

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**La vinculación del internet con los medios
de comunicación: el caso de la radio.**

Proyecto Radio MX, "Con sentido social". UACM/PP/3795/EXT

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A

ROBERTO DANIEL GONZÁLEZ REYES

DIRECTORA

MTRA. MARIANA RODRÍGUEZ CRUZ

Ciudad de México, octubre de 2025.

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.

Me había propuesto no pensar más en ti, ni hablar más en tu nombre, ¡pero en mi corazón se prendía un fuego ardiente que me calaba hasta los huesos! Traté de soportarlo, pero no pude.

Jeremías 20:9 Reina Valera Contemporánea (RVC)

Agradecimientos

Ya había dejado de luchar y pensaba dejar esto por la paz, pero había tres razones que no me dejaban hacerlo. 1. Mi mamá siempre me decía: -lo que se empieza se termina- en cualquier proyecto de vida. 2. Valorar el esfuerzo de mis papás en darme una licenciatura y una forma de agradecimiento es el reflejo de todo lo que hicieron.

Estás razones las valoro y valoraré toda mi vida, hay otra razón mayor a estas y es la oportunidad que Dios me dio, las fuerzas, la salud y tener un apoyo incondicional de mi mamá Deborah Reyes Alvarado y mi papá Roberto González Normandía.

Elegí esta cita bíblica pues me anima que las cosas que realicemos lo hagamos con pasión, con amor y valoremos el esfuerzo que hacen nuestros papás y el caso de no contar con ellos, a la familia o cualquier persona que ha estado a tu lado.

Cuando concluí el último semestre de la carrera, sucedieron situaciones que me desanimaron y dejé a un lado el proceso de titulación. Cuando volví a retomar este proyecto, lamentablemente fallece el maestro que me dirigía y que agradezco profundamente por las enseñanzas, las pláticas y consejos que me dio.

Juan Gabriel Delgado. ¡Muchas gracias!

Quiero agradecer a mi hermano Adbeel, que ha sido parte de este esfuerzo y al llegar al termino, también a mí hermano que no está con nosotros, que a los pocos días de haber iniciado en esta aventura partió.

Jazer Eliacim González Reyes

Estoy profundamente agradecido con los maestros de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) por el esfuerzo y sus modos de enseñar cada elemento de lo que se ve en Comunicación y Cultura.

Agradezco a las maestras y maestros por el tiempo que me dieron al leer este trabajo y por sus observaciones que me ayudaron mucho a:

Dra. Rebeca Domínguez Cortina (SLT)

Dra. Rosa María Macías Herrera (SLT)

Dra. Violeta Cárdenas Hernández (CH)

Mtro. Luis Carrasco García (SLT)

Agradezco a mi directora Mtra. Mariana Rodríguez Cruz por haber aceptado este proyecto, por escucharme, por el acompañamiento, por el esfuerzo e iniciativa de preguntar y de orientarme.

Agradezco su disposición de aconsejarme por las charlas, su carisma, y la forma de dar su clase (que por cierto no fue fácil) Por la interacción en asesorías, la disponibilidad de recibirme cuando no agendaba asesoría.

Agradezco a la UACM por la oportunidad que nos da a mí y miles de jóvenes para estudiar una licenciatura, que por su modelo académico que permite el desarrollo del estudiante en todos los ámbitos personal, académico y social.

Señor gracias porque tú has puesto todos los medios para terminar este proyecto y esta aventura de estudiar una licenciatura, por la historia que se escribió, por las personas que

conocí en este lapso, con los que aún mantengo comunicación. Gracias porque hasta aquí me has ayudado. Dios Eben-ezer.

Gracias a mi familia por el apoyo y esfuerzo que hicieron para poder llegar a este momento.

A mis amigos por su apoyo y sus palabras de ánimo.

¡Muchas gracias!

Índice

Introducción

Objetivos del Informe 1

Capítulo 1- Descripción de cada una de las actividades realizadas 2

Capítulo 2- Análisis de la relación teoría-práctica dentro de la realización del proyecto de trabajo 21

Capítulo 3- Logros y aportaciones 62

Capítulo 4- Conclusiones, sugerencias y recomendaciones 68

Referencias bibliográficas 74

Introducción

En el presente informe se expone las actividades realizadas en las prácticas profesionales en *Proyecto Radio MX*, “Con sentido social”, una emisora radiofónica por internet; a la vez se explica la relación de las actividades con los elementos teóricos abordados en el transcurso de la licenciatura.

Estas prácticas se llevan a cabo como parte del proceso de titulación en la “Licenciatura en Comunicación y Cultura” de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, cuyo objetivo principal es vincular los conocimientos teóricos adquiridos en la carrera con las experiencias y desafíos del entorno profesional.

Proyecto Radio MX, “Con sentido social”, es una emisora radiofónica que transmite en vivo en las redes socio-digitales como: *Facebook*, *Tik tok*, *YouTube*, *Twitch* y en las plataformas de podcast como lo son: *Spotify*, *Ivoxx* y en la APP para sistemas *Android e IOS* titulado “*Proyecto Radio MX*”. Podemos encontrar en su página de internet su objetivo y su razón de ser que a continuación cito textualmente:

Surge como la opción para todos aquellos locutores que desean abrirse paso en el camino de la radio por internet, con objetivos claros y con contenidos que van acorde a sus habilidades y conocimientos; así mismo, para emprendedores, jóvenes, artistas y bandas de música independientes, profesores y Pymes que desean dar a conocer sus proyectos, demostrando el talento que abunda en nuestro país.

PROYECTO RADIO MX tiene la firme convicción de que hay grandes ideas que deben y merecen ser expuestas, es por eso que se crean programas y contenidos (culturales, musicales, de entretenimiento, salud, educativos, tecnológicos, etc.), frescos, con conceptos

e ideas innovadoras y “con sentido social”. (Proyecto • RADIO MX, <https://www.proyectoradiomx.com/>) (Proyecto Radio MX, 2025)

La emisora tiene una amplia apertura para aquellos que desean compartir sus saberes, no importa que no tengan conocimiento de locución o de conducción de un programa, el hecho es que lo deseen y de la parte técnica se encarga *Proyecto Radio MX*; tiene una variedad de programas como lo son: “*Sin Contexto*”, “*Pulso-Saludable*”, “*Psicología para no psicólogos*”, “*Destello sindical*”, “*Potencial 360*”, “*De la mano con tus hijos*”, “*Yo Soy expansión*”, “*La Sociedad Moderna*”, “*Victoria Salas*”, “*Híbrido*”, “*Tardes de Café con los Ángeles*” entre otros más, estos programas contienen temas culturales, sociales, místicos, religiosos, de salud mental, entre otros, que son innovadores e interesantes.

Aparte de realizar programas *Proyecto Radio MX* emplea la grabación, la edición, la producción y la publicación de audiolibros y podcast en las grandes plataformas de podcast ya mencionadas. A continuación, explicaré brevemente las actividades realizadas.

Una de las actividades llevadas a cabo fue en el área de la producción, donde el papel que desempeñé fue la dirección de los programas, dando indicaciones a los locutores. Se trabajó también las publicaciones correspondientes en las redes socio-digitales, en especial Instagram, subiendo sus fotos e historia del programa.

En las plataformas *Spotify* e *Ivoxx* se subían los audios grabados del programa. Otra actividad que se desarrolló en *Proyecto Radio MX* fue el limpiar y postproducir, que son los que se utilizan para los audiolibros y al igual que los programas, estos se suben a las plataformas de *Spotify* e *Ivoxx*.

Estas prácticas profesionales, con fines de titulación, cumplen con dos propósitos, los académicos y los personales. El propósito académico es desarrollar las habilidades y aptitudes aprendidas en las materias de Radio, Fotografía y Video experimental que son del eje práctica en medios, según el plan de estudios de la carrera.

En la materia de la “Radio” me enseñaron el proceso de postproducción de programas radiofónicos; en la edición, el manejo de controles y el trabajo bajo presión para realizar las diferentes tareas asignadas como productor, asistente de producción, operador, entre otras tareas.

En la materia se llevó a cabo cinco proyectos radiofónicos en diferentes formatos, radio-revista, mesa de debate, radio-novela, reseña (programa en falso vivo) y el, último, una combinación de los anteriores proyectos.

En la materia “Video experimental” es donde se desarrollan las habilidades audio-visuales con la ayuda del lenguaje cinematográfico. Los proyectos visuales que se trabajaron, me ayudaron a llevar a cabo las actividades dentro de la producción de los programas en *Proyecto Radio MX*. Además de emplear el audio que es la materia prima de la radio, se maneja la imagen para la transmisión en vivo dentro de las redes socio-digitales.

En lo que respecta a la materia de fotografía, se manejó para documentar el proceso del programa con los diferentes encuadres fotográficos, el manejo de la luz, el manejo del ISO y la creatividad propia.

El propósito personal de la realización de las prácticas profesionales con fines de titulación es poner en práctica la creatividad y obtener experiencia en uno de los medios de comunicación muy importante que es la radio.

El plan de estudios de la Licenciatura de Comunicación y Cultura pretende desarrollar un perfil del egresado enfocado en ser autocrítico, humanístico, reflexivo, respecto a los sucesos sociales en México, para poder interpretar e intervenir en fenómenos comunicativos y culturales.

En el presente trabajo, la información está organizada por capítulos. En la siguiente página se desarrolla los objetivos generales, personales, académicos de este proyecto, en el capítulo uno, encontraran las actividades realizadas en *Proyecto Radio MX*, describiendo a detalle todas las tareas llevadas a cabo en las prácticas profesionales.

En el capítulo dos se desarrolla la relación entre lo teórico y las actividades realizadas en *Proyecto Radio MX*, donde se abordan temas como la comunicación, cultura, la comunicación no verbal, el cibermedio y la ciberradio. Este capítulo es donde se ve el reflejo de lo aprendido en la licenciatura.

En el capítulo tres podremos observar las aportaciones y los logros que en *Proyecto Radio MX* se alcanzó con el trabajo propio de las prácticas profesionales y por, último, el capítulo cuatro, donde se desarrollaron las conclusiones, sugerencias y recomendaciones de este trabajo.

Objetivos del Informe

Los objetivos de este presente trabajo están direccionados la vinculación de lo Teórico-práctico de las habilidades adquiridas en la Licenciatura de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Objetivo General: Informar sobre las actividades realizadas en el programa de Prácticas Profesionales con Fines de Titulación en Proyecto Radio MX “Con sentido social”, relacionándolas con los conocimientos y habilidades desarrollados durante mi trayectoria académica en la licenciatura en Comunicación y Cultura.

Objetivo: Personal: Adquirir habilidades y aptitudes dentro de la vida profesional real de la radio en internet.

Objetivo Académico: Desarrollar la correlación entre la parte teórico-conceptual y las prácticas profesionales de los medios de comunicación.

Objetivo del medio: Aplicar los conocimientos aprendidos durante la licenciatura y construir los nuevos saberes en la producción de programas radiofónicos transmitidos en internet.

Capítulo 1- Descripción de las actividades realizadas

Proyecto Radio MX ofrece programas variados con temas como espiritualidad, emprendimiento, psicología, estilos de vida, noticias de salud, noticias del Estado de Puebla, temas holísticos, temas que retan a la sociedad a mejorar su vida y temas juveniles. Estas emisiones son conducidas por locutores que desean compartir sus conocimientos a través de la Radio, un medio de comunicación que impacta en la actualidad. La línea editorial de la emisora permite los temas que se abordan relacionados con el slogan de esta emisora por internet: “Con sentido social”, es la esencia que da vida a *Proyecto Radio MX*.

Durante mi estancia en *Proyecto Radio MX* desarrollé las actividades que enlisto a continuación, mismas que describiré de manera detallada más adelante:

1. Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*
2. Generación y edición de archivos de audio para la publicación de podcast
3. Edición y creación de videos para campañas de *marketing* y cápsulas para patrocinadores.
4. Realización de actividades de *Community Manager* para la difusión de la estación y sus programas.
5. Diseño de planes estratégicos de modernización e innovación que permitan impulsar e implementar tecnologías de la información y comunicaciones que cubran las necesidades técnico-operativas del Sistema.

1. Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*

Para la realización de los programas en vivo, se lleva a cabo un proceso dinámico con dos *softwares* *OBS Studio* (*Open Broadcaster Software*) y *SAM Broadcaster*. Estos *softwares*

como el OBS, permite el manejo de videos, imágenes y la transmisión en las redes socio-digitales; el SAM contribuye a la organización de audios, efectos de sonido, música, y fondos musicales para la ambientación. También posibilita la transmisión en aplicación para dispositivos móviles, lo cual la emisora tiene una APP para Android e IOS titulado *Proyecto Radio MX* y este *software* permite la grabación de los programas que se producen. Aparte del manejo de los dos *softwares* en la producción de los programas en vivo, es la operación de la consola modelo MXG10U de la marca Yamaha.

Todos los programas se transmiten en las principales redes socio-digitales como lo son: *Facebook*, *Tik Tok*, *YouTube* y *Twitch*; también se transmite simultáneamente en la página web de la emisora www.ProyectoradioMX.com y en la APP.

Para hacer un programa en vivo se necesita creatividad, habilidad y entender el funcionamiento de la consola, del *software* y saber el concepto de cada programa para saber qué efectos de sonido meter, fondos musicales, música e intros. Los pasos preparativos que se necesitan en la producción de un programa son los siguientes:

1 El OBS Studios (Open Broadcaster Software)

Como había mencionado anteriormente este *software* es un *broadcast*¹ gratuito que permite la transmisión simultánea en las redes socio-digitales. Este *broadcast* permite la entrada de fuentes como: audio, cámaras, imágenes, texto, videos y el compartir pantallas.

La utilización de este *software* es esencial junto con el SAM para la producción de los programas radiofónicos; en el OBS se cargan los *flyers*, logotipo del programa, de la emisora,

¹ Un Broadcast permite la transmisión de contenidos simultáneamente a distintos dispositivos conectados en internet

video cortinilla (entrada introductoria del programa), cortes promocionales e imágenes. También permite compartir ventanas de la misma computadora, lo cual se utiliza para las videollamadas del ZOOM (más adelante comentaré cómo es la dinámica)

El OBS tiene un interfaz intuitivo: tiene dos pantallas, una denominada vista previa que está en la parte izquierda de la pantalla y la otra en vivo que se encuentra en el lado derecho, tiene efectos de transiciones para el intercambio, de escena de una a la otra. Este efecto de transición se encuentra en medio de las dos pantallas. En la parte de abajo podemos encontrar Escenas | fuentes.

Las escenas pueden ser varias, con diferentes nombres para identificarlas y cada escena contiene fuentes que sirven para organizar las entradas que se requieran en una producción; el OBS también tiene la capacidad de grabar y funciona como una cámara virtual. Para el cambio de un escenario a otro hay un comando que se utiliza que es Control + Shift (Ctrl+shift); esto funciona para el cambio y facilita el manejo del equipo.

Para las transmisiones en las redes socio-digitales, es necesario vincular el OBS con la red socio-digital, por ejemplo: *Facebook* te permite transmitir en dos formas diferentes, directamente del dispositivo móvil o por medio de un *broadcast* y en este caso se logra con un código cifrado, que se copia y en ajustes del OBS se ingresa, así queda vinculada la cuenta de *Facebook* con el *software* y cualquier red socio-digital funciona igual por medio de un código.

A continuación, desglosaré cada elemento para la realización de un programa, en el *OBS Studios* y en el *SAM Broadcaster*:

1) Escenas y fuentes

El OBS está organizado por escenas, donde se colocan las fuentes como el *flyer*, entrada de audio, videos, imágenes, cámaras, compartir la ventana del zoom o cualquier ventana de la computadora.

