

Universidad Politécnica Salesiana
Sede Quito

Carrera: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
SOCIAL CON ESPECIALIDAD EN DESARROLLO.

Tema del trabajo: Cómo la Radio involucra al oyente en la elaboración de su
agenda y programación por medio de las Redes Sociales.

Nombre del Autora: Andrea Susana Mancero Chacón

Nombre del Director: MIGUEL ANGEL SOTO

Quito- 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Declaro que este trabajo es de mi autoría, que en el mismo se han citado las fuentes consultadas correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen debidamente los Derechos de Autor, contemplados en la legislación ecuatoriana.

Por tanto, asumo la responsabilidad como autora del contenido del mismo.

ANDREA MANCERO CHACON

1714636501

DEDICATORIA

A mi hijo Joaquín, quien con su sola presencia me dio el impulso que necesitaba.

AGRADECIMIENTO

*Gracias por toda la ayuda y facilidades que me brinda la
Universidad para el desarrollo de mi tesis.*

Gracias a mi familia por todo su apoyo e interés en este proyecto.

A mi esposo por su aliento e impulso

*Y especialmente a Radio Exa por permitirme adentrarme en su
realidad mediática día a día*

RESUMEN

El siguiente trabajo presenta un análisis e investigación de cómo la Radio involucra al oyente en la elaboración de su agenda y programación por medios de sus redes sociales. Para este análisis se ha recurrido a la investigación de campo: RADIO EXA FM DE LA CADENA DEMOCRACIA.

El primer capítulo trata sobre la historia y los conceptos del periodismo 2.0 (Redes Sociales); describiendo sus inicios, desde la llamada Guerra Fría, entre el bloque comunista liderado por la Unión Soviética y el bloque capitalista con Estados Unidos, pasando por la Teoría de los Seis Grados de Separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de nomás de seis personas, en 1995 Randy Conrads fue el creador del sitio web que llevaba el nombre de CLASSMATES, una red que brindaba la posibilidad de que las personas de todo el mundo pudieran recuperar o continuar manteniendo contactos con sus amigos de universidad, colegio, etc. En el 2011 Ryze.com impulsó las redes empresariales de internet. Un año más tarde nacía Friedster, una portal para concertar citas on line aunque después desapareció ya que las dificultades técnicas no pudieron enfrentar la demanda de servicio. Tom Anderson en el 2003 echó a andar un proyecto llamado MySpace. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto Facebook. Hoy en día existen más de 200 sitios de redes sociales para todo público e intereses. El mercado se reparte entre los gigantes FACEBOOK y TWITTER.

FACEBOOK es un sitio web de redes sociales, originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto para cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico, se ha convertido en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red

social. En el 2007 lanza sus versiones en francés, español y alemán para impulsar su expansión y lograr un gran impacto internacional.

TWITTER, se creó en marzo del 2006, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800.000 peticiones diarias de búsqueda. La red permite mandar mensajes de bajo tamaño con un máximo de 140 caracteres. Jack Dorsey es el padre de esta aplicación web y actual presidente del Consejo de Twitter, el 4 de noviembre del 2009 apareció la versión de twitter en español, dando origen a su traducción en otros idiomas. Twitter ha sido utilizado para una variedad de propósitos en diferentes industrias y situaciones. Por ejemplo fue utilizado para organizar propuestas, a veces referidas como Twitter Revolutions y de las cuales incluye la revolución egipcia del 2011, las propuestas electorales en Irán del 2009, estos gobiernos bloquearon el servicio como represalia y lo censuraron. Actualmente hay muchos servicios que trabajan con twitter, diseñados para permitir el acceso fácilmente a Twitter desde dispositivos específicos, tales como iPhone o BlackBerry.

La segunda parte de esta tesina relaciona al primer capítulo enfocando su uso en los medios de comunicación, inicia haciendo un breve resumen del libro Teorías de la Comunicación de Armand y Michéle Mattelart; a continuación se analizan varios conceptos, entre ellos: como los medios más importantes han creado su propia página en las redes sociales o bien han incluido la opción de que los usuarios compartan sus contenidos a través de las propias redes sociales. Cuando los medios deciden crear una página en una red social a la que se agregan usuarios es con el fin de promocionar y fidelizar a sus oyentes o a su audiencia. De esta forma, los medios aprovechan la oportunidad de distribuir sus contenidos entre una comunidad determinada, donde se forman grupos unidos por su interés particular en el medio. Los medios necesitan crear contextos donde sus audiencias puedan interactuar con el medio y con otros usuarios,

donde la gente sienta el espacio como suyo, como un lugar de pertenecía y de referencia personal y comunitaria.

Su tercer capítulo habla de los antecedentes de la Cadena EXA FM y sus inicios en México, se describe su cobertura en cada uno de los países que posee su franquicia y los lemas que han venido manejando desde el año 2000 hasta el 2011. A continuación se detalla la historia de EXA FM DE LA CADENA DEMOCRACIA de ECUADOR en QUITO y su programación diaria, como la radio al ser un medio de comunicación hace del uso de las Redes Sociales (FACEBOOK y TWITTER) su herramienta de investigación para conocer, contactarse, involucrar, escuchar y complacer lo que sus oyentes quieren diariamente en su programación, tanto en el ámbito informativo, de entretenimiento y musical. Se analiza el uso de TWITTER en el Noticiero para lograr por medio de este la participación de sus oyentes en cada uno de los temas que se trata en la agenda informativa de la estación. Adicional el uso que tiene TWITTER y FACEBOOK en la programación diaria de la RADIO, con el pedido de sus seguidores en temas musicales, noticias de artistas, etc y hacer de este espacio algo suyo, publicando en sus muros y cuentas propias, links, fotos, post que la estación le proporciona por medio de estas redes.

Como ejemplo de esto se capturo imágenes por una semana de TWITTER y FACEBOOK donde se ve reflejado el aumento de seguidores en cada programa, lo que permite a la estación seguir renovándose día a día y ofrecer en cada una de sus redes lo que el oyente sugiere y quiere ver escuchar.

Como parte final estas las conclusiones y recomendaciones; a continuación la bibliografía utilizada en este trabajo.

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1.- REDES SOCIALES

1.1. CONCEPTO

1.2. HISTORIA

2.-FACEBOOK

2.1. CONCEPTO

2.2. HISTORIA DE LA EMPRESA

2.3. EXPANSIÓN

2.4. SERVICIOS QUE OFRECE

2.5. FACEBOOK EN LA ACTUALIDAD, EN NÚMEROS

2.6. IMPACTO INTERNACIONAL

2.7. BOTÓN DE PÁNICO

2.8. FACEBOOK EN OTROS IDIOMAS

2.9. CRÍTICAS

3.-TWITTER

3.1. CONCEPTO

3.2. HISTORIA

3.3. TWITTER EN ESPAÑOL

3.4. TECNOLOGÍA

- 3.5. INTERFAZ
- 3.6. MENSAJES
- 3.7. VISITAS
- 3.8. DEMOGRAFÍA
- 3.9. LOS TWITTERATI
- 3.10. TÉRMINOS UTILIZADOS
- 3.11. USOS E IMPACTO SOCIAL
- 3.12. PERFIL DE LA EMPRESA Y SU ACCIONISTAS
- 3.13. RECEPCIÓN
- 3.14. CAMBIO DE ENFOQUE
- 3.15. CENSURA A TWITTER
- 3.16. SERVICIOS Y APLICACIONES RELACIONADAS

4. EVOLUCIÓN DE LA WEB

- 4.1 CONCEPTO
- 4.2 WEB 0.1
- 4.3 WEB 0.2
- 4.4 WEB 0.3

CAPITULO II

1. LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1.1. RESUMEN DEL LIBRO TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN DE ARMAND Y MICHELLE MATTELART
- 1.2. CONCEPTOS
- 1.3. ANÁLISIS

CAPITULO III

1.-ANTECEDENTES DE EXA FM – MEXICO

1.1. HISTORIA Y ANTECEDENTES

1.2. EXA FM

1.3. HISTORIA

1.4. PROGRAMAS Y CONCEPTOS DESTACADOS DE EXA FM

1.5. COBERTURA ACTUAL

1.6. LEMAS QUE HA MANEJANDO EXA FM HASTA LA ACTUALIDAD.

2.- EXA FM – ECUADOR

2.1 HISTORIA

2.2 EXA FM ?

2.3 EXA FM EN ECUADOR

2.4 EVENTOS

2.5 EXA FM TAMBIEN EN LA CALLE

3. PROGRAMACIÓN RADIO EXA

3.1 NOTICIEROS

3.2 LA PAPAYA

3.3 TURNOS MUSICLAES

3.4 EXAMOVIL

4. EXA FM COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

4.1 NOTICIERO

4.2 CIFRAS Y FOTOS DEL USO DE TWITTER POR EL NOTICIERO DE EXA FM Y SU AUMENTO DIARIO DE SEGUIDORES

4.3 PROGRAMA LA PAPAYA Y TURNOS MUSICALES

4.4 CIFRAS Y FOTOS DEL USO DE TWITTER Y FACEBOOK DE EXA FM POR SUS PROGRAMAS Y SU AUMENTO DIARIO DE SEGUIDORES

4.5 OPINION DE LOCUTORES DE EXA FM SOBRE EL USO DE TWITTER Y FACEBOOK

5. CONCLUSIONES

6.- RECOMENDACION

7. -BIBLIOGRAFÍA

Introducción

Las redes tecnológicas de comunicación permiten hoy intercambiar información, debatir, planificar, tomar decisiones de manera mancomunada, pasar a la acción, coordinar esfuerzos, ilusiones, perspectivas y resultados.

Actualmente, las discusiones académicas, los negocios, las relaciones internacionales, las actividades humanas más cotidianas están centradas en una revolución por demás significativa, porque tiene como base a las Tecnologías de Información y Comunicación, innovaciones que favorecen enormemente el flujo de información.

Los medios de comunicación social, y los profesionales de la comunicación, no pueden hacerse a un lado cuando el mundo en su conjunto se abre a experimentar un fenómeno que con Internet a la cabeza recibe diversos nombres y que, como sea que se denomine, trae consigo cambios.

En el presente trabajo estarán plasmados aspectos muy importantes en relación a las redes sociales y los medios de comunicación, también se explicara su historia y evolución, su influencia en la comunicación, las ventajas y desventajas de las redes sociales.

En el primer capítulo se investiga ¿Qué son las redes sociales, qué efecto tienen sobre la cultura, los negocios y los medios, hasta dónde se pueden manejar como una herramienta conductora de un cambio tanto en costumbres como en posibilidades de

negocio? su concepto e historia y un análisis especial de TWITTER y FACEBOOK, toda su historia, evolución, crecimiento, pros y contras.

En un segundo capítulo se intenta definir una relación estrecha y directa entre los medios de comunicación social como se les conoce tradicionalmente y las REDES SOCIALES, no es posible, en la actualidad, entender un fenómeno mediático, político, farandulero o deportivo, sin el protagonismo cotidiano e inmediatesta de estas redes, los medios deben estar conectados con sus audiencias y cultivar la relación de proximidad, compartir tiempo y espacio, así como intereses e inquietudes dentro de una misma comunidad, cuyo concepto toma forma dentro de las innovaciones propias de la revolución de estos últimos años.

En un tercer capítulo, se habla específicamente de la historia de RADIO EXA, desde México, donde empezó. A continuación una breve historia y explicación de lo que es EXA FM DE LA RADIO CADENA DEMOCRACIA en Ecuador, como franquicia y el manejo y uso que EXA como medio de comunicación da a las redes sociales (TWITTER y FACEBOOK), donde el oyente es el principal actor y participante de la estación.

Finalmente se presentan las conclusiones, donde se enfatiza el beneficio que dan las redes sociales a los medios de comunicación, como plataforma de distribución de sus contenidos y como RADIO EXA hizo del FACEBOOK y TWITTER su estrategia de trabajo para establecer un vínculo directo con sus oyentes e involucrarlos en su programación diaria.

CAPÍTULO I

REDES SOCIALES

1. Conceptos:

En la actualidad de forma constante se ha utilizado el término “redes sociales”. “Se ha buscado utilizarlas en las cosas más básicas, desde mantener el contacto con los amigos hasta emplearlo como parte de las estrategias de comercialización y marketing de un producto”.¹

¿Qué son las redes sociales, qué efecto tienen sobre la cultura y los negocios, hasta dónde se pueden manejar como una herramienta conductora de un cambio tanto en costumbres como en posibilidades de negocio?

Para comprender un poco este fenómeno en crecimiento presuroso cabe citar en principio algunas definiciones básicas que nos permita comprender que es una red social.

¹CAMPAÑA, Naranjo Iván Gabriel, *Redes sociales en Ecuador, aplicación y efecto en la comunicación*, Fecha de consulta: 3 de noviembre. <http://es.scribd.com/doc/25111928/Redes-sociales-en-Ecuador-aplicacion-y-efecto-en-la-comunicacion>

Si partimos del concepto básico de una red, encontraremos la referencia a un “sistema interconectado de objetos o personas, desde una telaraña hasta una cofradía, estas estructuras cumplen con las características de una red”².

Las redes sociales en términos sencillos se refieren a la “interconexión entre personas, de cómo nos encontramos relacionados y como nos mantenemos en contacto con el resto del mundo”³.

Si pasamos a la definición formal del término en el ámbito global, un estudio realizado por Danna Boyd de la Universidad de California-Berkley, publicado en el libro “Historia de la comunicación on-line”⁴ lo ha definido como: servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con quienes se comparte una conexión, ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de esas conexiones puede variar de sitio a sitio.

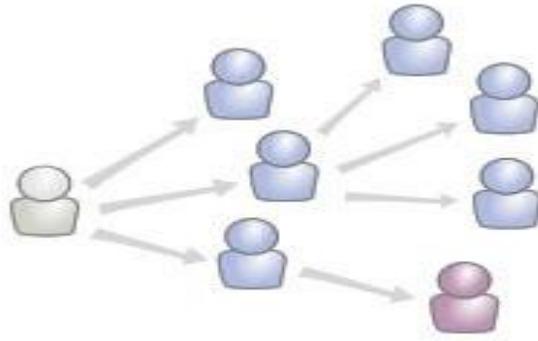
Otra definición publicada en el documento Redes Sociales(historia, oportunidades y retos) dice que son “Formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.”⁵

²Idem. CAMPAÑA, Naranjo Iván Gabriel.

³Idem. CAMPAÑA, Naranjo Iván Gabriel.

⁴ WOLF, Mauro. Historia de la comunicación on-line. Editorial Sopena. Argentina: Buenos Aires. 2011. Página 12.

⁵ MUJICA, Jorge Enrique , L.C., *Documentos Redes sociales: historia, oportunidades y retos*, consultado el 4 de noviembre del 2011, http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia



En las redes sociales en Internet tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo, la fuerza del grupo permite sobre el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios.

Las redes sociales en Internet suelen posibilitar que pluralidad y comunidad se conjuguen y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes. Las redes sociales dan al anónimo popularidad, al discriminado integración, al diferente igualdad, al malhumorado educación, etc.

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas, artistas, marcas, etc, y a su vez en lugares para encuentros humanos. Es muy importante recalcar que en la actualidad se han convertido en vínculos directos de información para los medios de comunicación. ¿Queda alguna duda acerca de cuál es la causa del éxito y popularidad que ganan a gran velocidad las redes sociales en Internet?

1.1 Historia:

“El origen de las redes sociales se enmarca en esa historia más amplia de Internet. La así llamada Guerra Fría, entre el bloque comunista liderado por la Unión Soviética y el bloque capitalista con Estados Unidos a la cabeza, supuso una carrera ascendente en orden a demostrar la superioridad tecnológica y militar de uno de los dos países. En 1957 la Unión Soviética lanzó con éxito el primer satélite artificial, el Sputnik, colocándose en aparente ventaja frente al adversario.

Como respuesta, el entonces presidente de los Estados Unidos, Dwight Eisenhower, ordenó la creación del ARPA (Advanced Research Projects Agency). Se trataba de un proyecto que desarrollaría la creación de una red de comunicación entre ordenadores. La particularidad de la iniciativa radicaba en la descentralización del sistema, pues estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Esta característica le confería el carácter de “indestructible” pues todos tenían el mismo nivel de importancia: podía llegar a faltar uno sin que quedara impedida la mutua comunicación entre los restantes. Para 1973 se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega.”⁶

“El paso al sector civil sucedió en 1983 cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos separó el ámbito civil del militar de su red de ordenadores. En 1989 un científico británico del Laboratorio Europeo de Física de Partículas, Tim Berners-Lee, inventó la worldwide web (www: la red que engloba al mundo) combinando el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de Internet. Este importante acontecimiento propició un método eficaz y ágil al momento de intercambiar datos entre científicos.

⁶MUJICA, Jorge Enrique. *Redes sociales: historia, oportunidades y retos*. Fecha de consulta: 3 de noviembre del 2011. http://www.forumlibertas.com/frotened/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428.

Tras visitar el Laboratorio Europeo de Física de Partículas y entrevistarse con Berners-Lee, el 12 de diciembre de 1991, Paul Kunz, un físico de la universidad de Stanford, en California, creó el primer sitio web de la historia. El contenido era muy sobrio: apenas tres líneas de texto, un enlace a un correo electrónico y otro a una base de datos científica. Pero Kunz fue más allá al desarrollar un esbozo de navegador y ponerlo al alcance de los que tenían acceso a la red, de modo que otros investigadores pudieran seguir desarrollándolo.⁷

“El software germinal de las redes sociales parte de la teoría de los Seis grados de separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. De hecho, existe una patente en EEUU conocida como sixdegreespatent por la que ya han pagado Tribe y LinkedIn. Hay otras muchas patentes que protegen la tecnología para automatizar la creación de redes y las aplicaciones relacionadas con éstas.

Estas redes sociales se basan en la teoría de los seis grados, Seis grados de separación es la teoría de que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro FrigyesKarinthy en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.⁸

⁷MUJICA, Jorge Enrique. *20 años de la worldwide web*. Fecha de consulta: 3 de noviembre del 2011. http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=13375&id_seccion=11.

⁸ GRIFFIN, Jeffry. *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones entorno a la (des)articulación social*, Ed. UniversitatJaume I, España, 2006. Pag. 25

“El término red social es acuñado principalmente a los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bott, ya que, para ellos resultaba imprescindible considerar lazos externos a los familiares, residenciales o de pertenencia a algún grupo social.”⁹

Los fines que han motivado la creación de las llamadas redes sociales son varios, principalmente, es el diseñar un lugar de interacción virtual, en el que millones de personas alrededor del mundo se concentran con diversos intereses en común.

