a la audiencia	Participación de la audiencia en directo (llamadas telefónicas)
13-12-13	Cuáles son tus fantasías	No	Aunque el tema es un tanto delicado, los locutores abordan el tema contando algunas de sus expectativas, así como sus propias fantasías y en algunos	Posición sexual, Naturalidad, Erotismo, Fantasías.	Hacia todo tipo de público. En esta ocasión no se especificó el tipo de audiencia.	El tono de voz es serio, firme, pues quieren informar a las personas pero no sin dejar de lado en ocasiones el tono sarcástico por ejemplo cuando la locutora menciona “que el programa está bastante	Para los hombres, ¿Cuáles piensan que son las fantasías que tienen las mujeres? Para las mujeres, ¿Cuáles piensan que son las fantasías que tienen los hombres?	No hubo participación directa de la audiencia.

			casos bromean.			intenso y subiendo la temperatura... participen en nuestras redes sociales y díganos si se inventaron alguna posición sexual", puesto que lo dicen con un tono medio burlón.		
--	--	--	----------------	--	--	--	--	--

Observaciones: El programa fue muy interesante, el locutor Francisco mencionó algunas de sus fantasías al aire, mientras que la locutora Adriana no quiso en esta ocasión revelarlas justificándose con que no quería que nadie de la audiencia se fuera a atrever a cumplírselas, tampoco hubo ninguna llamada telefónica aun cuando los locutores repiten varias veces los números telefónicos al aire. Con esto me pude percatar que efectivamente se está confirmando mi hipótesis de que la participación vía telefónica ya casi no se da; sospecho que las personas como ahora tienen una segunda opción para manifestar sus comentarios, prefieren escribir lo que piensan que hablar directamente con los locutores y exponerse a que alguien pueda reconocer su voz, e incluso simplemente por pena, la participación de la audiencia es más por las redes sociales digitales y sobre todo por el Facebook. Yo creo que esto se debe a que las personas que participan no se ponen en evidencia al cien por ciento debido a que se pueden cambiar la foto e incluso el nombre de perfil con el que están participando.

En el siguiente cuadro se muestra la etnografía digital realizada en la emisión del 13 de diciembre de 2013.

Características de la audiencia en Facebook									
Fecha del programa	Nombre de usuario en Facebook	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista
13-12-13	Anónimo	Hombre	Los hombres tienen fantasías con tener a más de una mujer en la cama.	Respuesta a la pregunta del locutor	No	No	No	No	Solo lectura en vivo por parte del locutor
	Oscar Chávez Lans	Hombre	1.Realizando una fantasía es destruirla y cambiarla 2.Las fantasías deben realizarse fanatizándolas materializándol	Respuesta a la pregunta	Si	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor

			as es un error						
	Edna Sheli Minero	Mujer	Conjugarse en uno y mover mucha energía, Siempre buscar nuevas fantasías	Respuesta a la pregunta	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor
	Ángel Bautista	Hombre	Mi fantasía es el amor puro el que se encuentra oculto en algún lugar	Sugerencia	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor
	Alejo Androj	Hombre	1-Mi fantasía ronda entre el deseo, la locura, el desenfreno la complicidad que se entreteje entre tú y yo, dos seres inventando la palabra de erotismo	Respuesta a la pregunta del locutor	Si	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor

			2-La fantasía y la realidad deben de tener respectivamente su lugar en cualquier plano de la vida.						
	Brisa Lombardi	Mujer	El exhibicionismo como en un restaurante o en un antro	Respuesta a la pregunta del locutor	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor
	Lizet Valdez	Mujer	Ambas cosas van de la mano	Respuesta a la pregunta del locutor Respuesta a la pregunta del locutor	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor
	Abraham Martínez	Hombre	Ambas cosas	Respuesta a la pregunta del locutor	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor
	Mery Coun	Mujer	Las dos	Respuesta a la pregunta	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte

				del locutor					de locutor
	Don Pepo	Hombre	Las dos cosas con la cuestión	Respuesta a la pregunta del locutor	No	No	No	No	Lectura y saludos por parte de locutor

Observaciones: Dentro del programa hubo mucha participación por parte de la audiencia, la mayoría de los comentarios que se recibieron fueron respuestas a las preguntas que hacen los locutores al aire, todos los comentarios se leyeron al aire, y por lo que mencionaron los locutores les sorprende mucho cuando una mujer da su comentario y es que según dijeron la mayoría de las participaciones se da por parte de los hombres, esto me hace pensar que las mujeres aún suelen tener más tabúes referente al tema del sexo y sobre todo al hacerlos públicos, por esta razón aún no se atreven a participar tanto como los hombres. Por último, también quiero resaltar que hay personas que envían sus comentarios más de una vez y los locutores siguen leyéndolos en vivo y agradecen su participación continuamente.

El cuarto programa analizado fue el de la emisión del 10 de enero del 2014.

Programa *Sexo en tu idioma*

Fecha del programa	Amigos con derecho	Especialista del tema	Cómo se aborda el tema	Palabras más utilizadas	Hacia quién está dirigido el programa	Tono de voz del locutor o especialista	Referencias a la audiencia	Participación de la audiencia en directo (llamadas telefónicas)
10-01-14	Sexualidad infantil.	Sí, Nancy Herrera García, sexóloga	El tema lo abordan desde los tabúes que tienen los papás y abuelos de los niños, lo hacen muy serio pero a la vez contando anécdotas un poco chistosas como para hacer entender a los papás cómo deben hablar con los niños.	Placer sexual, Sexualidad, Pene, Órganos sexuales, Naturalidad, Curiosidad, Escroto, Pechos-bubis, Posición sexual, Erotismo, Fantasías, Masturbación en niños, Evitar abuso sexual.	Hacia los padres que tienen niños y adolescentes.	El tono de voz de los dos locutores y de la especialista es un tono serio, firme y seguro, debido a que es un tema un tanto delicado y quieren que los papás se quiten los tabúes para que platicuen con sus hijos.	Dentro de este programa hacen mucha referencia a la audiencia, pero a comparación de otros programas no se hicieron preguntas por medio de las redes sociales, ni incitaron tanto a la audiencia a que participara. Más bien hacían referencia a que los papás supieran cómo hablar con sus hijos	No

							acerca del sexo.	
--	--	--	--	--	--	--	---------------------	--

Observaciones generales: En varias ocasiones durante el programa se escuchó sonar el teléfono pero nunca tomaron alguna llamada. Posteriormente pasaron el comentario de la persona que habló por teléfono que fue Martin Catalán de la colonia Mirasol, el cual mencionó la frase “El amor no es una utopía porque tú eres real”. Por lo que se comentó después de leer el comentario se dio a notar que esa frase es de autoría de la locutora Adriana Punto G. y mencionaron que había muchísimas llamadas pero no mencionaron cuántas ni más comentarios, no pasaron la llamada al aire, solo tomaron los comentarios de las personas que hablaron. Otro de los aspectos importantes a destacar fue que se mencionó que se habían recibido muchos comentarios vía Facebook, pero yo creo que por cuestión de tiempo solo mencionaron el de una persona.

En el siguiente cuadro se muestran los datos recabados durante la etnografía digital realizada el 10 de enero de 2014

Características de la audiencia en Facebook

Fecha del programa	Nombre de usuario en Facebook	Sexo	Texto (corpus literal de la participación)	Tipo de participación (Duda, Pregunta, Sugerencia, Queja, etc.)	Repetición de participación	Uso de escritura y tipo de lenguaje utilizado	Uso de palabras vulgares	Uso de alguna imagen	Respuesta por parte del locutor o especialista
10-01-14	Marta Trejo	Mujer	Es muy difícil hablar de estos temas con los padres de familia, que a veces los niños ocultan a los papás lo que ya saben o aprendieron en los medios de comunicación	La participación fue tipo sugerencia, debido a que la persona habla desde su experiencia propia mencionando que es maestra de kínder y de los problemas que ha enfrentado debido al tema y a los papás de los niños.	En esta ocasión no hubo repetición.	La persona utiliza palabras, claras y concretas, así como un lenguaje muy propio y conciso de lo que quiere dar a conocer por medio de su comentario.	No utiliza palabras vulgares	No	Sí hubo respuesta al comentario de esta persona no directamente en Facebook, pero lo respondieron al aire.

Observaciones: Es curioso ver que los locutores mencionaron que había muchos comentarios por parte de la audiencia por medio de las redes sociales, pero nada más pasaron éste al aire yo creo que el tiempo esta vez les ganó porque en otras ocasiones sí leyeron todos los comentarios que había.

6.1.1.-Interpretación de los programas y de las redes sociales

Es importante señalar que con este análisis del discurso de los programas grabados de *Sexo en tu idioma* puedo rescatar que cada programa es diferente en cuanto a la temática que ahí se maneja, la seriedad con que los locutores tratan cada uno de los temas, el cómo dicen las palabras y el cuidado que tienen, que no suele ser mucho debido a que ellos dan sus opiniones y hablan acerca de sus experiencias personales relacionándolas con el tema tratado. De los cuatro programas analizados en sólo uno de ellos la locutora Adriana Punto G. no quiso dar a conocer su opinión haciendo referencia a que no quería que le salieran pretendientes de la audiencia.

Mientras que el locutor suele hablar más libremente y en cierta forma también más abierto, sin temor a lo que la audiencia puede decir. Pienso que como la mayoría de la participación de la audiencia son hombres él se siente con más confianza de expresarse en un medio público.

Por otro lado, durante cada uno de los programas se abordan diferentes temas y eso hace que en algunas ocasiones la audiencia se vuelva más activa que en otra. Por ejemplo, durante los programas analizados, el que tuvo menos participación de la audiencia fue el 15 de noviembre, pero esto también lo atribuyo a que los locutores no incitaron a la audiencia a participar, ya que al inicio del programa solo dieron cada una de las direcciones en las cuales podían estar en contacto con ellos, pero no mencionaron preguntas al aire como sí hicieron en los otros programas. Y es que basándome en el autor Carlos Scolari (2008), la audiencia se vuelve activa en cuanto los locutores les dan pie a participar, y es aquí donde se puede considerar que hay comunicación digital interactiva, puesto que los locutores lanzan una pregunta al aire y la audiencia participa para que posteriormente los locutores les respondan.

Otra de las cosas que también llamó mucho mi atención fue ver que casi toda la audiencia activa que está participando por medio de las redes sociales son del sexo masculino, y cuando alguna mujer tiene la iniciativa de participar los

locutores se sorprenden por la participación de ésta, lo que me da a notar que ellos están acostumbrados a que los hombres sean los únicos que participen en este tipo de temas y sean más abiertos que las mujeres.

Durante los programas analizados en ningún momento la audiencia utilizó un lenguaje vulgar ni mucho menos groserías; la participación fue un tanto seria y jamás atacaron a alguno de los locutores, en cuanto a las imágenes, no hubo uso de éstas. Y es que muchas de las personas al interactuar por medio de los chats utilizan imágenes o emoticonos para no escribir toda la palabra o simplemente para adornar sus comentarios, pero en esta ocasión las personas que participaron no hicieron uso de ninguno de los antes mencionados y esto hace creer que las personas que participan se toman en serio la participación dentro de este programa, también se debe aclarar que la audiencia del programa y por tanto quienes participan por medio de las redes sociales son personas de edad adulta y no jóvenes; por tal motivo, pienso que la escritura cambia mucho ya que en ocasiones estas personas no manejan los mismos códigos que los jóvenes.

Dentro de la etnografía digital es importante resaltar que la audiencia responde de inmediato cuando los locutores así lo piden; es decir, los radioescuchas muestran su actividad de inmediato contestando a las preguntas que los locutores les hacen, algunos hacen preguntas, otros dan su opinión y otros hasta se inspiran creando versos o poemas relacionados con el tema tratado en el programa. Con esto refuerzo mi idea de que las personas que participan son de edad adulta, ya que los jóvenes ya no tienden a hacer uso de los versos o poemas.

Relacionando el análisis de los programas de radio y el tema central de esta investigación, es muy interesante conocer que la audiencia efectivamente ha cambiado su cultura y ahora como bien lo menciona el autor Edgar Gómez (2005) ahora se le puede llamar *cibercultura*, en el modo en el cual participa en la radio, ya que recordando un poco antes sólo se podía participar mediante las llamadas telefónicas, y esto hacía que se le diera menos espacio debido a que sólo transmitían pocas llamadas, mientras que ahora por medio de las redes sociales las personas participan mucho más, en ocasiones repiten la participación y los

locutores leen todos los comentarios de las personas. Pero aún así los locutores no dejan de hacer referencia a los números telefónicos de cabina por si alguna persona quiere participar por este medio.

Por otro lado es importante resaltar que los radioescuchas se convierten, así, en “prosumidores” (Toffler, 1980), ya que además de ser productores de las redes sociales al mismo tiempo tienen que estar consumiendo los mensajes de las demás personas que participan mediante las redes.

Dentro del análisis se decidió revisar las dos redes sociales digitales del programa *Sexo en tu idioma*, es decir Facebook y Twitter. Es importante rescatar que la red que más se utiliza dentro del programa por parte de los usuarios es la de Facebook, ya que por este red ellos realizan todos sus comentarios, mientras que en Twitter durante el análisis no se realizó ningún comentario; pienso yo que no se utiliza esta red debido a la corta capacidad que se tiene para emitir los comentarios, ya que recordando un poco lo mencionado en el contexto histórico el Twitter cuenta con una capacidad de 140 caracteres para que los usuarios puedan escribir lo que quieran, pero también quiero mencionar que muchas personas no saben utilizar esta red social, y muchas otras prefieren el Facebook para evitar sintetizar los comentarios, ya que en Facebook no hay un número determinado, es decir, es ilimitado, y los usuarios se sienten con más libertad, además de la facilidad de uso que esta red tiene.

La razón aún no se puede confirmar ya que en este apartado solo se realizó el análisis de los programas pero más adelante se dan a conocer las entrevistas que se realizaron a los locutores del programa *Sexo en tu idioma* ya que se les cuestionó acerca de este suceso.