2) El *Flyer* del programa

El *flyer* es la portada de cada programa radiofónico de *Proyecto Radio MX*, estos son portadas para identificar los programas. El *flyer* está diseñado con el concepto central propuesta por el locutor o locutores titulares; este contiene las plataformas el horario donde los podrán escuchar, las redes socio-digitales de *Proyecto Radio MX*, el nombre de las o los locutores, el logo del programa y de *Proyecto Radio MX*.

3) Logotipo del programa

El logotipo está diseñado por las o los locutores con el concepto propuesto de su programa; el logo está presente lo que dura el programa. El logo se localiza en la parte superior izquierda de la pantalla.

4) Cortinilla (video introductorio del programa)

La cortinilla está ilustrada con el concepto del programa, contiene información como: el logotipo de *Proyecto Radio MX* con lineamientos legales, donde los puedes escuchar, quién conduce, el horario, y un pequeño resumen del contenido el programa, una introducción creada por la o los locutores.

5) Cortes promocionales

Los cortes promocionales son como, lo dice su nombre, promocionan las emisiones de la barra programática de *Proyecto Radio MX*, contiene información acerca los horarios, conductores y un resumen de que trata el programa. Estos cortes promocionales se reproducen dos veces o una sola vez, dependiendo de la duración de los programas; más adelante se describirá cómo es la dinámica.

Los cortes promocionales se marcan en el minuto 00:12:00 y el minuto 00:40:00, cuando dura una hora; si dura dos horas cada minuto 00:30:00 son los cortes promocionales o en el caso que sea por zoom los cortes son a la media 00:30:00.

6) Imágenes, videos, textos y audios (multimedia)

Los archivos de multimedia sirven para ilustrar el programa, reforzando el tema que se aborda; pueden utilizar imágenes, videos y audios (siempre en cuanto no interrumpa al copyright). El OBS como había mencionado anteriormente, permite estos archivos en las transmisiones. Estos archivos se envían al correo de *Proyecto Radio MX* o al *WhatsApp* de la cabina con una hora de anticipación para la planeación del programa y que se puedan descargar sin que se afecte una transmisión. Estos ayudan también a los invitados y a la audiencia.

7) Cintillo: Nombre del programa, tema e invitados

El cintillo es un rótulo informativo del programa que ayuda a los internautas o la audiencia a saber el nombre del programa, tema abordado, quién conduce y quiénes son los invitados.

8) Escaleta (algunos lo mandan)

La escaleta nos ayuda a saber el orden que está organizado un programa. Son pocos los conductores, que mandan su escaleta, los únicos son: “*PulsoSaludable*” y “*Ángulo 7*” son emisiones de formato noticias.

Estos son los elementos que se utilizan en cada programa, empleando el *OBS Studios*; el flyer, logotipo, cortinillas, cortes promocionales y archivos de multimedia. Los fondos musicales, efectos de sonido e intros musicales son manipulados por el SAM Broadcaster.

2 *El SAM Broadcaster*

Es un *software* como el OBS un *broadcaster*, en este caso es para radio; permite el manejo de audios, música, efectos de sonido, la mezcla de audios y grabación de la sesión; también ayuda a que el contenido esté organizado. Permite la transmisión en la página *web* de “*Proyecto Radio MX*” y en su App para dispositivos móviles.

Este *software* se utiliza para los fondos musicales, para ambientalizar, efectos de sonido, para dar un dinamismo a los programas y así enriquecer el contenido de la barra programática de Proyecto Radio MX; También tiene la opción de mandar a segundo plano la música o el cruce de canciones llamado *Fade Out*.²

El *SAM Broadcaster*, junto con el *OBS Studios*, adquieren un papel importante para la realización de los programas, mientras uno se encarga de la parte visual, en el caso del OBS, el otro se centra de los fondos musicales y efectos de sonido. EL *SAM Broadcaster* está conectada a la consola.

² Fade Out es una técnica que se utiliza para bajar la intensidad de un audio hasta llegar el silencio

La habilidad del operador consiste en manejar estos dos *softwares*, para que ambos trabajen de la mano, para realizar un programa con excelencia. El manejo del *SAM Broadcaster* es, hasta cierto punto fácil, puesto que su interfaz es identifica a una consola con sus canales, entrada y salida de audio.

A) Intros musicales

Los *intros* musicales van en correlación con el concepto del programa, buscando en la biblioteca amplia que tiene *Proyecto radio MX*, cabe destacar que a las canciones que se transmiten son de cantantes independientes o grupos que le dan el permiso de reproducirlas. Los *intros* van cuando termina la cortinilla entrada del programa y después de los cortes promocionales.

B) Fondos musicales

Los fondos musicales son un recurso que se utiliza para ambientar al programa, estos no duran más de 1 minuto. Este recurso se utiliza para que no se escuche seco y funcionan para dar un dinamismo y que concuerde con el tema abordado. Antes que inicie un programa, se preparan los fondos musicales.

C) Canciones en reproducción constante

La emisora tiene una página web y una App para dispositivos móviles, siempre deben estar transmitiendo. Cuando no hay programas se reproducen canciones, de bandas y cantantes independientes.

D) Efectos de sonido

Los efectos de sonido ayudan a armonizar e induce a la creatividad del quién está produciendo el programa los efectos de sonido son muy variados e inclusive frases de películas famosas, frases de políticos o de memes. Estos se ponen cuando mencionan las redes sociales, o concuerde al tema o a los chistes mencionados por los locutores o invitados.

E) Salidas de programas y slogan de *Proyecto Radio MX* “Con sentido social”

Así como las cortinillas son la entrada de los programas, también al finalizar los mismos, se reproducen las cortinillas de salida, más la salida institucional de *Proyecto Radio MX*.

F) El encoder que debe estar a 60/1 ó 120/1

El *software SAM Broadcaster* ofrece la grabación de audios y graba los minutos que le indiques, como una hora que equivale a 60 minutos o dos horas que equivale a 120 minutos. Dependiendo de la duración si dura una hora, el *encoder*³ debe ponerse 60/1 ¿Qué significa 60/1? 60 minutos y 1 en el minuto 1, es decir que va a empezar a grabar en el minuto 1; más adelante explicaré cómo funciona este proceso. Tanto la preparación del OBS y el *SAM Broadcaster* son parte del proceso de preparación de producción de los programas que *Proyecto Radio MX* ofrece; tanto locutores y productores son esenciales para que esto funcione.

G) Interfaz del SAM

El SAM tiene tres canales, Canal A, Canal B que son dos canales de salida y *Voice FX* que es la de entrada. El primer canal y el segundo son reproductores de audio con el interfaz de

³ El *encoder* es el sistema de grabación de audio que utiliza *Sam Broadcaster*

play, *stop* y el último de la lista, después de ahí tiene *CP*, símbolo de sacar o botar y el de *fade out*. En el último canal del *Voice Fx* está el *phanton*⁴ que es lo que equivale al que aparece en la consola, es la que activa o graba la voz y manda al segundo plano la música.

3. La consola

El manejo de la consola es lo primordial antes de aprender a utilizar el OBS y *el SAM Broadcaster*; la consola que se maneja en *Proyecto Radio MX* es la MXG10U de la marca Yamaha que tiene 10 canales. Se utilizan cuatro micrófonos condensadores unidireccionales, es decir que el receptor de sonido lo tiene en una sola dirección.

La consola tiene 10 canales, los primeros cuatro canales son los micrófonos; el 5/6 canal es el canal que se utiliza cuando llaman a la cabina en un programa y que se escuche en las transmisiones. El 7/8 canal para el celular del *Tik Tok*.

El 9/10 es el canal para el volumen de audios, videos y en especial para las videollamadas por medio del *ZOOM*; estas son las entradas que son de color gris y la parte azul son salidas. Estas salidas están conectadas con el *SAM Broadcaster* y el OBS como una entrada de fuentes; también a los audífonos de los locutores, para que se escuchen, a quien está en zoom, cortes promocionales, audios y cortinillas.

El volumen está para las transmisiones, que es el canal 9/10, está el master que es para los audífonos de los conductores y otro volumen para los audífonos del productor; esto le funciona para monitorear. Por último, se encuentra un botón rojo que es el del *phanton* que debe estar prendido para que los micrófonos unidireccionales estén encendidos.

⁴ Es una fuente de poder fantasma que sirve para dar energía a ciertos micrófonos como los condensadores que no tiene una fuente de poder

4. Transmisiones en las redes socio-digitales

Las principales páginas donde se escucha *Proyecto Radio MX* son: *Facebook*, *Tik Tok*, *Youtube*, *Twitch*, que transmiten simultáneamente en la página web de la emisora (www.ProyectoradioMX.com) y en la APP.

4.1 Transmisión en *Facebook*, *Youtube*, *Tik Tok* y *Twitch*

Para las transmisiones se tiene que mandar un mensaje con una hora de anticipación al locutor del programa siguiente, en algunos casos, ellos mismos son los que mandan sus archivos de multimedia y el tema.

En el caso de *Facebook*, piden un título y una descripción breve de tu transmisión y el formato del nombre del programa y el tema a tratar; por ejemplo: “Yo Soy Expansión- ¿Para qué sirve la observación?” este se coloca en el título de la transmisión y una descripción breve.

En *YouTube* está el título, descripción breve y una portada que en este caso es el mismo+ *flayer* que se coloca en las transmisiones que cambia en cada programa En *Twitch*, sólo se escribe con el mismo formato, título y descripción. En el caso del *Tik Tok*, se busca un nombre corto y que identifique al programa.

4.2 Publicación de Fotografías e historias en las redes socio-digitales de *Proyecto Radio MX*

En el transcurso del programa se deben levantar cuatro fotografías y tres videos; estos videos se editan para la publicación de *Historia*, *Reel* y *Tik Tok*. Las fotografías se publican en *Instagram*, para hacer publicidad y alimentar de contenido a las redes socio-digitales.

4.3 Modos de conducir un programa

En *Proyecto Radio MX* la forma de conducir un programa presenta tres formas una es presencial, es decir que el locutor y sus invitados están en el estudio o en la cabina de radio. La segunda forma es por una videollamada por medio del software zoom, esto significa que el locutor no pudo asistir a cabina o se le hace cómodo conducir su programa en el lugar de donde se encuentre, tanto los locutores e invitados pueden estar en la llamada.

Y, por último, la mixta, una mezcla entre la presencial y videollamada; el locutor puede estar en cabina, el o los locutores y el invitado en zoom o un locutor y el colocutor en zoom, dependiendo como se acomoden al realizar su programa. Las emisiones pueden durar una o dos horas de la hora apartado.

4.4 Proceso de la producción de programas en vivo

El proceso de producción de un programa se describió anteriormente, pero se harán puntualizaciones a continuación:

Todas las transmisiones de los programas se inician al minuto 00:01:00 y terminan en el minuto 00:57:00, en el transcurso del minuto 00:45:00 se puede empezar a preparar un programa; ya deben estar preparados los elementos como: el *flyer*, logotipo, cortinilla, archivos de multimedia, cintillo en el OBS; audios, fondos, efectos de sonido y el *encoder* asignado al minuto ya mencionado en el *SAM Broadcaster* y el tema abordar del programa en las redes socio-digitales.

En el OBS se prepara con el flayer, el logotipo del programa correspondiente, la cortinilla, en el SAM Broadcaster se preparan los fondos musicales, intros musicales y efectos que se utilizan para dar ambiente a los programas y tengan un programa dinámico y creativo.

Además de preparar los elementos de audio, es importante checar el *encoder*, se tiene que ver si está en el 60/1 si el programa dura una hora y si es de dos debe estar 120/1; esto es para que se grabe el audio del programa.

Al minuto 00:57:00 que termina solo hay tres minutos para preparar el siguiente programa, se abre la cabina para que los locutores e invitados salgan y permitan la entrada del siguiente locutor; cuando ya está todo preparado en el OBS, SAM y las transmisiones en las redes socio-digitales.

Se le permite entrar a la cabina al locutor con sus invitados, siempre y cuando el anterior ya no esté dentro, mientras se acomodan, se le debe avisar en el minuto 00:01:00 que ya están sus transmisiones y que deben indicar cuando da inicio; cuando recibamos la indicación de empezar es de la siguiente manera:

1. Siempre en todo momento está reproduciendo canciones.
2. Se da *Fade out* a la canción, se prende el *Lock Talk*⁵ (en el SAM) + Ctrl+shift; (en el OBS) el intercambio del *Flyer* a la cortinilla.
3. Terminando la cortinilla se da el cambio de escenario con el comando Ctrl+shift de la cortinilla al *flyer* y se desactiva el *Lock Talk*, se pone *play* al *intro* musical
4. Durante el *intro* musical se da el conteo en cuenta regresiva, esta es presencial con la mano o en el chat del zoom, para ello
5. Se activa el *Lock Talk* se da el *cue*⁶, se abre el micrófono y se las ganancias en donde el o los locutores se posicionaron, después se abre el de los invitados.

⁵ Es el equivalente al *Phanton*, este permite pasar la música de estar en primer plano a un plano bajo, donde la voz está en primer plano.

⁶ Es una Señal que en radio se da, dando entender que ya puede iniciar hablar.

6. Después de ello, se pasa del *flyer* a la cámara de enfrente y se da *Play* al fondo musical (Procurando que no haya momentos de silencio).
7. Teniendo la vista en la cámara de frente, se pone el cintillo con el nombre del programa y el de o los locutores; este proceso es donde el locutor está dando la bienvenida.
8. Mientras estén dando la bienvenida o durante el tema, se prepara en el escenario Video con audio, donde se colocan las cortinillas, el corte promocional para que en el minuto 00:12:00 se le marca con la mano con los dedos índice y el medio y formando una C, indicando que solo tienen dos minutos, para que el locutor mande a corte comercial.
9. Cuando se manda al corte promocional se da *fade out* al fondo al mismo tiempo el comando Ctrl+shift de la cámara frontal a Video con audio, aquí es donde se coloca el corte promocional
10. Regresando del corte promocional al minuto 00:21:00 del video se le indica al locutor “Prevenido, vamos a regresar” para que esté al pendiente. Cuando termine el video del corte promocional se da el comando Ctrl+shift para cambiar al escenario del flyer, se desactiva el Lok Talk y se pone play al intro musical.
11. En el transcurso del intro musical se vuelve a dar el conteo y se vuelve activar el Lok Talk + Ctrl + shift del flyer a la cámara de enfrente o de un lado, se hace lo mismo que sucede en el paso 5.
12. Se deben mantener los fondos musicales sonando, por lo cual debe estar al pendiente de no acabar, con los efectos de sonido, se ponen en el canal A y se sube un poco el volumen.

13. En un tiempo determinado, se toman tres fotografías y tres videos, durante el programa y, al terminar, se toma la cuarta fotografía, la de los locutores y sus invitados.
14. En el minuto 00:46:00 se prepara el siguiente programa con el *flyer* y la cortinilla de entrada.
15. Para el final de un programa, en el minuto 00:55:00 se marca con la mano con los dedos índice y el medio y con la palma abierta, el movimiento es de abrir y cerrar. Esta es la indicación de que solo tienen 2 minutos para que despidan el programa.
16. Cuando despiden el programa se prepara la salida en el *SAM Broadcaster*, los audios de salida y el “Estas escuchando...” y una lista de canciones.

Estos son los pasos que realicé y son los que se siguen para la producción de un programa.