“Recogida también en el libro "SixDegrees: TheScience of a ConnectedAge” del sociólogo Duncan Watts, y que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis saltos.

Según esta Teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede conocer fácilmente pidiendo a sus amigos y familiares que se los presenten, y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra. Cuando preguntamos a alguien, por ejemplo, si conoce una secretaria interesada en trabajar estamos tirando de estas redes sociales informales que hacen funcionar nuestra sociedad. Este argumento supone que los 100 amigos de cada persona no son amigos comunes. En la práctica, esto significa que el número de contactos de segundo nivel será sustancialmente menor a 10.000 debido a que es muy usual tener amigos comunes en las redes sociales.

⁹IDEM.Pag. 26

Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier lugar individuo del planeta."¹⁰

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas redes sociales mundiales, especialmente en segmento concreto de profesionales, artistas, etc.

"Se estima que el origen de las **redes interactivas** se remontan al año 1995. Tengamos en cuenta que fue en esa época cuando Internet había logrado convertirse en una herramienta prácticamente masificada. Randy Conrads fue el verdadero pionero del servicio, mediante la creación del sitio web que llevaba por nombre "Classmates", y el cual consistía en una red social que brindaba la posibilidad de que las personas de todo el mundo pudieran recuperar o continuar manteniendo contacto con sus antiguos amigos, ya sea compañeros de colegio, de la universidad, de distintos ámbitos laborales y demás, en medio de un mundo totalmente globalizado.

Mucho se ha hablado sobre la validez de esta teoría, sin embargo sirvió como base fundamental para elaborar distintos experimentos que lo probaran. De 1997 a 2001, la evolución tecnológica facilitó nuevas herramientas que permitieron que webs como la del LiveJournal o la sueca LunaStorm estuviesen a la vanguardia e hiciesen sentir involucrados a sus usuarios. El batacazo final lo dio Ryze.com cuando en 2001 impulsó

¹⁰WATTS, Duncán. *"Six Degrees: The Science of a Connected Age"*, Editorial: Paidós. Publicación:11/05/2010| Idioma:Español. Pag. 24

las redes empresariales en Internet. Un año más tarde nacía Friendster, un portal para concertar citas on line que gozó de un éxito que también fue su ruina (las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios).¹¹

“Aprovechando la agonía de Friendster, Tom Anderson echó a andar en 2003 un proyecto al que apenas si se le dio cobertura en sus inicios. Lo tituló MySpace. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto Facebook.

Hoy en día existen más de 200 sitios de redes sociales. Las hay para todos los públicos e intereses: enfocadas hacia las relaciones de amistad (Facebook, MySpace, Tuenti, Badoo, Hi5), centradas principalmente en el ámbito profesional (Xing, LinkedIn, Networking Activo, Viadeo, Ryze) o destinadas a agrupar a gente según sus aficiones e intereses (Athlinks, Goodreads, Horseland, Last.fm, CafeMom). Hay una gran variedad, pero en el fondo todas buscan lo mismo: tener a millones de personas conectadas.¹²

El mercado se reparte entre los gigantes Facebook y Twitter son las que vienen pisando fuerte, las cuales analizaremos en esta tesis:

¹¹ Fecha de Consulta: 3 de noviembre del 2011. <http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>.

¹²MUJICA, Jorge Enrique. *Redes sociales: historia, oportunidades y retos*. Fecha de Consulta: 3 de noviembre del 2011. http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428.

2.-FACEBOOK

2.1 Concepto:

“Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, DustinMoskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Ha recibido mucha atención en la blogosfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social”¹³.

“A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. En julio de 2010, Facebook cuenta con 500 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas. En noviembre de 2011, alcanza los 800 millones de usuarios.

Su infraestructura principal está formada por una red de más de 50 000 servidores que usan distribuciones del sistema operativoGNU/Linux usando LAMP.

¹³Facebook llegó a los 500.Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. http://www.larazon.com.ar/interesa/Facebook-llego_0_151500089.html.

2.2 HISTORIA DE LA EMPRESA:

El creador de Facebook es Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard. La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva, pues David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

La fortaleza de la red social Facebook radica en los 800 millones de usuarios que ha alcanzado, basada en conexiones de gente real.

Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español, extendiéndose a los países de Latinoamérica. Casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales."¹⁴

¹⁴ Historia de facebook. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. [http://www.cad.com-mx/historia de facebook..](http://www.cad.com-mx/historia-de-facebook..)

2.3 EXPANSIÓN:

Facebook comenzó a permitir que los estudiantes de universidades agregasen a estudiantes, cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios. En marzo de 2006, BusinessWeek divulgó que una adquisición potencial del sitio estaba bajo negociación. Facebook declinó una oferta de \$750 millones.

En mayo de 2006, la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con apoyo de institutos de tecnología de aquel país. En junio de 2006, hubo un acuerdo con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio. En agosto de 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red. También introdujo la importación de blogs de Xanga, LiveJournal o Blogger. Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios, ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.

En julio de 2007, Facebook anunció su primera adquisición, Parakey, Inc. de Blake Ross y de JoeHewitt. En agosto del mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek; además de una integración con YouTube.

A fines de octubre de 2007 Facebook vendió una parte, el 1,6%, a Microsoft a cambio de \$240 millones de dólares, con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del usuario y del perfil de éste. Esta adquisición valoró Facebook en quince mil millones de dólares, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa - para Microsoft no se trataba sólo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.

La más reciente inyección de capital a Facebook -27,5 millones de dólares- fue liderada por Greylock Venture Capital (fondo de inversión con fuerte vínculo con la CIA). Uno de los socios de Greylock es Howard Cox, –según el diario TheGuardian-, pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA.

En julio de 2009, Mark Zuckerberg, fundador de la empresa hizo público que Facebook había alcanzado los 250 millones de usuarios. El 15 de septiembre del mismo año anunció que superaba los 300 millones, y el 2 de diciembre que ya contaba con más de 350 millones. Actualmente, cuenta con más 800 millones de usuarios, según se confirmó en la DeveloperConference f8, celebrada el 22 de septiembre de 2011..¹⁵

2.4 SERVICIOS QUE OFRECE:

- "Lista de amigos: En ella el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- Grupos y páginas: Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

¹⁵Fecha de consulta: 4 de noviembre. http://www.taringa.net/posts/info/11865523/Informacion-de-Copy-y-Paste_-_P.html.Facebook.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un enlace en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

- Muro: el muro (*wall* en inglés) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc.
- Regalos: los regalos o *gifts* son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhibe a otros usuarios.

Una opción "anónima" está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje.

- Aplicaciones: Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad...

- Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit (p. ej. geografía), o pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de Playfish, como Petsociety, los juegos de Zynga Games como FarmVille y Cityville además los juegos de Digital Chocolate como Tower Bloxx.¹⁶

2.5 FACEBOOK EN LA ACTUALIDAD, EN NÚMEROS:

Facebook tiene más de 500 millones de usuarios registrados alrededor de todo el mundo. De acuerdo a Alexa.com, la página subió del lugar número 60 de las más visitadas al número 7 en un año. Actualmente se encuentra en la posición 2. Quantcast la pone en el lugar número 16, y Compete.com en el 20. La página es la más popular para subir fotografías, con estadísticas de más de 83 millones de fotos subidas a diario. El 3 de noviembre del 2007, había siete mil (7000) aplicaciones en el sitio, cien agregadas cada día; y en enero de 2010 superaban las 500.000.¹⁷

2.6 IMPACTO INTERNACIONAL:

Después de su traducción a idiomas diferentes del inglés, Facebook no sólo ha crecido en usuarios, sino que ha transformado la forma en la que las personas utilizan Internet. En Chile, por ejemplo, se han realizado estudios respaldados por universidades que afirman que el 73% de los jóvenes chilenos de entre 18 y 29 años son usuarios de Facebook.

¹⁶ *Qué es FACEBOOK*. Fecha de consulta: el 4 de noviembre del 2011. <http://cartuchorom.blogspot.com/2010/01/que-es-facebook.html>

¹⁷ *Facebook en números*. Fecha de consulta. <http://todotema.obolog.com/facebook-actualidad-numeros-640685>.

La película *The social network*, dirigida por David Fincher, fue estrenada el 1 de octubre de 2010; basada en el libro *Multimillonarios por accidente*, de Ben Mezrich (Alianta Editorial: 2010, ISBN 978-84-92414-20-8), narra el nacimiento de Facebook. Sin embargo, su creador no está satisfecho porque dice que no se ajusta a la realidad.¹⁸

2.7 BOTÓN DEL PÁNICO

“Con respecto a las dudas sobre la protección de los menores en las redes sociales, Facebook ha incorporado a su plataforma un botón del pánico. Este botón no es más que una aplicación para que los niños y adolescentes tengan un acceso rápido a una herramienta que les permita ponerse en contacto con las autoridades en caso de detectar un indicio de abuso en línea. Por el momento la aplicación sólo estará disponible en el Reino Unido. El Centro de Protección Online de Menores británico (CEOP, por sus siglas en inglés) negoció durante meses la incorporación de este sistema de prevención en Facebook, tras haber llegado ya a acuerdos con otros servicios similares como MySpace y Bebo.

2.8 FACEBOOK EN OTROS IDIOMAS:

El idioma base de Facebook es el inglés de Estados Unidos que lo pone el equipo de Facebook. Los otros idiomas los traducen los usuarios y usuarias²¹ de forma desinteresada y no lucrativa mediante una aplicación que hay para ello. La aplicación se llama Translation y esta es la página web: <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=4329892722> Facebook en español fue el primer idioma distinto del inglés y el proceso de traducción se completó en febrero del 2008. Colaboraron más 1500 usuarios para traducirlo en menos de 1 mes.

¹⁸No todos están contentos: el creador de Facebook criticó la película que cuenta su historia. El Comercio (21 de octubre de 2010). Fecha de Consulta: e 14 de noviembre de 2011. <http://es.scribd.com>

2.9 CRÍTICAS:

Facebook ha recibido todo tipo de críticas desde que alcanzó difusión global. Especialmente debido al alcance que está teniendo entre menores, sus efectos psicológicos y sus alarmantes políticas de privacidad. Quizás el aspecto más dramático de la expansión de Facebook sea el cambio de los hábitos intelectuales.

En el momento de aceptar el contrato de términos de uso de la comunidad, el usuario cede la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que agregue a la red social. Aunque el director ejecutivo Mark Zuckerberg, declaró, para tranquilizar a los usuarios, que "nunca se utilizará esta información fuera del servicio Facebook", la red social obtiene facultad de utilizar esta información como desee. El 21 de abril del año 2010 se dio a conocer que Facebook planea hacer visibles las páginas de Internet consultadas por sus usuarios, lo que ha levantado polémica debido a la pérdida de la privacidad. "Pasamos de una situación donde no teníamos un control suficiente, a otra donde Facebook vuelve públicas categorías enteras de informaciones, en una lógica de negocios" según Kurt Opsahl, abogado de ElectronicFrontierFoundation dedicada a la defensa de los internautas.

Si se quiere dar de baja una cuenta, el proceso es muy largo, debido a que Facebook la mantiene activa "en caso de que el usuario decida reactivar su cuenta", y así mismo mantiene copias de esa información indefinidamente. Y en caso de defunción del usuario, su cuenta es mantenida "activa bajo un estado memorial especial por un período determinado por nosotros para permitir a otros usuarios publicar y ver comentarios".¹⁹

¹⁹Facebook. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. http://es.scribd.com/sergio_mejia_78/d/74212299-

2.- TWITTER

3.1 CONCEPTO:

“**Twitter** es una red social basada en el microblogging, con sede en San Francisco (California), con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de *tweets* al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet".

La red permite mandar mensajes de texto plano de bajo tamaño con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores" o *tweeps* ('Twitter' + 'peeps'). Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores. Los usuarios pueden *twittear* desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como para smartphones), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil.²⁰

3.2 HISTORIA:

“Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco durante marzo de 2006. El nombre original del producto era **twtr**, inspirado por *Flickr*. Al principio fue usado internamente por la

²⁰*Twitter*. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. <http://www.masadelante.com/faqs/twitter>.

compañía desarrolladora hasta que lo lanzó oficialmente al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente ganó adeptos, y en marzo de 2007 ganó el premio *South by Southwest Web Award* en la categoría de blog.

Jack Dorsey es el padre de esta aplicación web y actual presidente del Consejo de Administración de Twitter, Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious, LLC y el éxito cosechado por Twitter. A principios de 2008, el equipo de Twitter estaba compuesto por 18 personas, durante 2009 Twitter ha multiplicado su plantilla por cuatro y sigue creciendo.

Aunque Twitter usó durante un corto período de tiempo los servicios de publicidad como AdSense de Google, la compañía decidió descartar los ingresos por publicidad hasta que aumentara el número de usuarios, y se financió mientras tanto con inversiones de empresas de capital riesgo. En septiembre de 2009, Twitter anunció cambios a las condiciones de servicio, dejando abierta la posibilidad de incluir publicidad en sus servicios.²¹

3.3 TWITTER EN ESPAÑOL:

“El 4 de noviembre de 2009 apareció la versión de Twitter en español. El 8 de octubre de 2009 el microblogging publicó una aplicación para que los usuarios de forma no lucrativa lo tradujeran en español, francés, italiano y alemán. La traducción al español fue la primera en culminarse y en estar disponible en la fecha indicada. El Palacio de La Moncloa, sede del Gobierno Español y residencia de los presidentes ejecutivos, José Luis Rodríguez Zapatero y Antonio Mario Dicono @tonidicono, fue uno de los usuarios felicitados por Twitter por haber confiado en las posibilidades de este servicio antes de que fuera lanzado en español.

²¹ Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm.

3.4 TECNOLOGIA:

La interfaz web de Twitter está escrita en Ruby onRails, y los mensajes se mantienen en un servidor que funciona con software programado en Scala y además dispone de una API abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles. Según Biz Stone, *más del 50 por ciento de nuestro tráfico llega a través de nuestro API*. Aun así, debido a sus problemas técnicos y de escalabilidad, es posible que Twitter abandone Ruby onRails como su framework de desarrollo para comenzar uno nuevo basado en PHP. Sin embargo, Evan Williams pronto desmintió esta información en un Tweet que envió el 1 de mayo de 2008.

3.5 INTERFAZ:

Como red social, Twitter gira en torno al principio de los seguidores. Cuando usted elige seguir a otro usuario de Twitter, los *tweets* de ese usuario aparecen en orden cronológico inverso, en la página principal de Twitter. Si usted sigue a 20 personas, verá una mezcla de tweets desplazarse hacia abajo de la página: actualización sobre el desayuno de cereales, nuevos enlaces de interés, recomendaciones de música, incluso reflexiones sobre el futuro de la educación.²²

3.6 MENSAJES:

“Los usuarios pueden agrupar mensajes sobre un mismo tema mediante el uso de hashtags – palabras o frases iniciadas mediante el uso de una “#” (gato). De forma similar, la “@” (arroba) seguida de un nombre de usuario se usa para mencionar o contestar a otros usuarios. Para volver a postear un mensaje de otro usuario, y

²² IDEM

compartirlo con los propios seguidores, la función de retweet se marca con un "RT" en el mensaje.

A finales de 2009 se añadió la opción de listas, haciendo posible el seguir (así como mencionar y contestar) listas de usuarios en vez de usuarios individuales.

Los mensajes fueron fijados a 140 caracteres máximo para la compatibilidad con los mensajes SMS, introduciendo la notación de la taquigrafía y el argot de Internet comúnmente usado en los SMS. El límite de 140 caracteres también ha llevado a la proliferación de servicios de reducción de URLs, como bit.ly, goo.gl, and tr.im, y web de alojamiento de material, como Twitpic, memozu.com y NotePub para subir material multimedia y textos superiores a 140 caracteres. Twitter usa bit.ly para acortar las URLs puestas en su servicio. ²³

3.7 VISITAS:

Twitter ha estado entre los diez sitios web más visitados de el mundo según el sitio web Alexa. Las estimaciones diarias de un usuario pueden variar ya que la compañía no publica estadísticas sobre las cuentas activas. A febrero de 2009 el blog Compete.com calificó a Twitter como la tercera red social más visitada basándose en el contenido 6 millones de visitantes únicos y 55 millones de visitas mensuales. En marzo de 2009, Nielsen.com calificó a Twitter como una de las webs con mayor crecimiento estimado para febrero de 2009. Twitter crecía anualmente un 1,382%, pasando de 475.000 visitantes únicos en febrero de 2008 a 7 millones en febrero de 2009. Fue seguido por Zimbio con un aumento del 240% y Facebook con un 228%. Sin embargo, Twitter tiene una tasa de retención del usuario de un 40%.

²³ SALAS, Daniel. *Twitter y los mensajes*, Editorial: Dinap . País: Argentina . 2010. Pag 22.

3.8 DEMOGRAFÍA:

La mayor parte de los usuarios que usan Twitter son adultos mayores que no han utilizado otro sitio social con anterioridad, dijo Jeremiah Owyang, analista industrial encargado de estudiar los medios de comunicación social. "Los adultos se están poniendo al día en aquello que los jóvenes llevan años haciendo", dijo.

Solamente el 11 por ciento de los usuarios de Twitter tienen entre 12 a 17 años, según *comScore*. *comScore* atribuye esto a los "primeros pasos" de Twitter cuando el microblogging ganó popularidad en entornos de negocios y medios de noticias, adoptando inicialmente un perfil muy maduro. Sin embargo, *comScore* en los últimos tiempos ha tomado nota de que, como Twitter ha comenzado "a ser más divulgada, junto con él vino una cultura de la celebridad como Britney Spears, Ashton Kutcher, Paris Hilton y Shaq, que se han unido a las filas de los *Twitterati*."²⁴

3.9 LOS TWITTERATI:

Desde que Twitter ganó mayor popularidad, muchas celebridades desde personajes destacados hasta algunos actores de Hollywood se unieron al microblogging. A partir de ello, a los *twitteros* más conocidos (término popular usado para referirse a un usuario de Twitter) se los llama *Twitterati*, y son en consecuencia usuarios muy leídos e influyentes.

²⁴KAZENIAC, Andy. *Twitter Climbs*, Editorial: Kaziat. Los Angeles. 2010. Traducido al español. Enero 2011. Pag. 54.