Para finalizar puedo rescatar que tanto con el análisis del discurso de los programas como con la etnografía digital, se puede ver el cambio que la radio ha tenido. A veces nosotros como usuarios no nos ponemos a pensar en esto debido a las actividades que tenemos que hacer a diario, y sólo acatamos los cambios como un proceso más que se dio, y no nos detenemos a pensar qué tan grande es

este cambio y cómo es que se dio, y además cómo ha cambiado nuestra cultura para convertirse en una cibercultura, que nos ha abierto las puertas para poder expresarnos de forma espontánea, y hacer saber a los locutores de cualquier programa de radio nuestras opiniones y reacciones en torno a lo que ellos mencionan. Pero no solo a nosotros como usuarios de la radio y las redes sociales, también a las personas que están detrás de la radio, es decir a los locutores, debido a que ellos ya están prácticamente obligados a darle espacio a las personas que participan, y además portarse bien de cierta forma para que esta audiencia no deje de participar y de apoyarlos.

6.2.-Análisis de las Entrevistas

Por esta razón es que dentro de esta tesis se decidió realizar dos entrevistas semi dirigidas a los dos locutores de este programa, con el fin de no solo quedarnos con la audiencia y cómo ellos acatan y manejan dicho cambio y poder obtener información desde el otro lado. Es decir, las entrevistas nos permitieron ver cómo los mismos locutores han sentido este cambio y qué es lo que piensan respecto al tema.

A continuación se muestran dos cuadros en el primero se encuentra la entrevista que se le realizó a la locutora Adriana Zapata y en el segundo la entrevista realizada al locutor Francisco Jasan, estos cuadros están divididos en la pregunta que se les realizó a los locutores, la respuesta textual que ellos me brindaron, la idea principal de la respuesta, pregunta de mi investigación a la que responde y por último los conceptos del marco teórico con los cuales se relacionan dichas respuestas.

Ficha del informante

Nombre: Adriana Zapata

Cargo: Locutora principal del programa Sexo en tu idioma

Fecha de la entrevista: 4 de febrero de 2014

Duración: 25 minutos

ESD01 Adriana

Pregunta	Respuesta Textual	Idea básica	Pregunta de la investigación a la que responde	Con qué conceptos y teorías se relaciona
¿Cuánto tiempo tienes dedicándote a la radio?	A la radio, tengo dedicándome a la radio, con sexo en tu idioma, tenemos 4 años, y estuvimos, eh, bueno estuve estudiando dos años para ser comunicadora, entonces más o menos estoy en la radio como desde hace 6 años.	Contextualiza el tiempo que lleva dentro del medio radiofónico.	Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.	
¿Es el primer programa en el cual trabajas o ya van más?	Eh, es el primer programa en el cual trabajo en radio abierta, eh, que es, am, pero ya habíamos estado en internet igual, en sexo en tu idioma igual dos	Habla de su incursión en la radio.	Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.	

	años antes y también en la escuela pues bueno ya habíamos tenido otras producciones de radio, eh, que son obviamente prácticas, y este, para foguearnos un poco antes de ya salir directamente al internet y ya aventarnos como solitos.			
Ok, ¿por qué decidiste dedicarte a la locución?	A la locución, (silencio), creo que la radio y en específico los medios masivos de comunicación, son una puerta muy grande para llegar a los jóvenes, mi intención es llegar a los jóvenes y sobre todo brindarles esta información que si puedes tener en, eh, que si pues, tener acceso a ellas tal vez en los libros, en la escuela, con los amigos, eh, con la familia pero no hay un programa o tal vez un especialista que llega y te dice, eh, que situaciones pueden presentarse en tu vida y no los vamos a evitar si	Comenta que ella como locutora, quiere llegar a los jóvenes hablándoles de los temas que las personas o bien la sociedad no está acostumbrada a hacerlo abiertamente.	Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.	

	no simplemente saber cómo es que van a suceder y qué puedes hacer cuando éstas se presenten, entonces por eso me dediqué a esto de la locución.			
¿Qué crees que ha cambiado desde el momento que entraste a la radio hasta ahorita?	Ammm, pues ha habido un crecimiento profesional muy grande, un compromiso social, importantísimo pues todo lo que dices en los medios de comunicación pues si tiene que ser claro, objetivo, tienen que tener una base científica, llevada a través de las palabras para que los demás lo puedan entender, pues no lo podemos leer o difundir tal cual viene en un libro o tal cual aparece en internet porque por eso no llega a la gente, porque no lo entienden, entonces si lo hablamos desde esta forma como tú y yo lo podemos entender como lo platicas en un café, como lo platicas con los amigos o con tus	Hay un compromiso social, que crece día a día debido a que se debe de encontrar la forma adecuada de llegar a las personas y darles información verídica y de forma interesante.	¿Cómo se ha modificado la radio a partir del uso de las redes sociales digitales?	Cibercultura, yo creo que el comentario de la locutora se relaciona con la cibercultura debido a que menciona que ahora ya no pueden decir las cosas tal cual aparecen en internet puesto que la información que ahí aparece está al alcance de las personas y si descubren que lo que se dice en el programa de radio es lo mismo que está en la página de internet puede causarles la pérdida de la audiencia. Y entonces desde mi punto de vista no tendría caso escuchar un programa de radio que diga lo mismo que hay en las páginas de internet, y es que con la cibercultura las

	papás, entonces es más fácil de que tú puedas llegar a la información y sobretodo interiorizarla, yo creo que eso es por ahí.			personas que tienen acceso a esta red acuden a internet a buscar todo tipo de información.
¿Cuándo tú empezaste en el programa de Sexo en tu Idioma ya había un contacto directo por medio del internet con la audiencia o todavía todo era por medio del teléfono?	No, ya teníamos, eh, dos años cuando empezamos el proyecto de Sexo en tu Idioma. Lo empezamos por internet, eh, bueno en una productora de HV radio y este, y comenzamos ahí y lo primero que tuvimos para contactar con la gente y darlo a conocer aparte de lo que fue la difusión de boca en boca o recomendaciones pues definitivamente fueron las redes sociales, entonces Facebook fue una un portal muy importante para que nosotros pudiéramos acceder y sobre todo para que la gente pudiera acceder a nosotros.	La radio por internet tiene como único medio de difusión las redes sociales, y Facebook, fue la red más importante para el inicio del programa Sexo en tu Idioma debido a que se transmitía principalmente por Internet.	¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia? ¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?	La teoría de la audiencia activa, Facebook como fenómeno sociocultural, y cibercultura. Lo anterior, porque la locutora menciona que la herramienta más fuerte para dar a conocer el programa fue internet, y que Facebook fue un eslabón muy fuerte para que la audiencia del programa se comunicara con ellos, por esta razón creo que esas son las teorías que más se relacionan con la respuesta de la locutora.

<p>Ok, ¿Cómo defines el contacto que has tenido con la audiencia?</p>	<p>Ammm, creo que sí ha sido muy personal, es de mucha confianza, sobre todo cuando ellos se acercan y te preguntan cosas muy sensibles sobre algo, una temática de la sexualidad o de la vida que ellos están pasando en ese momento, si te están pidiendo de un necesito tu ayuda necesito una información, entonces el tú podérsela brindar y poderle brindar el contacto, el correo, que puedes estar ahí, no las 24 horas porque obviamente también ellos tienen que entender que no es todo el tiempo, eh, y que si hay un espacio yo creo que eso también ahí te abre mucho el contacto con ellos pero sobre todo el límite con ellos.</p>	<p>La interacción con la audiencia es muy personal porque ellos se abren mucho con los locutores.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? ¿Cómo ha cambiado esta relación?</p>	<p>Interactividad, porque en esta respuesta la locutora menciona que la relación de ella con la audiencia del programa es muy cercana, pero esto sólo dentro de la hora de su programa y mediante de las redes sociales, porque en realidad las personas que la contactan sólo lo hacen por este medio, es decir por su Facebook o Twitter, y es ahí en donde se da la interactividad con su audiencia.</p>
---	---	---	--	---

<p>Este, eh, bueno, antes todo era nada más por medio del teléfono la interacción que se podía dar con ustedes, con los locutores del programa ¿cómo crees que haya beneficiado la introducción de las redes sociales a los programas de radio en este caso al programa Sexo en tu Idioma?</p>	<p>Yo creo que sí permite muchísimo más el contacto y sobre todo el acercamiento donde ellos pueden expresarte sus ideas sus dudas, sus comentarios, las sugerencias que ellos tienen, entonces yo sí creo que las redes sociales sí aumentan ese contacto y sobre todo la confianza para que ellos puedan estar en esta retroalimentación.</p>	<p>El uso de las redes sociales para interactuar con las personas hace que la interacción sea más íntima y permite la retroalimentación.</p>	<p>¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?</p>	<p>Prosumidor, digitalización, interaccionismo simbólico, audiencia activa. Yo creo que los conceptos antes mencionados se relacionan con esta respuesta debido a que los locutores e incluso la audiencia se convierten en Prosumidores debido a que ellos están produciendo los mensajes en las redes sociales en este caso en el Facebook del programa y al mismo tiempo los están consumiendo. El término de digitalización se relaciona con que la locutora menciona que la introducción de las redes sociales a la radio ayudó a que las personas se atrevan a participar más, ya que ahora sólo escriben sus preguntas y comentarios y ya no es necesario que ellos hablen por teléfono lo que antes hacía que les</p>
--	---	--	--	---

				diera más pena. Por último, considero que el concepto de audiencia activa también se puede apreciar en la respuesta, ya que se afirma que las personas que escuchan el programa pueden participar en todo momento y hacerles saber su opinión a los locutores del programa.
Este ¿Qué medio, o bueno qué red es la más utilizada el Facebook o el Twitter?	El Facebook.	La res social más utilizada por la audiencia del programa Sexo en tu idioma es el Facebook.	¿Qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales?	El Facebook como fenómeno sociocultural, porque las personas deciden utilizar más esta red para comenta y dar a conocer sus dudas dentro del programa Sexo en tu idioma.
¿El Facebook? ¿Por qué crees que sea el Facebook y no el Twitter?	Si, Yo creo eh fijate que ahí pasa algo bien chistoso, nosotros, bueno yo, en particular, sí utilizo el Twitter, pero no es como un medio tan este, como para, tal vez el Twitter lo puedo utilizar más como para difundir un mensaje corto alguna información, alguna nota,	El Facebook, no tiene un límite de caracteres y las ideas se pueden poner más específicamente mientras que el twitter se usa para difundir mensajes o noticias cortos.	¿Cuál es la red social más utilizada por la audiencia y ¿Por qué?	Facebook como fenómeno sociocultural, Twitter como fenómeno sociocultural. La audiencia de este programa decide utilizar más el Facebook, debido a que en éste no tienen un límite de participación, y a pesar de que el Twitter es una red social

	algún artículo, pero en Facebook puedes poner un poco más de las ideas y sobre todo porque ahí es donde más seguidores tengo, entonces creo que me beneficia a mí y para Sexo en tu Idioma, los contactos y sobre todo que puedes llegar a muchísimos lugares.			muy fuerte las personas no la utilizan como una herramienta de comunicación entre locutor- audiencia.
Ok, ¿Crees que haya perjudicado la introducción de las redes sociales a la radio de alguna forma?	Yo creo que no, yo creo que facilitó el contacto .	Las redes sociales facilitan el contacto con la audiencia.	¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?	Interacción, porque las personas participan más por medio de las redes sociales y es ahí donde se da la interacción con los locutores.
¿Facilitó el contacto?	Sí, porque las llamadas telefónicas por ejemplo, si los, eh, los programas de radio solamente cuanto tenían o te atiendan por teléfono no siempre entra tu llamada, siempre se satura el sistema, entonces es muy difícil que te puedan contactar vía telefónica, entonces en el Facebook y lo puedes notar en todas las radiodifusoras, o sea, ya ahora dicen el primero que mande un Facebook,	Las redes sociales facilitan el contacto con la audiencia debido a que las llamadas telefónicas entraban muy poco y con el Facebook el contacto ya es más rápido.	¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?	Interacción, Audiencia activa, comunicación digital interactiva, redes sociales. Ahora las personas con tan solo entrar a las redes sociales ya pueden interactuar con los locutores del programa, convirtiéndose en audiencia activa más notable que cuando participaban por teléfono, ya que ahora entran más comentarios que en ese entonces, y ahora es más

	<p>el primero que mande un Twitter, eh, métanse a la página de Twitter para ver qué es lo que está pasando etcétera no, o Facebook, entonces yo sí creo que, que sí abrió muchísimo el campo de las redes sociales.</p>			<p>fácil hacerlo por estos medios.</p>
<p>Ok, ¿Cuál es la experiencia más significativa que has tenido o que recuerdas que te haya sucedido dentro del programa?</p>	<p>La experiencia más significativa pues la verdad entramos cuando, cuando entramos a Sexo en tu Idioma, te voy a contar como un poquito la historia porque es muy significativa para mí. Yo estaba estudiando un diplomado en sexualidad y nuestro trabajo era final era un proyecto de radio entonces le hable a Jasan y le dije: ya necesito tener el trabajo, hay que hacer el demo para el radio, entonces me dijo si, lo armamos en una noche, hicimos el demo, lo presentamos y cuando yo presento el demo en el, en el diplomado, no me lo aceptan y me dicen que no, que no es un medio</p>	<p>El programa Sexo en tu idioma surge de un curso que estaba tomando Adriana Zapata.</p>	<p>Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.</p>	<p>Interacción, cibercultura. Por qué la cibercultura, marco el inicio de este programa ya que ellos comenzaron por medio de la radio en internet y esto fue un campo muy grande que llego con el internet, y por otro lado la interacción entre locutor-audiencia marco el programa debido a que gracias a la participación de la audiencia fue que el programa se ha mantenido donde está.</p>

	<p>para difundir la sexualidad, aún sabiendo que había muchos sexólogos que acudían a los programas de radio y, este, difundían la información, pero no había uno como tal, no había una revista de sexualidad, un programa de una hora que se dirigiera a los jóvenes, al, a específicamente a los jóvenes, pero con un acceso a todo a toda la población, entonces me dijeron que no, que no era válido, entonces si me puse triste y, y siempre confié en lo que yo quería, y estaba con él (Francisco) trabajando y bueno no lo aceptan y, y me dice él pues ya hay que sacarlo al aire, esta la productora, están, ¿estamos para hacerlo no? Entonces de repente empieza a crecer mucho por internet, le damos mucha difusión y después, eh, trabajamos un año y medio con muchísimo rating. Ya por</p>			
--	--	--	--	--