2. Generación y edición de archivos de audio para la publicación de podcast

Esta actividad era subir a las plataformas de *Spotify* e *Ivoxx* los programas del día, que como había mencionado anteriormente, se graban en el *SAM Broadcaster* y se localizan en la carpeta llamada “A prog”

Estos archivos tienen datos como cuánto pesan, el día y la hora en que fueron grabados; se revisa el horario de programas de la semana y se renombran. Estos son fáciles de identificar, por la hora del programa, el día y el peso de *Kilo Bites* (KB) que debe ser 42 KB. Las principales plataformas que se publican son: *Spotify*, *Ivoxx* y en la página web de “*Proyecto Radio MX*”

Cuando se suben a las principales plataformas de podcast hay que realizar estos pasos:

1. Abrir el canal de *You tube* para revisar qué programas hubo durante el día,

2. Abrir *Ivoxx*, *Spotify* y la página web de *Proyecto Radio MX* (PRMX);
3. Renombrar los archivos de la carpeta “A prog”, donde se ubican los programas grabados por el *SAM Broadcaster*.
4. El formato de nombrar el podcast es de la siguiente manera:
 - 4.1 Nombre del programa + fecha de la emisión y el número de semana del podcast, por ejemplo: “*PulsoSaludable 251024P317*”. Este formato es tanto para *Ivoxx* como para *Spotify*.
 - 4.2 Organizar por sección del podcast y etiquetas (que sirven para que los internautas puedan localizarlo)
 - 4.3 La portada del podcast es el logotipo del programa
5. En *Ivoxx* en el perfil de *Proyecto Radio MX* en la pestaña contenido se busca el programa a subir.
6. En otra ventana se abre *Ivoxx* en donde se subirá el podcast
7. Se abre el ancorad de *Spotify* para subir y publicar
8. Cuando se haya terminado de publicar en *Ivoxx*, se copia el *link* y se va a la página web y se copia el *link* de *You Tube*, más el logo.

Este proceso debe hacerse todos los días; la subida de los programas a las plataformas es una forma de crear contenido en estos reproductores web, más conocidos de podcast.

Uno de los servicios que también brinda *Proyecto Radio MX* es la grabación o la postproducción de podcast y audiolibros. La dinámica es quien contrata este servicio puede ir a la cabina a grabar; *Proyecto Radio MX* se encarga de la edición, postproducción y hasta la publicación, semanal diaria o mensual, como desea el cliente.

Unas de las actividades que realicé aparte de publicar el podcast fue limpiar, montar fondos musicales, efectos de sonido a los audios grabados para cortinillas, promocional, salida de un programa, audiolibros y podcast.

El *software* que fue utilizada para la limpieza de audio fue el *Adobe Audition* un programa para manipular y editar audios; la limpieza del audio consistía en silenciar cualquier ruido extraño que no fuere el audio, sin quitarle palabras o que suene raro o incompleto.

3. Edición y creación de videos para campañas de marketing y cápsulas para patrocinadores

Esta actividad consistía en ilustrar el audio previamente limpiado y montado, estos se ilustraban con videos que concordaran con lo que dice el audio. Era necesario buscar videos que fueran adecuados al concepto del programa, por ejemplo, “*Del cielo a las estrellas*”, su concepto como tal es el mundo de la música, entrevistas a cantantes de bandas independientes.

Los videos se buscan en páginas de videotecas gratuitas, donde te permiten la descarga; por ejemplo, en “*Pexel.com*”, para la edición las cortinillas y de los videos promocionales se utiliza *Cap Cut*, un editor de aplicación para *Iphon* y *Andriod*. Para la cortinilla, se agrega la entrada institucional de *Proyecto Radio MX* y los lineamientos legales y el *flyer* ya diseñado. En el video promocional del programa se pone el logo de “*Proyecto Radio MX*”. En función de la creatividad.

La creatividad en *Proyecto Radio MX* es importante, motivo que el jefe en producción Jorge Escamilla H, da la libertad de ser ingenioso con las cortinillas, promocionales e incluso en la producción de los programas en vivo.

4. Realización de actividades de *Community Manager* para la difusión de la estación y sus programas

Como había mencionado en los pasos del proceso de la producción en vivo, es la toma de tres a cuatro fotografías y tres videos de 00:00:07 segundos para convertirlos en *reels*, historia o videos en *Tik Tok*. Las 3 fotos de diferentes ángulos documentando el programa y la cuarta foto del locutor o locutor con sus invitados; los videos también se hacen en el transcurso del programa.

Los videos se editan en *Cap-Cut*, pero yo, a veces, los editaba con *Inshot*, una App para celular para edición. Los editaba y los enviaba al *Whatsapp* de cabina para su inmediata publicación en las redes sociales de “*Proyecto Radio MX*”.

Aparte de la publicación de las fotos, las historias y *Reels* se mandaba o contestaban los mensajes que llegaban a las redes socio-digitales y al *WhastApp* de cabina, en donde, algunas ocasiones, los locutores daban al aire el número para la interacción con la audiencia.

5. Diseño de planes estratégicos de modernización e innovación que permitan impulsar e implementar tecnologías de la información y comunicaciones que cubran las necesidades técnico-operativas del Sistema

La parte estratégica que me encomendaron fue realizar la idea creativa para un promocional de *Proyecto Radio MX*, como había comentado anteriormente, además de brindar un espacio de cabina de radio para los programas, también ofrecen servicio de audiolibro, donde se dedican a la producción de tal como grabar el audio, editar y publicación en las plataformas ya dicha.

La idea creativa era promocionar el servicio de “Audio Libro, Con Sentido social” para conseguir clientes que estuvieran interesados en este servicio de *Proyecto Radio MX*, la tarea asignada fue crear desde el guion, la idea visual hasta la grabación de audio. Entonces, la planeación fueron dos semanas donde la creatividad brotó, pensando cómo lograr que los guiones propuestos le dieran visto bueno, por el jefe en producción.

El guion que fue grabado fue el siguiente:

¿Te gustaría transformar tu material literario en un audiolibro y publicarlo en las principales plataformas digitales? ¡*Proyecto Radio MX* y *Audiolibro Consentido* tienen una propuesta para ti!, nos encargamos de la grabación, edición, producción y publicación de tu audiolibro. Súmate a las nuevas tendencias, permítenos darles voz a esas grandes historias y compartir con más personas tu talento

Este guion fue utilizado para el promocional del servicio que ofrece “*Audiolibro Consentido*” y *Proyecto Radio MX*. Se llevó a cabo la grabación de la misma, también presté la voz para este trabajo encomendado. El audio se utilizó y se hizo su video como los promocionales de los programas.

Estas fueron las actividades que se realizaron en el transcurso y permanecía en las prácticas profesionales que preste en *Proyecto Radio MX*, tanto en el área de producción, como en de las redes socio-digitales y edición de audios y videos. En cada actividad conté con la enseñanza por otro compañero que prestaba su servicio social y otras por el jefe de producción y el supervisor.

Las habilidades adquiridas en estos seis meses en *Proyecto Radio MX* fueron llenos de aprendizaje, retos y nuevos conocimientos, que se relacionan con las habilidades adquiridas

en el transcurso de la carrera de Comunicación y Cultura de la UACM. En el siguiente capítulo, se desarrollará el análisis de lo aprendido en la carrera con las actividades realizadas en las prácticas profesionales.

Capítulo 2. Análisis de la relación teoría-práctica dentro de la realización del proyecto de trabajo

En el presente capítulo se relacionarán las actividades realizadas en *Proyecto Radio MX* con el conocimiento adquirido en la Licenciatura de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Uno de los temas que trataré es la vinculación de los medios de comunicación con el internet: en el caso específicamente de la radio. Este capítulo está organizado por categorías que ayudarán a ver la relación que tienen con las categorías, esto no significa que una categoría corresponda solamente a una actividad, es decir, que las diferentes categorías desarrolladas pueden estar relacionadas con varias de las actividades desarrolladas en las prácticas profesionales.

Actividad: Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*

Tarea realizada: Procesos de la preparación de un programa ciberradiofónico

Perfil del egresado: Aplicar los conocimientos teórico-conceptuales a la práctica profesional

- **La comunicación de masas**

Los medios de comunicación han sido una herramienta que utiliza el ser humano para mantenerse informado y para ello una manera masiva de que el mensaje viaje; ahora, gracias a la tecnología, la información llega a mucha gente sin importar el tiempo ni el lugar.

El primer medio de comunicación, gracias a la imprenta de Gutenberg, fue la prensa; esta invención ayudó a mantener a una población informada a mayor escala como lo menciona Thompson: “[...] fue el comienzo de una serie de desarrollos que, desde el siglo XVI hasta el presente, iban a transformar de modo radical las maneras en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y recibidas por los individuos...” (2006, p.242)

Es decir, el periódico pudo alcanzar un amplio número de personas para que se mantuvieran informadas.

El siguiente medio en salir fue el telégrafo, fue un sistema de comunicación que utilizó, por primera vez la electricidad, como canal de transmisión. Samuel Finley Breese Morse, patentó el telégrafo eléctrico. “Se trataba del telégrafo Morse, que permitía transmitir mensajes mediante pulsos eléctricos cifrados en el código morse, también inventado por él” (Fideicomiso Bienestar Educativo Ciudad de México. 2021). Esto permitió que la comunicación de un punto a otro punto se lograra sin importar la distancia.

El telégrafo fue un impulso para la invención de la radio, puesto que, gracias a Guillermo Marconi, un ingeniero italiano con sus primeras experimentaciones puso “La base técnica de la radiodifusión [...] a finales del siglo XX (Thompson 2006. p.268). Su invención utilizaba ondas electromagnéticas utilizando los cables como el canal de la transmisión, por lo cual Marconi transformó los medios de comunicación empleando la electricidad.

Thompson mencionó que Marconi solicitó una patente británica para poder crear *Wireless Telegraph Company* en donde inició la experimentación de la radiodifusión. En 1899, por primera vez envió un mensaje a través del Canal de la Mancha y en 1901 a través del Atlántico; estos experimentos de radiodifusión se realizaron en los Estados Unidos y en Gran Bretaña.

Otro medio de comunicación masiva importante es la televisión, una mezcla de audio e imagen, que inicio al final de los cuarenta y los cincuenta. Los experimentos con la transmisión televisiva empezaron en Gran Bretaña y Estados Unidos durante los treinta... (Thompson, 2006, p.271)

Podemos entender, que la explotación de la misma fue después de la Segunda Guerra Mundial, puesto que habían dejado los experimentos por la situación global.

Los medios de comunicación transformaron la vida social, económica y cultural de la sociedad, también cambiaron las formas de expresar las ideas, creencias, costumbres y el modo de las diferentes formas simbólicas. La imprenta, el periódico, el telégrafo, la radio y la televisión son medios que permitieron conocer la diversidad cultural del mundo.

- **Cibermedio**

La radio es un medio de comunicación que a través de los años ha evolucionado; es el medio por el cual en la actualidad muchas personas se mantienen informadas y, a pesar de los años sigue siendo un medio de comunicación escuchado. Por otro lado, el internet desde su invención ha transformado la forma de la comunicación, la manera de interactuar de las personas y, sobre todo, a los medios de comunicación al penetrar en todos los ámbitos sociales del ser humano.

La vinculación del internet con los medios de comunicación se dio gracias a la prensa que empezó a utilizar las páginas web, es decir, de la *www. (world wide web)*; estas páginas web empezaron a reunir todo en un solo lugar, tomando las características de los medios de comunicación y las aportaciones del internet. En el caso de los medios, sus aportaciones son el audio, imagen, texto y video y del internet: correos electrónicos, los foros, los chats y las redes socio-digitales (Cebrián, 2008). A esta reunión de los elementos de los medios de comunicación se le llama: multimedia.

Los medios de comunicación tradicionales vieron una oportunidad en internet para ampliar su difusión y abrir más canales de comunicación con su público; esta vinculación dio paso a

que nacieran los cibermedios ¿Qué es un cibermedio? Un cibermedio se refieren a: “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para difusión pública de información...” (Salaverría 2005, como se citó en Cebrián, 2008, p.21) Es decir, el internet utilizado como un canal más de los medios tradicionales o viejos medios.

Un cibermedio es aquel medio tradicional que se ha vinculado con el internet, que utiliza el ciberespacio como un canal de transmisión y de difusión. Toma en cuenta todos los elementos de la radio tradicional, como el sonido, los fondos musicales, los efectos de sonido, el silencio, música, los formatos radiofónicos (géneros).

El internet es un medio revolucionario para los medios de comunicación, como la televisión, el cine, la prensa, la fotografía y en especial de la radio; cada medio de comunicación tradicional al vincularse con el internet, va tomando las características de los demás medios, sin perder sus propias características, el cibermedio va creando también sus propios rasgos que lo diferencia de los medios tradicionales.

El cibermedio aparte de utilizar el ciberespacio como canal de transmisión, utiliza las ventajas de las páginas de internet, ya que estas ofrecen todo en un mismo lugar: lo escrito, audio, imagen y video (lo que, se le conoce como multimedia) sin necesidad de ir de página a otra, gracias a los enlaces e hipertextos.

Para comprender adecuadamente bien el funcionamiento y la manera que el cibermedio emplea los sitios webs donde transmite sus contenidos; es necesario entender el cambio de señal que se da con la vinculación del internet y los medios de comunicación.

Uno de los fundamentos de los cibermedios es la digitalización, y esto se refiere a que es: *“...un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario.”*

(Scolari, 2008, p.80) esto, parte desde la aparición del ordenador (dispositivos móviles) y el internet.

Todas las señales se vuelven a una señal binaria, es decir, a un valor numérico, los medios de comunicación pasan de señal analógica a la digitalización, este proceso se compone por dos procedimientos, según lo que Manovich nos menciona: "...se toman muestras de los datos, normalmente a intervalos regulares, como sucede con la matriz de píxeles que se utiliza para representar una imagen digital" (2001, p.73)

Los datos de cada señal se convierten en una señal discreta; el segundo que nos menciona Manovich (2001) que las muestras son cuantificadas, en otras palabras, le dan un valor numérico a la señal.

Las imágenes (fotografía), video (cine), texto (prensa) y audio (radio) al pasar a la digitalización nos dice Monovich: "...son representados como colecciones de muestras discretas (píxeles, polígonos, vóxeles, caracteres o scripts)" (2001, p.76-77)

Esta evolución de la vinculación del internet con los medios de comunicación (cibermedios) transforma los datos (muestras discretas) y esto permite la automatización y Manovich (2001) habla de que la señal codificada a números y las representaciones permiten la automatización que implica la manipulación, creación y el acceso a los elementos.

Esta automatización hace que se pueda navegar, con los enlaces e hipertextos y Scolari menciona que: "Sin digitalización no tendríamos hipertexto ni interacción. Al reducir la textualidad a una serie de bits podemos construir, manipular y navegar una red de documentos de manera mucho más simple y rápida." (2008, p.82)

Gracias a la digitalización permite al usuario navegar en el ciberespacio moviéndose en diferentes plataformas o canales de difusión y las páginas web del cibermedio conecta con otros cibermedios.

Esta conexión entre diferentes cibermedios se le conoce también como narrativa transmedia, esta presenta un mismo contenido en diferentes plataformas y canales, (Bautista. Et al, 2017) en una película (Cine), una serie (televisión), en un comic o libro (Impreso), en un audiolibro o en un podcast (Radio) e inclusive en un videojuego; esta modalidad revoluciono la producción de contenidos y nos dice Scolari (2013) que cada medio aporta a la construcción del contenido.