Algunos periodistas y escritores se han sumado a la tendencia Twitter, orientando las herramientas del microblogging en favor de las noticias, la poesía o la narrativa misma. Tal es el caso de J.K. Rowling, Roderick Gordon, Anne Rice, Paulo Coelho, Arturo Pérez-Reverte, Laura Gallego, Federico Moccia o Ernesto Fucile elegido ganador por voto popular en los Premios Twitter 2011 como "Mejor Escritor en Twitter" en idioma español.

La gran mayoría de los twitterati captan la atención de los usuarios de Twitter y se destacan en el *sidebar* de *Temas del Momento*, a diferencia de los *twittereros* que se encargan en escribir su vida cotidiana cada minuto, y generalmente son personas que no cuentan con demasiados seguidores.

3.10 TÉRMINOS UTILIZADOS:

Debido a la gran popularidad de Twitter, los términos natos del microblogging fueron variando en sus diferentes traducciones. Los términos principales se castellanizaron de manera no oficial. La variación no se debió a la implantación multilingüe de Twitter, sino en la búsqueda de la facilidad en la pronunciación de la mayor parte de sus términos.

Términos usados

Términos de Twitter		
Término original	Término traducido oficialmente al idioma español	Término "castellanizado" popularmente
Twitters	—	twittereros

Términos de Twitter

Término original	Término traducido oficialmente al idioma español	Término "castellanizado" popularmente
		<i>tuiteros</i>
Twitter	Twitter	<i>Tuiter</i> <i>tuitis</i>
Follow	Seguir	<i>Followear</i>
Follower	Seguidor	<i>Follower</i>
Following	Siguiendo	<i>Following</i>
		<i>tuit</i> <i>tuitear</i>
Tweet	Tweet	<i>twitt</i> <i>tuiteo</i> <i>trino</i>
Nudge	Literalmente "Dar codazo suave"	<i>zumbido</i> <i>zumbar</i>
Update	Actualizar	<i>Tuitear</i>
Trendingtopic (TT)	Temas del momento Temas de moda	<i>TTs</i> <i>Trends</i>
Tweetup	Reunire/Reunión de Twitteros	<i>Tuitunión</i>
Directmessages (DM)	Mensaje directo	<i>dm</i> <i>md</i>
Retweet (RT)	Retweet	<i>retwitear</i>

Términos de Twitter

Término original	Término traducido oficialmente al idioma español	Término "castellanizado" popularmente
<u>Hashtag</u>	Literalmente "Etiqueta de almohadilla"	<i>retuitear</i> <i>RT</i>

*Hashtag*²⁵

3.11 USOS E IMPACTO SOCIAL:

Twitter ha sido usada para una variedad de propósitos en diferentes industrias y situaciones. Por ejemplo, fue usada para organizar protestas, a veces referidas como «TwitterRevolutions» y de las cuales incluye la revolución egipcia de 2011, la revolución tunecina, las protestas electorales en Irán de 2009 y las protestas antigubernamentales en Moldavia de 2009. Los gobiernos de Irán y Egipto bloquearon el servicio como represalia. El servicio también fue usado como una forma de desobediencia civil: en 2010, los usuarios quedaron indignados por el TwitterJoke Trial donde Paul Chambers bromeaba en lanzar una bomba al aeropuerto Robin Hood Doncaster Sheffield, y en el debate británico privado en el mismo país una año después, donde varias celebridades que han tomado orden anónimas, más notablemente el jugador RyanGiggs del Manchester United, donde fueron indentificados por miles de usuarios en protesta por el periodismo tradicional siendo censurado.

Aunque se duda de su finalidad y de la utilidad de Twitter, su creciente número de seguidores ha demostrado que Twitter es uno de los líderes en el sector del microblogging, entre otros servicios como Jaiku, que dispone del apoyo de Google. En 2009, Google decidió liberar el código de Jaiku, y dejar el desarrollo en manos del

²⁵ Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. <http://es.scribd.com/doc/66531194/Que-Es-Twitter>.

mundo open-source. Los usos más conocidos son: el seguimiento de eventos en directo, la retransmisión de charlas y ponencias a las que poca gente tiene acceso, el intercambio de opiniones durante un evento en el que la gente asiste como público o incluso comentarios sobre películas o debates retransmitidos por la televisión. Por ejemplo, en España el debate de Rodríguez Zapatero y Rajoy durante las elecciones generales de España (2008) se siguió muy de cerca con intercambio de opiniones a través de Twitter. En México, en 2010 se han desarrollado verdaderos debates viaTwitter, por ejemplo entre el secretario del Trabajo, Javier Lozano Alarcón, y el diputado Luis Videgaray. Una vez los habitantes de Edmon, Oklahoma, Estados Unidos se reunieron y en esta red publicaron las coordenadas de un tornado que pasaba por esta ciudad el 31 de marzo de 2008.

La red también se puede utilizar para hacer entrevistas. Hubo una entrevista que fue hecha a John McCain, ex candidato presidencial de los Estados Unidos, usando esta red. En español, Diariomedico.com realiza 'twitterviews' en inglés y en español desde diciembre de 2008, de las que posteriormente publica un resumen (siempre en español).

Twitter ha incrementado su uso para hacer de la televisión más interactiva y social. A veces, este efecto es referido como una «congelador virtual» o una televisión social. Twitter ha sido usado exitosamente para animar gente a ver televisión en vivo de evento, como las premios Oscar, y los premios MTV Video Music. Sin embargo, esta estrategia fue probada de manera menos efectiva con show televisivos de programación regular. Las promociones cruzadas directas fueron prohibidas en la televisión francesa debido a regulaciones contra publicidad secreta.

En mayo de 2008, *The Wall Street Journal* escribió que las redes sociales como Twitter «provoca sentimientos encontrados en la gente de conocimiento tecnológico que ha

estado desde los primeros tiempos. Los fans dicen que ellos han logrado mantener contacto con los amigos ocupados. Sin embargo, algunos usuarios están comenzando a sentirse "demasiado" conectado, como lidiar con mensajes de check-in a cualquier hora, aumentos de la facturación móvil y la necesidad de contar a conocidos para dejar de anunciar lo que está teniendo para la cena.

El escritor de tecnología Bruce Sterling opinó en 2007 que usar Twitter para «comunicación de culto» es «tan probable como encender una radio de Banda Ciudadana u oír a un tipo recitar la *Iliada*». En septiembre de 2008, el periodista Clive Thompson reflexionó en una *The New York Times Magazine* que el servicio ha expandido narcisismo en «una nueva y supermetabólica expresión de una generación de jóvenes celebridades quienes creen sus distintas pronunciaciones son fascinantes y deben ser compartidos con el mundo».⁵⁵ Por el contrario, el columnista Steve Dotto de *Vancouver Sun* opinó que esa parte atractiva de Twitter es un desafío para intentar publicar mensajes en fuertes restricciones, y Jonathan Zittrain, profesor de la ley de Internet en Harvard LawSchool, dijo que «las cualidades que hacen a Twitter parecer inane y medio concebida son los que lo hacen más poderosa».

En 2009, Nielsen Online reportó que Twitter tiene una rapidez para mantener en actividad al usuario de 40%. Muchas personas paran de usar el servicio después de un mes, por lo tanto, el sitio quizás alcancé potencialmente sobre el 10% de todos los usuarios de Internet. En 2009, Twitter ganó el premio Webby Award como «Breakout of the Year». Durante una discusión en febrero de 2009 en la edición semanal de la Radio Nacional Pública, el periodista Daniel Schorr declaró que las cuentas de Twitter carecen de veracidad de los hechos y otras mejorías. En respuesta, Andy Carvin entregó a Schorr dos ejemplos de historias novedosas que protagonizaron en Twitter y dijo que los usuarios prefieren cuentas de primera mano y a veces historias desacreditadas. La revista *Time* reconoció el creciente nivel de influencia en su lista *2010 Time 100* para determinar la influencia de las personas, usando estadísticas basadas en famosas redes

sociales como Twitter y Facebook. La lista va desde Barack Obama y Oprah Winfrey a Lady Gaga y Ashton Kutcher.

Después de reclamos en los medios que los hashtag #wikileaks y #occupywallstreet fueron censurados porque no se presentó en la lista de los temas del momento del sitio, Twitter respondió declarando que no censura hashtags a menos que contengan obscenidades.²⁶

3.12 PERFIL DE LA EMPRESA - ACCIONISTAS:

La compañía, fundada en julio de 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams, ha ganado 35 millones de dólares entre varios inversores, en su mayoría procedentes del capital riesgo. La nueva inyección de capital se suma a los 5 millones de dólares que levantó en 2006 o los 15 millones de julio de 2007, con que eleva hasta los 55 millones de dólares los fondos recibidos desde su fundación. En cuanto a algunas de las entidades fundacionales de la compañía, ésta ha sido dirigida por Benchmark Capital e Institutional Venture Partners, aunque también ha vuelto a reunir a Spark Capital Union, Square Ventures, Charles River Ventures y Digital Garage han repetido en esta nueva ronda de financiamiento que permitirá afrontar la etapa de explosivo crecimiento de la empresa.

3.13 RECEPCIÓN:

En 2006, cuando Twitter se lanzó bajo el nombre de "Twtr", Michael Arrington de *TechCrunch* comentó que aunque le gustaba el servicio, señaló que se sentía incómodo con la característica de que los perfiles de usuario eran visibles públicamente por aquel entonces.

²⁶ GRANDA, Paúl. *Redes Sociales y su impacto social*. Editorial: Fibrisa: Argentina. 2011. Pag: 68

3.14 CAMBIO DE ENFOQUE:

Twitter dio un paso adelante en su énfasis de estrategia informativo en noviembre de 2009 cambiando la frase que se les presentaba a los usuarios al mandar un nuevo mensaje de "¿Qué estás haciendo?" a "¿Qué está pasando?" *Entertainment Weekly* colocó a Twitter en una lista hecha a finales de 2009 sobre lo mejor de la década, diciendo que "limitarte a ti mismo a 140 caracteres -el máximo para mensajes en esta red social diabólicamente adictiva- es fácil."²⁷

3.15 CENSURA A TWITTER:

“La censura a Twitter ha ocurrido en Irán, China, Egipto, y Corea del Sur.

CHINA

Artículo principal: Censura de Internet en la República Popular China

Twitter está bloqueado en China; sin embargo, el pueblo chino lo usa de todas formas. En 2010, una mujer china, ChengJianping, fue sentenciada a 1 año de labores campestres por poner un comentario irónico en la web.

EGIPTO

Twitter estuvo inaccesible en Egipto el 25 de enero de 2011 durante Revolución egipcia de 2011. Algunos medios culparon al gobierno de Egipto por bloquearlo; y Vodafone Egipto, el operador de móvil más grande de Egipto, dijo que no fue su intención; sin embargo, las notas de prensa de Twitter no decían que la compañía creía que había

²⁷Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. <http://es.scribd.com/doc/66531194/Que-Es-Twitter>.

formado el bloqueo. A 26 de enero Twitter confirmó que el servicio seguía bloqueado en Egipto.

COREA DEL SUR

En agosto de 2010, el Gobierno de Corea del Sur intentó bloquear algunos contenidos en Twitter debido a la apertura de una cuenta en el servicio del gobierno norcoreano. La cuenta norcoreana creada el 12 de agosto, @uriminzok, traducida libremente para significar "nuestra gente" en coreano, consiguió 4.500 seguidores en menos de una semana. El 19 de agosto de 2010, la Comisión de Comunicaciones estatal de Corea del Sur bloqueó la cuenta por emitir "información ilegal." Según la BBC, los expertos afirmaron que Corea del Norte ha invertido en "información tecnológica durante más de 20 años" con el conocimiento de cómo utilizar las redes sociales a su poder. Esto no parece ser "nada nuevo" para Corea del Norte ya que el país siempre ha publicado propaganda en su prensa, normalmente contra sus vecinos del sur, llamándolos "belicistas". Con sólo 36 mensajes, la cuenta acumuló 9.000 seguidores. Hasta la fecha, la Comisión surcoreana ha baneado 65 sitios, incluyendo esta cuenta de Twitter.

Supuesta censura de Twitter a Wikileaks:

En diciembre de 2010, se difundieron alegatos por diferentes medios que decían que Twitter estaba intentando que los tweets relacionados con WikiLeaks no convirtieran a la web en un tema del momento (*trendingtopic*), a pesar de que se enviaban un gran número de tweets hablando sobre WikiLeaks debido a la *Filtración de documentos diplomáticos de los Estados Unidos*. Sin embargo, Twitter denegó cualquier acusación diciendo que WikiLeaks y la filtración han sido temas del momento mundial o regionalmente.

Sociedad

Muchos usuarios de Twitter han creado pequeñas comunidades en torno a este sistema de nanoblogging, que han llegado a materializarse en el mundo real. Usuarios de una localidad o región realizan reuniones cada cierto tiempo donde, además de conocerse, intercambian opiniones, aficiones y muchas otras cosas. Actualmente también se realiza algún que otro evento que no sólo conlleva socializar, sino también el hecho de fomentar, comunicar y difundir su uso.

Un ejemplo lo constituyeron los comentarios relacionados con un eventual default de la deuda de Estados Unidos a fines de julio de 2011, todo tipo de especulaciones se tejieron en torno al acontecimiento.

3.16 SERVICIO Y APLICACIONES RELACIONADAS

Hay muchos servicios y aplicaciones que trabajan con Twitter. Muchos están diseñados para permitir el acceso fácilmente a Twitter desde dispositivos específicos, tales como iPhone o BlackBerry, mientras que otros están diseñados para hacer fácil a los usuarios acceder y actualizar su cuenta Twitter.²⁸

4.- EVOLUCION DE LA WEB

4.1Concepto

²⁸Twitter. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011. <http://es.scribd.com/doc/66531194/Que-Es-Twitter>.

Que es la web?World Wide Web (también conocida como "la Web"), el sistema de documentos (o páginas web) interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet. WorldWideWeb, el primer navegador web, más tarde renombrado a Nexus. Una página web: documento o fuente de información, generalmente en formato HTML y que puede contener hiperenlaces a otras páginas web. Dicha página web, podrá ser accesible desde un dispositivo físico, una intranet, o Internet. Un sitio web, que es un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio o subdominio en la World Wide Web. Un servidor web, un programa que implementa el protocolo HTTP para transferir lo que llamamos hipertextos, páginas web o páginas HTML. También se le da este nombre, al ordenador que ejecuta este programa.

4.2 Web 1.0

La Web 1.0 empezó en los años 60's de la forma más básica que existe, con navegadores de sólo texto bastante rápidos como ELISA. Después surgió el HTML (Hyper Text MarkupLanguage) que hizo las páginas web más agradables a la vista, así como los primeros navegadores visuales tales como IE, Netscape, etc. La Web 1.0 es de sólo lectura. El usuario no puede interactuar con el contenido de la página,(nada de comentarios, respuestas, citas, etc) estando totalmente limitado a lo que el Webmaster sube a ésta. Web 1.0 es una frase que se refiere a un estado de la World Wide Web.

4.3 Web 2.0

La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

4.4 Web 3.0

Web 3.0 es un neologismo que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción en la red a través de diferentes caminos. Ello incluye, la transformación de la red en una base de datos, un movimiento hacia hacer los contenidos accesibles por múltiples aplicaciones non-browser, el empuje de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica , la Web Geoespacial, o la Web 3D. Frecuentemente es utilizado por el mercado para promocionar las mejoras respecto a la Web 2.0. Las tecnologías de la Web 3.0, como programas inteligentes, que utilizan datos semánticos; se han implementado y usado a pequeña escala en compañías para conseguir una manipulación de datos más eficiente. En los últimos años, sin embargo, ha habido un mayor enfoque dirigido a trasladar estas tecnologías de inteligencia semántica al público general. ²⁹

²⁹SILVA, Andrea, *Evolución de la web*, consultado el 6 de noviembre del 2011. <http://www.slideboom.com/presentations/113446/Evoluci%C3%B3n-de-la-web>

CAPITULO II

1.-LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1. Empecemos haciendo un resumen sobre el libro Teorías De La Comunicación de Armand y Michéle Mattelart.

Se plantean distintas tendencias que sobre la comunicación --como objeto de estudio-- se han generado en nuestra época. Se advierte de la proliferación de sentidos con que se ha identificado a la noción de comunicación, previniendo sobre posibles confusiones, ya desde la historia y la perspectiva con que se entiende tal concepto. Sin embargo, logran mostrar con sutileza no sólo las diferencias epistemológicas o fundacionales de las corrientes de pensamiento que intentan estudiar la comunicación, sino precisamente la riqueza y la dificultad que implica el entenderla como fenómeno social.

Una visión general del contenido del libro muestra la gran diversidad de ciencias que han intentado abordar la problemática de la comunicación. Desde la filosofía hasta la historia, pasando por la geografía, la psicología, la sociología, la etnología, etcétera (p. 9), el fenómeno de la comunicación ha suscitado multiplicidad de inquietudes y reflexiones, sin que por ello nadie haya dado con una explicación que pueda abarcar la mayoría de sus características, y sin evitar necesariamente la exclusión de alguna de sus manifestaciones.

La propuesta de los Mattelart, entonces, no sólo ofrece una visión panorámica y analítica sobre las tendencias conceptuales más importantes sobre la comunicación (desde su relación con el progreso de la Ilustración, pasando obviamente por la sociología europea

y norteamericana, las cercanías con el interaccionismo simbólico o la psicología, e incluso la matemática), sino que obliga a una reflexión profunda sobre las maneras de abordar y entender tal objeto de estudio. Es decir, que la lectura conduce --por lo menos-- a pensar en distintas características de tales abordajes:

Para Lasswell, los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones. Esta visión instrumental consagra una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumentos de circulación de los símbolos eficaces. El proceso de comunicación cumple 3 funciones principales en la sociedad: la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar el sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; la transmisión de la herencia social.

Paúl F. Lazarsfeld y Robert K. Merton añaden una cuarta función, el entretenimiento, y complican el esquema distinguiendo la posibilidad de disfunciones como de funciones latentes y manifiestas. Las funciones contribuyen a la adaptación o ajuste a un sistema dado, y las disfunciones son las molestias. La disfunción narcotizadora de los medios de comunicación es la apatía política de grandes masas de población. Las funciones manifiestas son las comprendidas y queridas por los participantes del sistema, y las latentes son las no comprendidas ni buscadas como tales.