	<p>problemas personales eh, paramos un poco Sexo en tu Idioma y sale la convocatoria del IMER, y cuando sale la convocatoria del IMER todavía no todavía no le decía yo a él que ya había metido el proyecto a la convocatoria, y pues de repente llega octubre y nos mandan la respuesta y nos dicen que sexo había, que sexo en tu idioma era de los programas seleccionados para, para estar entonces ya le digo, y estábamos muy contentos eso es algo muy significativo, pero ya estando en el aire teniendo muchas llamadas, muchos contactos, pues se nos acababa el contrato pues en un año, porque de hecho radio ciudadana te da primero 6 meses de prueba y después otros 6 meses para que estés un año, entonces pasamos los 6 meses, eh, y pues nos dan y nos recontratan para otros 6 meses, pasa</p>			
--	---	--	--	--

	<p>el año y nos dicen Sexo en tu Idioma continua, es uno de los programas con mayor audiencia, con mejor... con... uno de los programas con mejor calidad, eh, y pues hasta ahorita llevamos ya tres años en el IMER. Tenemos muchos proyectos también en puerta. Sexo en tu Idioma ha crecido muchísimo, entonces yo creo que es algo muy significativo para mí y yo creo que también para Jasan porque pues se ve el trabajo el compromiso y sobre todo no que sea valorado pero tú sabes que cuando en la radio y en los medios de comunicación para que perdure un programa es porque si tiene que tener calidad, porque tiene que tener contenido y pues más en una estación como lo es radio ciudadana ¿no? que es para el público y porque tú te haces responsable de lo que tú dices y sobre</p>			
--	--	--	--	--

	<p>todo para el Instituto Mexicano de la Radio el seguir transmitiendo y atreverse a, a seguir llevando a todos los radio escuchas un programa de sexualidad como tú dices, donde vivimos en un país con muchos prejuicios, con muchos mitos, con muchos tabúes, pues que se atreva a romperlos ¿no?, entonces yo creo que eso es muy significativo, el crecimiento que ha tenido sexo en tu idioma y la confianza de, de la radiodifusora con nosotros.</p>			
<p>¿Has tenido una mala experiencia?, Por ejemplo, ahorita que hablabas de eso de que las personas se abren al hablar de sexo, eh, por ejemplo, pues como te comentaba hace un ratito nunca falta quien se quiera pasar de listo con sus comentarios, tú dices que te haces responsable al hablar de</p>	<p>Solamente este comentario que, que te mencionaba hace un momento, donde al principio cuando comenzaban, si, como el cuarto quinto programa que estábamos al aire en IMER, eh, si nos habló un hombre diciéndonos que cómo nos atrevíamos a hablar de temas de sexualidad y sobre todo</p>	<p>Las personas aun son muy cerradas para hablar de temas como el sexo y tienen muchos tabúes.</p>	<p>¿Cómo ha cambiado esta relación? Y probablemente ¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?</p>	<p>Audiencia activa, porque las personas tratan de dar a conocer sus opiniones durante los programas de radio y no se quedan callados ante ninguna situación o tema del programa.</p>

<p>esos temas pero bueno uno como mujer siempre es como que un poquito más cerrado en cierto aspecto por que los hombres están como que... ¿entonces has tenido una mala experiencia?</p>	<p>del tema del condón en un horario que era de las 7 de la noche cuando todavía había niños despiertos, entonces pues lo único que nosotros, eh, dijimos al aire, era que cada quien decidía lo que escuchaba, entonces era una decisión propia, entonces no fue una mala experiencia, pero si te das cuenta que hay muchos mitos, muchos prejuicios y muchos tabúes que todavía están muy arraigados en la cultura mexicana y que a pesar de estar en un medio masivo de comunicación pues todavía puede haber censura de muchas personas.</p>			
<p>Por ejemplo, bueno tú, supongo que tienen familiares que a veces los escuchan eh, ¿tus familiares cómo toman que tú a veces hablas de algunas experiencias o algo así?</p>	<p>Yo te voy a decir algo bien chistoso, si nos escuchan muchos de nuestros familiares y es como si tú, como pues si, como si tú vas a la radio y piensas que Adriana Punto G o mi nombre</p>	<p>Su familia se hace a la idea de que Adriana Zapata y Adriana Punto G, son diferentes personas.</p>	<p>¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?</p>	<p>Comunicación digital interactiva. Porque las personas que escuchan a la locutora por medio de la radio, y que conversan con ella dentro de sus horas de trabajo, creen que es una persona</p>

	<p>pues es Adriana Zapata, ha tenido sus creencias, sus valores durante todo el tiempo que ha permanecido en su familia, entonces es como, es bien chistoso, si lo aceptan, pero parece que no creen, entonces es como si yo fuera el personaje y dentro de la casa siguiera siendo Adriana Zapata, pero no es así, lo único que cambia es que en el radio soy Adriana Punto G y en la casa soy Adriana Zapata, pero la misma filosofía es en la casa y en el radio y en la escuela y en el trabajo y en todos estos lugares donde te conocen pero para la familia es bien, a veces muy complicado escuchar estas historias y sobre todo verme o escucharme hablando de estas temáticas.</p>			<p>distinta a la que es fuera de su trabajo. Esto es la magia que producen los medios de comunicación.</p>
<p>¿Se te ha complicado a ti hablar así en la radio del sexo?</p>	<p>Fíjate que no, no se me ha complicado, tal vez cuando una temática es más difícil de hablar, no porque yo no lo pueda</p>	<p>No se le ha complicado hablar de sexo en la radio.</p>	<p>¿Qué tipo de cambios han tenido que hacer los locutores dentro de sus secciones?</p>	<p>Hipertextualidad. Porque con la hipertextualidad la página inicial lleva a otras páginas y así</p>

	llevar a cabo, pero me gusta tener un experto, para que la gente aún, eh, la gente escuche a dos expertos ya no solo a uno entonces es como el copyright, entonces ellos puedan tener la confianza de que lo que estás diciendo ahí o que la temática de ese tema que se lleva a cabo ese día pues esta doblemente, eh, autentica, como se dice, se me acaba de ir la palabra. Justificada exactamente.			sucesivamente entonces a ellos como especialistas en temas les conviene dar información nueva y veraz, y no solo la que aparece en el internet
Ok, bueno ahorita la radio ya sufrió un cambio con la introducción de las redes sociales. ¿Crees que venga algo más fuerte que las redes sociales que ayuden o perjudiquen a la radio?	Yo creo que la radio tiene una, con la radio como tal FM y AM, hace un tiempo hablábamos Jasan y yo, eh, lo que vende mucho es la radio por internet, entonces si te das cuenta todas las radiodifusoras ya están transmitiendo también por internet y están buscando también otros medios para poder llegar al público, ya no solo el radio, porque además mucha gente ya no tiene radio, ahora ya	Los medios de comunicación, están buscando modernizarse	¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?	La recepción activa en la radio a partir de las redes sociales digitales, cibercultura. Lo anterior, porque los medios de comunicación están buscando la forma en que las personas puedan estar en contacto con ellos por medio del internet y las redes sociales, y los medios que no hacen esto quedan fuera de la modernidad de estos tiempos. Y la recepción

	es la aplicación en el teléfono, ya es la computadora, ya es el internet, entonces yo creo que los, la radio al igual que la televisión tienen que y están obligados si quieren seguir en este en este contexto, pues ir con la tecnología y también irse modernizando.			activa a partir de las redes sociales digitales, es porque ahora ya la mayoría de las estaciones de radio cuentan con redes sociales donde las personas pueden participar y además cuentan con transmisión en vivo por medio del internet.
Ok, ¿tú cuánto tiempo empleas en las redes sociales diariamente?	Más o menos, todo el tiempo estoy en línea, si estoy en línea todo el tiempo, pero no estoy todo el tiempo haciendo comentarios o haciendo este, eh, o como se llama, si comentarios o siguiendo algo, si no pues simplemente estoy en línea, se lo que pasa pero si me doy como tal vez, a lo mejor una hora, una hora y media para ponerme a publicar y cosas y a veces si se me olvida porque también es muy agotador.	Ella solo se encuentra en contacto con la audiencia los días viernes y no más de dos horas.	¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?	Redes sociales, comunicación digital interactiva, interaccionismo simbólico. Porque la locutora comenta que ella emplea poco tiempo dentro de las redes sociales y solo dedica 2 horas a la audiencia de su programa para interactuar con ella por este medio.
Y dentro de tu personaje como Adriana Punto G	Eh, no por ejemplo, al de Adriana Punto G tal vez si	Solo los viernes utiliza las redes de Sexo en tu	¿Qué tipo de relación existe entre locutor y	Redes sociales, comunicación digital

<p>¿Cuánto tiempo empleas es el mismo?</p>	<p>lo reviso, pero el día que específicamente yo le dedico y puedo hablar con, con los radioescuchas o quienes me siguen es el viernes. Entonces el público sabe que el viernes si lo dedico para estar en Adriana Punto G no más de dos horas, hora y media y te puedo decir que menos porque también la gente por las redes sociales también es muy absorbente, entonces creen que tú vas a platicar con ellos como una hora con cada uno, entonces también es si es muy saturador.</p>	<p>idioma.</p>	<p>audiencia?</p>	<p>interactiva, interaccionismo simbólico, Facebook como fenómeno sociocultural. La locutora menciona que para interactuar con la audiencia de su programa utiliza el Facebook, y afirma que por este medio las personas son muy absorbentes y creen que pueden platicar con ella todo el tiempo que quieran.</p>
<p>Y ya por último tú como locutora ¿alguna vez has participado por medio de las redes sociales en alguna otra estación? Y por medio de las redes sociales ¿Que tú mandes comentarios a esa radio o algo así?</p>	<p>He participado en otras estaciones, que yo utilice, si también, sí.</p>	<p>Ha participado en otras estaciones como audiencia.</p>	<p>Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.</p>	<p>Comunicación digital interactiva, redes sociales y audiencia activa. A pesar de que ella utiliza las redes sociales para comunicarse con la audiencia de su programa, ella también se pone del otro lado, es decir participa como audiencia activa dentro</p>

				de otros programas de radio.
--	--	--	--	------------------------------

Dentro de esta entrevista pude obtener información debido a que la locutora Adriana Zapata me comentó que la introducción de las redes sociales a la radio permitió tener un acercamiento más íntimo con la audiencia del programa, ya que estos se sienten con más confianza de participar escribiendo sus comentarios que hablando por teléfono como antes se hacía; además de comentarme que gracias a esta introducción la audiencia tiene más espacio para participar y ellos como locutores les pueden poner un poco más de atención debido a que con las llamadas telefónicas era rara la persona que participaba debido a lo complicado que era que entrara una llamada al aire.

Nombre: Francisco Jasan

Cargo: Locutor del programa Sexo en tu idioma y encargado de redes.

Fecha de la entrevista: 4 de febrero de 2014

Duración: 30 minutos

ESD02- Francisco

Pregunta	Respuesta Textual	Idea básica	Pregunta de la investigación a la que responde	Con qué conceptos y teorías se relaciona
¿Cuánto tiempo tienes dedicándote a la radio?	Aproximadamente como 8 años yo creo, 8 años, 9 años, empezamos como, haciendo voces institucionales, videos, varias cosas así, 9 años, algo así.	Lleva 9 años dedicándose a la radio.	Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.	
¿Por qué decidiste dedicarte a la radio?	Estudí composición musical y lo que más me gusta es la música, pero también la música es un medio de transmisión de algo ¿no?, transmites ideas, y de igual la radio ¿no? Entonces, ya cuando te ven la voz y todo, bueno te escuchan, y empiezas a hacer proyectos de locución, dices bueno	La radio y la música es algo que le apasiona debido a que son formas de transmitir cosas a las personas.	Esta respuesta no responde a ninguna pregunta.	Interactividad porque menciona que la voz es algo que transmite mucho y como se encuentra en la radio y las personas no lo ven; entonces creo yo que por eso se le puede considerar interactividad, además de la parte en la que interactúan con las personas mediante las

	<p>vamos a aprender a hacerla bien y también te empieza a apasionar ¿no? Todo lo que sea audio, me gusta mucho, me ha gustado muchísimo y por eso decidí estar en la radio.</p>			<p>redes sociales.</p>
<p>Hace 8 años que tú empezaste a dedicarte a esto, todavía no se daba tal cual la introducción de las redes sociales, tendrá como 3, 4 años que se dio el boom por así decirlo, entonces ¿Tú cómo crees que haya cambiado la radio, aparte de lo de las redes sociales?</p>	<p>¿Las redes sociales como cambió la radio? Ok, yo creo que si ha cambiado muchísimo, porque si tu escuchas por ejemplo cadena nacional, o bueno radio Herciana radio normal, eh, si leen los comentarios ¿no?, eh, Twitter, Facebook, pero tienen muchísimos, las redes sociales en radio por internet por ejemplo, te exige muchísimo más intimidad ¿no?, eh, la gente nos escucha en el baño por ejemplo ¿no?, o sea está en el baño, y se está bañando, o está haciendo otras cosas y nos escucha y nos chatea que está ahí, y que está acompañando ¿no?, entonces las</p>	<p>La introducción de las redes a la radio modificó la radio, ya que ahora esto hace que las personas exijan más.</p>	<p>¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?</p> <p>¿Qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales?</p> <p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?</p>	<p>Redes sociales, Facebook y Twitter como fenómeno sociocultural, la recepción activa en la radio con el uso de las redes sociales digitales. Yo creo que la respuesta del locutor se relaciona con los conceptos antes mencionados, debido a que indica que Facebook y Twitter son un medio muy fuerte para la radio por internet, ya que es el único medio por el cual la audiencia tiene contacto con los locutores, y esto hace que la audiencia se vuelva activa por medio de las redes sociales digitales.</p>

	<p>redes sociales si han evolucionado mucho la radio pero sobre todo la radio por internet, la radio por internet por que te exigen muchísimo más, te exigen que les contesten, como decía esta Adriana, eh, existe más absorbente ¿no?, quieren que estés ahí, porque realmente estas todo el tiempo conectado ¿no? en tus dispositivos y todo ¿no? entonces creo que te exige más, si ha cambiado eso y la información porque por ejemplo, si un locutor se equivoca a los 3 segundos, ya está el error y a los 5 segundos ya están 100 personas criticando a ese locutor y al medio día pues ya se hizo famoso ¿no?, entonces desde ahí cambia muchísimo las cosas no.</p>			
--	---	--	--	--