Las narrativas transmedia al mostrar contenidos en diferentes canales y plataformas hace al usuario más participativo: “La transmedia ha abierto escenarios en los cuales el usuario sufre cambios en su actuar, pasando de ser una persona pasiva a ser activa y participativa, contribuyendo en la creación de una historia, denominándose así un usuario prosumidor.” (Scolari, 2013., p.8 citado en Bautizta. Et al, 2007)

Al ser el usuario a una persona participativa en los contenidos entran aquí lo que se le conoce como las redes socio-digitales, donde los usuarios o internautas comparten comentarios con otros usuarios.

- **Ciberradio**

Entendiendo la parte de las características de los cibermedios, veremos el caso de la radio y la vinculación de la radio con el internet, esta vinculación marcó, dos vertientes, una denominada la radio por internet y la segunda la radio en internet; estas vertientes se van alejando una de la otra, pero también existe una sinergia entre ambas.

La primera vertiente de la radio es la denominada “la radio por internet” y, según Cebrían menciona que: “Es la radio tradicional que encuentra en Internet una vía para ampliar su difusión por otros campos.” (2008 p.24)

Es decir, que la radio tradicional aparte de transmitir por las ondas Hertzianas, utiliza el internet como instrumento de difusión, lo que se escucha en su programación normal. Es la misma que se escucha en sus páginas web; el internet es una herramienta mera instrumental de difusión. Una de las ventajas que muestra la radio por internet es la capacidad de escuchar emisoras de todo el mundo y un mejor acceso a ellas.

En cambio, la segunda vertiente es la denominada “radio en internet” según Cebrían que: “con esta denominación se rompe ya con la concepción puramente instrumental y se pasa a otra en la que se establece una vinculación entre ambos términos” (2008. p.24), es decir, que aquí ya la radio no utiliza el internet como un simple medio de transmisión, sino que utiliza las aportaciones y ventajas que ofrece el ciberespacio.

La ciberradio como un cibermedio recoge las aportaciones de la radio tradicional y las aportaciones del internet, lo cual modifica y crea nuevos productos como por ejemplo el podcast (que más adelante se explicará). La radio tradicional acoge en sus páginas web ofertas de su propio contenido, fragmentos de su programación en forma escrito y visuales. La radio convencional es considerada un medio de comunicación masiva, mientras la ciberradio da la opción al acceso individual y, al mismo tiempo, crea una comunidad virtual.

Proyecto Radio MX se puede considerar un cibermedio, pues cumple con las características ya mencionadas; retoma características de otros medios como: los videos, cortinillas, cortes promocionales, flyer y, sobre todo, la materia prima de la radio que es el audio. También

incluye los chats, correos electrónicos, redes socio-digitales, una página web para mantener una comunicación bidireccional y utilizan las Tecnologías de comunicación e información (TIC'S) como la App de la emisora para dispositivos móviles y el software para las transmisiones y el desarrollo de los programas.

Un ciberradio es una radio sin límites de espacio, puesto que se puede escuchar en cualquier dispositivo conectado a la red; supera localidad, regional e internacional. La ciberradio ha permitido a los usuarios realizar sus propios programas con sus propios contenidos, aspecto que, en la radio tradicional, por el control de su programación, es difícil hacer. Gracias al internet cualquiera puede realizar su programa ciberradiofónico, solo necesita una conexión a internet, un micrófono y una computadora.

La ciberradio trabaja tanto con imagen, escritura, audios y video; *Proyecto Radio MX* para las transmisiones de sus programas emplea la imagen que está representada en el flyer; trabaja con videos, que son utilizados para las entradas o introducciones de los programas o cortes promocionales y los archivos que los locutores necesitan para ilustrar su programa. Estos elementos que caracterizan a los medios de comunicación tradicionales, los toma la ciberradio y *Proyecto Radio MX* los utiliza para dar a los programas el toque de profesionalidad.

Actividad: Edición y creación de videos para campañas de marketing y cápsulas para patrocinadores.

Tarea realizada: Búsqueda de videos, edición y creación

Perfil del egresado: Aplicar los conocimientos teórico-conceptuales a la práctica profesional.

Proyecto Radio MX ocupa las características del video para su barra programática son los que emplean para los cortes promocionales y las entradas de cada programa. Esto hace que se vea atractivo para los cibernautas y es lo que Cebrián (2008) nos menciona que la ciberradio se nutre con nuevas formas de expresión.

La ciberradio acoge características de los medios de comunicación tradicionales y, como resultado de estas, tiene su propio modelo de comunicación, de hacer y producir radio. En la radio tradicional se sigue una línea editorial y es más estricto por su estructura, pero gracias a la ciberradio, cualquiera que tenga una computadora, una laptop y un micrófono, pueden producir un podcast o un programa e inclusive también pueden seguir una línea editorial.

Regresando a que la ciberradio recoge características del video, *Proyecto Radio MX* produce de forma creativa los videos cortinillas y promocionales, utilizando efectos de sonido, frases de películas populares (memes) puesto que: “La base de funcionamiento e implantación en la que ciberradio radica en la imaginación y creatividad de contenidos, tratamientos y ofertas de interés para los cibernautas”. (Cebrián, 2008, p.38) Esto responde a que la ciberradio diseña la programación dependiendo de los usuarios, y no como se hacía la radio tradicional.

La ciberradio permite también que los usuarios decidan qué ver, qué escuchar, a qué hora y en dónde; los programas están en la red y *Proyecto Radio MX* da a conocer su barra programática con los videos promocionales.

Estas ventajas que ofrece la ciberradio ha permitido que “*Proyecto Radio MX*” pueda dar esa oportunidad a personas que desean tener un programa, lo cual *Proyecto Radio Mx* “*Con Sentido Social*” coinciden a lo que dice Mariano Cebrián: “Los ciberradios privados buscan la

rentabilidad económica, pero también presta un servicio social; es más, son un fenómeno cultural.” (2008, p.37).

Lo que puedo decir al respecto, es que *Proyecto Radio MX* cumple perfectamente con lo ya mencionado, ya que ofrece un espacio con una cabina profesional, canales de transmisiones y mientras los locutores se encargan de desarrollar su contenido, Proyecto se dedica la parte Técnica-operacional.

- **Las TIC’S**

Las Tecnologías de la Información y de la comunicación (TIC’S) han transformado al ser humano y a los medios de comunicación, sobre a todo a los medios tradicionales como es el caso de la radio. Con la llegada de los dispositivos móviles y el internet, la radio tradicional o abierta tenía un aparato receptor llamado “Radio” que permite la recepción de las ondas *hertzianas*. El radio se encontraba en los hogares, en los automóviles y posteriormente la señal se recibía en los dispositivos móviles como es el caso del teléfono celular. En el caso de la ciberradio, (Radio en Internet) para poder escucharlos se necesita de los dispositivos móviles como el celular, tableta y la computadora conectados a la red.

La parte técnica-operacional de la emisora lleva a procesos y utiliza herramientas como la consola MXG10U de la marca Yamaha con 10 canales y los dos *softwares*: el *OBS Studios* (*Open Broadcaster Software*) y el *SAM Broadcaster* que se utilizan para las transmisiones y el desarrollo de los programas.

El “*OBS*” es un *Software* libre y de código abierto para grabación de video y transmisión en vivo. es una herramienta tecnológica que usan las cadenas de televisión, pero gracias a los cibermedios, es una herramienta para los que desean transmitir en vivo o una grabación de

un programa. Este *software* fue lanzado en 2012 con un código que permite capturas de fuente de video en tiempo real, utilización de multimedia y protocolo de vinculación con las redes socio-digitales para transmisión.

El *SAM Broadcaster* es un software que se dedica a la transmisión de archivos de audio que permite la organización, mezcladora, como si se trata de un “DJ” y una reproducción automática sin necesidad de estar al pendiente.

Algo importante para los cibermedios, y en especial para la ciberradio son los dispositivos móviles, ya que son esenciales para el caso de la App de *Proyecto Radio MX* este *software* *SAM Broadcaster* permite la transmisión en los dispositivos móviles.

Esta vinculación tecnológica de la radio con los dispositivos móviles se da, porque de acuerdo con Cebrián:

La vinculación de la telefonía móvil con la ciberradio proviene de dos direcciones. Por un lado, por la incorporación de equipos con capacidad para captar emisoras tradicionales como cualquier terminal. Por otro lado, por la opción de acceso directo a la ciberradio desde los propios terminales móviles que incorporan esta capacidad, especialmente los de tercera generación o 3G. (2008, p.246)

La radio tradicional se dio cuenta de esta oportunidad de esta tecnología que según y vuelvo a citar a Cebrián:

Gracias a esta tecnología (Universal Mobile Telecommunications System), [...] somos capaces de incorporar, además del servicio de voz y de las capacidades del GRPS (General Packet Service), funcionalidades y aplicaciones que requieren de mayor ancho de banda (mayor capacidad), como son las nuevas aplicaciones IP y multimedia para móviles

(video-telefonía, video/conferencia, etc.) [...] (Cebrián Herreros, 2007 citado en Cebrián, 2008, p.245)

Gracias a estos sistemas disfrutamos de los servicios de un teléfono celular. En el caso de la ciberradio, utiliza los dispositivos móviles para que los usuarios escuchen su programación conectada a la red en cualquier lugar, sin la necesidad de estar en un solo lugar, esto gracias a las aplicaciones creadas para la emisora y en el caso de Proyecto Radio MX con su App ofrece a los internautas su programación.

Cabe recalcar, que, aparte de la transmisión de la programación por medio de la App y de las redes sociales, se puede disfrutar de los programas en las plataformas importantes de podcast, ya mencionadas con anterioridad.

Actividad: Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*

Tarea realizada: Proceso dentro de los programas

Perfil del egresado: Reflexionar y actuar en situaciones que desafíen al estudiante en el ejercicio de la comunicación.

Dentro del proceso de la producción de los programas de *Proyecto Radio MX* la convivencia entre el operador, locutor e invitados debe ser profesional, tanto del operador como el locutor (titular del programa). La comunicación es importante para el funcionamiento de la emisora y de los programas, para ello ¿Qué es la comunicación? Para poder entender y responder esta pregunta Shutz menciona que la comunicación:

...el medio por el cual los sujetos superan su experiencia de la trascendencia de los otros, especialmente sus experiencias del mundo. Por este medio de signos, el proceso comunicativo permite a los sujetos ser conscientes de los pensamientos de los otros. (Rizo, 2006, p.27).

Es, decir, que es el medio, a través del cual el ser humano se expresa, conoce a su entorno, socializa y comunica sus anhelos, sueños, etc.

“Para comprender de mejor manera el proceso comunicativo, retomaremos los elementos del hecho discursivo y las funciones del lenguaje propuestas por Jakobson:

El emisor-mensaje-canal-receptor dada por el psicólogo Jakobson; es importante poner en claro que estamos bajo el lente del acto de comunicación verbal (= acto del hablante) y hay seis factores fundamentales que deben estar presentes para que este pueda realizarse:

Locutor (hablante, codificador, eminente, poeta, autor, narrador)

Alocutario (decodificador, oyente, destinatario, lector, interprete)

Código (sistema, lenguaje)

Mensaje (parole (...), el discurso dado, el texto)

Contexto (estética)

Contacto (“un canal físico y una conexión psicológica entre el hablante y el destinatario)

(Jakobson, 1985, p.196)

Estos seis elementos están presentes en el proceso comunicativo, en el modelo comunicativo que es el emisor-mensaje-el canal-receptor, este proceso funciona que tanto el locutor alocutario, para poder interpretar el mensaje deben tener el mismo código (idioma), tener un contexto (cultura, formas simbólicas, sucesos) y un canal donde se lleve a cabo la comunicación.

Otra respuesta a la pregunta acerca de la comunicación apunta que para Marta Rizo la comunicación es: “La capacidad [...] para utilizar señales [...] las primeras requieren la presencia

del sujeto [...] la segunda, se refieren a algo ajeno o no presente” (Rizo, 2018, p.17) por lo cual, todo ser humano tiene esta oportunidad de utilizar signos y señales, lo que se puede relacionar con el proceso de producción de los programas con los movimientos de la mano para indicar que ya pueden iniciar hablar. Este movimiento corporal con la mano y dedos se le conoce como comunicación no verbal que más adelante explicaré.

- **Las funciones lingüísticas (comunicación)**

El intercambio de ideas con los locutores y el productor es algo que nos menciona José Gómez que: “No se trata solamente de transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones, tanto de un lado (emisor), como del otro (receptor). Para que se logre la comunicación entre dos personas, se tiene que dar un intercambio mutuo.” (2016, p.5) En el proceso comunicativo, el objetivo es intercambiar información, dicho intercambio tiene varios factores de interpretación:

(...) corresponden a estos seis factores seis funciones principales, cada una de las cuales asume una orientación dentro del mensaje verbal hacia uno de los factores:

- 1) Emotiva (Expresiva)
- 2) Conativa (apelativa)
- 3) Metalingual (metalingüística, “glosante”)
- 4) Poética (estética)
- 5) Referencial (cognoscitiva, denotativa, ideativa)
- 6) Fática

(Jakobson, 1985, p.196)

Estas funciones lingüísticas se presentan dentro del proceso comunicativo. En la interpretación, la emisión del mensaje se da la función emotiva; es aquí donde el mensaje detona emoción. El mensaje puede estar cargado de alguna emoción: alegría, tristeza, enojo, frustración, etc. Aquí las formas simbólicas están presentes.

Una forma que se muestra la forma emotiva es una buena comunicación con los locutores o invitados de los programas de *Proyecto Radio MX* puede ser esencial para un excelente trabajo; las indicaciones que se les hace a los locutores, antes de iniciar, es darle acceso a la cabina, abriendo la puerta, dándole la bienvenida y haciendo preguntas como ¿Cuál va a ser tu tema? Cuando no responden al mensaje de *WhatsApp*. Cuando el programa es nuevo, y es la primera transmisión, se le menciona que se hacen las señales (lenguaje kinésico) para indicar los cortes promocionales y cuando se termina su tiempo.

La función connotativa trata de que: “El mensaje se emite para provocar una reacción en quien lo recibe, de lo contrario, no se considera efectivo” (Vargas, 2015, p.147) Un ejemplo de ello es cuando iniciaba una emisión utilizaba esta frase “Prevenidos, vamos a comenzar” y en los finales de los cortes promocionales se les indicaba a los locutores: “Prevenidos, vamos a regresar” estas dos frases eran para que estuvieran pendientes, en el momento de regresar del corte o de empezar el programa.

Otra función que se utiliza en la producción es la referencial, que: “consiste precisamente en este decir algo sobre las cosas, en hacer referencia mediante el mensaje al mundo de los objetos y sus relaciones” (Ávila, 1995, p.60). Esto se hacía cuando el locutor era su primera vez en una cabina y su primera emisión de su programa. Se menciona el lugar, las indicaciones que se daban y de los movimientos corporales que se realizaban.

La función metalingüística trata de entender al lenguaje y Vargas (2015) nos comenta que, para alcanzar la codificación efectiva del mensaje, se debe tener un mismo código e idioma. Es, decir, que para comprender el mensaje tenemos que conocer los códigos y los signos. Ávila (1995) nos indica que también esta función requiere una reflexión sobre la lengua y cómo la empleamos. Con la interacción con los locutores, es necesario reflexionar que términos se debían emplear cuando se excedían del tiempo establecido en cabina, sin llegar a ser descortés, al considerar que el mensaje se transmita de manera apropiada.