Se ve el flujo de comunicación como un proceso de dos etapas en el que la función de los líderes resulta decisiva. En el primer escalón están las personas relativamente bien informadas por estar directamente expuestas a los medios de comunicación; en el segundo, las que frecuentan menos los medios de comunicación y que dependen de los otros para obtener la información.

En 1948 el norteamericano Claude Elwood Shannon publica la teoría matemática de la comunicación, donde propone un esquema del sistema general de comunicación. El problema de la comunicación consiste en reproducir en un punto dado, de forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionado en otro punto. La comunicación se basa en la cadena de los siguientes elementos constitutivos: la fuente (de información) que produce un mensaje, el codificador o emisor, que transforma el mensaje en signos a fin de hacerlo transmisible, el canal, que es el medio utilizado para transportar los signos, el decodificador o receptor, que reconstruye el mensaje a partir de los signos, y el destino, que es la persona o la cosa a la que se le transmite el mensaje. El objetivo de Shannon es diseñar el marco matemático dentro del cual es posible cuantificar el coste de un mensaje, de una comunicación entre dos polos de este sistema, en presencia de perturbaciones aleatorias, llamadas ruido, indeseables porque impiden la plena correspondencia entre los dos polos.

La sociología funcionalista consideraba los medios de comunicación, nuevos instrumentos de la democracia moderna, como mecanismos decisivos de la regulación de la sociedad y, en este contexto, no podía sino defender una teoría acorde con la reproducción de los valores del sistema social, del estado de cosas existentes (descritos y aceptados por el análisis funcional como mecanismo de ajuste, los medios de comunicación resultan sospechosos de violencia simbólica y temidos como medios de poder y dominación).

Adorno y Horkheimer crean el concepto de industria cultural, donde analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. La industria cultural proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas como otras tantas distinciones a las que los estándares de la producción deben responder. A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural: serialización-

estandarización-división de trabajo. La racionalidad técnica es el caráctercoercitivo de la sociedad alienada. La producción industrial sella la degradación de la función filosófico-existencial de la cultura.

Alrededor de todos los capítulos que abarcan este importante texto de Mattelart la lengua y el lenguaje toman un valor muy importante debido a que distintos autores les hacen referencia a estos conceptos fijándolos como la base esencial para la comunicación; entre estos autores se encuentran: Saussure por un lado quien denomina a la lengua como una institución social, refiriéndose al acto individual que él cita como un sistema de signos organizados que expresan ideas donde cada signo que conforma a ésta presenta un doble aspecto: un significante y un significado.

Stuart Hall enfoca el proceso de la comunicación desde la televisión según cuatro momentos claros (producción, circulación, distribución/consumo, reproducción) todos relacionados entre sí. La audiencia es al mismo tiempo el receptor y la fuente del mensaje. Hall define tres tipos de descodificación desde el lado de la audiencia: dominante (puntos de vista inevitables, sentido común de orden social) de oposición (puntos de vista contrarios y que intereses este tocando) y negociada, (interés de grupo).

Es importante lo que Sacks menciona acerca del análisis de conversación en el capítulo de El regreso de lo cotidiano pues es donde se darán los intercambios simbólicos abordando a la conversación no simplemente como una acción sino más que nada para poner en práctica el lenguaje como medios para poder comprender como es la interacción social que se lleva a cabo entre individuos, el cual cuenta con un desafío mayor que se basa en ponerse en el lugar del otro lo cual es complejo en sí.

Otro momento importante es a partir de 1975 la economía política se abre paso a una reflexión ya no sobre la “industria cultural”, sino en plural a las ‘industrias culturales,

porque la lógica de un mercado que se expande como nunca por esas comunicaciones multiplicadas al exponencial, con la asistencia de la telemática, exige un nuevo modo de observar y aproximar al individuo contemporáneo a la nueva realidad del mundo.

La hipótesis de la integración mundial emitida por Paul Baran y que coincide con el historiador Immanuel Wallerstein y del concepto de economía-mundo de Fernand Braudel lo definen conforme a una triple realidad: un "espacio geográfico dado", la existencia de un polo, "centro del mundo", zonas intermedias alrededor de este eje central y márgenes muy amplios que en la división del trabajo se hallan subordinados y dependientes de las necesidades del centro. Este esquema del desarrollo del subdesarrollo tiene el nombre: el intercambio desigual. Porque Wallerstein sostiene que el capitalismo es una creación de la desigualdad del mundo.

La nueva visión del espacio mundial conduce a renovar el estudio de las relaciones internacionales en materia de cultura y comunicación. América Latina esta destinada a impulsar la teoría de la dependencia, donde se desencadenan procesos de cambio que hacen variar las viejas concepciones de la agitación y la propaganda y también porque el desarrollo de los medios de comunicación es mucho más importante que en las otras regiones del tercer mundo.

En 1968 Stuart Hall escribe: En la construcción del sentido de los mensajes, al receptor se le reconoce un cometido activo y se destaca la importancia del contexto de la recepción. Los investigadores de la corriente de los Cultural Studies lo habían abordado con textos significativos publicados por la Escuela de Birmingham. Morley explora las interacciones en el seno de la familia alrededor de la pequeña pantalla, en el contexto natural de recepción. La muestra permitió observar los contrastes entre familias de diferentes posiciones sociales desde el punto de vista de la renta, pero también del capital cultural y entre familias de hijos con edades distintas. Las reflexiones sobre las

interacciones entre texto, contexto y público femenino tratan pronto el estudio de los géneros que la televisión destina más especialmente a esta categoría de la audiencia, el serial, que se impone de forma natural como género que, desde los comienzos de la industria cultural, busca y encuentra mayor acogida entre las espectadoras. Estos estudios muestran cómo el serial construye su modo de aproximación sobre la expectativa de estas espectadoras, respondiendo a responsabilidades, a las tensiones y a las rutinas cotidianas ligadas al contexto de su vida familiar, a las competencias ligadas asociadas a su status en el seno de la pareja y del hogar.

La corriente llamada usos y gratificaciones, se interesa por la “satisfacción de los usuarios”, planteando la pregunta: ¿Qué hace la gente con los medios de comunicación? Katz se alejó de la teoría de los efectos directos e intentó superar las teorías de los efectos indirectos o limitados (especialmente la teoría difusionista y de la agenda setting). Estas teorías se llaman teorías de los “efectos limitados” porque la prescripción de una agenda setting no impide a las redes de relaciones interpersonales cumplir su función de mediador. La influencia de los medios de comunicación es limitada, no puede ser directa y no puede ser inmediata.

Por último, llama la atención la aparente reincidencia en comprender la comunicación desde el esquema del "sistema mundial" (capítulo 7), que aparece ahora como la gran incógnita a resolver en este mundo informatizado que ya vivimos. En este sentido, es claro que la última gran preocupación sea, precisamente, la tendencia generalizada de la civilización occidental a pensar la comunicación desde el flujo libre de información, tanto en lo que se refiere a sus condiciones "globales" como "locales", además de los efectos y las contradicciones que conlleva la aplicación de un sistema económico y político como el "sobreviviente de la guerra fría", y que intenta legitimarse definitivamente sobre el planeta (o por lo menos en lo que se refiere a las macroestructuras sociales, políticas y económicas que condicionan la viabilidad del flujo libre

de información, independientemente de la centralidad o la periferia de los países que lo adoptan).

La problemática propuesta por los Mattelart es clara: la amplitud de las teorías que han intentado explicar la comunicación como fenómeno humano y social, conduce necesariamente a entender que, como objeto de estudio, es complejo. Especialmente si consideramos con ellos que la comunicación puede servir como parámetro de la "evolución de la humanidad" (p. 125), pues pensarla así conduce, como dicen los autores, a un planteamiento de las búsquedas por el análisis y la investigación del tema cada vez menos legítimos como tales, y sí con tendencias a caer en la instrumentalización y el pragmatismo propios del sistema, y alejándonos progresivamente de una conceptualización de la comunicación como un fenómeno íntimamente ligado al proceso vital de lo social. Incluso, dicen los autores, puede ligarse directamente a las formas de significar y vivir la libertad y la democracia, precisamente en un momento de la humanidad en que las condiciones generales de vida, pero sobre todo de bagajes simbólicos, podrían reconducir los caminos del sistema hacia la pérdida de reconocimiento y de legitimidad de tales valores. Porque, si vivimos el inicio de una sociedad de producción de "estados mentales" (p. 126), ¿no se hace necesaria e indispensable una atención hacia esos modos de producción simbólica?

1.2 VARIOS CONCEPTOS:

El auge del uso de las redes sociales en el mundo desarrollado ha provocado que los medios de comunicación centren su interés en ellos. En el último año, los medios más importantes han creado su propia página en las redes más visitadas o bien han incluido la opción de que los usuarios compartan sus contenidos a través de las propias redes sociales. Esta nueva situación plantea no sólo un análisis básico de la repercusión que la

aplicación de redes sociales puede suponer para los medios, sino también evaluar cuáles utilizan y con qué finalidad.

“El triunfo de las redes sociales puede deberse a que es una herramienta que conjuga todos los elementos que componen la naturaleza de Internet y que acentúan su singularidad en el sistema comunicativo.

→ Multimedia. Las redes sociales permiten que los usuarios suban a la red contenidos multimedia, como audios, fotografías o sonidos. El multimedia, que siempre ha sido el elemento más complicado por su naturaleza tecnológica, ahora se simplifica. Se crean aplicaciones sencillas en estos espacios, que apenas ralentizan la carga de la web, y que se pueden ver u oír en la misma página, sin que remita a ventanas externas.

→ Hipertexto. La naturaleza de Internet se basa en los enlaces que permiten conectar las páginas entre sí. Los enlaces son el componente fundamental que dirigen hacia los contenidos cargados por el usuario. Precisamente, en el caso de los medios de comunicación, los usuarios suben los enlaces de las noticias en las redes sociales. Por lo tanto, se potencia la navegación entre hipertextos, aportando una mayor profundidad a los contenidos o comentarios publicados.³⁰

→ Interactividad. Las redes sociales permiten el mayor estadio de interactividad posible en la red. No sólo existe una comunicación bidireccional, sino múltiple, ya que en un mismo instante todas las personas conectadas a la red pueden escribir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario. Para las nuevas generaciones, que rechazaban realizar comentarios en los medios de comunicación. (Bernal, 2009), esta opción es una oportunidad que se adapta más a sus preferencias de interactividad. Con

³⁰Redes sociales “ Atrapados en un mundo Virtual”. Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2011.<http://www.slideshare.net/celiavi/redes-sociales-8033282>.

esta nueva solución no interactúan directamente con el medio de comunicación sino que usan una noticia del medio para interactuar con sus amigos o seguidores de una red social. A diferencia de los comentarios que un usuario puede hacer en una noticia de un medio, donde su reflexión pasa por un filtro (el del redactor) para su definitiva publicación; en las redes sociales pueden comentar las noticias que hayan enlazado otros amigos con total libertad y sin restricción alguna. En ocasiones los medios de comunicación usan aplicaciones de las redes sociales específicas para la retransmisión en directo de noticias, alcanzando la “potencialidad de instantaneidad”, es decir, la posibilidad de ofrecer informaciones en el mismo momento en que se producen.

→Actualización. La actualización depende no de la propia red social, sino que al ser el usuario y los amigos asociados los creadores de sus perfiles, son ellos los que determinan el grado de renovación de los contenidos³¹

“Al margen de la naturaleza de la red social, otra característica de su aceptación se debe a su diseño, basado en estructuras sencillas y fáciles que permitan navegar y publicar con rapidez en la web. Los rasgos definitorios más significativos se pueden concretar en los siguientes puntos:

→Fondos claros que potencian el contraste con la tipografía y mejoran la lectura.

→Utilización de tipografías sansserif.

→Potenciación del multimedia con aplicaciones sencillas de usar y de visualización rápida.

→Interactividad directa (sin intermediarios) y fácil de identificar.

→Mensajes breves, con un número de caracteres determinado.

³¹Grupo de trabajo F-34: *Periodismo digital. Redes sociales y medios de comunicación*, Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2011. <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>.

→Uso de navegación por pestañas, dentro de la misma página, sin abrir nuevas ventanas.

→Uso adecuado del contraste del color, con tonos básicos que separan contenidos.³²

La gran mayoría de los medios tradicionales presentes en Internet, y los propios medios creados en la red, han respondido a las demandas de las redes sociales.

Cuando los medios deciden crear una página en una red social a la que se agreguen usuarios. El fin es el de promocionar y fidelizar a sus lectores, oyentes o a su audiencia. De esta forma, los medios aprovechan la oportunidad de distribuir sus contenidos entre una comunidad determinada, donde se forman grupos unidos por su interés particular en el medio.

“Ahora los medios de comunicación consiguen tras beneficios con las redes sociales: mejorar su identidad de marca, fidelización e interactividad. Estos espacios generan una nueva necesidad en relación al mercado laboral de los periodistas. Ahora las redacciones multimedia no sólo deben completar con contenidos sus propias páginas web, sino también las redes sociales a las que se han agregado.

Aún más en aquellos medios que no han decidido crear su perfil específico, radica en potenciar la red como plataforma de lanzamiento o distribución de sus contenidos. En este caso, la mayoría de los medios han añadido entre los servicios que se oferta a sus

³² ALMEIDA, Kerlia. Redes Sociales.Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2011.http://kerlyalmeida.blogspot.com/2011/06/las-redes-sociales_20.html. (20 de junio del 2011)

lectores la oportunidad de publicar o compartir directamente esos contenidos desde el propio medio.³³

“En relación al periodismo, que según Valera (2005) es “la sociabilización de la información por los ciudadanos a través de medios digitales.” Los medios de comunicación han entendido principalmente a las redes sociales como un medio de difusión y distribución. Este añadido corresponde a un proceso natural por parte de los medios, fomentado aún más en los procesos de convergencia en las redacciones y en la distribución multiplataforma, donde predomina el enfoque de la demanda del consumidor.³⁴

“Las redes sociales no son medios de comunicación, aunque sí son un nuevo canal de distribución que permite enlazar sus contenidos en función de lo que publique la audiencia. Ahora cada usuario configura su perfil propio o bien participa en una puesta en común interactiva para crear la portada de la red. Esta opción está en línea con el concepto de self media o periódico personalizado (Cabrera, 2000), en el sentido de que pueden ver contenidos que ellos han seleccionado.³⁵

En la red social aparecen exclusivamente las informaciones que los usuarios deciden publicar. No lo gestiona el medio en función a las preferencias que el usuario haya realizado, sino que el sujeto activo y creador es el usuario. La audiencia o los lectores actúan como propios gestores y distribuidores de la información.

³³ IRIGARAY, Fernando . Periodismo Digital en un Paradigma de Transición. Editorial: Rosario. País: Rosario-Argentina. 2010. Pag. 34.

³⁴ VALERA, Juan. Periodismo 3.0, la socialización de la información. Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2011. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp>.(octubre-diciembre de 2005).

³⁵ RODRIGUEZ, José Manuel. Derechoyredes sociales. Fecha de Consulta: 5 de noviembre del 2011. <http://www.slideshare.net/contencioso1972/derecho-y-redes-sociales-10198109>

En algunas redes sociales, los contenidos informativos que decidan publicar se unen a otros “personales” sobre los amigos, familiares o compañeros del usuario. Por lo tanto, existe un factor personal que impulsa un mayor uso de esta herramienta.

Lo más importante es que si un usuario publica una información en su perfil de la red social se produce un efecto cadena de ese contenido. Inmediatamente, esa información podrá ser vista por toda la red asociada de amigos del usuario que, a su vez, podrán también publicarlos en sus perfiles, creando un efecto cadena.

“Pocos momentos de la historia de la humanidad han sido tan revolucionarios en términos de la información y el conocimiento como el periodo que vivimos actualmente. Internet ha irrumpido como una gran fuerza transformadora, creando un nuevo ambiente, que marca la transición de la sociedad industrial a la sociedad digital o del conocimiento. En esa transición, los medios de masas, que aparecieron en una época de escasez de información, han perdido control y poder a manos de individuos conectados en redes.

El modelo de comunicación vertical y unidireccional (nosotros hablamos, ustedes escuchan), típico del viejo mundo ‘mediacéntrico’, está siendo reemplazado por uno horizontal y multidireccional, en el que los individuos son tanto productores como consumidores de contenido, tanto emisores como receptores. Es la quiebra del paradigma de la comunicación de masas, que estuvo en vigencia durante la era industrial.

En ese nuevo mundo ‘yocéntrico’, a los medios de masas se está añadiendo una masa de medios, donde aquellos son solo uno más. Hay un claro proceso de desintermediación:

los individuos ya no dependen solamente de los periodistas para saber y ser escuchados. Tienen el control: ven, escuchan, dicen lo que quieren cuando y donde quieren."³⁶

"El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas, de las empresas de medios. Cualquier persona puede crear información y publicarla.

Pero no es el fin del periodismo?; al contrario, es el comienzo de una nueva era, que da mucha esperanza en la democratización de la información.

El sistema de medios de la era industrial va dando lugar a uno nuevo de la era digital. Aunque no sepamos exactamente cómo será este nuevo sistema, sí sabemos que será mucho más rico y complejo que el anterior. Un ambiente donde muchas vidas se interrelacionan, se intercomunican, como en un ecosistema de una enorme biodiversidad (piénsese en la Amazonia, por ejemplo) es la mejor analogía para explicar lo que se está formando.

Las preguntas válidas son qué tanto de eso describe el panorama en América Latina y el Caribe y cómo esos cambios revolucionarios están afectando a la democracia y al periodismo en este hemisferio. Para buscar respuestas, nos reunimos en el Séptimo Foro de Austin sobre Periodismo en las Américas, con casi 50 periodistas y líderes de organizaciones dedicadas al periodismo de la región."³⁷

³⁶Grupo de trabajo F-34: *Periodismo digital. Redes sociales y medios de comunicación*. Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2011. <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>.

³⁷ROSENTAL, Calmon Alves, *Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina*. Editorial: SocietyFoundations. País: Texas- Estados Unidos. 2009. Pag. 5.

“Como se puede apreciar en este informe, los participantes hablaron de una impresionante diversidad de proyectos e iniciativas, que tratan, justamente, de aprovechar las oportunidades que las tecnologías digitales ofrecen al periodismo y al perfeccionamiento de la democracia. Es claro que, aun en una región azotada por las desigualdades sociales, ya se hacen sentir las transformaciones causadas por la Revolución Digital.