<p>Ok, ¿En qué programas radiofónicos has participado y a cuales han sido para ti los más significativos?</p>	<p>Casi todo mi trabajo ha sido de productor, he estado en grupo RADIORAMA, en otras estaciones de radio por internet, en Radio IMER, entonces, bueno el más significativo de todos ha sido Sexo en tu Idioma, en el sentido de que lleva años, es un proyecto como si fuera nuestro hijito, o nuestra hija el programa, y ha evolucionado, y ha evolucionado de tal manera que es el más importante, o sea le hemos dedicado todo, cada cosa que escribimos, cada cosa que analizamos para hacer una producción nueva o un tema nuevo queremos abordarlo diferente ¿no?, no como lo abordarían otros programas y no quiere decir que somos el hilo negro de las cosas ¿no?, pero si meternos un poquito más en la reflexión más humana de la sexualidad ¿no?, o</p>	<p>A pesar de que ha participado en algunos proyectos más, para Francisco el programa más significativo para él es Sexo en tu idioma.</p>	<p>Esta respuesta no contesta a ninguna pregunta de mi investigación solo es para contextualizar en el tema.</p>	<p>Redes sociales, debido a que el menciona que con la audiencia solo platica en el día y hora del programa pero que a pesar de esto todo el tiempo revisa esta red para saber y conocer los intereses que tienen las personas que escuchan su programa.</p>
---	--	---	--	--

	<p>sea a los programas como más directos sin estar tanto en tecnicismos que a veces no se entienden ¿no?, yo creo que sexo en tu idioma es lo más importante que, en respecto a la radio he hecho.</p>			
<p>Ok ¿Cómo defines el contacto que has tenido con la audiencia de los diferentes programas en los cuales has participado?</p>	<p>De todos, de todos, de todos los sentidos, bueno, está la gente, que de repente te habla una abuelita, por ejemplo, que la su nieta me estaba escuchando por ejemplo, nos estaba escuchando ¿no?, y de repente te habla y hay te voy a pasar a mi abuelita ¿no?, te quiere felicitar, y felicita al programa por esto y por esto, yo creo que esa comunicación que hay con esas personas es esa intimidad de que tienen, la facilidad para poder llamarte y creer que son tus amigos ¿no?, eso es la red social, esa es la red</p>	<p>Considera que la relación que tiene con la audiencia es muy íntima.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? ¿Cómo ha cambiado esta relación?</p>	<p>Interacción debido a que la relación que se tiene con la audiencia es más íntima porque en todo momento las personas quiere platicar con él y la interacción que se da en las redes sociales es por medio de la comunicación digital interactiva, esto debido a que en ocasiones él les responde pero a veces recepción activa en la radio a partir del uso de las redes sociales digitales, se sale del horario del programa y quieren que todo el tiempo les estén contestando, además de creer según lo que Francisco comenta que</p>

	<p>social , esa es, ese tipo, y la otra que también como decía Adriana crees que les puedes arreglar todos los problemas, o sea si te llaman y te dicen oye Jasan porque no le preguntas a Adriana ¿no?, o tú dime que hago con mi novia, todo ese tipo de cosas yo creo que son los dos polos más íntimos, creen que somos amigos todos, y que también eres psicólogo, especialista y que también puedes arreglar todos los problemas que tienen ¿no?.</p> <p>Interesante eso porque, efectivamente yo creo que si le siguen teniendo miedo los hombres a las mujeres inteligentes, o sea sí, porque dicen: tiene bonita voz, y aparte es inteligente ¿no? y a parte ya vi sus fotos en el Facebook y está guapa y entonces dicen que padre programa,</p>			<p>él puede ayudarlos en todos los aspectos. Además es importante señalar que la participación de la audiencia que se da mediante las redes sociales digitales no se da únicamente en el tiempo del programa, se extiende debido a que Francisco señala que las personas quieren platicar todo el tiempo con él sin importarle las cosas que tiene que hacer además de querer que Francisco les solucione todo tipo de problemas.</p>
--	--	--	--	---

	pero no se atreven tanto a ligársela, no, es como que va y la pausa ¿no?.			
¿Crees que haya beneficiado la introducción de las redes sociales a la radio?	Si muchísimo, muchísimo eh, sobre todo, sobretodo bueno, en las redes sociales y en la internet ¿no?, porque hay muchísima más competencia, puedes escuchar varios programas, varias voces, hay menos censura ¿no? y con respecto a la internet y la radio, las redes sociales en específico, como te decía al principio, exigen muchísimo más al sentirse la gente más íntimo tuyo ¿no?, eh, también te puede ayudar, te puede ayudar porque de repente tu estas en la locución, ah, no me acuerdo como se decía esta cosa ¿no? o ¿esta película cuál? era y en dos segundos está en las redes sociales ¿no?, te están ayudando, te están	Las redes sociales beneficiaron mucho a la radio ya que ahora hay más libertad y menos censura.	¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia? ¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? ¿Qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales?	Audiencia activa, digitalización, comunicación digital interactiva, cibercultura y prosumidor. Esta respuesta es muy interesante y considero que se relaciona con el concepto de audiencia activa en el momento en el que el locutor comenta que las personas están al pendiente y que si se les olvida alguna palabra o nombre de algo ellos de inmediato los ayudan por medio de las redes sociales. Esto también hace que ellos se conviertan en prosumidores del mismo medio que producen, además de que ahora con el internet las personas escriben y participan más, por lo que puede decirse que la digitalización de la palabra ayudó que la

	apoyando y todo entonces sobre todo por la comunicación en el sentido en el que estás haciendo un programa y si les gusta más gente te va a conocer, es lo que siempre se ha dicho ¿no? de voz en voz pasan las cosas, el internet, bueno, es rapidísimo, en eso también ayudó muchísimo las redes sociales.			radio crezca como medio de comunicación.
¿Crees que en alguna forma lo haya perjudicado?	Las redes sociales no tanto. Yo creo que no es que perjudique a la radio si no como en todo, cuando hay más eh, cosas buenas , también hay cosas malas, no hay radio por internet muy muy mala no, como la radio también Herciana ¿no? que también hay medio mala ¿no? pero perjudicar no, yo creo que le exige más y en cuestión de perjudicar no a la radio, tal vez al escucha, que a veces se cree en la nueva	La introducción de las redes sociales a la radio no ha perjudicado, solo exige más.	¿Qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales? ¿Qué tipo de cambios han tenido que hacer los locutores dentro de sus secciones?	Cibercultura, comunicación digital interactiva. Porque la cibercultura ayudó a que la radio creciera y por decirlo de alguna manera también naciera una nueva forma de hacer radio que es la que ahora todos podemos escuchar por internet; ayudó a que también la radio que ya existía se involucrara con la cibercultura, además de contribuir a que las audiencias participen con mucha más frecuencia

	<p>generación de comunicadores o gente que se quiere dedicar a la radio, que solo diciendo groserías o solo diciendo cualquier cosa improvisando y contando chistes ya hace radio ¿no? y hay mucho de eso ¿no? y de repente esos que están en las redes sociales y que están en internet suben a la radio Herciana y también tienen éxito ¿no? O sea, empieza a ser una radio menos hecha, más improvisada ¿no?, es eso.</p>			<p>que antes y que los locutores estén más atentos a los comentarios que ésta les hace.</p>
<p>Ok, nos comentaba Adriana que el Facebook es el más utilizado por la audiencia del programa ¿Por qué crees que sea el Facebook y no el Twitter?</p>	<p>Bueno el Facebook para el programa porque no había Twitter cuando empezamos ¿no?, ya dijimos la edad no puede ser, Twitter no había, creo que estaba iniciando Twitter ¿no?, Twitter y Facebook son para diferentes personas. Facebook es más íntimo efectivamente, te manda un mensaje interno, un mensaje no tiene que ser</p>	<p>Comenta que Facebook, se utiliza más debido a que es la red que está de moda y en ésta se tiene más libertad de expresión que en el Twitter.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?</p>	<p>Facebook y Twitter como fenómeno sociocultural, digitalización e interactividad. El locutor menciona que el Facebook y el Twitter son un fenómeno muy grande dentro de la sociedad y que a pesar de que las dos redes son muy utilizadas por las personas, en cuestión de participación de la audiencia es mejor</p>

	<p>restringido, ¿no?, no tiene que tener un número de palabras y te puedo decir mil cosas ¿no? y te lo puedo seguir diciendo ¿no?, en el Twitter yo creo que son noticias diferentes o sea rapidísimas o sea como ya se sabe entonces sí, si es diferente Facebook y Twitter, Facebook se utiliza más en Sexo en tu idioma, yo creo que nada más por casualidad en el sentido de que fue lo primero que usamos. Si no hubiera existido Facebook y hubiera existido todavía Hi5, tuviéramos Hi5 ¿no? o ICQ, bueno ahí ya me fui muy lejos, pero más o menos en eso no, yo creo que nada más por eso no estamos queriendo mover el Twitter, pero en el Twitter tienes que ser más directo, así como de estamos hablando de sexo y ya ¿no?, y a ver si esas palabras pegaron ¿no?, en el Facebook</p>			<p>utilizar el Facebook, ya que las personas tienden a escribir de la forma en la que hablan y en ocasiones sus comentarios suelen ser muy largos, mientras que en el Twitter no se pueden escribir más de 140 caracteres. Por esta razón, él piensa que Facebook es la mejor opción, ya que en esta red no existe un límite de palabras y la gente puede escribir cuanto quiera, además poder interactuar las veces que quieran, ya que tampoco hay un límite de participación.</p>
--	--	--	--	--

	<p>puedes poner imágenes, en el Twitter también pero a veces no salen ¿no?, tienen que darle clic para ver la imagen, entonces es menos, es como que más literal de las palabras ¿no? tienes que atraer más por las palabras, entonces yo creo que Sexo en tu Idioma tiene más que decir que 160 caracteres ¿no?.</p>			
<p>Ok ¿para ti cual ha sido la experiencia más significativa dentro del programa?</p>	<p>Yo creo que crecer, crecer como programa, que la gente confíe en nosotros, que este experimento de HV radio, de HV radio (risas), este experimento de Sexo en tu idioma y bueno de HV radio también, de la radio por internet pero de Sexo en tu Idioma, como decía Adriana, yo soy dos personajes. Adriana también son dos personajes y es un experimento, eh, se programó así el programa ¿no?, eh, sí,</p>	<p>Él tiene dos personajes dentro de la radio, Francisco Jasan y Eros.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? ¿Cómo ha cambiado esta relación?</p>	<p>Interacción, porque dentro del programa él maneja una doble personalidad haciendo dos personajes distintos que transmiten cosas de diferente forma y es algo que a la gente le agrada, debido que en los comentarios de la audiencia a veces quieren interactuar con Francisco y otras piden hablar con su otro personaje, Eros.</p>

	<p>yo digo más cosas de mi vida, eh, bueno no son de mi vida, también las invento ¿no?, entonces es como, bueno a veces pero es ese personaje que es un hombre que si se atreve a decir las cosas enfrente de una mujer y le dicen bueno, oye es que tengo problemas con mi chica, ¿no? a bueno sin ningún problema ese es un tipo de experimento en la radio ¿no? y que también nos echamos la onda ¿no?, nos tiramos la onda ¿no? y todo es como amigos, amantes, novios, yo creo que la evolución de ese programa es la mejor experiencia que he tenido en la radio.</p>			
<p>¿Y alguna mala experiencia que hayas tenido?</p>	<p>Mala experiencia, mmm mala experiencia, mm mala experiencia, bueno yo creo que no, mm bueno, se podría decir que en esta cosa de lo íntimo que es la red social que de repente ¡sí</p>	<p>Las fans lo siguen mucho y lo acosan por la idea que se hacen al escuchar el programa.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia? ¿Cómo ha cambiado esta relación? ¿Cuál es la influencia</p>	<p>Audiencia activa, comunicación digital interactiva. Porque el locutor indica que en todo momento sus fans lo siguen mucho y que durante el programa lo acosan</p>

	<p>eh! si te siguen mucho, o sea que si están ahí las fans, fans, fans, fans. No, no del sentido de te quiero conocer, te quiero conocer, te quiero conocer, voy a ir al IMER voy a ir al IMER eh, si, si fuerte, fuerte, oye voy a pasar por un boleto al IMER ¿no?, ¿no puedes salir? ¡Pero no una eh! muchas personas y todo tipo ¿no? (risas), o sea no nada más mujeres obviamente , entonces no nada más una especie de acoso aunque suene un poco ególatra o lo que sea, sería lo que no es malo pero difícil de controlar, porque también no estás acostumbrado ¿no?, y mala experiencia en la radio como tal buscando, buscando mmm, yo creo que ninguna, realmente no hasta ahorita no, en nuestro programa ninguno.</p>		<p>que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?</p>	<p>mediante las redes sociales digitales, que a veces la audiencia que participa durante el programa se sale del programa y quiere tratarlo al fuera de su trabajo.</p>
<p>¿Y por ejemplo dentro de tus personajes que</p>	<p>No porque también es algo que está ahí pero</p>	<p>El personaje de eros lo crean los dos locutores</p>	<p>¿Qué tipo de cambios han tenido que hacer los</p>	<p>Comunicación digital interactiva.</p>

<p>haces eh, en el programa has intentado cambiar algo para que las personas no estén acosándote?</p>	<p>también te gusta un poco ¿no? entonces no, no, si ha cambiado el personaje antes, Eros era nada más la voz de la conciencia y de repente seducía a Adriana y le decía ¿Cómo estas Adriana? Y no sé qué, no, ahora es como la editorial del programa o sea lo que no podemos decir tal vez directamente se escribe, lo escribimos juntos y sale como editorial, o sea no podemos, una opinión que tenemos de un tema medio obscuro medio fuerte lo decimos con Eros ¿no?, se ha convertido en eso entonces, Eros ya es, ya también es un consejero ¿no? pero es el consejero general del programa, o sea nos convertimos en Eros los dos ¿no? ese es el cambio que puede ser.</p>	<p>del programa, y él no cambia ese personaje para que sus fans dejen de acosarlo.</p>	<p>locutores dentro de sus secciones?</p>	<p>El locutor menciona que la constante comunicación con la audiencia de su programa hace que ellos tenga un mejor desempeño en el desarrollo de las cápsulas que se transmiten ahí; entonces la comunicación con su audiencia hace que ellos se retroalimenten constantemente.</p>
<p>Y dentro de tu entorno familiar, personal ¿Cómo te ha afectado o cómo lo</p>	<p>Es curioso porque, Adriana dice que la escucha mucho su</p>	<p>A diferencia de Adriana, el locutor no tiene familia que lo escuche y muchas</p>	<p>Esta respuesta no contesta a ninguna pregunta de mi</p>	