Todas las funciones lingüísticas están presentes en la comunicación: la connotativa, referencial, emotiva, metalingüística, fática y poética. Estas se emplean en el proceso comunicativo, tanto en la comunicación verbal y en la no verbal, la interpretación está condicionada por las formas simbólicas (el pensamiento) el conocimiento de la lengua, códigos y signos.

- **Comunicación no verbal**

En el proceso comunicativo, además de los factores y de las funciones del lenguaje, los movimientos corporales o gestos son elementos que comunican; por ejemplo, en las actividades en *Proyecto Radio MX*, los movimientos con la mano derecha, se utilizaban para comunicar a los locutores indicaciones. Cuando finalizaba la video-cortinilla vine el intro musical que indica que ya pueden iniciar el corte promocional y pasar la finalización del programa.

Antes de relacionar la comunicación no verbal con las actividades en las prácticas en la parte de la producción, me gustaría hablar sobre lo que es la comunicación no verbal y cómo

podemos entender esta compleja forma comunicativa, puesto que es algo que realizamos cotidianamente.

La comunicación no verbal está en todo momento que nos relacionamos con las demás personas; al momento de hablar, movemos los brazos, las manos, hacemos gestos y señalamos un objeto o a una persona. También la comunicación no verbal está en nuestra vestimenta.

Es lo que nos dice Picard: “Los factores no verbales interactúan a menudo con la palabra, pero pueden también, en ciertos casos, constituir por ellos solos., el acto de la comunicación.” (1992, p.143) Si recordamos que la comunicación de acuerdo Marta Rizo (2018) es el canal donde conocemos los pensamientos de los demás; por lo tanto, la forma de hablar, vestir, moverse, los gestos en el rostro y movimientos corporales; pueden ser entendidos sin necesidad de las palabras.

Estas acciones parten de las formas simbólicas, esto sucede cuando el individuo pertenece a un grupo: [...] un individuo es miembro de una comunidad lingüística y social por cuanto posee la competencia comunicativa, a saber, la capacidad de emitir y captar mensajes [...] sino también [...] habilidades extralingüísticas correlativas, que son sociales (Marc, 1992, p. 19) Al ser miembro de una comunidad, grupo o sociedad la interpretación depende de los códigos y formas simbólicas interpuestas en la mente del individuo.

La comunicación no verbal es entendida por el individuo por los códigos lingüísticos, sociales y culturales del grupo al que pertenezca, pero, a la vez, no depende de ciertos movimientos. Estos se pueden interpretar sin importar las formas simbólicas condicionadas

por el lugar. Cuando hablamos de la comunicación no verbal, nos referimos a que esta acción efectúa varios tipos de significantes, como el índice, los símbolos y los signos.

En el primer significante, que es el índice, menciona que tiene un valor meramente expresivo más que comunicativo Picard, (1991) es decir, que muestra un estado emocional o afectivo, como parte de la interacción; se puede reflejar en las posturas, gestos y mímica, mostrando la naturaleza y cualidades de la emisión. Marc. E menciona que: “La cara es la zona privilegiada de las manifestaciones afectivas siendo la mirada y la boca las zonas más expresadas” (Picard, 1991a) Esto puede identificar y otorgar un significado al momento de la interacción.

Las actitudes corporales son identificadas como el estado emocional interno de una persona; muestran una interacción más amplia con sujetos que se encuentran interactuando. Es importante mencionar, que en esta parte de la comunicación verbal y no verbal son esenciales para la transmisión o transferencia de información, puesto que van intercalándose con los gestos faciales y movimientos corporales, es decir, que los sujetos estarán interactuando con lo que escuchen y con lo que ven. Así mismo sucede cuando los sujetos son pareja o familia (los abrazos, tomarse de las manos, etc.) dan índice de que hay una relación que les entrelaza o interrelaciona.

Las acciones anteriores emiten un mensaje sin necesidad de hablar; estos índices de la comunicación no verbal, como lo mencionó anteriormente Picard (1991) comenta que cualquier puede interpretar el mensaje sin necesidad de conocer o tener los mismos códigos puede ser de agrado o desagrado, lo que ocasiona una reacción positiva o negativa; también nos dice que: “...los indicios corporales puede ser un proceso [...] de identificación e interpretación...” (Picard, 1991, p.145) Es, decir, todo absolutamente es interpretativo. Si mentimos o decimos la verdad nuestro cuerpo nos revela la verdadera intención.

El segundo significante de la comunicación no verbal es el símbolo. Este es meramente codificación cultural e importancia comunicativa. El significado y el significante no son dos conceptos que se relacionen entre sí; tampoco es una relación de efecto-causa, sino es una relación analógica e imaginativa (Picard, 1991) Es decir, que, a diferencia del índice que es interpretar un estado de ánimo, emocional o afectivo y que cualquiera puede codificar.

Aquí podemos saber de acuerdo a Marc que: “El comportamiento simbólico puede ser la reproducción mimética y voluntaria de una expresión de indicio [...] Puede constituir en un gesto en el que el movimiento describe analógicamente una figura o una idea...” (Picard, 1991c) Estas expresiones podemos observarlas cuando sacamos la lengua, moviendo los labios, y/o cuando damos un mensaje de algo que nos agrada o nos desagrada.

Con nuestros gestos, movimientos corporales y postura estamos ilustrando un lugar, la forma de un objeto o cantidad y se puede decir que es un símbolo cinético; un ejemplo de ello, es el maquillaje que resalta la feminidad o nuestro comportamiento partiendo de las formas simbólicas, Marc dice al respecto: “... muestra un aprendizaje y puede, por consiguiente, diferir según las culturas y los grupos sociales” (Picard,1991d) por su parte Thompson expresa:

...también es una cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos, y de sujetos que se expresan por medio de éstos y buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante la interpretación de las expresiones que producen y reciben. (2002, p. 183)

Podemos entender que la comunicación es el intercambio de información entre el emisor-receptor y viceversa; la comunicación no verbal fortalece al proceso comunicativo, puesto que las acciones se pueden interpretar.

Siguiendo con el segundo significante que es el símbolo de la comunicación no verbal. Cada sociedad, grupo o comunidad establece sus formas de vestir, comportarse y establece valores; Marc. E lo nombra como “porte”, “...puede parecer como una forma de comportamiento simbólico” (Picard 1991e) Es decir, que, para interpretar la información, es necesario pertenecer a una comunidad o sociedad.

El tercer significante es de los signos; signos corporales, los cuales actúan como los signos lingüísticos que tiene la finalidad de comunicar, porque: “...permiten suponer la existencia de un código común entre los interactuantes. Se puede distinguir dos categorías de signos no verbales: los que tienen un origen en el indicio y los que tienen un origen simbólico.” (Picard, 1991 p. 145-146) En consecuencia, los movimientos corporales, gestos faciales, posturas, vestimenta y el comportamiento emiten un mensaje, este mensaje; es interpretado por el receptor.

Entendiendo lo que es la comunicación no verbal y como parte del proceso comunicativo, es necesario recalcar que el movimiento de mano en el conteo regresivo de cinco al dos; es una indicación con movimientos que significa que el programa está al aire, es un término utilizado en las producciones de radio y televisión e inclusive en el cine.

Este movimiento se empieza alzando la mano, colocándola en la mirada de los locutores y cada dedo representa un número; cada que se baja un dedo es un numero menos, este movimiento lo identifican los locutores. El movimiento es contando en cuenta regresiva del cinco al uno; cuando está en el dos, ya que se encuentren abiertos los micrófonos, el movimiento de muñeca es de atrás para adelante (cue) e indicando al locutor que ya puede empezar a hablar y que el programa ya está en vivo.

Al ser encargado de la producción de los programas, el reto es mantener una buena comunicación, control tanto del tiempo y saber cómo resolver situaciones que se vayan suscitando dentro del transcurso del programa dentro o fuera de este; mantener un orden para que el programa pueda fluir sin percances y que todo salga a la perfección. Es necesario entender bien el manejo del proceso comunicativo. Una buena comunicación es entender bien el manejo de las funciones lingüísticas, determinar qué palabras y qué movimientos corporales manejar, para evitar malas interpretaciones.

Actividad: Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*

Tarea realizada: Contenido y descripción de los programas

Perfil del egresado: Adquirir el conocimiento fundamental de los códigos, técnicas del lenguaje sonoro para desempeñarse como comunicador en los medios de difusión masiva.

- **Géneros ciberradiofónico**

Los programas de *Proyecto Radio MX* son temas muy variados; cada tema o contenido es responsabilidad de los locutores quienes muestran su forma de ver la realidad y comparten sus saberes con los ciber-escuchas. Los programas presentan cibergéneros tomados de los géneros radiofónicos de la radio tradicional.

Los géneros radiofónicos son conocidos como la charla, el noticiario, la nota o crónica, la entrevista informativa, la entrevista indagatoria, el radio-periódico, entre otros géneros. La ciberradio toma estos géneros de la radio tradicional y los hace propios creando sus propios, formatos ciberradiofónico. Como lo que nos menciona Cebrían: La ciberradio asume en gran parte los géneros tradicionales de la radio, pero las somete a tales cambios que cobran otras dimensiones, amplían su campo de acción e incluso se generan otros nuevos (2008, p.84)

Los formatos o géneros de la ciberradio están condicionados a la personalidad del locutor y a la forma de ver la realidad: “Cada autor los explota según su personalidad con las innovaciones que considere oportunas hasta llegar a crear otros.” (Cebrián, 2008, p.85)

Al momento de compartir los conocimientos, también comunica su forma de pensar, de ver la realidad (Las formas simbólicas) cada titular de los programas comunica, expresa lo que uno considera correcto.

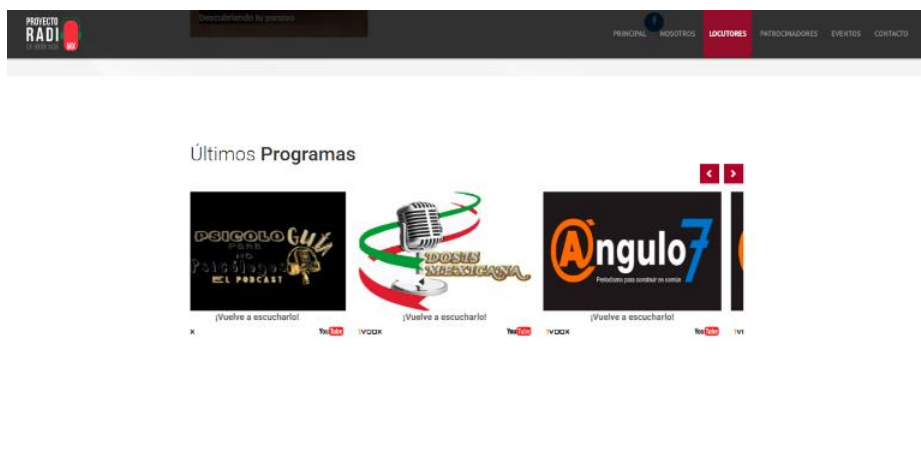
Una de las características que comparte con la ciberradio, o es algo que llama la atención, es que en los cibergéneros tienen una vinculación con el internet; emplea la multimedia como recurso, al igual los hipertextos y la interactividad. “Los géneros ciberradiofónico se caracteriza por una concepción multimedia peculiar y por la entrada de los tres elementos expresivos claves de internet: capacidad de navegación, *hipertextualidad-hipermedialidad* e interactividad” (Cebrián, 2008, p. 86)

Proyecto Radio MX en la parte de producción de los programas, utiliza *Baners*, Patrocinio de información (cortes promocionales) integración de enlaces como lo mencionamos anteriormente y, por último, los modelos interactivos.

Los *baners* es en donde podemos ver el nombre del programa, los nombres de los locutores y el tema a tratar; en el caso de patrocinio, la información se puede ver en la página web de *Proyecto Radio MX*. Los cortes son donde los programas se promocionan, informando al público la barra de contenido que la ciberradio ofrece, la integración de enlaces; lo podemos ver en la página web.



(Captura de una transmisión: Proyecto Radio MX:
<https://www.facebook.com/share/v/151Mz2dYPhh/>)



(Captura de la página web de Proyecto Radio MX: <https://www.proyectoradiomx.com/>)

Los modelos interactivos se caracterizan por la participación de los escuchas, en los programas de *Proyecto Radio MX* participan dejando comentarios en las transmisiones en *Facebook*, *Youtube* y en el número de *WhatsApp*. Se menciona “escuchas” porque participan en las emisiones y “oyentes” son los que solo escuchan y no participan.

La ciberradio tiene sus propios cibergéneros, partiendo de los géneros de los formatos de la radio tradicional, cada programa que ofrece *Proyecto Radio MX* parte de esta característica. Cada locutor muestra su personalidad, como lo menciona Cebrián en esta cita: “Los géneros son manifestaciones de las actitudes de los usuarios y en particular de sus creadores respecto de la manera de abordar la realidad y así son reconocidos por los oyentes en el caso de la radio.” (2008, p.83) Es decir, que tanto los usuarios y los locutores muestran su forma de ver la realidad, cuando se presenta una forma de las formas simbólicas que comparten.

Como es el caso de los programas: *Potencial 360*, *Somos Expansión*, *Bianca-TipsMX*, *Psicología para no psicólogos*, *Reconectando al amor*, *La Sociedad Moderna*, *Victoria Salón*, entre otros; expresan una forma de ver la realidad, mostrando esa vinculación de los géneros de la radio tradicional con los cibergéneros.

Estos géneros no se cierran a nada: “Los géneros sirven para establecer narraciones con plena libertad y por lo tanto, no suponen nunca una concepción cerrada.” (Cebrián, 2008, p.85)

Estos programas que comparten conocimientos a partir de sus formas simbólicas son: “...como modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por el emisor y la interpretación de sus mensajes por el receptor.” (Suasana herrera, N° 3 citado por Cebrián, 2008)

Uno de los cibergéneros presentes en *Proyecto Radio MX* es la cibernoticia y los programas que se puede considerar son: “*PulsoSaludable*” y “*Ángulo 7*” programas en formato de noticias; el primero es de noticias acerca de la salud, trabajos que el Gobierno Federal realiza y, el segundo programa incluye noticias exclusivamente del Estado de Puebla, ambas utilizan entrevistas vía *zoom* o presencial; cada uno tiene su página *web* o sus redes socio-digitales.

Estos programas son considerados como ciberneticias y estos: “...mantienen la concepción del género noticia de la radio tradicional. No obstante, ha introducido variantes importantes en su organización y oferta, así como en su presentación en la web correspondiente...” (Cebrián, 2008, p.91) Tanto, *PulsoSaludable* como *Ángulo 7* presentan una integración en sus redes socio-digitales, páginas web, las noticias al día, con las ventajas de que cualquier día puede leer la nota periodística en sus respectivas páginas y en las transmisiones de *Proyecto radio MX*.

Los de géneros musicales son: *Dosis mexicana*, *El Ritual del Viernes*, *Voces de Luna*, *La Ley de Atracción MX*. El contenido de *Dosis Mexicana* es acerca de la música en vivo, con artistas independientes, principalmente con el género musical ranchero y mexicano. Intercala el formato de entrevista y modelos de interactividad e interactividad musical.

El ritual del Viernes está enfocado en las obras de teatro, con entrevistas, cápsulas, es una radio-revista, ya que presenta diferentes cápsulas, utilizando multimedia para dar un dinamismo en su programa ciberradiofónico.

Voces de luna se divide en dos bloques, el primer bloque; se abordan temas místicos y cosas ocultas; el segundo bloque, música urbana con invitados y entrevistas. Esta combinación de géneros es la que la ciberradio retoma y hace nuevas características de los cibergéneros, combinando dos formatos. Los ciberradios permiten esta vinculación entre la radio tradicional con el internet.