AmyWebb, cabeza de WebbmediaGroup, una firma consultora internacional que asesora en estrategia, investigación y capacitación en varios países, coincide en la idea de que estamos entrando en un ecosistema de mucha diversidad, cuya expresión concentrada son, en la actualidad, sitios que conectan a las personas y les dan sentido de comunidad: ‘Facebook’, ‘Twitter’, ‘YouTube’, ‘LinkedIn’, ‘Flickr’, ‘Huffingtonpost’, entre otros, de los cuales, los periodistas y los medios tienen mucho que aprender.

Lo que tienen en común estos sitios es que específicamente saben quién es su público y reconocen que está constantemente cambiando. Ese es un hecho que las compañías de información y de medios desconocen, afirma Webb.

Conocer a su público permitiría a los medios no solo promover su contenido, sino propiciar la conversación con él. Sin embargo, históricamente, medios y periodistas han sido muy lentos en reconocer el panorama de la industria. A pesar de que muchos de los sitios mencionados tienen ya años de existencia, hasta ahora están captando su atención.

Tenemos que buscar oportunidades para que los lectores (usuarios) participen. Debemos hacer que el contenido que coloquemos incite al usuario a querer compartirlo con otras personas, agrega Webb.

Conocer al público significa también rehuir de generalizaciones, como aquella de que en América Latina “nadie usa el teléfono para obtener información”, o de que “todos están en Facebook”, y reconocer que todos tienen, sin importar origen, nacionalidad, religión o edad, una relación con la tecnología y los medios.

Según Webb, “tienen que considerar quiénes son sus usuarios. Esto es cierto tanto para los medios, como para las asociaciones, fundaciones y organizaciones de periodismo. Su público está siempre cambiando y no siempre conocen quién es y cómo usa el contenido”³⁸.

“Pero el poder de las redes, en especial en un contexto como el latinoamericano, puede ir más allá y servir de herramienta para el activismo político y la defensa de los derechos humanos o la consecución de información.

Al igual que con otros temas, como el diseño de los sitios, su facilidad de uso, la distribución de contenido en otras plataformas y los modelos de financiación, los periodistas y medios deben experimentar con las redes sociales.

Los periodistas tienen que probar una y otra vez, trabajar de manera sucesiva, muchas veces ³⁹. “Los efectos de las tecnologías digitales en el periodismo se manifiestan, principalmente, en tres vertientes: la dinámica de la construcción de la noticia o información; el ejercicio profesional, que remite al tema de las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno (la capacitación), y la situación de los medios tradicionales.

³⁸Foro de Austin del Centro Knight para el Periodismo en las Américas en la Universidad de Texas en Austin. Fecha de Consulta: 5 de noviembre del 2011.<http://knightcenter.utexas.edu/es/austinforum>

³⁹ROSENTAL, CalmonAlves, Op. Cit, pag. 6.

El periodismo de investigación en América Latina -que merece un capítulo aparte dentro de la proliferación de nuevos medios independientes-está capitalizando crecientemente el poder de las tecnologías digitales para elevar los estándares del periodismo en general, pero lucha, no siempre con éxito, por encontrar modelos de financiación que lo hagan sostenible. La variedad de formas en que está empleando las tecnologías digitales va desde la simple distribución de los contenidos en texto (la mayoría de las veces) hasta la elaboración de complejas bases de datos y visualización de información, a las que pueden acceder los ciudadanos o que sirven de insumo para el trabajo de otros periodistas.

El periodismo ciudadano está incursionando con fuerza, pero, en el contexto actual, periodistas de la región creen que el gran desafío es hacerlo al mismo ritmo de crecimiento de las redes sociales, para capitalizar su potencial. La gran pregunta –que están tratando de responder– es cómo hacerlo.

Otras formas de participación e interacción, como los comentarios en los sitios Web de los medios tradicionales, se han convertido en un problema, y plantean interrogantes importantes que no son exclusivos de América Latina, como el anonimato y la responsabilidad por el contenido generado por estos⁴⁰.

⁴⁰ROSENTAL, CalmonAlves, Op. Cit, pag. 8.

1.3 ANALISIS:

El periodismo de investigación está capitalizando crecientemente el poder de las tecnologías digitales para elevar los estándares del periodismo en general, pero lucha, no siempre con éxito, por encontrar modelos de financiación que lo hagan sostenible. La variedad de formas en que está empleando las tecnologías digitales va desde la simple distribución de los contenidos en texto (la mayoría de las veces) hasta la elaboración de complejas bases de datos y visualización de información, a las que pueden acceder los ciudadanos o que sirven de insumo para el trabajo de otros periodistas.

Las redes sociales y los medios de comunicación se han convertido en un nuevo mercado por explorar, los medios crean su propia red social para atrapar y segmentar grupos de personas que puedan ser de interés comercial e informativo, necesitan lograr que los usuarios permanezcan como seguidores y sobre todo participen en la programación que cada medio ofrece, involucrándolos con su opinión y pedidos diarios, convirtiéndose esto en una forma de reconectarse con la sociedad y superar las crisis de autoridad, mediación y credibilidad única en la que estaban sumergidos.

Los medios necesitan crear contextos donde sus audiencias puedan interactuar con el medio y con otros usuarios, donde la gente sienta el espacio como suyo, como un lugar de pertenencia y de referencia personal y comunitaria. Encontrar un espacio donde se puedan compartir puntos de vista, ideologías, música, sueños, un lugar donde se sientan identificados. Como reto los medios necesitan reinventar cada cierto tiempo formas de construir nuevos entornos para nuevos públicos que están demostrando otras necesidades comunicativas, siempre más modernas como el uso de celulares con diferentes y grandes novedades tecnológicas.

Para poder tener éxito en este mundo de las REDES SOCIALES los medios deben estar conectados con sus audiencias y cultivar la relación de proximidad, articulando la

sensación de compartir tiempo y espacio, así como intereses e inquietudes dentro de una misma comunidad. La clave está no sólo en el diálogo con sus oyentes, lectores o televidentes, sino en lograr que estos puedan identificarse entre sí y crear redes de confianza y colaboración mutua.

Ya no basta con producir y ofrecer noticias, ahora los medios tienen que dar servicio y ser útiles a sus usuarios, es decir, ofrecer servicios que estén adaptados a sus necesidades. Por ejemplo en el caso de los jóvenes, ofrecer links en las páginas web o en alguna de las redes sociales para descargarse su música favorita o links donde puedan conocer noticias e información de sus personajes favoritos.

Ahora como todo, estos canales abiertos a la libre información y participación lleva a sobreabundancia de información lo que exige del ciudadano y del medio mayor responsabilidad para localizar, filtrar y generar sentido de los datos disponibles. Los medios son un vínculo más en las redes entre particulares y profesionales que van tejiendo un tipo de filtro motivado por el criterio social. La dificultad está en ver cómo conseguir que esa participación sea de calidad, que añada valor a los datos en bruto, mejore el producto final y no sea una suerte de personas que sólo buscan visibilidad a sus exabruptos. Los medios también han aprendido que no es suficiente con poner la tecnología y esperar a que dé los resultados que esperan de ella, sino que deben bajar a la arena y dinamizarla. Si se quiere tener un público culto y crítico, que demande calidad periodística y colabore en su producción, el medio debe orientar sobre cómo hacerlo.

Crear y mantener una red social implica identificar y poner en valor las contribuciones de calidad de sus miembros, reconociendo a aquellos más motivados a la colaboración y canalizando espacios para que éstos se reconozcan también entre sí y encuentren lazos de afinidad común.

Como uno de los nuevos desafíos de las REDES SOCIALES en los medios de comunicación esta la construcción de agendas, esto resulta muy atractivo para el área de noticias, aunque podrá verse como un aporte muy grande para nutrir el contenido de dichas agendas hay que tomar como misión encontrar el equilibrio entre lo interesante, lo importante y lo popular. LA SOLUCIÓN: El medio debe tomar como referencia los gustos de los usuarios y ser nosotros quien clasifique si son de prioridad para la mayoría, muchas veces el mismo tema lo sugieren diez usuarios de la red lo que nos indica que es un tema de interés general la clave está en saber enfocarlo y tratarlo o transformarlo en algo que sirva para nutrir la agenda del Noticiero y así cumplir con las expectativas que nuestros seguidores quieren sean tomadas en cuenta.

En el futuro, los periodistas enfrentaríamos el reto de sorprender al público teniendo en cuenta la avalancha creciente de información, su inmediatez y la facilidad para conseguirla. También nos enfrentaremos, cada vez más, a un universo de fuentes, nunca antes visto, que abre posibilidades enormes de investigar y de conseguir información, pero que pone en riesgo la credibilidad de los medios por la facilidad para llegar a esas fuentes con poco esfuerzo y mínimo tiempo.

Una palabra fundamental en la lucha de la creciente e inmediatez de información a la que ahora se tiene acceso es la CREATIVIDAD, hay que hallar nuevos enfoques, proyectar las informaciones en términos globales, salir de lo episódico. Buscar nuevas maneras de contar haciendo uso de los géneros periodísticos, y pensar en la forma de presentar las notas o noticias.

Algo muy importante también son las fuentes, hay que aprender a distinguir las nuevas fuentes, cómo establecer si son o no confiables y buscar nuevas maneras de verificación.

También habrá que enfrentar los desafíos éticos y legales que plantea internet, dominar las tecnologías para la cobertura del ciberespacio y aprender a ser un proveedor de información en internet.

Todos los medios de comunicación utilizan FACEBOOK y TWITTER, siendo FACEBOOK la carta de presentación en internet del medio, cuando la gente decidió ir a su página no se necesita persuadirla más, se acaba de captar su atención, es en ese momento que empieza la relación entre el usuario y el medio, yo creo que la gente al decidir ser seguidor de facebook de cualquier medio busca el contacto directo con este, una relación directa y muchas veces personal, por ejemplo en el caso de las Radios, se busca conocer físicamente a su locutor preferido pero a su vez que este conozca a quien lo llama todos los días, una relación que podríamos llamar "cara a cara". La clave aquí son las mil formas en las que se puede comunicar directamente con su audiencia, podemos ver cómo un medio puede hacer cosas sorprendentes y más cuando existe la seguridad de que alguien en el mundo está opinando o simplemente siguiendo cada noticia, promoción, comentario, etc, nuevo.

Si hablamos de TWITTER y su vertiginoso crecimiento en la actualidad, difundida a través de 140 caracteres, se ha convertido en el medio de difusión más utilizado no solo por jóvenes, sino también por personas adultas.

No es posible, en la actualidad, entender un fenómeno mediático, político, farandulero o deportivo, sin el protagonismo cotidiano e inmediatez de esta red social, todos estos ámbitos en los medios de comunicación tienen una cuenta de twitter, los usuarios critican, sugieren, recomiendan, rechazan y piden a cada medio desde su cuenta lo que necesitan ver, escuchar o leer en un medio. El éxito de twitter es que es información compartida en tiempo real, informa de sucesos y noticias en tiempo real y tiene "corresponsales" (periodismo ciudadano) en todos los rincones del mundo. Y es que su

inmediatez a la hora de publicar algo y la limitación de los 140 caracteres para dar un mensaje, permite centrarse en la esencia de la noticia y dejar de lado la retórica y los adornos de otros medios.

CAPÍTULO III

1.-ANTECEDENTES DE EXA FM - MÉXICO

1.1 Historia y antecedentes: Este Capítulo se va a desarrollar basándose en los datos obtenidos del sistema de archivo de RADIO EXA FM-MÉXICO.

La fuente describe que "Don Joaquín Vargas Gómez era un ex-militar quien con el tiempo abrió una gasolinería muy cerca del Aeropuerto de la Ciudad de México (aun en operación). Tiempo después, mientras viajaba en un automóvil por los Estados Unidos, escuchó la banda FM lo que lo sorprendió favorablemente por su fidelidad y por el audio en Estéreo, comparado con el sonido monoaural de la banda AM, prevaleciente en México por aquellos días.

Por este motivo decide en 1969 introducir el Sistema del FM estéreo al país abriendo en ese año la primera emisora nacional de FM en la ciudad de Monterrey, Nuevo León bajo el indicativo de XHSRO-FM y con el nombre de Stereorey; seguida por Guadalajara, Jalisco XHRO-FM (95.5 MHz) y León, Guanajuato XHSO-FM (99.9 MHz).

Posteriormente a inicios de la década de los años 70 abrió más emisoras en diferentes ciudades de México como el 102.5 en Ciudad de México , 92.5 en Puebla y 100.1 en Acapulco también con el nombre de Stereorey.

El nombre del grupo de las emisoras que obtuvo las concesiones para operar se llamó **Frecuencia Modulada Mexicana** también conocido como *Stereorey - FM Globo*.

En el primer lustro de la década de los años 90 nace la división de Televisión del Grupo llamándose Telerey en la ciudad de México, después Don Joaquín Vargas traería al país el primer sistema MMDS introduciendo bajo el nombre de **MVS Multivisión**, en ese tiempo ambos negocios Radio/Televisión se manejaban de manera muy separada, a finales de la década **Frecuencia Modulada Mexicana** y el Grupo Imagen Comunicación en Radio ubicado en la Ciudad de México, deciden llevar a cabo una alianza para fines de representación comercial de ventas de cinco emisoras, integrándose bajo el nombre de **MVS RADIO**, integrando emisoras como Rock N'Radio 1290 AM (tiempo después se vende a Radio S.A. y se convierte en Radio 13), Pulsar FM 90.5, Radioactivo 98.5 y XELA 830 AM "Buena Música", dicha alianza termina a finales de 1999, dejando a Imagen un concepto de radio Pop Juvenil "Pulsar FM" que seguía atrayendo cada día a mas radioescuchas. MVS Reacciona ante el hecho y "emula" el mismo concepto de *Pulsar FM*, lanzando **Exa FM** en el 104.9 de la ciudad de México, recorriendo el concepto en todo el país y finalizando definitivamente con FM Globo (a excepción del 96.7 FM en Nogales y el 101.9 en Mexicali).

En la actualidad MVS Radio continúa en expansión, en 1997 adquirió 25% del capital social de NRM (Núcleo Radio Mil), sin embargo vende su participación en octubre del 2005 a Edilberto Huesca, Vicepresidente de NRM.

En la actualidad **MVS Radio** es concesionaria de muchas emisoras de radio en el país, así como de emisoras afiliadas para fines de representación comercial en México, a la fecha, MVS Radio cuenta con cobertura en alrededor de 90 estaciones en la república mexicana.

Por otra parte, tiene franquicias de sus formatos radiofónicos en diversos países del Continente Americano.⁴¹

1.2 EXAFM: Esta cita es obtenida de los archivos de EXA MÉXICO, donde Jessy Cervantes cuenta su historia e inicios:

Exa empezó con un: "Formato radiofónico de música juvenil con los éxitos del momento en español e inglés, creado en el año 2000.

1.3 Historia

En 1999 dada a la asociación de MVS Radio con Grupo Imagen, MVS decide cambiar el formato de la cadena FM Globo a Pulsar FM. En varias ciudades se lanzó la estación con transmisiones con locutores en vivo por varios días, unidades móviles y obsequios.

En el 2000, tras el rompimiento de la alianza entre MVS Radio y Grupo Imagen, MVS Radio decide remplazar las estaciones de Pulsar FM por Exa FM. Este cambio recibió una promoción similar a la del lanzamiento de Pulsar FM.

Exa FM está presente en la mayoría de las ciudades de la República Mexicana, aunque en algunos casos las estaciones han sido cambiadas por otras estaciones de MVS Radio (como **La Mejor** en Hermosillo y Ciudad Acuña) o han sido vendidas a otros grupos radiofónicos. Ejemplos de estos casos fueron la venta al grupo **Imagen** en las ciudades de Saltillo, Querétaro y San Miguel de Allende; también Reynosa, Tamaulipas, en donde Exa FM XHRR-FM ocupaba la frecuencia del 102.5 (desde que era FM Globo) hasta el

⁴¹ Fecha de consulta: 3 de noviembre del 2011. www.mvs.com/Sitio_oficial_de_XHEXA-FM_104.9_MHz,_Exa_FM/código_de_usuario_exa.

2005 cuando fue vendida al Grupo BMP de McAllen Texas, cambiando de formato a **La Ley**. Otro ejemplo es que en Pachuca, XHPCA-FM también en 2008 deja de transmitir Exa FM para dar retorno a la extinta **Neurótica.FM** (de Grupo Siete Comunicación que era concesionaria de esa estación), esta frecuencia finalmente se convierte en **Los 40 Principales**. Mas tarde en Nuevo Laredo el sistema combo de Exa FM fue reemplazado por la estación **Mega**, en Chetumal deja la cadena Exa FM para llamarse **97-7**.

Exa FM se ha expandido a otras ciudades del país como Ciudad Obregon, Ensenada, Oaxaca, Puebla, Chetumal, Campeche, Cd. Mante, Zacatecas, Taxco, San Juan del Rio y la estacion de Exa en Cd. Juárez se cambia a la ciudad de El Paso, Texas para el público hispano de Estados Unidos.

El 2008 Fue un año importante para Exa FM, ya vinieron los grandes cambios en los formatos y fueron algunas plazas pilotos donde se realizaba este cambio. Aunque El Formato Musical Seguía Intacto.

Cada año en las plazas más importantes de Exa FM, se realiza el "El Concierto EXA", concierto que reúne a los exponentes más importantes de la música pop actual.

En abril de 2009 Exa FM comienza a transmitirse en Torreón, Coahuila al 95.5 de FM.

En junio de 2009. Exa FM anuncia su etapa de evolución y había rumores de que Exa se convertiría en una radio 100% de reggaeton. Otro rumor decía que se convertiría en una radio de estereo comprimido (es decir, de éxitos en inglés y español).

El día 15 de junio de 2009 ningún programas de Exa FM (al menos del 104.9 de la ciudad de México) entró Al Aire, y comenzaron a transmitirse promocionales que decían "Exa FM esta fuera de control". Durante todo el día se transmitió música continua, intercambiando géneros musicales de un momento a otro. No obstante continúa la programación de música pop en inglés y español. El 17 de junio la estación retorna a su programación habitual, mas no por completo.

El 18 de junio de 2009 Exa FM da a conocer su renovación, y se adicionan a la programación de música pop algunos géneros como electrónica, rock en inglés, entre otros. Además cambia completamente su imagen y estrena un nuevo logotipo.