<p>toma tu familia, tus amigos?</p>	<p>familia ¿no? eh, pero cuando empiezas en esto si te escucha la familia mucho, amigos de repente, ya de repente ya no te escuchan, te escucha más gente desconocida ¿no? y más bien es la sorpresa ¿no? que seguramente todos los que se dedican a esto o a otras cosas donde expones algo de ti, eh, ¡pasa eh!, que no te escucharon en tres años y de repente te ven y te dicen: ¿apoco tú eras él? ¿no? ¿Apoco tú eras esa voz?, ¿apoco puedes hacer eso?, ¿hay apoco te dedicabas a la radio?, o sea eso pasa ¿no?, ¿mala experiencia con la familia? no, yo creo que nada más cosas curiosas de que es la que te escucha primero y la que te deja de escuchar, pero siempre te apoya ¿no? de alguna manera si te están apoyando y todo eso.</p>	<p>personas no saben que es el locutor del programa.</p>	<p>investigación solo es para contextualizar en el tema.</p>	
-------------------------------------	--	--	--	--

<p>¿Se te ha complicado a ti hablar de sexo en la radio?</p>	<p>No, no, no para nada, bueno si me preguntas cosas, no, no realmente no, más bien se nos complica de repente escribir un buen mensaje que no suene ni vulgar, porque algunas personas pueden decir bueno no es vulgar pero muy “sexoso” y entonces lo escuchan “vulgarsón” ¿no?, más bien poder codificar el mensaje a veces, tenemos problemas con eso. Y aligerarlo si, quitarle sentido no, el Eros de ese programa de sexo oral no dice ni sexo ni oral y es súper, súper cachondo ¿no?</p>	<p>Se le complica hablar de temas fuertes sin que sean vulgares.</p>	<p>¿Qué tipo de cambios han tenido que hacer los locutores dentro de sus secciones?</p>	<p>La recepción activa en la radio a partir del uso de las redes sociales digitales. El locutor indica que a raíz de que las personas tienen una participación con más frecuencia, ellos como locutores y productores del programa tienen que saber cómo llegar a las personas sin que éstas se sientan ofendidas en algún momento.</p>
<p>Ok, como le comentaba a Adriana ya las redes sociales cambiaron la radio ¿Crees que en algún futuro llegue algo más fuerte que las redes sociales?</p>	<p>Más fuerte que las redes sociales, yo creo que van a evolucionar en unos, yo creo que un cambio directo en 30 años, yo creo que es la evolución más de los dispositivos ¿no? todavía eran mucho más directos a través de tu celular, por ejemplo traes tu celular y</p>	<p>Si habrá algo más fuerte que las redes sociales; la tecnología avanza de forma muy rápida y estas redes sociales evolucionarán.</p>	<p>¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor-audiencia?</p> <p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?</p>	<p>Cibercultura, redes sociales, interacción. Esto es muy interesante porque el locutor indica que en un futuro la digitalización ya no será solo de las palabras, ahora con el avance tecnológico y de la cibercultura, también nosotros nos</p>

	<p>posteas que estas en la entrevista con nosotros en estos momentos ¿no?, pero después tendrás tus lentes y aprietas un botón y entonces ya posteaste ¿no?, y tal vez nos convirtamos en reality shows todos, yo creo que va a ser esa la evolución ¿no?, eh, ¿quién quiere ver la vida de Adriana? ¿no?, y la estás viendo ¿no? están viendo que me están entrevistando y la estas siguiendo en las redes sociales, yo creo que esa es la evolución, yo creo que no van a desaparecer si no va a evolucionar los dispositivos no, no tanto la red social si no los dispositivos y que vamos a quitarnos la pena todos y vamos a ser unos reality todos, que eso es lo que está pasando ¿no?</p>		<p>¿Cómo ha cambiado esta relación?</p>	<p>digitalizaremos, ya que por medio de los dispositivos móviles todas las personas podrán ver a sus artistas en cualquier momento y desde el lugar en el que se encuentren.</p>
<p>Si de hecho si, ¿Cuánto tiempo empleas de tu vida en las redes sociales?</p>	<p>Bueno por mi trabajo si estoy conectado todo el día eh, por las producciones y todo, eh,</p>	<p>Todo el día está conectado por cuestiones de su trabajo, pero casi no escribe en</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?</p>	<p>Facebook y Twitter como fenómeno sociocultural. El informante indica que está conectado a las</p>

	<p>directamente en las redes sociales y todo yo creo que unos 20 minutos o sea directamente, claro estoy conectado llegaron y estoy conectado, me mandan un mensaje, si es importante lo contesto, si no, no lo contesto, más bien por el trabajo de hecho yo no tengo dos Facebook tengo el Face nada más de lo que soy, Francisco Jasan pero como locutor no, y tengo algunos amigos por ahí entonces como 20 minutos más o menos .</p>	<p>las redes sociales.</p>		<p>redes sociales en todo momento, pero dedica poco tiempo al día para publicar cosas.</p>
<p>¿Y dentro de tu personaje de la radio?</p>	<p>En el personaje eh, siempre, siempre eh, te digo sumándolo todo de cuando hago un posteo o hago una frase, lo que sea, que, lo pongo 20 minutos o sea solo me dedico a eso ¿no?, seguir en el personaje de Francisco Jasan y a poner cositas y de repente decir una frase medio rara y a publicar Sexo en tu idioma y</p>	<p>A pesar de que todo el día se encuentra conectado en las redes sociales solo utiliza 20 minutos para escribir en ellas.</p>	<p>¿Qué tipo de relación existe entre locutor y audiencia?</p>	<p>Comunicación digital interactiva, dado que utiliza las redes sociales para intercambiar información con otras personas y, entre ellos, con fans de su programa.</p>

	también el programa que tengo y ya.			
¿Tu como locutor alguna vez has participado haciendo comentarios a alguna otra estación de radio?	Si claro, si, sí, sí, estoy comunicado por muchas, porque tengo amigos que trabajan en otras estaciones, hago trabajos para otras estaciones, entonces también es divertido estar escuchando algún programa de sexualidad o un programa que se parece a los que tu produces y las diferencias ¿no?, siempre trato de ser un poco objetivo ¿no?, porque lo que pasa pues lo ven en las redes sociales y también tienen el valor de decirte cualquier cosa sin sentido y hasta con faltas de ortografía no.	Participa por medio de las redes sociales en otras radios.	¿Cuál es la influencia que las redes sociales han tenido dentro de la radio en la relación locutor audiencia?	Comunicación digital interactiva, interacción, audiencia activa, La recepción activa en la radio a partir de las redes sociales digitales. Él a pesar de que es locutor de radio y que utiliza las redes sociales para interactuar con la audiencia de su programa, suele participar como audiencia en otros programas de radio, ya que tiene muchos amigos que participan en otras estaciones de radio.

Con la realización de esta entrevista me pude dar cuenta que el locutor Francisco Jasan está totalmente a favor de que las redes sociales digitales se incorporaran a la radio ya que él piensa que es una muy buena herramienta que permite conocer a su audiencia y lo que ellos piensan en todo momento, además de comentarme que a él le ha ayudado mucho esta introducción ya que la gente suele ayudarlo en ocasiones cuando se encuentra en algún problema, es decir cuando no se acuerda de algún nombre de un concepto película etc.

6.2.1. Relato interpretativo

Con la realización de las dos entrevistas a los locutores del programa *Sexo en tu idioma*, pude rescatar que la radio ha sufrido modificaciones importantes que ayudan a que las personas tengan más comunicación con los locutores, debido a que dentro de la entrevista Adriana Zapata, o bien Adriana Punto G, la locutora del programa me comentó lo siguiente:

“Yo creo que si permite muchísimo más el contacto y sobre todo el acercamiento donde ellos pueden expresarte sus ideas sus dudas, sus comentarios, las sugerencias que ellos tienen entonces yo sí creo que las redes sociales si aumentan ese contacto y sobre todo la confianza para que ellos puedan estar en esta retro alimentación.” (ESD01-Adriana).

Además de esto, la locutora tocó un punto muy importante, y es que en algún momento de la entrevista, ella reflexionó acerca de cómo era la radio antes de que se usaran las redes sociales, cuando solamente se podían comunicar por medio de llamadas telefónicas y en algunos casos cartas y mencionaba que eso limitaba mucho la libertad de expresión de la audiencia. Por otro lado, es importante destacar que el locutor Francisco Jasan también coincide mucho en que las redes sociales permiten más la comunicación con la audiencia, y para él las redes son herramientas muy importantes ya que las considera como una ayuda que les beneficia a ellos como locutores:

“[...] las redes sociales y en la internet ¿no?, porque hay muchísima más competencia, puedes escuchar varios programas, varias voces, hay menos censura ¿no? y con respecto a la internet y la radio, las redes sociales en específico, como te decía al principio, exigen muchísimo más al sentirse la gente más íntimo tuyo ¿no?, eh, también te puede ayudar, te puede ayudar porque de repente tú estás en la locución, ah, no me acuerdo como se decía esta cosa ¿no? o ¿esta película cuál? era y en dos segundos está en las redes sociales ¿no?, te están ayudando, te están apoyando y todo entonces sobre todo por la comunicación en el sentido en el que estás haciendo un programa y si les gusta más gente te va a conocer, es lo que siempre se ha dicho ¿no? de voz en voz

pasan las cosas, el internet, bueno, es rapidísimo, en eso también ayudó muchísimo las redes sociales.” (ESD02-Francisco).

Estas respuestas cumplen un papel muy importante dentro de mi investigación, ya que responden a uno de mis supuestos de partida, que indica lo siguiente: *Las redes sociales influyeron y modificaron la radio y la relación Locutor – Audiencia* esto debido a que ahora es mayor la relación que se da entre la audiencia, ya que ahora con la introducción de las redes sociales a la radio, los radioescuchas tienen más libertad de expresión, y no tienen límite de participación como anteriormente se hacía, puesto que antes era muy raro que entrara una llamada por la saturación de las líneas, y ahora con las redes sociales las personas están en constante comunicación y sin límite alguno.

Otro de los supuestos de partida que se cumple con las respuestas de los locutores es el siguiente: *El uso de las redes sociales permitió tener un mayor contacto con el locutor y esto estimuló a las personas a escuchar la radio con mayor frecuencia*, debido a que ahora, como bien comentaban los locutores Adriana y Francisco, las personas suelen estar más atentas a lo que se dice en la radio debido a que están esperando el momento en el cual los locutores lancen una pregunta por medio de las redes sociales, e incluso también están al pendiente de que tengan algún error para corregirlos e incluso en ciertas ocasiones hasta los pueden ayudar, como le ha ocurrido a la locutora Adriana, la cual me comentó:

“[...]a mí me ha pasado que cuando estás en el internet y el auto corrector del celular te cambia la palabra entonces, puedo decirte que como 2 o 3 veces de verdad la gente en las redes sociales los que, pues si ocupan mucho la ortografía si me han puesto inbox ¿no? ¡Adriana oye! Te ayudan ¿no?, oye esa palabra no se escribe así y te la ponen, entonces de verdad lo agradeces porque si es una proyección también de que si es *inbox* y no te andan publicando, si me ha tocado que me han publicado de eso no se escribe así o está mal dicho entonces sí, si me ha dado pena ¿no? entonces, pero cuando te lo mandan por inbox, si se agradece que no te quemén en toda la red social [...]eso suele pasar entonces si tienes que checar la ortografía, como lo escribes, si esta punto, coma, si, si lo dijiste bien, si,

si escribes en mayúsculas, si tiene mayúsculas, si tiene acentos, si no tiene acentos, entonces si tienes que checarlo porque la gente si está al pendiente de lo que escribes, entonces dices no la vaya a regar, entonces si lo cuidas mucho también, o sea esta proyección que tienes también de las redes sociales para con el público si se tiene que cuidar.” (ESD01-Adriana).

Entonces, para estos locutores la introducción de las redes sociales a la radio es una gran herramienta, que los ayuda a ellos y también a la audiencia.

El último supuesto de partida que queda por comprobar es el siguiente: *Con la llegada de las redes sociales a la radio los locutores ya no se sienten con tanta libertad de expresión como antes.* Y es que en este sentido los locutores me comentaban que no es que no se sientan con tanta libertad de expresión como antes, sino que ellos en su programa, por el tipo de temáticas que ahí se manejan, tienen que cambiar algunas cosas para que las personas no se sientan atacadas ni ofendidas.

Por ejemplo Francisco señaló:

“[...] se nos complica de repente escribir un buen mensaje que no suene ni vulgar, porque algunas personas pueden decir bueno no es vulgar pero muy sexoso y entonces lo escuchan vulgarsón ¿no?, más bien poder codificar el mensaje a veces, tenemos problemas con eso. [...] aligerarlo si, quitarle sentido no”. (ESD02-Francisco).

Por el otro lado, Adriana señaló:

“Por ejemplo cuando hablamos sobre sexo oral, eh tratamos de ser en ese, en ese programa fue sexo oral, sexo anal, temáticas que no que sean fuertes pero hay muchos tabúes alrededor de él, entonces sí tratamos de aligerarlo, decir las cosas como son, pero sí darlo de una forma más ligera, para que la gente no se sienta ni agredida ni tampoco se sienta ofendida y lo tome de esta parte como dice Jasan, eh, como pues si existe, lo puedo probar, me puedo atrever y no es tan imposible [...] entonces estas temáticas que sobre todo tienen muchos prejuicios, que tienen muchos tabúes pero que si se hacen y no se habla es algo de lo que dice Jasan

hay que aligerarlo para que la gente lo pueda vivir desde otra forma” (ESD01-Adriana).