En los géneros de diálogo, testimoniales se encuentran: *Reconectando con el amor*, *Somos Expansión*, *Psicología para no psicólogos*, *Victoria Salón*, *Potencial 360°*, *El Culto Sagrado a la Santa Muerte*, *BiancaTipsMX* y *La Sociedad Moderna*; su contenido es holístico, mejoramiento de estilo de vida y forma de pensar.

Los programas de *Proyecto Radio MX*: “...sigue empleando los géneros tradicionales de la radio en todas sus variantes. Los adopta a los procesos examinados anteriormente y, además, les da una apertura a las dimensiones propias de internet” (Cebrián, 2008, p. 90)

Actividad: Diseño de planes estratégicos de modernización e innovación que permitan impulsar e implementar tecnologías de la información y comunicación que cubran las necesidades técnico-operativas del Sistema.

Tarea realizada: Diseño de creación de un guion para promocionar los audiolibros

Perfil del egresado: La habilidad de diseñar, planear y desarrollar programas en comunicación y cultura para diferentes ámbitos sociales.

El diseño de un programa de radio, de un podcast e inclusive de un audiolibro tiene que ver con la planeación, organización y, para lograr resultados, deben pensar en estas preguntas ¿Qué es lo que voy a comunicar? ¿Cuál es el público? ¿Cómo lo voy hacer?

Debemos pensar en todos los elementos que utilizaremos en el desarrollo de un programa, de un podcast o cualquier trabajo. Se necesita saber las necesidades del cliente y, de ahí, partir para la planeación del producto, que, en este caso, es la producción de los audiolibros.

Los elementos del lenguaje radiofónico sirven para la creación de un programa y el guion, es un elemento importante; es la guía de los locutores que deben seguir; los elementos del lenguaje de la radio son: voz, música, efectos de sonido (SFX'S) y el silencio.

Este es un ejemplo de un guion que diseñé en Proyecto Radio MX:

EMISORA:

VOCES:

TÍTULO:

GUIONISTA:

SERIE:

MUSICALIZADOR:

DÍA DE GRABACIÓN:

OPERADOR:

DÍA DE TRANSMISIÓN:

ASISTENTE:

DURACIÓN:

PRODUCTOR:

*****BLOQUE 1*****

1

2 Locutor: Te gustaría transformar tu material literario en un audiolibro y
3. publicarlo en las principales plataformas digitales? ¡Proyecto Radio
4 Mx y Audiolibro Consentido tienen una propuesta para ti!, nos
5 encargamos de la grabación, edición, producción y publicación de tu
6 audilibro. Súmate a las nuevas tendencias, permítenos darles voz a
7 esas grandes historias y compartir con más personas tu talento

8

Debemos tener claro los elementos del lenguaje de la radio, puesto que en la radio el elemento principal es el audio y no hay algo visual que refuerce; por lo tanto, se debe esforzar en crear el ambiente, una atmósfera, para que el escucha pueda imaginar la situación, es como lo menciona la revista Programa ComunicAccion: “La radio [...] se basan en la expresión oral. Por tanto, hay que escribir para el oído y no para la vista.” (Sin Año, p.01) Por eso, al momento de

escribir un guion debemos tomar en cuenta el resultado final, pensar e imaginarnos como se escucharía y como nos gustaría; también debemos pensar en cómo utilizar el lenguaje radiofónico para lograr cumplir el objetivo del cliente. La creatividad es fundamental para la creación de guiones y poder transportar a la audiencia a lugares, momentos, situaciones o simplemente hacerlos sentir emociones.

El guion es aquel escrito literario que se utiliza para indicar al operador, musicalizador, locutores y conductores de las actividades o dichos que tiene que decir, hacer y el lenguaje radiofónico que debe utilizar.: “El guion radiofónico es la herramienta que permite planificar un programa radiofónico, a la vez que permite tener un registro de todo el material sonoro que será necesario para la realización de dicho programa.” (Lugo, S.A, p.1)

La voz que es la locución, es el arte de hablar. Como lo menciona Garzón: “La voz humana, la música y los ruidos tienen una especial capacidad para transmitir conceptos, despertar emociones, crear imágenes mentales nuevas o reproducir otras ya vividas anteriormente.” (2001.p.98) Para un buen diseño de un programa de radio o inclusive el audiolibro, es necesario manejar o manipular el lenguaje radiofónico,

- **La cultura**

Dentro del proceso comunicativo, la cultura es un factor que tiene un papel esencial en el intercambio de información y en la interpretación de la misma; ambos sujetos que se comunican pertenecen a un grupo social y, por lo tanto, una cultura.

Partiendo de esto, la cultura es importante en la comunicación ya que el mensaje o información está cargada o condicionada al lugar (país), espacio (donde se desarrolla) y vivencias (formas simbólicas).

Es importante retomar este concepto, puesto que la comunicación y la cultura, no pueden existir una sin la otra:

... una cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos, y de sujetos que se expresan por medio de estos y buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante a interpretación de las expresiones que producen y reciben (Thompson 2006, p.183)

El proceso comunicativo son acciones asociadas con el hecho de enviar un mensaje y este mensaje se puede llevar a cabo con símbolos, significados, gestos, movimientos corporales, palabras, utilizando imágenes, sonidos, sensaciones y todos los recursos que se tengan. La interpretación del proceso comunicativo se da a partir de las formas simbólicas del emisor y del grupo o sociedad a la que pertenece.

La cultura se define como: “conjuntos diversos de valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos y prácticas característicos de una sociedad particular o de un periodo histórico.” (Thompson, 2006, p.184) Toda sociedad, grupo o comunidad tienen estos conjuntos, que a la misma vez son intercambiados y en la interpretación está el significado y significante.

En “*Proyecto Radio MX*” puedo observar que la cultura está presente en todos los programas, que los conductores ofrecen a su audiencia. A continuación, describiré tres programas que tuve la oportunidad de producir, para ejemplificar cómo se relaciona con la cultura. Antes de seguir, cabe aclarar que anteriormente describí los programas para detallar el cibergénero; en esta ocasión, describiré los programas para relacionarlos con la categoría de la cultura.

Potencial 360° se transmite los lunes a las 17:00 horas con temas como: holísticos, leyendas, historia y psicológicos. Donde uno de los temas principales que abordan es el de los ángeles,

sus rangos y las funciones; también los temas que sobresalían eran las historias o leyendas. Uno de los temas comúnmente de Proyecto Radio MX y de que la mayoría de los programas abordan, es el holístico:

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, la palabra "Holístico" pertenece o se refiere al holismo, una doctrina que promueve la concepción de cada realidad como un todo, distinto de la suma de las partes que lo componen. (Organización de las Naciones Unidas Biblioteca [CEPAL] 2025)

El mensaje está condicionado por las formas simbólicas:

...son expresiones de un sujeto y para un sujeto (o sujetos). [...] las formas simbólicas son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que, al producirlas o emplearlas, persigue ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que <<quiere decir>>, o se propone, con y mediante expresarse para un sujeto o sujetos quienes, al recibir e interpretar la forma simbólica, la perciben como la expresión de un sujeto como un mensaje que se debe comprender. (Thompson, 2006, p.206)

Lo anterior permite que los locutores difundan la información a su audiencia y sea la misma audiencia la que interpreta el mensaje partiendo de los factores de su propia cultura. Los temas que abordan en el programa *Potencial 360°* son sobre los ángeles, que es un tema espiritual y cómo esta información puede cambiar o transformar la vida y mejorarla.

En este programa se puede observar que la carga cultural. Es importante mencionar cada programa tiene su audiencia, en otras palabras, un grupo social al que le interesa y con quien comparten el conjunto de valores, creencias y opiniones.

En *Potencial 360°* su locución es amable, alegre, con una intención de hacer ameno el programa, al analizar la intención de la locución de los conductores, se puede interpretar su cultura, su forma comunicativa.

Somos Expansión, conducido por tres mujeres, abordaban temas de psicología, superación personal y el poder de la mente. El público generalmente son mujeres, tenía un formato de charla.

Uno de los detalles de la cultura y de la comunicación es: “La inserción de las formas simbólicas en los contextos sociales implica que, además de ser expresiones de un sujeto, estas formas son producidas generalmente por agentes situados en un contexto sociohistórico específico y dotados de recursos” (Thompson, 2006, p.217) Es, decir, que las expresiones dichas por las conductoras de este programa tenían el propósito de cambiar los ámbitos de pensar, vivir y de accionar de la audiencia.

En “*El Culto sagrado a la santa muerte*” conducido por un Guía espiritual, el tema que presenta es la creencia en la santa muerte y aborda el significado de los objetos y cómo vivir esta creencia.

De acuerdo Thompson (2006); la cultura es el conjunto de creencias, diversos valores y hábitos, se puede entender que el conductor comunica su forma de ver la realidad la cual las comparte a través de este programa.

Algo que me llama la atención de este programa es el significado que le dan a los objetos, por lo que dice Thompson: Los individuos que las producen y reciben pueden asignar diferentes grados de valor simbólico a las formas simbólicas, de tal manera que un objeto elogiado por algunos

puede ser denunciado o despreciados por otro. (2006, p.230) Es posible no le den el significado que espera el locutor, pero otros si, se le darán.

Actividad: Realización de actividades de *Community Manager* para la difusión de la estación y sus programas.

Tareas realizadas: Publicaciones de fotos, historias, *reels* y contestar mensajes en las redes socio-digitales.

Perfil del egresado: Adquirir el conocimiento fundamental de los códigos, técnicas del lenguaje para desempeñar como comunicador en los medios de difusión masiva.

- **Interacción social**

La interacción social va más allá del proceso comunicativo; más que un intercambio de información es una vinculación entre los sujetos. La sociedad construye, produce y difunde las formas simbólicas que transmiten la cultura de generación a generación.

La sociedad está organizada por pequeños grupos y organizaciones en que las formas simbólicas y el proceso comunicativo pueden cambiar ya que, estas interacciones son: “...aquellas que emergen en la medida que establecemos vínculos y enlaces con otras personas” (Perilla, 2009, p.148), la forma comunicativa entre individuos se va alineando a un interés en común, cuando se crea vínculos y un enlace con los demás.

Hay tres estructuras de la interacción social y una de ellas es el sentido-significación. La significación es la: “...lingüística explícita de los enunciados que lo componen” (Picard, 1992, p.41) es, decir, que en el proceso de intercambio de información el significado de lo que quieren transmitir está claramente expresada en el mensaje.

En el aspecto del sentido, también está explícita, el receptor designa el mensaje a una magnitud y es lo que nos dice Picard: “...se puede designar esta dimensión al mensaje” (1992, p.41).

Cuando nos comunicamos manejamos el sentido, cuando se envía el mensaje y el receptor le da un significado, le da una dimensión, estas dos formas del mensaje lo utilizamos al momento de la interacción.

La segunda estructura de la interacción es el contenido-relación; lo podemos ver en el intercambio de información: “Todo mensaje transmite, en principio, un contenido.” (Picard, 1992, p.41). En otras, palabras el mensaje va enfocado a un suceso, momento en el que tanto el emisor y el receptor estén relacionados; esto sucede con los sujetos que tienen una relación como familiares, amigos o incluso locutor-operador.

En el proceso comunicativo, uno de los factores importantes es el lugar, para la interacción también lo es; el lugar es el espacio, donde sucede la interacción. Un ejemplo es en la cabina de *Proyecto Radio MX* que, junto con los micrófonos, Picard (1992) menciona que dan identidad circunstancial a los locutores.



(Fotografía: Daniel González)

Esta estructura da al locutor o al emisor un papel, un status, un rol importante en los programas. Entonces la interacción social tiene una estructura: sentido-significante, contenido-relación y la relación del lugar; esta estructura se encuentra presente en todo ámbito del proceso comunicativo y de una sociedad o grupo.

- **La interacción en las redes socio-digitales**

Teniendo en claro la estructura de la interacción social, es necesario mencionar que la interacción revolucionó con la llegada de las TIC'S y la del internet. En la actualidad un gran número de personas cuentan con un dispositivo móvil y cuentas de redes socio-digitales; de ahí su importancia para la interacción.

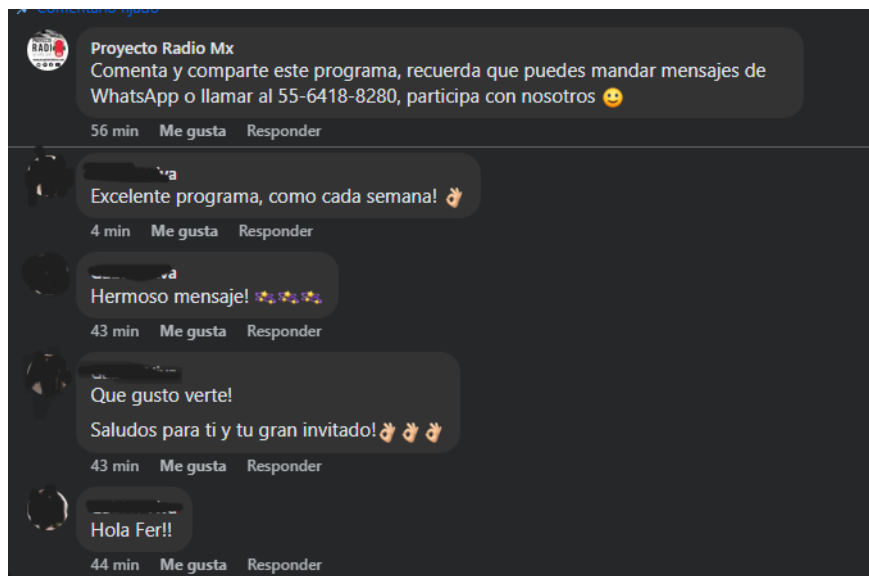
Las redes socio-digitales son canales de interacción: “Se conoce con el nombre de «redes sociales» a los sitios web que se proponen facilitar la generación de grupos, comunidades o espacios de intercambio entre las y los usuarios.” (Lamas, 2011, p.42), en otras palabras, las redes socio-digitales crean una sociedad dentro del ciberespacio en donde hay un intercambio de información.

Esta comunidad en el ciberespacio interactúa a partir de un sentido común e intereses comunes a través de los correos electrónicos, los foros, los chats, las páginas web y las redes socio-digitales. Al mismo tiempo la interacción está en las TIC'S a través de los dispositivos móviles, en llamadas telefónicas, videollamadas de aplicaciones como *Zoom Market*, y *WhatsApp*. Son en las TIC'S y los servicios de internet donde esta comunidad participa.

Así como la sociedad se organiza en grupos pequeños o grandes, en el ciberespacio también se reúnen como comunidad; ya no es un lugar físico, sino con dispositivo móvil, una laptop o computadora y como dice Cebrián:

Son grupos que mantienen cierta afinidad por cualquier circunstancia: profesional, científica, territorial, de aficiones, de amistad. Se fundamentan en las redes sociales y abarcan las listas de distribución, los chats, los blogs y otras variantes en las que se concentran diversas personas. (2008, p.152)

Esta comunidad en el ciberespacio utiliza los servicios del internet, como lugar de reunión, interactuando con otros cibernautas, rompiendo barreras de espacio-lugar; de acuerdo a Perilla nos dice que: “Las redes dan cuenta de la manera como se establecen las relaciones sociales, las cuales corresponden a un entramado de acciones, significados y emociones entre sujetos individuales y colectivos.” (2009, p.150)



(Captura de pantalla de los comentarios)

Proyecto Radio MX utiliza las redes socio-digitales para poder interactuar con los internautas, también usa su sitio web; a la misma vez pueden interactuar por medio de llamadas o mensajes instantáneos. Los cibermedios posibilitan estas acciones, como lo dice Cebrián “...se abren también a procesos interactivos en los que se otorga otro papel a sus seguidores mediante

la incorporación de comentarios...” (2009, p.18). Esta es la interacción que se da en una ciberradio con los usuarios.