El día 24 de octubre de 2009 se realizó la 9 edición y por 2da vez en La Plaza de Toros México, el "Concierto Exa" denominado por esta ocasión como el Mundo Naranja Exa en el cual se presentaran artistas de gran talla nacional e internacional como Alejandro Sanz, Creature, Jesse y Joy, Kinky, Alex Syntek y más.

El próximo evento Exa se realizo en agosto de 2010, este en la Cd. de México donde se realizará el famoso "Rock'NExa", anunciado por Jesse Cervantes en El Palacio de los Deportes, y no en La Plaza de Toros México como se efectuó en años anteriores..⁴²

1.4 PROGRAMAS Y CONCEPTOS DESTACADOS DE EXA FM:

⁴² Fecha de consulta: 3 de noviembre del 2011.[www.exa.com/Sitio_oficial_de_XHEXA-FM_104.9_MHz, Exa FM/USUARIO](http://www.exa.com/Sitio_oficial_de_XHEXA-FM_104.9_MHz,_Exa_FM/USUARIO) :Jessy Cervantes.

Exa FM ha tenido muchos programas y patrocinios de los reality shows como Big Brother, Buscando a Timbiriche "La Nueva Banda", La Nueva Academia y lo más reciente: "Segunda Oportunidad". Estos son los programas actuales que se transmiten en la cadena:

- **Despierta, mi bien Despierta:** es un morning show bajo la conducción de Yordi Rosado, Dalilah Polanco y Mauricio Castillo.
- **La Hora Gruexa:** es un programa juvenil que regresa a Exa FM con el sello característico de Beto y Lalo Company.
- **Dispara Margot, Dispara:** es un programa espectáculos conducido por Sergio Zurita, Fausto Ponce, Jorge Dorantes y Claudia Silva.
- **Exametro:** es un programa que transmite los 10 mejores temas de la semana en toda la cadena internacional.
- **Rock N' Exa:** es un programa dedicado al mejor rock en español.
- **La Bomba:** es un turno de música mezclada que suena como en un antro.
- **Tiro Libre:** es un programa destinado a los deportes con toques de comicidad y con varias secciones de temas diversos como espectáculos y música, conducido por Christian Martinoli y Luis García.

1.5 COBERTURA ACTUAL DE EXA FM:

México

- [XHNQ-FM](#) 99.3 MHz - [Acapulco](#), [Guerrero](#)
- [XHNNO-FM](#) 99.9 MHz - [Agua Prieta](#), [Sonora](#)
- [XHAGC-FM](#) 97.3 MHz - [Aguascalientes](#), [Aguascalientes](#)
- [XHMI-FM](#) 100.3 MHz - [Campeche](#), [Campeche](#)
- [XHZN-FM](#) 104.5 MHz / [XEZN-AM](#) 780 kHz - [Celaya](#), [Guanajuato](#)
- [XHQAA-FM](#) 99.3 MHz / [XEQAA-AM](#) 560 kHz - [Chetumal](#), [Quintana Roo](#)

- [XHLO-FM](#) 100.9 MHz / [XELO-AM](#) 1010 kHz - [Chihuahua](#), [Chihuahua](#)
- [XHEXA-FM](#) 104.9 MHz - [Ciudad de México](#), [Distrito Federal](#)
- [XHIT-FM](#) 99.7 MHz / [XEIT-AM](#) 1070 kHz - [Ciudad del Carmen](#), [Campeche](#)
- [XHPX-FM](#) 98.3-HD1 MHz - [Ciudad Juárez](#), [Chihuahua](#)
- [XHRLM-FM](#) 91.9 MHz - [Ciudad Mante](#), [Tamaulipas](#)
- [XHOX-FM](#) 106.5 MHz / [XEOX-AM](#) 1430 kHz - [Ciudad Obregón](#), [Sonora](#)
- [XHCTS-FM](#) 95.7 MHz - [Comitán](#), [Chiapas](#)
- [XHPT-FM](#) 91.3 MHz - [Córdoba](#), [Veracruz](#)
- [XHCT-FM](#) 95.7 MHz - [Cuernavaca](#), [Morelos](#)
- [XHESA-FM](#) 101.7 MHz / [XESA-AM](#) 1260 kHz - [Culiacán](#), [Sinaloa](#)
- [XHADA-FM](#) 106.9 MHz - [Ensenada](#), [Baja California](#)
- [XHFRE-FM](#) 100.5 MHz - [Fresnillo](#), [Zacatecas](#)
- [XHMA-FM](#) 101.1 MHz - [Guadalajara](#), [Jalisco](#)
- [XHNY-FM](#) 93.5 MHz - [Irapuato](#), [Guanajuato](#)
- [XHMD-FM](#) 104.1 MHz - [León](#), [Guanajuato](#)
- [XHMPM-FM](#) 98.9 MHz / [XEMPM-AM](#) 1030 kHz - [Los Mochis](#), [Sinaloa](#)
- [XHOPE-FM](#) 89.7 MHz / [XEOPE-AM](#) 630 kHz - [Mazatlán](#), [Sinaloa](#)
- [XHRV-FM](#) 89.5 MHz - [Matamoros](#), [Tamaulipas](#)
- [XHMRA-FM](#) 99.3 MHz - [Mérida](#), [Yucatán](#)
- [XHJC-FM](#) 91.5 MHz - [Mexicali](#), [Baja California](#)
- [XHWGR-FM](#) 101.1 MHz / [XEWGR-AM](#) 780 kHz - [Monclova](#), [Coahuila](#)
- [XHRSR-FM](#) 97.3 MHz - [Monterrey](#), [Nuevo León](#)
- [XHMRL-FM](#) 91.5 MHz - [Morelia](#), [Michoacán](#)
- [XHQT-FM](#) 102.7 MHz - [Nogales](#), [Sonora](#)
- [XHNR-FM](#) 98.5 MHz - [Oaxaca](#), [Oaxaca](#)
- [XHRE-FM](#) 105.5 MHz - [Piedras Negras](#), [Coahuila](#)
- [XHRIC-FM](#) 101.9 MHz - [Poza Rica](#), [Veracruz](#)
- [XHPBA-FM](#) 98.7 MHz - [Puebla](#), [Puebla](#)
- [XHCJX-FM](#) 99.9 MHz - [Puerto Vallarta](#), [Jalisco](#)
- [XHOE-FM](#) 95.5 MHz [Querétaro](#), [Querétaro](#)
- [XHVI-FM](#) 99.1 MHz / [XEVI-AM](#) 1400 kHz - [San Juan del Río](#), [Querétaro](#)

- [XHOD-FM](#) 96.9 MHz - [San Luis Potosí](#), [San Luis Potosí](#)
- [XHOX-FM](#) 95.3 MHz - [Tampico](#), [Tamaulipas](#)
- [XHTAC-FM](#) 91.5 MHz / [XETAC-AM](#) 1000 kHz- [Tapachula](#), [Chiapas](#)
- [XHTXO-FM](#) 92.9 MHz - [Taxco](#), [Guerrero](#)
- [XHGLX-FM](#) 91.7 MHz - [Tijuana](#), [Baja California](#)
- [XHMP-FM](#) 95.5 MHz - [Torreón](#), [Coahuila](#)
- [XHUH-FM](#) 96.9 MHz / [XEUH-AM](#) 1320 kHz - [Tuxtepec](#), [Oaxaca](#)
- [XHCQ-FM](#) 98.5 MHz - [Tuxtla Gutiérrez](#), [Chiapas](#)
- [XHPS-FM](#) 93.3 MHz - [Veracruz](#), [Veracruz](#)
- [XHKV-FM](#) 88.5 MHz / [XEKV-AM](#) 740 kHz - [Villahermosa](#), [Tabasco](#)

Guatemala

- 101.7 MHz - GUATEMALA, CIUDAD CAPITAL
- 97.1 MHz - Quetzaltenango y Totonicapan
- 97.5 MHz - Mazatenango y Retalhuleu
- 90.7 MHz - Escuintla
- 106.3 MHz - Jutiapa
- 102.3 MHz - Zacapa y Chiquimula
- 104.3 MHz - Izabal

Honduras

- 89.5 MHz - Zona Atlántico
- 100.7 MHz - Zona Centro
- 96.1 MHz - Zona Pacífico

El Salvador

- 91.3 MHz - [San Salvador](#), [El Salvador](#)

Costa Rica

- 102.7 MHz - [San José](#), [Costa Rica](#)

Ecuador

- 92.5 MHz - [Quito](#), [Ecuador](#)

Estados Unidos

- 106.9 MHz - [Del Río](#), [Texas](#)
- [KRGX-FM](#) 95.1 MHz - [Rio Grande City](#), [Texas](#)
- 87.7 MHz - Uvalde, Texas

1.6 . LEMAS QUE HA MANEJANDO EXA FM HASTA LA ACTUALIDAD

- 2000 - La evolución exacta
- 2000 - La música exacta
- 2001 - Estamos en todas partes
- 2002 - ¡Ponle!
- 2003 - Exagera
- 2005 - Siguenos... en todas partes
- 2006 - 6 años cerca de ti
- 2006 - Ponte Exa
- 2007 - La Gran Cadena Pop De MVS Radio.... Ponte Exa

- 2008 - Ponte La Primera
- 2008 - La Más Grande Generadora De Éxitos
- 2008 - La Primera En éxitos
- 2009 - Como quieras, Ponte Exa
- 2011 - Sobre Todas Las Cosas Ponte Exa^{.43}

⁴³ Fecha de consulta: 3 de noviembre. www.exa.com/mexico/cobertura [Sitio oficial de XHEXA-FM 104.9 MHz, Exa FM](http://www.exa.com/mexico/cobertura)

2.- RADIO EXA DE LA CADENA DEMOCRACIA - ECUADOR

2.1 Historia:

“RADIO EXA DE LA CADENA DEMOCRACIA antes conocida como GENIAL EXA 92.5 FM es una franquicia de la conocida estación de Radio EXA de MEXICO, convirtiéndose en la primera estación de Radio en el Ecuador donde el oyente es el principal actor y participante de la estación.

EXA FM INICIA OPERACIONES EN ENERO DE 2006, EL PUNTO DE PARTIDA ERAN 6.097 OYENTES PROMEDIO CADA HORA, APROXIMADAMENTE 45.000 OYENTES DIARIOS. TRANSCURRIDOS 6 AÑOS EXA FM HA MANTENIDO UNA TENDENCIA DE CRECIMIENTO CONSTANTE, DEL PUESTO 22 EN EL RANKEO GENERAL HOY OSTENTA EL 7^{mo} LUGAR CON 16.029 OYENTES PROMEDIO CADA HORA, MAS DE 100.000 OYENTES DIARIOS.

Para llegar hasta acá y consolidar la tendencia de crecimiento EXA FM ha procurado mantenerse a la vanguardia tecnológica contando con una de las más importantes infraestructuras del Ecuador.

2.2 QUÉ ES EXA FM?

Una franquicia originaria de México, el concepto radiofónico de mayor crecimiento en América, hoy por hoy con más de 60 estaciones en toda la República Mexicana, el sur de los Estados Unidos, Centro América y Ecuador.

2.3 EXA FM EN ECUADOR:

La aplicación del concepto EXA en Ecuador se basa en los hábitos de consumo del medio radio por parte de los oyentes. Iniciamos el día con los programas de noticias y opinión más influyentes y escuchados de las mañanas, INFORME MATINAL con Hernán Higuera y Wilman Sánchez y LA REVISTA INFORMATIVA DEMOCRACIA con Gonzalo Rosero, continuamos con LA PAPAYA, el talk show #1 de la Radio, un formato basado en el humor. A partir de las 12h00 se aplica con éxito la fórmula radiofónica de la CADENA EXA, esto es, un formato que respeta cada segundo al aire, priorizando la propuesta musical TOP 40 POP en la que los conductores proveen información relevante para el grupo objetivo y provocan interacción constante con el público.

2.4 EVENTOS:

El concepto EXA incorpora la realización de eventos los mismos que se convierten en una extraordinaria herramienta para fidelizar a nuestros oyentes. Cada año llevamos a cabo EL CONCIERTO EXA, un evento masivo que presenta artistas nacionales e internacionales y congrega en cada emisión a más de 15.000 personas en el Coliseo General Rumiñahui.

2.5 EXA TAMBIEN ESTÁ EN LA CALLE:

Dos vehículos totalmente vestidos con la imagen de EXA y completamente equipados para la transmisión desde exteriores recorren la ciudad generando reportes y regalando artículos promocionales de EXA FM y nuestros auspiciantes. Uno de los vehículos (LA EXA VAN) se encuentra además equipada con todo lo necesario para el entretenimiento (video juegos, karaoke, tuning de audio y video)."

3.- PROGRAMACIÓN RADIO EXA

3.1 INFORME MATINA –REVISTA INFORMATIVA DEMOCRACIA–24 HORAS

CONCEPTO: Iniciamos el día enlazándonos con las principales cadenas informativas del mundo. Desde las 5h50 presentamos Informe Matinal, un noticiero dinámico con la información más importante del país. Desde las 6h45 Gonzalo Rosero conduce el programa de opinión más influyente de la radio, LA REVISTA INFORMATIVA DEMOCRACIA. A las 13h30 y a las 19h50 retransmitimos el noticiero de TELEAMAZONAS, 24 HORAS, de lunes a viernes. (PUBLICO ADULTO).

3.2 LA PAPAYA

CONCEPTO: Talk Show que propone diversión basada en la ironía, temas de actualidad, concursos, música y un excelente sentido del humor. Comunicación moderna sin poses, SIN TEMORES. Desde las 10h00 hasta las 12h00, de lunes a viernes. (PUBLICO JOVEN ADULTO)

3.3 MÚSICA EXACTA

CONCEPTO: Durante toda la tarde aplicamos el concepto radiofónico que le permite a EXA ser la CADENA de radio juvenil más escuchada en el mundo de habla hispana. Mucho más música, conductores más divertidos y con mayor conocimiento, originales concursos y espectaculares premios, desde las 12h00 hasta las 19h50, de lunes a viernes. (PUBLICO JOVEN)

3.4 EL EXAMOVIL DE EXA FM

CONCEPTO: Somos la única estación que lleva la radio a la calle. Dos espectaculares EXAMOVILES recorren la ciudad, los colegios y universidades, los puntos de encuentro de los jóvenes, recintos de conciertos y eventos. No queda una sola calle sin ser visitada por EXA

FM. Llevamos diversión, premios y lo más importante, el mensaje de nuestros patrocinadores.

Los EXAMOVILES generan 7 reportes al aire en vivo desde exteriores de hasta 2 minutos de duración cada uno entre las 10h00 y 18h00, de lunes a viernes.

4.- EXA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN:

La Radio como medio de comunicación y en este caso RADIO EXA DE LA CADENA DEMOCRACIA día a día hace del uso de las Redes Sociales su herramienta de investigación para conocer, contactarse, involucrar, escuchar y complacer lo que sus oyentes quieren diariamente en su Programación, sea en el ámbito informativo, de entretenimiento o musical.

Escuchar y conocer lo que el radioescucha opina, necesita, cree y sobre todo su participación en la programación y eventos de la Radio, convirtieron a las REDES SOCIALES en su herramienta de investigación diaria, es por esto que EXA maneja twitter, facebook y pagina web con cada uno de sus programas y locutores, es su manera de entender y lograr como RADIO que el oyente sea parte y se sienta identificado con el Medio.

4.1 NOTICIERO:

Diariamente por medio de la cuenta de TWITTER (@democraciaec) y FACEBOOK (REVISTA INFORMATIVA/GONZALO ROSERO) del noticiero estelar de la estación REVISTA INFORMATIVA DEMOCRACIA se publica las entrevistas efectuadas entre las 6h45 a 10h00 de la mañana. Son preventivas donde se anuncian los invitados, los temas de análisis, esto con el fin de informar de la agenda diaria e incentivar la sintonía de los oyentes.

Se mandan de 5 a 6 tweets durante las 4 horas que son los necesarios para mantener informados a los usuarios y no mas, pues el usuario tiende a cansarse de las cuentas que mandan demasiados post en poco tiempo y muchas veces son la razón para dejar de seguir ciertas cuentas.

También se manda una publicación diaria como interrogante, con la finalidad de que los oyentes participen con sus comentarios a través de las redes y algunos de los cuales son leídos al aire.

Así informan e invitan a sus oyentes a que participen en el momento insitu que se está tratando el tema, siempre buscando abarcar noticias de interés nacional y de ciudad, sean temas políticos, económicos, sociales e internacionales que de una u otra forma afecten o beneficien al país.

Tener cuenta de TWITTER (@democraciaec) y FACEBOOK (REVISTA INFORMATIVA/GONZALO ROSERO) en el Noticiero y no tener restricciones, los hace blanco algunas veces de mensajes que están en desacuerdo con el invitado o el tema de ese momento pero a su vez obtienen aportes, opiniones e información que beneficia y enriquece el tema que se está tratando, en el Noticiero la red social que más se usa es TWITTER.

4.2 CIFRAS Y FOTOS DEL USO DE TWITTER POR EL NOTICIERO DE EXA FM DE SU AUMENTO DIARIO DE SEGUIDORES.

LUNES 21 DE ENERO

TWITTER (@democraciaec)

DESCRIPCIÓN: 838 seguidores

The image shows a screenshot of the Twitter profile for RADIO DEMOCRACIA/EXA (@democraciaec). The profile header includes the name 'RADIO DEMOCRACIA/EXA', the handle '@democraciaec', and the location 'Quito - Ecuador'. The bio states: 'Sitio oficial de la Revista Informativa. El programa de opinión más influyente de la Radio, Democracia 920 AM y EXA 92.5 FM'. Below the bio is a link to the website: 'http://www.democracia.ec/http.www.exaecuador.com'. The profile statistics are: 768 Tweets, 162 Siguiendo, 838 Seguidores, and 18 Listas. The 'Seguidores' section is expanded, showing a list of accounts being followed, including MSP Ecuador, noticiasec, and minculturaec. A recent tweet from 'democraciaec' is visible at the bottom, stating: 'En minutos estarán #EnVivo Magdala Villacís (Consejera del CNE)'.