Entonces en este sentido podría señalarse que, efectivamente, los locutores ya no sienten tanta libertad de expresión, debido a que les preocupa cómo la gente que escucha su programa pueda tomar las cosas que ahí se dicen, anotando también que Adriana, la locutora del programa, señala que ella como mujer tiene que tener mucho más cuidado todavía, por el simple hecho de ser mujer debido a que no sabe cómo van a reaccionar los hombres. Al respecto, comentó:

“Lo que pasa es que también si tienes que cuidar un poco lo que dices, entonces si eres una figura que contacta con las demás personas pero también no sabes quién está del otro lado, entonces también por tu propia seguridad tienes que cuidarte, entonces como profesional y también como mujer sí es válido cuidarse.”
(ESD01- Adriana)

Por último, me gustaría señalar que además de que los tres supuestos que guían mi investigación quedan cubiertos con las entrevistas realizadas a los locutores, se reafirma el uso de las teorías y conceptos que utilice dentro del marco teórico, empezando con la teoría de *Comunicación digital interactiva* del autor Carlos Scolari, ya que la interacción que se da entre la audiencia y los locutores del programa es mediante las redes sociales digitales (otro de los conceptos utilizados en el marco teórico), y esto permite que los locutores tengan más contacto con la audiencia que escucha su programa.

Otro concepto a resaltar es el de *prosumidor*, de Alvin Toffler (1980), ya que mientras los locutores son productores de mensajes que emiten dentro de sus redes sociales también son consumidores, ya que deben de estar al pendiente de lo que la audiencia les pide por medio de éstas, al igual que ellos a su vez como audiencia de otros programas de radio lo hacen, ya que confesaron tener un gusto enorme por participar como audiencia activa dentro de las redes sociales en las estaciones de radio que a ellos les gusta escuchar.

También hay que destacar que la cibercultura, concepto que retomamos del autor Edgar Gómez (2005) beneficia a la radio enormemente, puesto que ahora las personas además de utilizar las redes sociales para interactuar con los locutores de los programas también optan por escuchar la radio por medio del internet, esto cuando no tienen una radio cerca.

En forma de conclusión, me gustaría agregar que las redes sociales beneficiaron mucho a la radio, por la interacción que ahora permiten con la audiencia y los locutores de los programas, destacando así, según los resultados de las entrevistas realizadas, que la red más utilizada por la audiencia para interactuar con los locutores es el Facebook. Según Adriana y Francisco Jasan, lo anterior se da porque Facebook no tiene un límite de caracteres para expresarse, entonces la gente se siente con más libertad de expresión que en Twitter, debido a que en esta red el número de caracteres se limita a 140, entonces a las personas se les complica más exponer su idea en tan pocas palabras.

Otro punto muy importante es que con tanta interacción que se da entre locutor y audiencia, la relación se vuelve mucho más íntima es decir que las personas platican con ellos de temas personales como problemas con sus parejas, etc. Permitiendo así que las personas participen más, ya que ellos sienten que están conversando con alguien que ya conocen.

Por otro lado, pude darme cuenta que a los locutores sí se les ha complicado un poco más expresarse tan libremente como antes lo hacían ya que ahora tienen que reservarse de dar algunos puntos de vista dentro del tema del sexo ya que con tanta participación de la audiencia los locutores no saben qué reacción puedan llegar a tener las personas, además de no saber quién se encuentra detrás de cada uno de los perfiles de las redes sociales, y la reserva de sus comentarios lo hacen por su seguridad. Sin dejar de lado que los locutores aceptan que ahora les ayuda mucho interactuar con su audiencia por las redes sociales.

6.3.- Conclusiones del trabajo de campo

Con el trabajo de campo realizado me pude percatar, primero que nada, que las redes sociales sí modificaron la interacción que hay entre los locutores y la audiencia de los programas de radio. Esto lo comprobé debido a que con el análisis del discurso, me di cuenta que la audiencia del programa *Sexo en tu Idioma* participa mucho por medio de las redes sociales, mientras que las líneas telefónicas solamente las utilizaron un par de veces. Con la etnografía digital se reafirmó nuevamente esta idea, ya que la audiencia utiliza mucho la red social de Facebook para formular preguntas a los locutores, comentarios acerca de lo que se habla en el programa, mencionan sus dudas, hacen sugerencias e incluso responden las preguntas que los locutores lanzan al aire especialmente para ellos. Con la realización de la etnografía digital también me pude percatar que los que más participan son los hombres, ya que las mujeres tienen poca participación, e incluso los mismos locutores se sorprenden cuando una mujer participa.

Además de la participación activa que la audiencia presenta en las redes sociales para estar en comunicación con los locutores, también me pude percatar que no tienen un número límite de participación, es decir, las personas pueden participar cuantas veces quieran y los locutores leen todos los comentarios de las personas que participan. Ello responde a una de mis preguntas de investigación: ¿qué tipo de cambios han tenido que hacerse dentro del contenido de los programas de radio para darles espacio a las personas que participan mediante las redes sociales? Y esta idea también se corroboró con las entrevistas semidirigidas que realicé a los dos locutores del programa *Sexo en tu Idioma*, ya que ellos me comentaron que se les tiene que dar un espacio a los participantes de las redes sociales, debido a que la introducción de estas redes digitales en el radio hizo que la relación entre locutor y audiencia se hiciera más íntima, debido a que ahora las personas ya no los ven como algo inalcanzable, ahora ya todo es más cercano y se posibilita una mayor retroalimentación entre locutor y audiencia, y viceversa.

Además, los locutores también consideran que esta introducción de las redes sociales digitales en la radio, lejos de afectarlos, los ayudó, ya que en ocasiones

cuando ellos tienen errores ortográficos e incluso se les olvida alguna cosa, la audiencia en menos de 10 segundos ya les está ayudando por medio de las redes sociales, y eso provoca que ellos como locutores e incluso los productores de los programas de radio pongan más empeño en la elaboración de los programas, ya que ahora la audiencia por medio de las redes sociales les exige más de lo que les exigían cuando sólo se establecía relación con ellos por medio de las líneas telefónicas.

Por otro lado, se comprobó que la red social más utilizada es la de Facebook, ya que dentro de la etnografía digital no se registró ningún caso de participación por medio de la red social de Twitter. Según los resultados de la entrevista semi dirigida que realicé a los locutores del programa, Facebook es más utilizado debido a que no tiene un límite de caracteres para que las personas se expresen y de esta forma hacer que su participación sea más clara. Mientras que Twitter consideran que se utiliza sólo como un medio de información, que es para dar y recibir notificaciones concretas, como por ejemplo noticias de último momento, actividades que se están realizando al instante, etc.

Con esto más que comprobar preguntas, objetivos y supuestos de partida también pude demostrar que los conceptos que utilicé dentro de mi marco teórico me ayudaron mucho, puesto que con la introducción de las redes sociales a la radio la comunicación se digitalizó, ya que como lo mencionaba anteriormente las personas principalmente los jóvenes ahora prefieren comunicarse más por las redes sociales que vía telefónica, y es que como lo mencionaban los locutores dentro de la entrevista es bueno que la gente participe más, pero a raíz de esta digitalización de la comunicación se debe tener un poco más de cuidado debido a que con el anonimato que en las redes se puede manejar ya no se sabe si la persona que está participando es realmente del sexo que dice, de la edad o simplemente es alguien que se hace pasar por alguna otra persona. Lo anterior es algo a lo que se arriesgan no sólo los locutores, también nosotros como usuarios de las redes sociales digitales.

Otro de los conceptos que utilicé dentro de mi marco teórico y que además es muy importante señalar es la cibercultura. Este término lo retomé de Edgar Gómez (2005), y está relacionado con que ahora la mayoría de la comunicación que se daba cara a cara o por medio de las líneas telefónicas han sido sustituidas por la comunicación vía internet. Lo anterior supone un cambio en la cultura de las personas y en sus formas de interacción, tanto así que la radio y algunos otros medios de comunicación masiva como la televisión han decidido implementar esta nueva herramienta a su sistema para no quedarse fuera de la tecnología. El Facebook como fenómeno sociocultural también marca un aspecto muy importante debido a que es la red social más utilizada por la audiencia del programa analizado, y es por donde más se hace notar, además de que los locutores comentan que es una forma de estar en constante retroalimentación con su público.

Amparo Huertas propone el concepto de “La recepción activa en la radio a partir del uso de las redes sociales digitales”. Este concepto me ayudó mucho dentro de mi investigación dado a que este concepto se puede englobar todo lo mencionado anteriormente, pues la participación –y por tanto la actividad- de la audiencia del programa de radio aumentó considerablemente gracias a la introducción de las redes sociales digitales. Los locutores consideran que con la introducción de las redes sociales se les hizo un gran favor, porque así sienten una relación más íntima con su audiencia.

Por otro lado, Carlos Scolari propuso el concepto de “Hipertextualidad”, el cual me sirvió para comprobar que las personas que participan en el programa por medio de las redes sociales se vuelven presos de la hipertextualidad, debido a que al momento en que ellos participan tienen que ingresar a la página del programa, y al ver el contenido de ésta, ellos quieren conocer más de los temas que ahí se abordan; y no sólo la audiencia del programa, pues pienso que también a los locutores les pasa lo mismo y esto provoca que vayan ingresando a otras páginas tal vez sin saber que se encuentran dentro de un fenómeno llamado hipertexto.

Otro de los conceptos que utilicé dentro de mi marco teórico es el de “Prosumidor” propuesto por Alvin Toffler. Este concepto lo encontré durante toda la indagación que realicé en mi trabajo de campo, debido a que principalmente los locutores Adriana Zapata y Francisco Jasan son los principales prosumidores de las redes sociales de su programa, ya que ellos ponen en Facebook y Twitter las preguntas, para las personas que los escuchan al mismo tiempo consumen los comentarios de la audiencia; y a la vez, las personas se convierten en prosumidores, porque ellos también consumen lo que los locutores y las demás personas ponen en las redes sociales y también producen los comentarios.

Un último concepto que me interesa retomar dentro de las conclusiones del trabajo de campo es el de la “Brecha Digital”, término que retomé de los autores Arturo Serrano y Evelio Martínez. Este concepto lo quiero mencionar debido a que como lo comenté dentro del análisis del discurso, el teléfono en cabina sonó en algunas ocasiones, y esto trae como un nuevo supuesto: que las personas que llaman por teléfono no cuentan con una computadora e internet en su domicilio o en el momento en el cual se encuentran escuchando el programa; también se puede mencionar que estas personas no saben o no quieren utilizar las redes sociales para manifestar sus comentarios.

Estas son las ideas principales que se pueden rescatar dentro del trabajo de campo que realicé, por medio de análisis del discurso, etnografía digital y entrevista semi-dirigida. La información obtenida fue muy útil y de suma importancia para la elaboración de mi tesis.

Conclusiones finales

El objetivo general que guió la investigación fue saber cómo se ha modificado la radio a partir de la introducción de las redes sociales digitales Facebook y Twitter, con un estudio de caso del programa *Sexo en tu Idioma* de Radio Ciudadana.

Para poder realizar esta investigación se tuvo que pasar por varios procesos. En un primer momento se indagó sobre los procesos históricos, tanto de la radio como de las redes sociales, para poder saber cómo es que fueron evolucionando para llegar a lo que hoy en día son. Con este apartado, me pude dar cuenta que la radio es un medio de comunicación masiva que busca transformarse con el paso del tiempo y no está cerrado a ninguna modificación, tal vez sea para no quedarse atrás o incluso para que las personas no se olviden de este medio, pero lo importante es que con esta nueva modificación que se realizó todos salimos beneficiados.

Por otro lado, también se realizó un capítulo del estado del arte, con el cual conocí trabajos relacionados con mi tema de tesis, este capítulo me ayudó a guiar mi investigación por mejor camino, ya que hasta el momento no localicé ningún trabajo que se parezca a mi investigación, encontré varios trabajos que se enfocan únicamente a la radio, otros que se enfocan en la radio por internet, había trabajos del internet en general y además de las dos redes sociales en las cuales me enfoque: Facebook y Twitter. Dentro de los trabajos referentes a la radio y las redes sociales sólo encontré dos, de los cuales uno fue aplicado en España, para saber cómo se da la interacción entre los usuarios de las redes sociales con la radio, pero aquí se habla de todas las redes sociales e incluso hasta los blogs. Y el otro trabajo que ubiqué se centra en las relaciones de las redes sociales pero a diferencia de mi tema de tesis éste se enfoca en tres medios de comunicación es decir la televisión, la radio y el cine.

El apartado del estado del arte me ayudó a centrar más mi investigación e investigar cosas nuevas, es decir, no abordar este tema como lo han hecho otras personas y dar a conocer información nueva y relevante para la sociedad, porque si bien muchas personas se preguntan acerca del cambio que se está dando con la introducción de las redes sociales a la radio, muchas otras ni siquiera se

percataron de este cambio y sólo se acoplan y adaptan a esta modificación sin cuestionarse nada al respecto, y a fin de cuentas es algo que va cambiando nuestra cultura y nuestra relación con los medios de comunicación.

Otro de los puntos importantes dentro de esta investigación y que también me ayudó a no desviarme de los temas que me interesaba abordar fue el marco teórico, ya que por medio de este apartado se revisaron conceptos de varios autores como Carlos Scolari, Edgar Gomez, Alvin Toffler, Guadalupe Alcocer, Edgar Jiménez, Guillermo Orozco, George Herbert Mead, entre otros, que me ayudaron a poner un límite a lo que me interesaba investigar en mi trabajo de campo, es decir, marcar la estrategia metodológica, utilizando estos conceptos como una guía estricta para no divagar en los cientos de conceptos que pueden existir referente a mi tema de investigación.

Por otro lado. Es importante tener presente que mi supuesto de partida es: Las redes sociales influyeron y modificaron la radio y la relación Locutor – Audiencia; de éste derivó mi pregunta general: ¿Cómo se ha modificado la radio a partir del uso de las redes sociales digitales? Para dar respuesta esta y comprobar dicho supuesto, realicé un trabajo de campo utilizando una estrategia metodológica cualitativa. Decidí utilizar esta estrategia ya que mi enfoque de análisis fue claro desde el inicio y a mí me interesaba basarme tanto en los locutores como en la audiencia de los programas y la reacción que esta audiencia tenía o tiene con los estímulos que los locutores les dan.