En los programas como *Dosis Mexicana* y *Potencial 360°* es donde más interacción existe; se puede observar esta comunidad que se crea por un interés común o que comparten las mismas formas simbólicas. Las interacciones de los programas mencionados sucedían en *Facebook* y pocas veces en *YouTube*.

En *Dosis Mexicana* se presentan cantantes independientes, entrevistas sobre la música regional mexicana; el estilo de conducción es muy agradable y animosa. En cuanto, a las interacciones en las redes socio-digitales con la locutora, Paloma Viajera leía los comentarios que los usuarios escribían, enviando saludos o haciendo preguntas. En *Potencial 360°* sucedía lo mismo con los comentarios; se leían en vivo y mandaban saludos.



(Captura de pantalla de la cuenta de Instagram de Proyecto Radio MX/ Historia)

Otra forma de interacción de “*Proyecto Radio MX*” es por medio de *Instagram*, donde se publican las fotografías de los programas e historias para difundir la barra programática. Esta interacción responde a la necesidad de difundir los programas y crear contenido.

- **Podcast y el audiolibro**

Otra actividad que realiza *Proyecto Radio MX* además de facilitar un espacio donde difundir el conocimiento de los locutores, es la producción, postproducción y la publicación de podcast en las plataformas principales: *Ivoxx*, *Spotify*, *Apple music* y *Amazón music*.

Hay que aclarar, que *Proyecto Radio MX* monta los programas de su barra programática en las plataformas de podcast y así crea contenido en estos. Por otra parte, ofrece un servicio a todo aquel que desee tener un podcast y *Proyecto Radio MX* tiene el mismo sistema, como lo hace con los programas, solo que esta vez se publican en las cuentas de los clientes.

El podcast es un producto nacido de la vinculación de la radio tradicional y el internet; en otras palabras, es un producto surgido de la ciberradio, una extensión que permite escuchar el contenido del podcast en cualquier lugar. La palabra podcast fue utilizado por primera vez por un periodista inglés en una revista titulada: “*The Guardian*” el 12 de febrero del 2004 apareció por primera vez la palabra podcasting, (Cebrián, 2008)

El término podcast o antes llamado audioblog viene de: “... Portable on Demand Broadcast (Emisión portátil bajo demanda)” (Cebrián, 2008, p.198); es un archivo en diferentes formatos digitales como *.MP3*, *WAV*. *Ipod*, entre otros. Para acceder a se necesita de un dispositivo móvil conectado a la red, un celular, una tableta, una laptop o una computadora.

La tecnología *RSS (Rally Simple Syndication)* o en español Formato de archivo abierto empleado para la distribución sindicada de contenidos (Cebrián, 2008), está presente en las

plataformas; son las notificaciones cuando te subscribes a una cuenta, donde te avisa que hay un nuevo contenido. Con esta tecnología está relacionado el nacimiento del podcast, al respecto Mariano Cebrián dice:

Las herramientas de RSS (Really Simple Syndication), o sindicación, aportan nuevas modalidades de vinculación entre emisoras y seguidores. Se genera un proceso de sindicación para que los oyentes estén informados de las actualizaciones de los archivos de audio y, además, que se bajen automáticamente a su ordenador para entrar en ellos cuando lo deseen. (2009, p.18)

Esta herramienta es utilizada por *Ivoxx*, *Spotify*, *Apple music* y *Amazón music*, y nació cuando surgió el podcast. El podcast anteriormente era llamado descarga de ficheros de audio de baja demanda (Marcelo, 2008). Estas eran grabaciones de la radio tradicional y los usuarios lo subían a sus blogs (sitios web) y cualquiera lo podía descargar.

Una de las ventajas y características del podcast es la posibilidad de ser escuchado en cualquier lugar, sin necesidad de estar “atado” a un tiempo y un espacio, el podcast: “... es una Radio portátil y autónoma; también concebida como una extensión de la ciberradio que, por un lado, permite la posibilidad de bajar y subir a la Red...” (Conde, Sin año, p.56)

Gracias a esto, ya no se tiene que estar en un solo lugar o estar conectado a la red para escuchar un contenido del interés; solo necesitas descargarlo en un dispositivo móvil y, una vez descargado, puede acompañarte: “...durante los paseos por la calle, en las sesiones de deporte y en los trayectos en metro o en autobús...” (Marcelo, 2008, p. 13)

Tanto la radio por internet (Radio tradicional) como la radio en internet (ciberradio) vieron en el podcast una nueva herramienta para difundir: “... su potencial. Sin ir más lejos, son cada

vez más las empresas que optan por el podcast como un nuevo canal de comunicación corporativo.”
(Díaz, 2021, p. 96)

Tenemos que aclarar una cosa, no hay que confundir el podcasting con la ciberradio, aunque ambos necesitan internet, el podcasting solo necesita para ser descargado, mientras la ciberradio necesita estar siempre conectada (Cebrián, 2008). Tampoco se debe confundir el podcasting con una plataforma o sitios web, puesto que el podcasting se sube a una plataforma.

El fenómeno del podcasting ha causado una nueva cultura sonora, cambiando la forma de escuchar y de hacer radio; mientras la radio tradicional se enfoca a una población masiva, la ciberradio se enfoca en lo individual, tanto la ciberradio y la radio tradicional utilizan el producto del podcast para difundir su contenido.

Este fenómeno del podcast ha evolucionado y ha obtenido tres modalidades; una de ellas, es que la radio tradicional incorpora el podcast a sus sitios web de empresas e instituciones, como modo de promoción, como se hacía en ese entonces en 2009 en las casas disqueras. También los bloggers que subían algunos archivos de audio para su descarga.

Es importante mencionar, que, aparte del trabajo con el podcast, también trabajaban con el audiolibro, *Proyecto Radio MX*, empleaba bajo el nombre denominado como: “*Audiolibro con sentido social*”, donde se realiza la producción, postproducción y la publicación de audiolibros en las plataformas ya mencionadas anteriormente. Tres ejemplos de audiolibros son: *Antología de cuentos y fábulas*, *Así nació un líder* y *Después de medianoche*.

El surgimiento de los audiolibros retoma dos caminos; el primero está en su relación con la lectoescritura y la narración, el segundo el avance tecnológico. Su relación con la

lectoescritura, hace que entre la audición y la narración exista una correlación y Quintana comenta que: “...guardan más relación con la escritura o, mejor dicho, con aquellas funciones de la literatura que cumplen con el cometido de contar historias” (2022, p. 167)

Cuando se lee un libro en voz alta se da un ritmo, velocidad e intención, esto es gracias a los matices que la voz humana ofrece, y es: “...poner en el foco de atención el sonido, pero para separar distintos tipos de expresiones humanas sonoras” (Quintana, 2022 B), lo que hace, que a la lectura la voz es la que le da vida a la narración, sin la necesidad de utilizar el lenguaje radiofónico y, un ejemplo de esto es cuando a los niños se les narra un cuento antes de dormir. Entonces una de las características del audiolibro, está en la narración, utilizando las expresiones sonoras del ser humano.

El segundo camino del origen está en el desarrollo de las TIC’S, en 1870 *Thomas Alva Edison* patentó el fonógrafo, convirtiéndose el primer dispositivo de grabación y reproducción: “Probablemente las primeras grabaciones de audio que se hicieron con este aparato mostraban sus enormes potencialidades para la narrativa oral y de libros, antes que el destino musical que tuvieron.” (Quintana, 2022, p. 169). Este nuevo dispositivo, aunque fue bueno, para la grabación de voz era limitante para su tiempo, lo cual continuo el desarrollo de dispositivos de grabación. Podemos concluir que el audiolibro es un archivo de audio donde su contenido es la narración de historias que emplea los matices y expresiones sonoras del lector y que es un producto elusivo y sobre esto Quintana comenta:

Una página impresa (o digital), por ejemplo, es una tecnología que resguarda grafías para que sean leídas a voluntad por un lector; en contraste, aunque un audio puede contener la versión hablada de una obra que primero fue redactada, la evanescencia de sus ondas sonoras lo transforman en una producción elusiva. (2022, p.170-171)

Lo cual el audiolibro y el podcast son tan diferentes en la parte del contenido, y Dany Saadia creador del portal “*Dixo*” en una charla menciona la diferencia entre el podcast y el audiolibro:

En la producción me di cuenta las diferencias que tiene con ellos a un audiolibro a un podcast, envolviéndote, con efectos de sonido, donde te meten en el ambiente un audiolibro solo es la voz, actor narrándote, leyendo el libro (De gira, 2021)

Mientras el audiolibro se concentra en la narración, el podcast se concentra en la divulgación, Dany Saadia comenta: “...estas aprendiendo, es algo divulgativo, cultural, es educativo, entretenido, todo eso al mismo tiempo lo tienes en un podcast” (De gira, 2021)

Cual el audiolibro está basado en algo ya escrito, solo es cuestión de narrar y que incluso digitalizado, el podcast es más abierto a temas de divulgación. Las TIC’S ayudaron al desarrollo de ambas, gracias a la vinculación del internet con los medios de comunicación tradicionales pudieron encontrar un canal de difusión.

Capítulo 3- Logros y aportaciones

En este capítulo se abordarán las aportaciones y los logros obtenidos con las actividades realizadas en *Proyecto Radio MX*, cada una de ellas fue analizada en el anterior capítulo, tomando como referencia el conocimiento obtenido en el transcurso de la Licenciatura de Comunicación y Cultura de la UACM.

Cada actividad que se desarrolló refleja el manejo de elementos teóricos adquiridas durante mis años de estudio; todos mis aprendizajes permitieron integrarme en *Proyecto Radio MX* cumpliendo con uno de los objetivos de las prácticas profesionales de titulación que es: poner en práctica los conocimientos y habilidades que el estudiante desarrolló durante su trayectoria académica en la carrera de Comunicación y Cultura.

Actividad: Manejo de consola para los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*

En la primera actividad desarrollada, el manejo de la consola para los programas en vivo de “*Proyecto Radio MX*”, el primer logro fue el manejo de la consola y del *software*; el reto que se presentó fue identificar qué modelo correspondía a la consola, números de canales que tenía, el nombre de los *softwares*, los canales de entradas y de salida.

El encargado de enseñarme todos los elementos, junto con un chico que estaba realizando su servicio social, fue el supervisor y el jefe de producción, ambos me enseñaron a conocer a identificar la consola. Con la capacitación dada por el supervisor y el jefe de producción logré el manejo correcto de la consola durante los programas en vivo de *Proyecto Radio MX*.

Aprendí el manejo del *software OBS* y *SAM Broadcaster*, combinándolos en los programas en vivo. Tanto el manejo de la consola con el OBS y el *SAM Broadcaster* son fundamentales en la producción.

La aportación para esta actividad fue la disposición de ser capacitados y guiados la utilización de la consola. En el caso del conocimiento del *software OBS*, en tiempo de pandemia lo utilicé, para proyectos personales; con el *SAM Broadcaster* fue nuevo. A lo largo de dos meses se me hizo fácil el manejo de estas tres herramientas, gracias a la capacitación que duró por dos meses y medio.

Las aportaciones en la actividad de planear los programas fueron preparar el programa con solo tres minutos, ya que debía estar listo la siguiente emisión en unos cuantos minutos. Se dice que “la práctica hace al maestro”. Al principio, se me hacía muy complicado estar listo, pero, después de hacerlo, varias veces se preparaban los programas más fáciles.

Lo primero que hacía mientras estaba en un programa en vivo, era agregar los fondos musicales, efectos en el *SAM Broadcaster*, mientras en el OBS se colocaba la cortinilla del siguiente programa y el *flyer*; además, se le mandaba un mensaje vía *WhatsApp* al conductor preguntando por el tema. Así cuando terminaba el programa en curso, solo al final se colocaba el logo, puesto que no se podía hacer mientras estaba el programa anterior.

En una ocasión, había un programa que se tenía que poner un falso en vivo; uno de los procesos, era visitar la página principal de Facebook de Proyecto Radio MX y buscar el programa *Bajo el telón* y se escogía al azar; se descargaba el video en vivo, se colocaba en el OBS el detalle es que el video no producía audio.

Para solucionar este inconveniente, mi aportación era descargar tanto el video como el audio de la misma; el video se colocaba en el OBS mientras el audio en el *SAM Broadcaster*. El proceso era iniciar la transmisión, al momento de pasar el video, se hacían al mismo tiempo;

mientras, con Control + Shift (Ctrl+shift) se pasaba el video, con *Fade Out* en el SAM. Esto hacía que tanto el audio y el video se reprodujeran al mismo tiempo.

Los miércoles que eran los días cargados de actividades, es decir, tenía cuatro programas de manera continua, los logros era sacar todas las emisiones sin errores de ese día; había ocasiones en que los conductores se pasaban del tiempo establecido, aunque le marcaras la señal de que finalizara no hacían caso.

En esta situación, la indicación era que si se pasaba del minuto 00:58:00 se cortaba de tajo; algunas veces se llegó a utilizar esta orden, con la cual, a veces, se molestaban. La habilidad desarrollada era controlar y mantener el diálogo y dar solución, a lo cual me lleva al cumplimiento del objetivo personal que es: “Adquirir habilidades y aptitudes dentro de la vida profesional real de la radio en internet.

Tras tener varios programas continuos es muy importante preparar la parte técnica, pero también las tomas de la fotografía grupal y la salida de los conductores e invitados, abrirles la puerta, indicando que es su tiempo de salir y dar paso al siguiente.

Actividad: Generación y edición de archivos de audio para la publicación de podcast

En esta actividad, el proceso consistía en la edición de audios y publicación del podcast en las plataformas principales, los audios de entradas y salidas de los programas, los audios que se generaban al finalizar de cada programa y el audio que se generaba por el servicio de podcast y por el audiolibro.

Uno de los logros en esta actividad, fue el manejo del *software Addobe Audition* para la manipulación de audios; en ocasiones, había audios con un ruido llamado reverberación y

una de las cosas que aprendí en el camino de esta actividad fue quitar este ruido que se escuchaba; tal vez algunos no lo notarían, cuando editaba utilizaba una laptop y audífonos.

Para entender un poco la solución de este ruido, busqué alternativas y consulté diferentes fuentes; entre estas, se encuentran tutoriales en *You tube* y apliqué lo revisado en los audios que presentaban este detalle. En esta actividad me tardaba, a veces, de dos y hasta tres horas. En algunos casos, lograba quitar o reducir este ruido y, en otras ocasiones, se necesitaba más profundidad lo que me llevó a investigar más formas para solucionar este problema. Esta solución fue reducir el volumen del ruido y había un comando en el *Audition* donde se le ordenaba copiar una parte en blanco y pegarlo en las partes donde estaba el ruido. Con lo anteriormente planteado, puedo decir que puse en marcha, mis habilidades para buscar por cuenta propia soluciones a un problema.

En cuanto a publicaciones del podcast de los programas de *Proyecto Radio MX* en los principales portales: *Spotify*, *Ivoxx*, *Appole Music* y *Amazón Music*, el logro fue buscar la forma de subirlo dentro del proceso de un programa en vivo, ya que debía subirse los programas del día que correspondía.