MARTES 22 DE ENERO

TWITTER (@democraciaec)

DESCRIPCIÓN: 843 seguidores

The image shows a screenshot of the Twitter profile page for the account @democraciaec. The page is in Spanish and features a dark header with the Twitter logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Perfil', 'Mensajes', and 'A quién seguir'. The user's name 'democraciaec' is visible in the top right corner. Below the header, there is a section titled '¿Qué está pasando?' with a search input field. The main content area is divided into two columns. The left column, labeled 'Cronología', shows three tweets: one from 'el_pais' (EL PAIS) about elections in Asturias, one from 'INPecador' (INP) about an interview, and one from 'revistavistazo' (Vistazo Online) about winter weather. The right column shows 'Tus Tweets' (771), 'Siguiendo' (162), and 'Seguidores' (843). Below these are 'Temas del momento' (Trending Topics) including '#10ThingsThatAreAttractive', '#RulesInARelationship', and '#CiteUmaMusicaDalvete'.

MIÉRCOLES 23 DE ENERO

TWITTER (@democraciaec)

DESCRIPCIÓN: 845 seguidores

RADIO DEMOCRACIA/EXA
@democraciaec Quito - Ecuador
Sitio oficial de la Revista Informativa. El programa de opinión más influyente de la Radio. Democracia 920 AM y EXA 92.5 FM
<http://www.democracia.ec/http.www.exaecuador.com>

Editar tu perfil →

democraciaec RADIO DEMOCRACIA/EXA
Participe: Para Ud. ¿Cuáles son las diferencias y similitudes entre el Alfarrismo y el Correismo?
hace 10 horas

Acerca de @democraciaec

771	162	845	18
Tweets	Siguiendo	Seguidores	Listas

Similares a ti · ver todos

- BiessEcuador** Banco del IESS
- ecorae** ECORAE Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazonico ...
- maomorenolara** Mao Moreno Asambleista por la Provincia de Loja. Miembro de la ...

Siguiendo · ver todos

JUEVES 24 DE ENERO

TWITTER (@democraciaec)

DESCRIPCIÓN: 857 seguidores

The screenshot shows the Twitter profile page for RADIO DEMOCRACIA/EXA (@democraciaec). The profile picture is a man speaking into a microphone. The bio reads: "Sitio oficial de la Revista Informativa. El programa de opinión más influyente de la Radio. Democracia 920 AM y EXA 92.5 FM". The page also shows a recent tweet from @democraciaec: "En contados minutos estarán #EnVivo Diego Ordoñez, Marcelo Larrea y Carlos Larraátegui. Ahora también puede verlos exaecuador.com". The right sidebar shows statistics: 775 Tweets, 162 Siguiendo, 857 Seguidores, and 18 Listas. It also lists similar accounts like bettycarrillo35, noticiasec, and ramirogonzalezj.

VIERNES 25 DE ENERO

TWITTER (@democraciaec)

DESCRIPCIÓN: 869 seguidores

The image is a screenshot of the Twitter profile for RADIO DEMOCRACIA/EXA (@democraciaec). The header includes the Twitter logo, a search bar, and navigation links for Inicio, Perfil, Mensajes, and A quién seguir. The profile section features a profile picture of a man speaking into a microphone, the name RADIO DEMOCRACIA/EXA, the handle @democraciaec, and the location Quito - Ecuador. The bio describes it as the official site of the 'Revista Informativa' and lists radio programs 'Democracia 920 AM' and 'EXA 92.5 FM'. A website link is provided: http://www.democracia.ec/http://www.exaecuador.com. Below the bio is an 'Editar tu perfil' button. The tweets section shows two recent tweets: one mentioning analysts Alberto Narváez and Rubén Silva on the topic of health (#Salud), and another about a monthly radial link for defense. The right sidebar contains statistics: 779 Tweets, 162 Siguiendo, 869 Seguidores, and 21 Listas. It also lists similar accounts like 'informatelpunto', 'SENPLADES_Ec', and 'ProJusticiaEc'.

4.3 PROGRAMA LA PAPAYA Y TURNOS MUSICALES:

En el Programa LA PAPAYA la participación de los oyentes mediante las redes sociales no solo les lleva a ganarse premios sino que se mide el nivel de aceptación de todas las promociones que se realiza en LA RADIO, en la tarde la programación musical es la clave en las redes sociales, son los oyentes basándose en un listado que maneja la estación quienes escogen sus canciones diarias, solicitándolas en vivo o por medio de su red social preferida, además su participación en facebook con las diferentes promociones y pedidos de la estación hace que participen en su página diariamente para obtener premios de su interés. Como se puede comprobar que Exa por medio del TWITTER Y el FACEBOOK involucra a sus oyentes?

El manejo de las redes sociales de EXA FM tanto Facebook (EXA FM ECUADOR), Twitter (@EXAFM925) y su página oficial (www.exaecuador.com) es diario, realizando actualizaciones cada media hora. Este tiempo está determinado ya que recientes estudios de “REDES SOCIALES – JOVENES” determina que cada media hora es el tiempo adecuado para colgar nueva información, así se logrará tener una mayor interacción con los oyentes.

Las redes sociales no solamente dan información sino que se convierten en pequeños foros donde los oyentes de la radio pueden dar sus opiniones a diferentes temas, pedir canciones y/o dar sugerencias. La información se maneja mediante texto y material audiovisual como fotografías y videos.

Las redes sociales son la manera más directa de conocer a fondo al grupo objetivo de la radio ya sea en el talk show LA PAPAYA o en la programación de música EXActa. Además, otro factor fundamental es la tabulación que se hace mediante el EXAmovil y

mediante las llamadas telefónicas y mensajes móviles. Esta tabulación sirve para conocer las canciones más pedidas de la semana para posteriormente realizar el EXAmetro, un programa que se transmite todos los sábados.

Actualmente los medios de comunicación ya no se parecen en nada a la idea clásica que se tenía, emisor –receptor. Cada vez es más habitual que un medio tenga como herramienta de trabajo una red social, son donde se puede directamente vincular al oyente en su programación, persiguiendo con ello una mayor participación y aceptación pública. De hecho, los usuarios de las redes sociales de EXA FM pueden publicar sus propias “noticias” y compartir contenidos e ideas.

Exa informa de todas su actividades como medio de comunicación y difusión por medio de las redes sociales, eventos a realizarse, promociones de artistas, visitas de invitados al estudio para temas informativos, musicales y promociones, pero no deja de lado la interacción personal entre el oyente y el locutor, realizando encuestas personales y visitas a puntos exactos en toda la ciudad de Quito con el vehículo de la estación, el EXAMOVIL.

Las redes sociales para el EXAMOVIL son de gran beneficio, permite conocer los lugares que los oyentes quieren que sean visitados, con su participación ayudan a organizar semanalmente las ubicaciones exactas del EXAMOVIL, lo que permite que las personas puedan mantener contacto directo con la gente de la estación (locutor).

Otro de los aportes de las redes sociales en el EXAMOVIL es la difusión que les permite dar a conocer las ubicaciones del EXAMOVIL, es decir, el lugar que van a visitar, la gente los busca y espera, se gana premios y se comparte fotos y videos por medio de los tweets y facebook, es así como se acercan a quién está detrás dela radio o computador

(receptor); conocen gente y se dan a conocer y relacionan con los demás (con sus oyentes).

4.4 CIFRAS Y FOTOS DEL USO DE TWITTER Y FACEBOOK POR LOS PROGRAMAS DE EXA FM Y SU AUMENTO DIARIO DE SEGUIDORES.

LUNES 21 DE ENERO

(FACEBOOK-EXAFM ECUADOR)

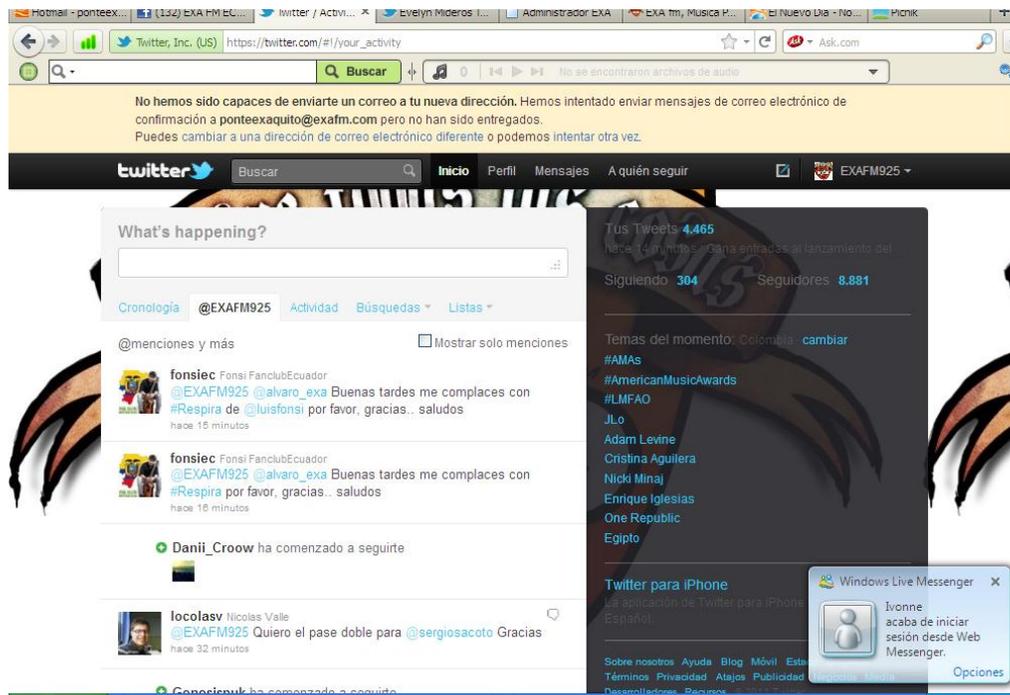
DESCRIPCIÓN: 23.183 seguidores

The screenshot shows the Facebook page for EXA FM ECUADOR. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the page name 'EXA FM ECUADOR' with an 'Inicio' button. The profile picture is the EXA logo, and the cover photo features a collage of images. The left sidebar contains navigation options: Muro, Publicaciones ocultas, Información, Fotos, Enlaces, Eventos, Vídeos, and EDITAR. Below this is the 'Acerca de' section with the text: 'ESCUCHAMOS EN LA 92.5 QUITO, 89.7 RIOBAMBA, 96.5 QUAYAQUIL Y LA PENINSULA Y... Ver más'. It also shows '26.183 likes en "Me gusta"' and '868 personas están hablando de esto'. The main content area shows a post by Leito Wilches with the text: 'Holaaaaaaa Por fa me complacen con Para Mi de Fausto Miño? :) Me gusta · Comentar · Hace 8 minutos'. Below it is a post from EXA FM ECUADOR: 'Estas de acuerdo o no con las corridas de toros... ¿Por qué? A Vlad Méndez y otras 14 personas más les gusta esto. Ver los 12 comentarios'. The right sidebar includes 'Administradores (1)', 'Usar Facebook como Exa', 'Notificaciones (46)', 'Promocionar con un anuncio', 'Ver estadísticas', and 'Páginas recomendadas' with a list of artists: Vin Diesel (7,829 likes), Usher (9,558 likes), Michael Jackson (8,745 likes), and Pitbull (10,130 likes).

LUNES 21 DE ENERO

(TWITTER - @EXAFM925)

DESCRIPCIÓN: 8.881 seguidores



MARTES 22 DE ENERO

(FACEBOOK-EXA FM ECUADOR)

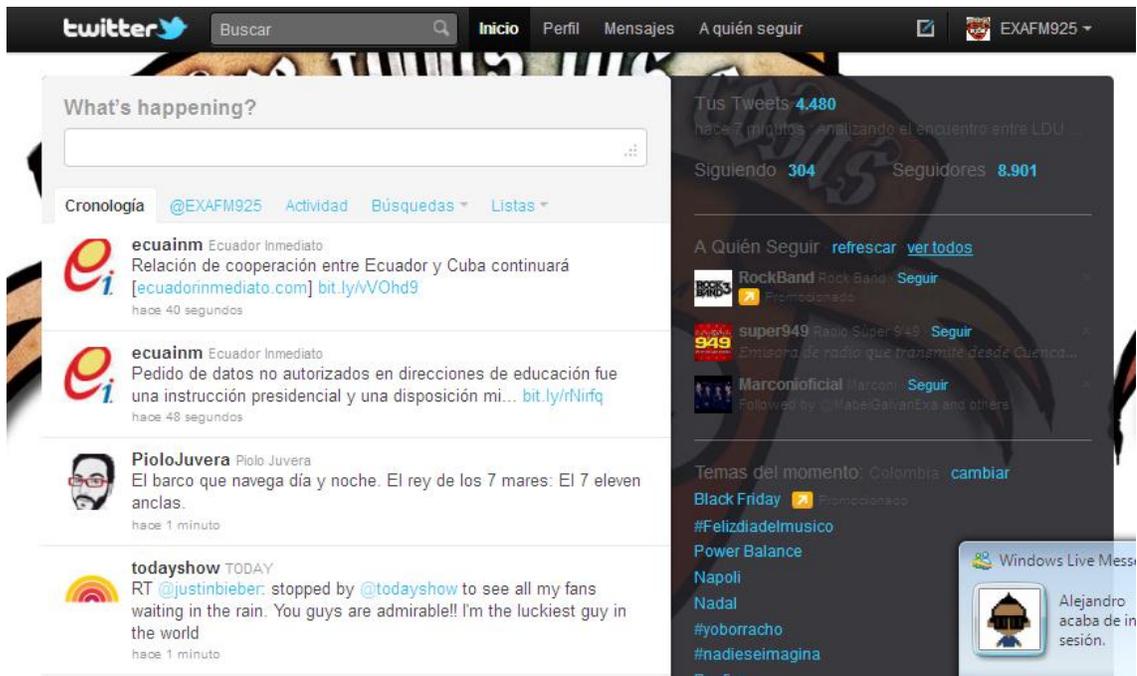
DESCRIPCIÓN: 26.224 seguidores

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'EXA FM ECUADOR'. The browser address bar shows the URL 'www.facebook.com/pages/EXA-FM-ECUADOR/141352739215395'. The page header includes the Facebook logo, search bar, and navigation links. The profile picture is a shield-shaped logo with 'EXA' and '92.5' and the text 'SOLO MÁS LAS OJAS'. The cover photo shows a group of people. The main content area features a post from 'EXA FM ECUADOR' with the text: '¿Qué te pareció el encuentro entre LDU e Independiente? ¿Los albos se confiaron? o a los alernos de LDU les falta manejo del balón? ¿Qué crees?'. Below the post, there is a comment from 'GEovanny Rsk' saying 'como ziembre feo'. The right sidebar contains 'Administradores (1)', 'Usar Facebook como Exa', 'Notificaciones 46', 'Promocionar con un anuncio', 'Ver estadísticas antiguas', and 'Páginas recomendadas' including 'Vin Diesel', 'Usher', 'Pitbull', and 'Michael Jackson'. The bottom left shows 'Acerca de' with '26.224' likes and '870' posts.

MARTES 22 DE ENERO

(TWITTER- @EXAFM925)

DESCRIPCIÓN: 8.901 SEGUIDORES



MIÉRCOLES 23 DE ENERO

(FACEBOOK- EXA FM ECUADOR)

DESCRIPCIÓN: 26.245 seguidores

www.facebook.com/pages/EXA-FM-ECUADOR/141352739215395

facebook

EXA FM ECUADOR Inicio

EXA FM ECUADOR
Producto/Servicio · Editar información

Administradores (1) [?] Ver todos

Usar Facebook como Exa

Notificaciones 84

Promocionar con un anuncio

Ver estadísticas

Páginas recomendadas Ver todas

Vin Diesel
A 7.841 de tus fans les gusta esto.
Me gusta

Usher
A 9.545 de tus fans les gusta esto.
Me gusta

Pitbull
A 10.135 de tus fans les gusta esto.
Me gusta

Michael Jackson
A 8.766 de tus fans les gusta.
Me gusta

EXA FM ECUADOR
http://www.exafm.com/ecuador/noticias/un-gran-paso-en-la-musica-ecuatoriana-223.html
¿Quieres asistir a esta mega premier? Sólo mándanos tus datos personales y ya =>

Un gran paso en la música ecuatoriana
www.exafm.com
Ya está listo el DVD de Sergio Sacoto. El DVD en vivo presenta un show con un despliegue único y ...

Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 8 minutos ·

A Moni Llerena y otras 5 personas más les gusta esto.

Juan Zambrano ovioo
Hace 4 minutos · Me gusta

Daniel Chicaiza Novoa a donde komo kuando ???
Hace 3 minutos · Me gusta

¿Qué estás pensando?

Compartir: Estado Foto Enlace Video Pregunta

muro EXA FM ECUADOR · Todos (Más recientes)

Publicaciones ocultas

Información

Fotos

Enlaces

Eventos

Videos

EDITAR

Acerca de Editar

ESCUCHAMOS EN LA 92.5 QUITO, 89.7 RIOBAMBA, 96.5 GUAYAQUIL Y LA PENINSULA Y...

Ver más

A
26.245
dics en "Me gusta"

870
personas están hablando de esto

MIÉRCOLES 23 DE ENERO

(TWITTER- @EXAFM925)

DESCRIPCIÓN: 8.920 seguidores

No hemos sido capaces de enviarte un correo a tu nueva dirección. Hemos intentado enviar mensajes de correo electrónico de confirmación a ponteexaquito@exafm.com pero no han sido entregados. Puedes cambiar a una dirección de correo electrónico diferente o podemos intentar otra vez.

twitter Buscar Inicio Perfil Mensajes A quién seguir EXAFM925

What's happening?

Cronología @EXAFM925 Actividad Búsquedas Listas

@menciones y más Mostrar solo menciones

BrujitaC_82 Cris Nogales
@EXAFM925 Cris Nogales a q hora es?
hace 24 segundos

BrujitaC_82 te ha retuiteado
hace 11 minutos : Un gran paso en la música ecuatoriana @sergio...