Por tal motivo, realicé un análisis del discurso del programa *Sexo en tu Idioma* con el fin de saber cómo es que los locutores del programa incitan a la audiencia a participar y saber si se les da el espacio adecuado en cada programa. Como lo mencioné en un inicio, decidí basar mi objeto de estudio en este programa de radio debido a que el tema del sexo suele ser muy polémico, y me interesó saber cómo es que los locutores abordan los temas y cómo la audiencia lo toma y lo expone en sus comentarios .

Mientras se realizaba este análisis también se aplicó una etnografía digital de las redes sociales más utilizadas por la audiencia del programa para saber cómo es que los radioescuchas reaccionan ante lo que dicen los locutores y saber con qué frecuencia es que participan.

Con estas dos técnicas de investigación pude comprobar que efectivamente las redes sociales sí modificaron la interacción que hay entre los locutores y la audiencia de los programas de radio. Esto lo comprobé debido a que con el análisis del discurso, me di cuenta que la audiencia del programa *Sexo en tu Idioma* participa mucho por medio de la red social de Facebook, mientras que las líneas telefónicas solamente las utilizaron un par de veces. Con la etnografía digital se reafirmó nuevamente esta idea, ya que la audiencia utiliza mucho la red social Facebook para formular preguntas a los locutores, y comentar acerca de lo que se habla en el programa, mencionando sus dudas, haciendo sugerencias e incluso respondiendo las preguntas que los locutores lanzan al aire especialmente para ellos.

Descubrí que Twitter es la red social menos utilizada por la audiencia del programa, lo que abre nuevas hipótesis de investigación a comprobar. Lo primero que quiero resaltar es que como lo mencionaron en las entrevistas los locutores del programa, esta red no se utiliza debido a los pocos caracteres que tiene y a que las personas no suelen sintetizar sus comentarios. La segunda hipótesis es que la audiencia de *Sexo en tu Idioma* no son únicamente “chavos”, como Francisco Jasan y Adriana Zapata lo mencionaron; a lo que me refiero es que las personas que participan dando sus comentarios son personas de edad adulta, y por esta razón prefieren utilizar el Facebook, ya que es la red social que permite emitir comentarios sin límite de caracteres además de ser más fácil de utilizar, mientras que Twitter es una red reciente en la que predominan jóvenes, como puede verse en otros programas de radio.

Con la realización de la etnografía digital también me pude percatar que los que se comunican son los hombres, ya que las mujeres tienen poca participación, e incluso los mismos locutores se sorprenden cuando una mujer participa. Sin

embargo el tema de género y su participación en los programas de radio con temáticas como la de *Sexo en tu idioma*, requiere una nueva investigación para poder explicar esta escasa participación.

Además de la elevada participación que la audiencia presenta en las redes sociales para estar en comunicación con los locutores, también me pude percatar que no tienen un número límite de participación; es decir, las personas pueden participar cuantas veces quieran, cosa que anteriormente no se podía hacer debido a que para que entrara una llamada telefónica era muy difícil, mientras que ahora todas las personas que cuenten con una computadora con internet o un dispositivo móvil con el mismo, pueden participar desde cualquier lugar en que se encuentren.

Dentro de las técnicas de investigación utilizadas para la elaboración de la tesis también realice dos entrevistas semi-dirigidas a los locutores del programa *Sexo en tu Idioma*, Adriana Zapata y Francisco Jasan. Lo anterior, con el fin de conocer su experiencia profesional y saber si en algún momento les afectó la introducción de las redes sociales a la radio o sí por el contrario les benefició, la entrevista duró aproximadamente 20 minutos con cada uno de los participantes, minutos en los cuales adquirí información muy valiosa para esta investigación. Los informantes me comentaron que se tuvieron que realizar algunos cambios dentro del contenido de los programas, ya que se les tiene que dar un espacio a los participantes de las redes sociales, debido a que la introducción de estas redes digitales en el radio hizo que la relación entre locutor y audiencia se hiciera más íntima, debido a que ahora las personas ya no los ven como algo inalcanzable, ahora ya todo es más cercano y se posibilita una mayor retroalimentación entre locutor y audiencia, y viceversa.

Además, los locutores también consideran que esta introducción, lejos de afectarlos, los ayudó, ya que en ocasiones cuando ellos tienen errores ortográficos e incluso se les olvida alguna cosa, la audiencia en menos de 10 segundos ya les está ayudando por medio de las redes sociales, y eso provoca que ellos como locutores e incluso los productores de los programas de radio pongan más

empeño en la elaboración de los programas, ya que ahora la audiencia por medio de las redes sociales les exige más de lo que les exigían cuando sólo se establecía relación con ellos por medio de las líneas telefónicas.

Con la realización de esta investigación quedo satisfecha, ya que no solamente se cumplieron mis supuestos de partida así como los objetivos y se responden las preguntas, también pude aportar información importante para la sociedad.

Dentro de los alcances que tuvo esta tesis esta la descripción de cómo la radio ha sufrido algunos cambios importantes que ayudan a la audiencia a ser más activa con la comunicación que mantienen con los locutores, dejando claro que las redes sociales no solamente se usan para compartir información o subir imágenes, ahora también están sirviendo como una gran plataforma para los grandes medios de comunicación que antes ya existían como la televisión y por supuesto la radio, ya que a las audiencias de estos medios se les da más libertad, convierte a escuchas pasivos en participantes activos.

Sin embargo en algunas ocasiones y, como en todos los lugares, hay personas que utilizan esta libertad para molestar a los locutores enviándoles imágenes con insultos, groserías entre otras cosas, es decir se potencia lo bueno y lo malo. Estas nuevas formas de interactuar con la radio abre la posibilidad a la gente que aprovecha muy bien estas redes sociales ya que mandan sus dudas, comentarios e incluso en ocasiones ayudan a los locutores cuando se encuentran en aprietos.

Dentro de las limitaciones que tuve con la realización de la tesis cabe destacar que por cuestiones de tiempo no se pudo ampliar más la investigación y sólo me pude enfocar en cuatro emisiones del programa de radio; por esta misma razón pienso que pude haber llegado un poco más lejos en la presente investigación y en su trabajo de campo, es decir, me hubiera gustado indagar en más emisiones del programa *Sexo en tu idioma*, ya que semana a semana son temas nuevos y en algunas ocasiones los temas son muy polémicos y la participación de la audiencia es más constante y controvertida.

Dentro de las aportaciones que deja esta tesis, en el ámbito teórico destaco la propuesta de vincular la radio y las redes sociales digitales; y por la parte metodológica, destaco la triangulación de las técnicas de investigación que se utilizaron, es decir el análisis del discurso, la etnografía digital y las entrevistas semi-dirigidas; con estas tres técnicas pude obtener el resultado que aquí se muestra. Considero que sin alguno de los tres instrumentos, esta investigación no hubiera sido posible, ya que las tres técnicas se complementan y además aportan elementos importantes para la investigación.

Cabe destacar que con esta investigación se abren nuevos campos para seguir explorando, ya que queda pendiente para otras investigaciones seguir indagando sobre los cambios que se dan en la radio, puesto que las redes sociales ahora están muy fuertes dentro de la sociedad, pero estoy segura que en algunos años habrá algo más fuerte que las redes sociales y me gustaría mucho saber qué nuevos cambios traerá a la sociedad y también a los medios de comunicación.

Además también queda pendiente investigar qué sensación tiene la audiencia de la radio al poder participar en cualquier momento y cuantas veces quieran en los programas de radio y sobre todo al interactuar con los locutores. Es decir estudiar éste fenómeno, pero del otro lado enfocarme en la audiencia. Para de esta forma dar a conocer a la sociedad no solo como la radio ha evolucionado si no también conocer cómo es que las personas propician, exigen y se adaptan a dichos cambios y saber qué es lo que sienten al momento de participar y tener un contacto directo por así decirlo con el locutor de la estación de radio que les gusta escuchar.

Por tal motivo esta investigación no concluye aquí, ya que quedan pendientes nuevos campos de investigación.

Bibliografía

Alcocer Cruz, Daniel Guadalupe (2013), "De la escuela de Frankfurt a la recepción activa", en *Razón y Palabra*, Número. 82, marzo- mayo, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737022> (Fecha de consulta 28 de septiembre de 2013).

Alonso, Luis Enrique (Sf), "Análisis del discurso", Seminario impartido por Luis Enrique Alonso en UAM, Disponible en: http://www.uam.es/personal_pdi/ciencias/jbenayas/Seminario%20 analisis%20de%20discurso/indice%20contenidos%20 analisis%20de%20discurso.pdf (Fecha de consulta 5 de noviembre de 2013).

Alva de la Selva, Alma Rosa (2000), "Radio y Elecciones", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol. XLIV Numero 180, Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42118009> (Fecha de consulta 9 de junio del 2013).

Álvarez Pedro (2008), "El Fenómeno Social detrás de Facebook", en *Revista Ediciones Especiales* [en línea] Disponible en: <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/destacadas/detalle/index.asp?idnoticia=0116052008021X1100092> (Fecha de consulta 7 de junio de 2013).

Amador, Juan Carlos (2010), "Mutaciones de la subjetividad en la comunicación digital interactiva. Consideraciones en torno al acontecimiento en los nativos digitales" en *Signo y Pensamiento* 2010 Número. XXIX 57, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020052011> (Fecha de consulta 3 de septiembre de 2013).

Andrés Ortiz, Rafaela (2005), "La entrevista cualitativa", en Universidad Mesoamericana cultura de investigación universitaria [En línea], Disponible en: <http://intranet.catie.ac.cr/intranet/posgrado/Met%20Cual%20Inv%20accion/2011/entrevistacualitativa.pdf> (Fecha de consulta 5 de noviembre de 2013).

Ayala, Cristian (2007), "Relación entre el uso del internet y el logro académico", Disponible: en:

<http://www7.uc.cl/sociologia/download/Relacion%20entre%20el%20Uso%20de%20Internet%20y%20el%20logro%20academico.%20Cristian%20Ayala.pdf> (Fecha de consulta 12 de junio del 2013).

Barajas, F. et al. (2013), “Uso de Facebook como herramienta en la enseñanza del área en naturales en el grado undécimo de educación media vocacional”, en *Pixel-Bit Revista de medios y educación*, 2013, Numero 42, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36825582012> (Fecha de consulta 19 de junio del 2013).

Barbolla Diz, Cristina, et. al. (2010), “Investigación Etnográfica”, Disponible en: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/I_Etnografica_Trabajo.pdf (Fecha de consulta 7 de noviembre de 2013).

BBC MUNDO (2013) “Ocho cosas que no sabías del Internet en América Latina [en línea], disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/05/130528_tecnologia_uso_internet_a_merica_latina_aa.shtml (Fecha de consulta 23 de junio de 2013).

Berlanga, I. et al. (2010), “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook.”, *Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento* 2010 Vol. 7 Numero 2, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82315410004> (Fecha de consulta 19 de junio del 2013).

Cabrera Jiménez, Antonia et al. (SF), “Historia, actualidad y Futuro del Internet”, [En línea] Disponible en: <http://www.lcc.uma.es/~pastrana/EP/trabajos/62.pdf>, (Fecha de consulta 31 de mayo de 2013.)

Callejo Gallego, Javier (2001), “Observación, entrevista y grupo de discusión: El silencio de tres prácticas de investigación”, en *Revista Española de Salud Pública*, v.76, n.5 [En línea] Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S113557272002000500004&script=sci_arttext&tlng=e (Fecha de consulta 7 de noviembre de 2013).

CONACULTA, El grupo radiofónico de IMER, radio pública para hacer pensar y sentir al auditorio, en Portal de CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), Comunicado No. 56/2011, Disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/detalle-nota/?id=10655#.Ua06-nWI5jp> (Consultada 22 de mayo de 2013.)

Corominas, María (Sf), “Los estudios de recepción”, en Portal de la Comunicación, [En línea] Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.net/download/4.pdf> (Fecha de consulta 5 de octubre de 2013).

Correa Agudelo, L. et al. (2011), “La radio escolar como una estrategia de enseñanza – aprendizaje en el colegio Hernando Vélez Marulanda”, disponible en: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2709/1/3845443C824.pdf>. (Fecha de consulta 9 de junio del 2013)

Cortes, Rafael (2013), “La radio y sus públicos, en *Revista Neo*, [En línea], Marketing on the go, Disponible en: <https://www.ibopeagb.com.mx/medios/neo.php>, (Fecha de consulta 20 de mayo de 2013.)

Curioso, W. et al. (2010), “Usando Twitter para promover la educación continua y la investigación en salud en el Perú”, en *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, Vol. 28, Número 1, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36320912031> (Fecha de consulta 20 de junio del 2013).

Di Prospero, Carolina Emilia (2011), “Auto presentación en Facebook: un yo para el público”, en *Revista Latinoamericana de estudios sobre Cuerpos Emociones y sociedad*, (2011) Vol. 3 Numero 6, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005> (Fecha de consulta el 18 de junio del 2013).

Diez de Castro, J. (2001), “Internet y el comercio electrónico”, en *Revista Galeana de Economía*, Vol. 10 Numero 2, en Red de Revistas Científicas de América

Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39110218> (Fecha de consulta 15 de junio del 2013).

Esteinou Madrid, Javier (2001), "internet y la transformación del estado", en *Ambitos*, 2001 Numero 6, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800602> (Fecha de consulta 16 de junio del 2013).

Fainholc, Beatriz (2011), "Un análisis contemporáneo del Twitter", *Revista de Educación a Distancia*, 2011, Número. 26, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54718738003> (Fecha de consulta 21 de junio del 2013).

Ferrer, Jesús (2010), "Conceptos básicos de la metodología de la investigación", Disponible en: <http://metodologia02.blogspot.mx/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>, (Fecha de consulta 5 de noviembre de 2013)

Figuroa Bermúdez, Romeo A. (1996), *Qué onda con la radio*, México, ed. Pearson educación.

Freire Campos, Francisco (2008), "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en Revista *Latina de Comunicación* No. 68, [En línea], Disponible en: http://scholar.google.com.mx/scholar?q=+que+son+las+redes+sociales+digitales&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5&as_vis=1 (Fecha de consulta 3 de septiembre de 2013).

Galarza, Teodoro (2003), "Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa" Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4114/tgc1de1.pdf;jsessionid=E06BEED2AA61659871C115654CA84635.tdx2?sequence=1> (Fecha de consulta 8 de junio del 2013).