Los miércoles que se tenía programas continuos, era imposible hacer esta tarea así que pensé de qué forma hacerlo; la solución fue hacerlo después del primer corte promocional, era un momento más cómodo, ya que del minuto 00:12:00 a 00:38:00 tenía un espacio y era el momento de hacerlo. Esto permitía que pudiera estar atento a la conducción del programa y, simultáneamente, publicar los podcasts de los programas anteriores en las plataformas.

Actividad: Realización de actividades de *Community Manager* para la difusión de la estación y sus programas.

En la publicación en las redes socio-digitales como *Instagram* y la realización de historias en otras redes socio-digitales, las fotos tomadas en el transcurso de un programa y el levantamiento de tres videos, se utilizaban para las historias o *reels* para *Instagram* y *Tik Tok*.

En lo relativo a la fotografía, se publicaban en *Instagram* y cada programa tenía sus propias fotografías; a veces, se nos juntaban varias emisiones por subir. Lo que se logré en esta actividad fue hacer una agenda y señalé los días para subir las fotografías de programa junto con su historia (videos), los días propuestos para esta tarea fueron los viernes en el horario de 17:00-18:00 donde subía el material tomado en la semana, cuando no había programa en vivo.

El proceso para las ediciones de los videos para la creación de historias o *reels* era pasarlo al *WhatsApp* de cabina para utilizar el *software: Cap-Cut* y este proceso no nos permitía que el video se subiera al momento, lo que hacía que se tardara en editar. Cuando estaba en turno utilizaba mi celular con una App llamada “*Inshot*” para la edición de los videos; igual se subían en el horario ya mencionado.

En lo general, las actividades realizadas en Proyecto Radio MX me ayudaron a comprender el trabajo de una ciberradio y cómo es el ambiente laboral de un medio de comunicación. Cada tema aprendido en el transcurso de la carrera puedo verlo desarrollado en las prácticas y algunos contenidos que no vi en las materias; los fui adquiriendo y aprendiendo durante las prácticas profesionales.

La estancia en esta emisora fue agradable, pues me permitieron aplicar mis habilidades y adquirir otras; también tuve la oportunidad de producir programas y conocer las formas

distintas de ver la realidad. Cabe mencionar que durante mi estancia en *Proyecto Radio MX* el ambiente laboral fue también agradable; esta parte me gustó mucho, pues podías preguntar cualquier duda y con gusto Oscar, el supervisor te respondía. La libertad era tal que lo hacías sin ser juzgado. Las prácticas profesionales en *Proyecto Radio MX* fueron un logro personal, con esto me ayuda a terminar un ciclo académico, también en la obtención de una experiencia laboral y a un cierre en el camino de estudiar en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Capítulo 4- Conclusiones, sugerencias y recomendaciones

Este informe, aparte de ser un reporte de las actividades realizadas en *Proyecto Radio MX*, es un reflejo de todo un camino recorrido en esta casa de estudios, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), que desde su creación ha dado oportunidades de estudiar una licenciatura a una población no favorecida. Gracias a ello, muchos estamos en proceso de titularnos.

Por consiguiente, este escrito presenta la relación entre las actividades realizadas en las prácticas profesionales y los conocimientos adquiridos en el transcurso de la licenciatura de Comunicación y Cultura. Todo lo aprendido fue puesto en práctica en el ámbito profesional dentro de una emisora radiofónica. Este arduo trabajo representó un reto, esfuerzo y diversos logros.

En este trabajo se abordó la vinculación que hay entre los medios de comunicación y el internet en el caso de la radio; *Proyecto Radio MX* es una ciberradio por las características que presenta, emplea el internet como canal de difusión; solo se escucha en la red. Recordemos que son: “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para difusión pública de información...” (Salaverría 2005, como se citó en Cebrián, 2008)

Los programas de *Proyecto Radio MX*, en general, integran a personas que no estudiaron locución o que desconocen cómo conducir un programa y que sobre la marcha aprendieron a hacerlo. La filosofía de *Proyecto Radio MX* es que ella se encarga de lo técnico mientras los locutores comparten su conocimiento.

Realizar las prácticas profesionales con fines de titulación presentó un proceso complicado; antes de elegir esta modalidad, mi forma de titulación era el desarrollo de un producto

comunicativo; por circunstancias personales del director que en ese entonces me dirigía, no pudo hacerlo más. Para ello una amiga de la universidad me habló de la modalidad de titulación de las prácticas profesionales, la cual, sin dudar, investigué este proceso e inscribirme.

El primer paso fue buscar a una directora, ya que solicitaban una carta aval de una maestra investigadora; cuando hablé con ella, aceptó y enviamos la carta Aval. Después de mandar la carta Aval a la oficina de titulación, ellos envían un oficio informando a la oficina de Servicio Social que se pueden inscribir a las prácticas profesionales a manera de titulación.

Todo este proceso administrativo entre el estudiante y las oficinas para la inscripción es muy confuso; no había respuestas claras, una me mandaba con la otra y viceversa, hasta que la encargada me explicó bien. Lo que recomendaría es que tanto la oficina de Servicio Social como la de titulación tengan la misma información, para evitar confusión y facilitar el proceso de inscripción en esta modalidad.

La estancia en *Proyecto Radio MX* durante seis meses (septiembre 2024- Marzo 2025) fueron momentos increíbles; me sentí cómodo con el supervisor, aunque, a veces al principio cometía errores, él siempre mostraba paciencia sin llegar a ser grosero y estaba dispuesto a volver a explicar.

Cada actividad y tarea realizada fueron momentos de aprendizaje que complementaban lo aprendido en la carrera. Otros conocimientos, por ejemplo, la limpieza de audio y el manejo de la consola los aprendí en las prácticas en *Proyecto Radio MX*; mi sugerencia es que en el Plan de estudios se integren estos factores importantes de estas materias, en especial en la materia de Radio.

Una de las actividades que me gustó demasiado hacer en *Proyecto Radio MX* fue en el área de producción; además del proceso que se llevaba a cabo en la preparación de los programas, la forma de comunicarme con los locutores siempre fue de diálogo y de respeto; unos eran muy amables y otros muy reservados. Tanto era el gusto por esta área, que siempre entraba antes de mi horario asignada.

Hubo dos ocasiones que tuve un problema con la locutora de *PulsoSaludable*, fue un poco desagradable, puesto que decía una cosa y hacía otra diferente. Así que, según ella, como productor tenía la culpa, pero de ahí fuera me agrado conocer a locutores y la forma de ver la realidad en esta área de producción.

Una de las finalidades de las prácticas profesionales es introducir al estudiante al mundo laboral, como una forma de alistarnos y emplear todo el conocimiento obtenido en la carrera, también es la manera de obtener experiencia cuando busquemos en dónde laborar.

Creo que, como estudiante de la licenciatura de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, puedo concluir que en esta gran aventura académica me enseñó a entender y comprender todo el proceso comunicativo, lo complicado que es la comunicación y la importancia de la cultura, social y económico que intervienen en el intercambio de información.

Por lo tanto, la relación de emplear los conceptos desarrollados en la licenciatura como cultura, cibermedios, ciberradio, comunicación, entre otros; abren una fortaleza de vinculación entre el ámbito laboral y lo académico; en lo laboral da un amplio conocimiento para manejar cualquier situación que se presente. De igual forma en lo académico da una experiencia y ayuda a poner en práctica las habilidades adquiridas.

Las actividades realizadas en las Prácticas profesionales consistieron en: el manejo de consola, edición y creación de videos, realización de *Community Manager* y el diseño de planes estratégicos de modernización a *Proyecto Radio MX*. Dichas actividades se relacionaron con conceptos que explicaban el proceso llevadas a cabo en cada una las tareas asignadas.

Entendemos que la comunicación es el medio donde las personas expresan sus experiencias y con esto permite conocer los pensamientos Rizo (2006) partiendo de esto se maneja un modelo emisor-mensaje-canal-receptor, donde el emisor transmite un mensaje, este mensaje está condicionado por las formas simbólicas (cultura).

Recordemos que las formas simbólicas son el conjunto de acciones, expresiones, símbolos que son interpretados y producidos por el emisor y el receptor, Thompson (2006), de manera, que el mensaje hay un significado y un significante.

El significado se puede interpretar como la intención y las funciones lingüísticas ayudan a ello, estas funciones son: emotiva, conativa, metalingüística, poética, referencial y fática; estas funciones ayudan al intercambio de información a cumplir el objetivo, dando el significado al receptor. El significante del mensaje está acompañado con la comunicación no verbal, en otras palabras, con los movimientos corporales, gestuales e inclusive como nos posamos y vestimos.

La interpretación de la información está condicionada con lo no verbal, ya que estos elementos interactúan con las palabras Picard (1992), por, consiguiendo la interpretación del mensaje va asignado un valor con los movimientos corporales e inclusive puede que no exista palabras para interpretar el mensaje enviado.

La vinculación del internet y de los medios de comunicación se dio cuando se cambió la señal analógica a la digitalización, tomando en cuenta que es: “...un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario.” (Scolari, 2008, p.80), y a esta relación con los medios de comunicación y el internet se le llamó cibermedio y en consecuencia el caso de la radio se le llamo ciberradio.

Con el surgimiento de la ciberradio nació como su extensión el podcast que fue el resultado de esta vinculación con el internet, no obstante, también es el resultado de las TIC’S en 1870 *Thomas Alva Edison* patentó el fonógrafo, convirtiéndose el primer dispositivo de grabación y reproducción; con el desarrollo fueron las cintas magnéticas (Cassettes), los discos compactos, el ordenador y hasta llegar a los dispositivos móviles. Con los dispositivos móviles se puede escuchar la ciberradio y llevar en cualquier lugar el podcast.

Gracias al modelo educativo que tiene la Universidad Autónoma de la Ciudad de México tuve la oportunidad de estudiar una carrera; gracias al esfuerzo de los maestros y maestras que pusieron su granito de arena, enseñándome cada teoría, cada elemento importante acerca del proceso comunicativo. Tenía la idea que la comunicación se trataba acerca de los medios de comunicación solamente, pero con el tiempo me di cuenta que no solo se trataba de ellos, sino una forma de ver la realidad, de analizar hechos sociales y estudiar a la sociedad.

Cuando inicié en esta licenciatura tenía un motivo especial del por qué escogí esta carrera; era para poder ayudar a la sociedad a mejorar la vida transformando su manera de pensar. Ahora sigo convencido que la forma de poner un granito de arena es compartiendo el conocimiento e invitando a que estudien, que se preparen para mejorar el estilo de vida. Si mejoramos, mejoraremos también al mundo.

En conclusión, estudiar esta licenciatura “Comunicación y Cultura” en esta casa de estudios fue un logro personal, académico y social. Personal es un logro, ya que, en todo mi trayecto académico, siempre presenté algunas limitaciones y había maestros de la secundaria que comentaban que era un milagro que llegara a este grado y más poder terminar. A pesar, de las limitaciones llego a este momento crucial para mí y para mi familia.

En lo académico, es un logro, porque después de mucho tiempo veo este sueño de titularme se hace realidad y vivir este proceso de ir a pedir información y hasta la aprobación de este proyecto. En el aspecto social, pues ya con una licenciatura, con un conocimiento amplio y en el punto de vista de la comunicación, partiendo de esto se puede ayudar a la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Ávila, Raúl. (1995), *La lengua y los hablantes*, Trillas, pp.59-85
- Beltrán, Riaño, Ernesto, Daniel. (2021), “Redes sociales virtuales: la interacción comunicativa humana devenida en técnica” en *Revista Enunciación*, Vol. 26, Núm. 2, Julio-diciembre, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, pp.244-254
- Biblioteca Confama (<https://www.comfama.com/bibliotecas/libros/audiolibros/ques-un-audiolibro/#:~:text=En%201990%2C%20los%20audiolibros%20comenzaron,distribuC3%ADan%20en%20librer%C3%ADas%20y%20bibliotecas>)
- Cebrián Herreros, Mariano. (2008), *La radio en internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*, La Crujia
- Cebrián Herreros, Mariano. (2009), “Comunicación interactiva de los cibermedios, comunicar” en *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, Vol. 6, Núm. 1, enero-abril, pp.11-23
- Cruz Quintana, F, (2022), “La consolidación de los audiolibros en el mercado editorial.” En *Bibliographica*, pp. 163-190, <https://doi.org/10.22201/iib.2594178xe.2022.2.291>
- Caballero Escusol, A, et al, (2021) “El impacto de las plataformas de podcast en redes sociales” *aDResearchESIC*, Vol. 25 Núm. 25, Marzo pp. 92-105, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7870940.pdf>
- De gira, (4 de agosto de 2020), “Disfruta de la charla con Dany Saadia” [video] Facebook: <https://www.facebook.com/DeGiraMX/videos/846631945980378/>
- Edmond Marc, Dominique Picard, (1992), *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Paidós
- Fideicomiso Bienestar Educativo, Ciudad de México (27 de Abril de 2021) “Samuel Finley Breese Morse, Nacido el 27 de abril de 1791” [imagen] Facebook: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=900189127193222&id=383241798887960&set=a.384695088742631&locale=es_LA
- Gómez. José Fedor Simón, (2016), “la comunicación” en *Salus*, Vol. 20, Núm. 3, Septiembre-diciembre, pp. 5-6
- González, María Julia, (sin dato), *Medios audiovisuales*, Universidad CEU
- Junta de Andalucía, (sin año), “Radio y podcast” en *Programa ComunicAccion*,

- Lamas, Ernesto, (2011) *La radio después de la radio*, Asociación Mundial de radios comunicatorias América Latina y Caribe.
- Manovich, Lev, (2001) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital.* Paidós Ibérica
- Marcelo, Juan F, (2008) *Guía práctica, Podcasting*, Anaya Multimedia.
- Moral Toranzo, Felix, (2009), “Internet como marco de comunicación e interacción social” en *Comunicar*” Vol. XVI, Núm. 32, pp. 231-237
- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura, (<https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=738015&p=5275991#:~:text=%E2%96%BA%20De%20acuerdo%20con%20el,l as%20partes%20que%20lo%20componen.>)
- Open Broadcaster Software (<https://obsproject.com/es>)
- Pérez Pedraza, P, Salmerón López, T, (2006), “Desarrollo de la comunicación y del lenguaje: indicadores de preocupación” en *Pediatría Atención Primaria*, Vol. VIII, Núm. 32, pp. 111-125
- Perrilla Lozano, Leonor, et al, (2009), “Redes sociales, participación e interacción social” en *Trabajo social*” Núm.11, enero-diciembre, pp. 147-158.
- Quintana Garzón, Rafael, (2001) “EL lenguaje de la radio y sus posibilidades educativas” en *Comunicar*, Núm. 17, Octubre, pp. 97-101.
- Rizo García, Marta, (2018), *La comunicación interpersonal*, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Simmel, George, (2006), “Sociabilidad e interacción. Aportes a la ciencia de la comunicación” en *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales: Cinta Moebio*, pp266-283
- Sam Cast-especial (<https://spacial.com/sam-cast/>)
- Saabedra-Bautista, C.E. et. al (2017), “Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora” en *Revista Científica*, Vol. 28. Núm. 1, Enero-Abril, pp. 6-16
- Tuson Valls, Jesús, (2003), *Introducción al lenguaje*, UOC
- Thompson, John B, (2002), *ideología y Cultura Moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Vargas Castro, Ericka, (2015), “Las funciones del lenguaje de Jakobson en la titula deportiva: estudio estilístico de la nación y la extra” en *Revista de Filología y lingüística de la Universidad de Costa Rica*, Vol. 41, Núm. 1, Enero-junio, pp. 142-156