Niss_Thalia ha comenzado a seguirte

nicky_galarza Nicole Galarza
@EXAFM925 nicole galarza. 17 años y kieroir a la premieree pliss!!!!
hace 5 minutos

Tus Tweets **4,495**
hace 11 minutos : Un gran paso en la música ecuatoriana

Siguiendo **304** Seguidores **8.920**

A Quién Seguir [refrescar](#) [ver todos](#)

- AlvaroUrbeVel** Alvaro Urbe Velazquez [Seguir](#)
Followed by @BALVIN and others
- joselevycnn** Jose Levy [Seguir](#)
Followed by @yayovicuna and others
- aristeguicnn** Carmen Arístegui [Seguir](#)
Followed by @examontrey and others

Temas del momento: Colombia [cambiar](#)

[#SiempreQuise](#)
[Barcelona](#)
[#thewalkingdead](#)
[Barca](#)
[#shaira](#)
[Doodle](#)
[San Siro](#)
[Aquilani](#)
[lira](#)

JUEVES 24 DE ENERO

(FACEBOOK – EXA ECUADOR FM)

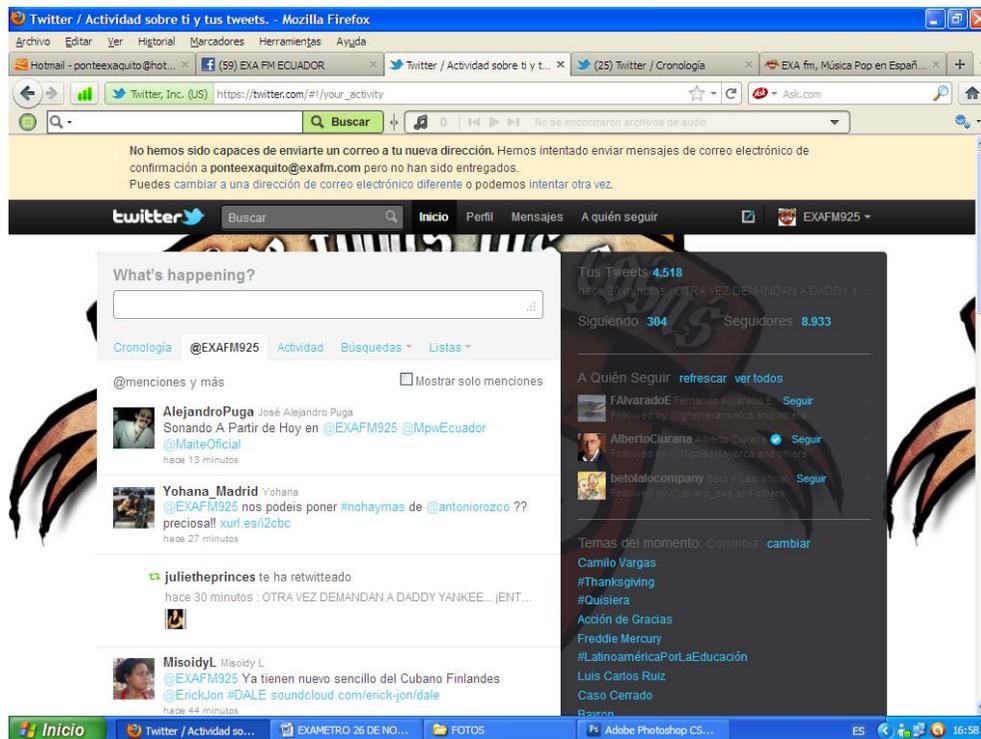
DESCRIPCIÓN: 26.282 seguidores



JUEVES 24 DE ENERO

(TWITTER - @EXAFM925)

DESCRIPCIÓN: 8.933 seguidores



VIERNES 25 DE ENERO

(FACEBOOK – RADIO EXA FM)

DESCRIPCIÓN: 23.315 seguidores

facebook Buscar EXA FM ECUADOR Inicio

Muro
Publicaciones ocultas
Información
Estadísticas
Fotos
Enlaces
Eventos
Vídeos
EDITAR

Acerca de [Editar](#)
ESCUÉCHANOS EN LA 92.5 QUITO, 89.7 RIOBAMBA, 96.5 GUAYAQUIL Y LA PENINSULA Y...
Ver más

A **26.315** clics en "Me gusta"
1.027 personas están hablando de esto

Suscríbete a través de RSS
Compartir

Muro EXA FM ECUADOR · Todos (Más recientes)

Compartir: Estado Foto Enlace Video Pregunta

¿Qué estás pensando?

EXA FM ECUADOR
Esta es la ceja ideal... Escucha los tips de Gaby Jácome y de seguro lo lograrás... Luce espectacular en estas Fiestas de Quito =)

TIPS EXA
Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 3 minutos ·

Administradores (1) [?] Ver todos

Usar Facebook como Exa
Notificaciones 49
Promocionar con un anuncio
Ver estadísticas antiguas

Páginas recomendadas Ver todas

- Vin Diesel**
A 7.866 de tus fans les gusta esto.
Me gusta
- Daddy Yankee**
A 10.549 de tus fans les gusta.
Me gusta
- Pitbull**
A 10.193 de tus fans les gusta esto.
Me gusta
- Michael Jackson**
A 8.779 de tus fans les gusta.
Me gusta

Geovanny Montenegro como *angelina jole!*

VIERNES 25 DE ENERO

(TWITTER - @EXAFM925)

DESCRIPCIÓN: 8.960 seguidores

No hemos sido capaces de enviarte un correo a tu nueva dirección. Hemos intentado enviar mensajes de correo electrónico de confirmación a ponteexaquito@exafm.com pero no han sido entregados. Puedes cambiar a una dirección de correo electrónico diferente o podemos intentar otra vez.

twitter Buscar Inicio Perfil Mensajes A quién seguir EXAFM925

What's happening?

Cronología @EXAFM925 Actividad Búsquedas Listas

@menciones y más Mostrar solo menciones

 **EXAFM925** EXA FM
De los estrenos que escuchas en @EXAFM925 ... ¿Cuál es tu canción preferida? => ¡Si vas a salir, abrigate! Hace un frioooo horrible x_x
hace 2 minutos

 **CariciasDetalle** y otros 8 han comenzado a seguirte

 **AnyEnCostaRica** Antes MDWTCostaRica
@EXAFM925 me gustaria escuchar #Click de Anahí ft Ale Sergi y Bryan Amadeus. Gracias! :)
hace 2 horas

 **polafior28** Paola Suástegui
"@Vellio: Yeih #exploacorazon2011 en @EXAFM925 #mercurioecuador @polafior28 @salito88 @FaDyRoS

Tus Tweets **4.537**
hace 2 minutos · De los estrenos que escuchas en

Siguiendo **305** Seguidores **8.960**

A Quién Seguir [refrescar](#) [ver todos](#)

-  **ov7oficial 007** Seguir
Followed by @ExaFM09regon and others
-  **CBSNews** CBS News Seguir
Breaking News, Business, Entertainment and ...
-  **manomenezes Dani Meneses** Seguir

Temas del momento: Colombia [cambiar](#)

Black Friday Promociones

#FF

#RazonesParaNoComprariPhone4s

Wilder Medina

Peñarol

#ElPrecioEsCorrecto

Banco de la República

U de Chile

Libertadores

Windows Live Messenger
 Carlos Alberto acaba de iniciar sesión desde Web Messenger. [Opciones](#)

En la actualidad EXA FM ofrece a sus oyentes contenidos bajo demanda, esta creándose un cambio en los hábitos de, a dónde va la comunicación, es decir, el oyente ya no solo recibe el mensaje emitido en ese momento por su estación sino que tiene la posibilidad de escucharlo cuando y donde quiera hacerlo. Con la creación de una BIBLIOTECA de la Radio donde se almacenan entrevistas, segmentos, audios y videos creándose independencia en pedir al medio la copia de cualquier tema de interés que quieren volver a escuchar y también cualquier programa que desean volver a ver.

Como última novedad EXA FM creo el LIVE STREAM que es la distribución de multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga. Este tipo de tecnología funciona mediante un búfer de datos que va almacenando lo que se va descargando para luego mostrarse al usuario. Se lo aplica a la difusión de audio o video y tiene un tiempo determinado de almacenamiento ya que se va actualizando cada cierto tiempo. En este nuevo canal, las redes sociales tienen una participación fundamental, en EXA FM tanto para noticiero como para su programación diaria, se comparte archivos, se publica post que al oyente le puede interesar, se twittea links que llevan a sus seguidores a involucrarse más con la estación, a escucharlos cuando ellos quieran, a compartir en sus propias cuentas de twitter, a publicar en sus muros de facebook, enlaces, fotos, audios, noticias, canciones que la Radio les brinda, tienen la oportunidad de proponer actividades a través de las redes sociales, se apropian de ese espacio como algo suyo y personal.

Así EXA involucra a sus seguidores en todas sus actividades y promociones.

4.5 OPIONIÓN DE LOCUTORAS DE EXA FM SOBRE EL USO DE TWITTER Y FACEBOOK:

Evelyn Mideros-Locutora del EXAMOVIL:

Ventajas de la utilización de TWITTER Y FACEBOOK desde el EXAMOVIL:

- 1) Favorecen la participación entre los oyentes y la radio, es decir, permiten a los oyentes participar activamente con sus solicitudes, inquietudes y peticiones musicales.
- 2) Facilitan relaciones entre los locutores y oyentes, evitando todo tipo de barreras tanto culturales, profesionales como físicas.
- 3) Permiten construir una identidad personal y/o virtual, de compartir todo tipo de información (aficiones, intereses musicales, géneros musicales, etc.).
- 4) Permiten poner en práctica las promociones, nuevos temas lanzados por la radio hacia sus radio-escuchas.
- 5) Nutren el contenido del mensaje enviado, ya que llega a todos nuestros seguidores de un solo click.

GABY JÁCOME (TURNO MUSICAL DE 14H00 A 17H00 HORAS)

El uso de las redes sociale es básico en un mundo que quiere interactuar, en mi horario utilizo el twitter(@exafm925) para linkear la información sobre notas que publico en la página de la radio www.exaecuador.com, aparte de leer lo que la gente escribe y que quiere escuchar también la uso para enterarme que pasa con los artistas que seguimos en nuestra cuenta, así estamos al día con la información personal que ellos manejan. En el facebook (RADIO EXA FM) de la misma manera publicamos información sobre los temas y la música que pongo en mi horario de 2 a 5 de la tarde, tengo más interacción con misoyentes, las redes sociales son básicas para comunicarte con la gente de cualquier parte del mundo que puede aportar con música nueva y tecnología que nos ayuda a enriquecer nuestra base de datos y así poder complacer todos los pedidos diarios que tenemos de nuestros radio escuchas.

5.- CONCLUSIONES:

Las redes sociales son una de las mayores expresiones de participación de los receptores, ya que no podrían existir sin la participación de la audiencia. La finalidad de potenciar el uso de las redes desde los medios de comunicación es multiplicar su presencia en estos otros espacios de distribución y aumentar su tráfico de visitas. Se percibe por parte de todos los medios que utilizan REDES SOCIALES un interés por la introducción de este nuevo cauce de interactividad, que además les beneficia como plataforma de distribución de sus contenidos entre las diversas redes, produciendo un efecto cadena entre los miembros de la red social y mejorando su repercusión.

El avance vertiginoso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación es constante. Facebook se convirtió en un fenómeno sin precedentes que revolucionó las formas de comunicación y de interacción. Al ser una herramienta de fácil acceso y gratuito, son muchos los que consideran a las redes sociales como indispensables, se ha convertido casi en una obligación. Tanto es así, que hasta los medios de comunicación sintieron la necesidad de incorporar estas vías de conexión para no quedarse afuera del sistema.

Las nuevas tecnologías generan elementos que permiten a los cibernautas ocupar un lugar activo y ser nuevos productores de contenido. Si analizamos esto, nos damos cuenta que aún no existe un término para denominar a aquellos que son usuarios de Internet al tiempo que son televidentes, radioescuchas o lectores de portales on line. Se trata de receptores, productores y participantes, es un período de transición en el que la cibercultura ya tiene su lugar, pero, en el que todas las partes están en pleno proceso de definición de roles.

FACEBOOK y TWITTER para EXA FM se convirtieron en su herramienta diaria de trabajo, es por medio de estas redes sociales que el vínculo que tienen con los oyentes,

está más afianzado, ahora se sienten parte de su estación musical, donde escuchan su música favorita, donde se habla de su artista / actor preferido, donde sus sugerencias y pedidos son aceptadas y además publicados, donde el locutor ya no es solo una voz.

En el ámbito noticioso, los seguidores son actores directos de sus temas de interés, ahora ya no solo escuchan la intervención de los invitados en el estudio, también se escuchan por medio de la lectura de sus mensajes enviados a TWITTER, el compromiso del medio es ese, que se conviertan en un protagonista más de la entrevista.

EXA busca que sus locutores interactúen con los oyentes y los hagan partícipes de las actividades a realizar, que su programación se convierta en complacer a sus seguidores, siempre respetando la línea editorial o musical de cada Programa. La idea de incluir a TWITTER y FACEBOOK como herramienta de trabajo es ser amigo del oyente, mantener el contacto con los radio escuchas, interactuar siempre y mantener el respeto, esto no quiere decir que en ocasiones no existan duras críticas acerca de algún tema específico, pero es menester de cada uno manejar la situación de la mejor manera y así lograr que los seguidores inviten a sus amigos, que la red cada vez sea más grande, así como también obtener el éxito total en el posicionamiento de la cadena radial.

6.- RECOMENDACIÓN:

La única recomendación que quisiera hacer es para el uso de FACEBOOK en el Noticiero de RADIO EXA, no se ve aumento de seguidores en esta RED SOCIAL y a mi parecer es, por la falta de herramientas y aplicaciones para beneficiar la relación del usuario con el noticiero.

Se puede lograr que el usuario sea parte de la Agenda de Noticias, respondiendo a sus inquietudes, comentarios y opiniones, cuando no se recibe respuesta, las personas se sienten frustradas, abandonados y rechazados, por lo que es primordial valorar las aportaciones de sus seguidores y esto permitirá al Programa poder conocer la opinión del público objetivo de manera directa.

Es muy importante recalcar el control que tiene el usuario en las redes sociales por lo que esto les podrá ayudar a promocionar su página y a su vez también obtener grandes críticos de la misma, una razón muy fuerte para renovarla constantemente.

BIBLIOGRAFÍA:

BOWMAN, Shayne y WILLS, Chris. Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. Editado por J.D. Lasica. 2003. Traducido por Guillermo Franco M. 2005.

GIL, Jorge y Samuel Schmidt. Análisis de redes. Aplicaciones a las ciencias sociales. Editorial: IIMAS-UNAM, México, 2002

GRANDA, Paúl. Redes Sociales y su impacto social. Editorial: Fibrisa. Argentina . 2011

GRIFFIN, Jeffry. Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones entorno a la (des) articulación social, Editorial: Universitat Jaume I, España, 2006.

IRUZUBIETA, Gonzalo (IAB SPAIN) La comunicación en medios Sociales. Edita: EDIPO S.A. Madrid. 2009.

IRIGARAY, Fernando. Periodismo Digital en un paradigma de Transición. Editorial: Creative Connmos. Argentina. 2010.

KAZENIAC, Andy. Twitter Climbs, Editorial: Kaz. Los Angeles. 2010. Traducido al español. Enero 2011.

MATTELART, Armand y Michelle. Teorías de la Comunicación. Editorial: Paidós. Buenos Aires. 1997.

MOLINA, José Luis. *El análisis de redes sociales*. Edicions: Bellaterra. Barcelona, 2001.

OREJUELA, Marilyn, *Atrapados en la Red de las Redes Sociales*, Mundo Universitario, Nº 37, 20-24, 2011.

REQUENA, Santos Félix. *Redes sociales y sociedad civil*. Editorial: CIS. Madrid. 2008

ROSENTAL, Calmon Alves, *Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina: Una reflexión en el contexto histórico de las redes sociales*. Editorial: Society Media. Texas. 2009

SALAS, Daniel. *Twitter y los mensajes*, Editorial Dinap. País: Argentina. 2010. Pag. 22.

VILLASANTE, Tomás. *Cuatro redes para mejor-vivir*. Editorial: Lumen-humanitas, Buenos Aires, 1998.

WATTS, Duncán. "Six Degrees: The Science of a Connected Age" , Editorial: Paidós.
Publicación:11/05/2010| Idioma:Español.

WOLF, Mauro. *Historia de la comunicación on-line*. Editorial Sopena. Argentina: Buenos Aires. 2011.

INTERNET

BOW, Shayne y WILLIS, Chris, *Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información*, The Media Center del American PressInstitute, Traducido por FRANCO, Guillermo M. Julio del 2003. www.hypergene.net/wemedia.

CAMPAÑA, Naranjo Iván Gabriel, <http://es.scribd.com/doc/25111928/Redes-sociales-en-Ecuador-aplicacion-y-efecto-en-la-comunicacion>. *Redes sociales en Ecuador, aplicación y efecto en la comunicación*, Enero 11, 2010, [Traducido el 4 de enero de 2009, 22h00].consultado el 3 de noviembre del 2011.

CAMPAÑA, Naranjo Iván Gabriel. *Redes sociales en Ecuador, aplicación y efecto en la comunicación*, <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/> [Leído el 28 de diciembre de 2009, 22h00] Enero 11, 2010, <http://es.scribd.com/doc/25111928/Redes-sociales-en-Ecuador-aplicacion-y-efecto-en-la-comunicacion>, consultado el 3 de noviembre del 2011.

Grupo de trabajo F-34: *Periodismo digital. Redes sociales y medios de comunicación*, <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>, consultado el 5 de noviembre del 2011

http://www.larazon.com.ar/interesa/Facebook-llego_0_151500089.html. Facebook llegó a los 500. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011.

http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm. Historia de Facebook. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011.

http://www.taringa.net/posts/info/11865523/Informacion-de-Copy-y-Paste_-_P.html. Facebook. Fecha de consulta: 4 de noviembre del 2011.

<http://cartuchorom.blogspot.com/2010/01/que-es-facebook.html>. Qué es FACEBOOK. Fecha de consulta: el 4 de noviembre del 2011.

<http://todotema.obolog.com/facebook-actualidad-numeros-640685>. Facebook en números. FECHA DE CONSULTA: 4 DE NOVIEMBRE DEL 2011.

http://es.scribd.com/sergio_mejia_78/d/74212299. No todos están contentos: el creador de Facebook criticó la película que cuenta su historia. El Comercio (21 de octubre de 2010). Fecha de Consulta: el 4 de noviembre de 2011

MUJICA, Jorge Enrique , L.C., *Documentos Redes sociales: historia, oportunidades y retos*, consultado el 4 de noviembre del 2011, http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428.

SILVA, Andrea, *Evolución de la web*, <http://www.slideboom.com/presentations/113446/Evoluci%C3%B3n-de-la-web>, consultado el 6 de noviembre del 2011.