Gayosso Blanca (Sf), "Como se conectó México al Internet", en *Revista UNAM* Disponible en: http://www.revista.unam.mx/vol.4/num4/art7/ago_art7.pdf (Fecha de consulta 19 de mayo de 2013).

Gómez, Edgar y Alma Galindo (2005), "Los estudios de comunicación mediada por computadora: Una revisión y algunos apuntes", en *Razón y Palabra* No. 44 [En línea], Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n44/gomergalindo.html> (Fecha de consulta 29 de septiembre de 2013).

González Martínez, Itziar et. al. (2011), "Días de radio. El esfuerzo hacia la recuperación: la radio como integración", en *Revistas Estudios de Psicología*, 2011, Vol. 16 Numero 3, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26122323022>, (Fecha de consulta 8 de junio del 2013).

González, V. et al. (2010), "Alcance del Twitter como herramienta política", en *Revista Científica Ciencias Humanas*, 2010, Vol. 6, Número 16, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70916426006> (Fecha de consulta 20 de junio del 2013).

Hausman, Carl (2001), *La radio moderna*, Producciones en la radio moderna, México Internacional, ed. Thomson.

Herrero Gutiérrez, F. et al. (2011), "Revista Latina de Comunicación Social en la Red social Facebook", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Número 66 , en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81921340001>(Fecha de consulta, 30 de mayo de 2013.)

Hine, Christine (2000), *Etnografía Virtual*, [En línea] Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=CZkG7IYWbgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=etnografia+virtual+christine+hine+libro&ots=idbukXB7I6&sig=6zDDHLJw9h3gavcw6Acy88qS5I#v=onepage&q&f=false> (Fecha de consulta 7 de noviembre de 2013).

IMER (2012) *Radio Ciudadana Guía de Operación y Funcionamiento*, Instituto Mexicano de la Radio, México, Documento mimeografiado.

Islas C., Octavio (2013) “Estudio marketing digital y redes sociales en México. Segunda parte” en Portal informativo del Sistema tecnológico de Monterrey, [en línea], Disponible en: [http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+ analisis/ firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op\(11sep12\)octavioislas](http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+ analisis/ firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op(11sep12)octavioislas) (Fecha de consulta 30 de mayo de 2013).

Jiménez, A. (2009), “Facebook perjudica desarrollo emocional de usuarios, según estudios”, en *Ciencia y Tecnología* [en línea], Disponible en: http://www.rpp.com.pe/2009-04-16-facebook-perjudica-desarrollo-emocional-de-usuarios-segun-estudios-noticia_175941.html (Fecha de consulta 16 de junio de 2013).

Kiss, D. (2004), “Comunicación interpersonal en Internet”, en *Convergencia Revista de Ciencias Sociales* Vol. 11 Numero 36, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503611> (Fecha de consulta 20 de junio del 2013).

Lay Gajardo, Jorge (2004), “Breve historia de internet”, en Universidad de Santiago de Chile, Facultad de ciencias Departamento de Física, Disponible en: <http://www.fmoues.edu.sv/crossover/internet.pdf>, (Fecha de consulta 30 de mayo de 2013.)

Lorens, F. et al. (2011), “Posibilidades de la plataforma Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea”, en *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, vol. 8, núm. 2, en Red de Revistas Científicas de América Latina,

El Caribe, España y Portugal, [En línea], RU&SC. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78018793004> (Fecha de consulta 19 de junio del 2013).

Lozares, Carlos (1996), "La teoría de las Redes Sociales" Disponible en: <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf> (Fecha de consulta 4 de septiembre de 2013).

Manzano, Vicente (2005), "Introducción al Análisis del Discurso", Disponible en: <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf> (Fecha de consulta 7 de noviembre de 2013).

Mayorga Fernández María José (2004), "La entrevista Cualitativa como técnica de la evaluación de la docencia universitaria", Disponible en: http://www.uv.es/RELIEVE/v10n1/RELIEVEv10n1_2.htm (Fecha de consulta 20 de noviembre de 2013).

Mexía Fernando (2011), "Twitter cumple 5 años convertido en un fenómeno social", Disponible en: <http://www.google.com/hostednews/epa/article/ALeqM5hlyqQ2p8h32MTBSCKhZUndxzo9Hg?docId=1489284> (Fecha de consulta 5 de junio de 2013).

Mier y León, Esteban (2012), "Usos del Facebook y su impacto en los estudiantes", Disponible en: <http://www.slideshare.net/Estebanmyl/uso-del-facebook-y-su-impacto-en-los-estudiantes> (Fecha de consulta 19 de junio del 2013).

Monje Álvarez, Carlos Arturo (2011), "Metodología de la investigación Cualitativa y Cuantitativa Guía Didáctica", Disponible en: <http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo++Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf> (Fecha de consulta 4 de noviembre de 2013).

Mora Gonzales, Gabriela (2013), "Teorías de la comunicación: La interacción del hombre con sus semejantes", Disponible en: <http://alejandramoragonzalez.wordpress.com/2012/02/04/teorias-de-la-comunicacion-la-interaccion-del-hombre-con-sus-semejantes/> (Fecha de consulta 7 de septiembre de 2013).

Navamuel Vilchez, Carlos (2012), "Facebook, un fenómeno social de alcance mundial", en Portal *La Prensa.com.mini*: Disponible en: <http://www.laprensa.com.ni/2012/01/03/voces/85616-facebook-fenomeno-social-alcance> (Fecha de consulta 27 de septiembre de 2013).

Noguera Vivo, José Manuel (2010), "Redes sociales como paradigma periodísticos. Medios españoles en Facebook", en *Revista Latina de Comunicación Social* Número 65, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81915723013> (Fecha de consulta 19 de junio del 2013).

Ochoa Guerrero C. F. (2006), "Historia de la radio", en "*La radio*" en Cap. 1, en Repositorio Digital UPS, [En línea] Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/306/3/Capitulo1.pdf> (Fecha de consulta 21 de mayo de 2013.)

Orozco Guillermo (2003), "Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos", Disponible en: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/3629/4400> (Fecha de consulta 17 de junio de 2014)

Padilla Santoyo Paola (2013), "Las redes sociales: Una herramienta necesaria para las bibliotecas Escolares", Disponible en: http://www.academia.edu/3481196/Las_redes_sociales_una_herramienta_necesaria_para_las_bibliotecas_escolares (Fecha de consulta 20 de mayo de 2013).

Pacheco Ponce de León Francisco Leopoldo (2008), *Historia y evolución de la radio*, en *Cap. 1*. [En línea], Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo1.pdf (Fecha de consulta 20 de mayo de 2013.)

Peláez, Alicia et al. (Sf), “Entrevista”, Disponible en: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf (Fecha de consulta, 5 de noviembre de 2013).

Peña Jiménez, Palma (2012), “Interactividad y redes sociales en la radio Española”, en Portal TELOS, Fundación Telefónica [En línea], Numero 94, Disponible en: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis_92TELOS_ANALISIS1/seccion=1217&idioma=es_ES&id=2012071611560001&activo=7.do, (Fecha de consulta 7 de julio del 2013).

Pérez Salazar, Gabriel y Aguilar A. (2012), “Reflexiones conceptuales entorno a las redes sociales, en las redes sociales: Un recorrido de la Teoría a las practicas comunicativas en Facebook, Twitter, Google +”, en *Revista Razón y Palabra* No. 79, [En línea], Disponible en: <http://gabrielperezsalazar.files.wordpress.com/2012/05/2012razonypalabra.pdf> (Fecha de consilta 29 de septiembre de 2013).

Portal de Pc World (2011), “Datos de interés del uso de Twitter en México” Disponible en: <http://www.pcworld.com.mx/Articulos/12086.htm> (Fecha de consulta 23 de mayo de 2013).

Portal de DISCOVERY. “La Internet” Disponible en: <http://www.tudiscovery.com/internet/> (Fecha de consulta 28 de mayo de 2013.)

Portal de Radio IMER (Instituto Mexicano de la Radio). Disponible en: http://www.imer.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=273&Itemid=72, (Fecha de consulta 22 de mayo de 2013.)

Portal de Revista 20 minutos (2011), “Twitter cumple 5 años convertido en un fenómeno social”, en Portal de *Revista 20 minutos.es* [En línea], Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/993822/0/twitter/cumple/anos/> (Fecha de consulta 28 de septiembre de 2013).

Portal Ediciones Especiales (2008), “El fenómeno social detrás de Facebook “, en *Revista Ediciones Especiales* [En línea], Disponible en: <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/destacadas/detalle/index.asp?idnoticia=0116052008021X1100092> (Fecha de consulta 2 de octubre de 2013).

Portal El Universal (2013), “ Imer, tres décadas de radio pública” en *El Universal* [En línea] Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/911296.html#1>(Fecha de consulta 21 de mayo de 2013).

Portal Radio IMER (Instituto Mexicano de la Radio). Disponible en: <http://radiociudadana.imer.mx/conocenos/>, (Fecha de consulta 22 de mayo de 2013.)

Portal Radio Mexicana. Disponible en: <http://www.radiomexicana.mx/historia.html> (consultado el 18 de mayo de 2013).

Portal Revista Animal Político. “México, sexto país con más usuarios de Facebook: Hay 25.6 millones de cuentas” en Portal de *Animal Político*, [en línea], Disponible en <http://www.animalpolitico.com/2011/06/mexico-sexto-pais-con-mas-usuarios-de-facebook-hay-25-6-millones-de-cuentas/#ixzz2V5cfFsZ0> (Fecha de consulta 31 de Mayo del 2013).

Puon Liz (2014), “Las 6 mejores redes sociales de acuerdo con el número de usuarios activos” Disponible en: <http://www.merca20.com/las-6-mejores-redes-sociales-de-acuerdo-con-el-numero-de-usuarios-activos/> (Fecha de consulta 14 de abril de 2014).

Quecedo Lecanda, Rosario y Carlos Castaño Garrido (2002), “Introducción a la metodología de investigación cualitativa”, en *Educación a Distancia*, Número. 14 en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402> (Fecha de consulta 4 de noviembre de 2013).

Ramos Ramos, Zenaida (2013), “Integran redes sociales a la radio” en Portal *El Vocero* [En línea], disponible en: <http://www.vocero.com/integran-redes-sociales-a-la-radio/> (Fecha de consulta 7 de julio del 2013).

Repiso Caballero Rafael (2011), “Análisis de redes sociales aplicado a la tesis de Radio, Televisión y Cine”, Disponible en: <http://www.slideshare.net/rrepiso/presentacin-analisis-de-redes-cientficas-en-radio-televisin-y-cine> (Fecha de consulta 27 de junio de 2013).

Ricaurte Quijano, Paola (2010), “El Fenómeno Twitter”, Disponible en: <http://mediosfera.wordpress.com/2010/04/20/el-fenomeno-twitter-2/> (Fecha de consulta 2 de octubre de 2013).

Rojas López, M. et al. (2009), “Confianza para efectuar compras por internet”, en *Revista Dina* Vol. 76 Numero, 160, en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea], Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49612068017> , (Fecha de consulta, 13 de junio del 2013).

Portal Sabería.com. “¿Quién inventó la radio”, en *¿Qué quieres saber?*, Disponible en: <http://www.saberia.com/2010/04/quien-invento-la-radio/> (Fecha de consulta 19 de mayo del 2013).

Salinas Gálvez, Herminia (2004), “Uso de internet como herramienta pedagógica para facilitar el aprendizaje elaborativo y profundo”, en Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, [en línea] Disponible en: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2004/salinas_h/sources/salinas_h.pdf (Fecha de consulta 13 de junio del 2013).

Sánchez Díaz Luis Enrique (2014) “Usuarios de Internet en México 2014”, Disponible en: <http://estrategiaeninternet.com/2014/02/19/usuarios-de-internet-en-mexico-2014> (Fecha de consulta 14 de abril de 2014).

Sánchez Onofre (2014) “México tiene 49 millones de usuarios en Facebook” en *El Economista*, Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/03/20/mexico-tiene-49-millones-usuarios-facebook> (Fecha de consulta 16 de abril de 2014).

Serrano Arturo et. al. (2002) “La brecha digital” Disponible en: http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf (Fecha de consulta 18 de diciembre de 2013)

Scolari, Carlos (2008), *Hipermediaciones Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, 1º ed. Barcelona, Gedisa.

Soengas, Xosé (Sf), “El Discurso Radiofónico. Particularidades de la narración sonora”, Universidad de Santiago de Compostela, Disponible en: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/588/540> (Fecha de consulta 7 de noviembre de 2013).

Toffler, Alvin (1981), *La tercera Ola*, Ediciones Nacionales, Círculo de lectores, Edinal, Bogotá.

Tovias, Carlos (2013), “¿Cuál es la plataforma de las redes sociales es ideal para la radio”, en Radionotas [En línea], Disponible en: <http://radionotas.com/musica/cual-plataforma-de-las-redes-sociales-es-ideal-para-la-radio/> (Fecha de consulta 8 de julio del 2013).

Universidad Pompeu Fabra (2013) “Historia y evolución del Internet”, Disponible en: <http://www.upf.edu/estiu/pdf/1421t1.pdf> (Fecha de consulta 29 de mayo de 2013).

Vázquez Ruben (2014), “Las tres redes sociales para el 2014”, Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/sites/las-3-redes-sociales-para-el-2014/> (Fecha de consulta 14 de abril de 2014).

Velarde Tovar, Marisol (2006), “Los retos de las teorías de la comunicación en el siglo XXI”, en *Revista Digital Universitaria*, [En línea] Disponible en: http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art51/jun_art51.pdf (Fecha de consulta 2 de octubre de 2013).

Volunteersimplicity (12 de febrero del 2010), *Alvin Toffler Explica Qué es un Prosumidor*, Catalogo en Línea [Archivo de video], Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=ZkNJ0jsNU6E>. Recuperado (25 de septiembre del 2013).

World Internet Project México (2012), “Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre el internet y diversas tecnologías asociadas” Disponible en: http://www.wip.mx/publicaciones_wip.html (Fecha de consulta 20 de mayo de 2013).

Zapata Ros, Miguel (2002), “Las buenas maneras en internet” en *Revista de Educación a Distancia* Numero 5 en Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, [En línea, Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54700501> (Fecha de consulta 15 de junio del 2013).