



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Instituto de Investigaciones en Educación
Maestría en Investigación Educativa

TESIS

**Las experiencias formativas desde la opinión de los jóvenes
escuchas del programa radiofónico *¡Ya Párate!***

Que para obtener el grado de

Maestra en Investigación Educativa

Presenta:

Patricia Martínez Hernández

Directoras: Dra. Themis Ortega Santos

Mtra. Marisela Partido Calva

Xalapa-Enriquez, Ver., México, 7 de noviembre de 2013.

AGRADECIMIENTOS:

Por apoyarme para cursar la Maestría en Investigación Educativa (MIE), y la realización de la presente tesis, agradezco a:

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada durante el transcurso del posgrado.

A los docentes, personal administrativo de la MIE por el apoyo durante mi estancia en la institución.

A las escuelas: Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI), Colegio Preparatorio de Xalapa, Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo y a los jóvenes que me compartieron sus vivencias.

A IBOPE AGB México, por facilitare la información solicitada para la realización de esta tesis.

Mi agradecimiento de manera muy especial a mis padres Miguel Ángel y María Lucila†, a mis hermanos Laura, Mario Iván y Ana Claudia, a mi tío Armando y a mis niños Andrés, Carla y Sarah por su infinito apoyo, risas y amor.

A mis compañeras de locura Jemyna y familia, Jacky y familia, Fiany, Ana Laura, Mine y familia, Carlo, Paloma y Clara.

Le dedico este trabajo a mi hijo Bruno por ser mi compañero en este de viaje, por ser mi ilusión y por enseñarme a ser madre.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.1. Objeto de estudio.....	9
1.2. Preguntas de investigación.....	10
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivo general.....	13
1.4.1. Objetivos particulares.....	13
2. EDUCACIÓN, PRODUCTOS CULTURALES Y LA RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	14
2.1 Tipos de educación.....	14
2.1.1 Educación formal.....	17
2.1.2 Educación no formal.....	18
2.1.3 Educación informal.....	19
2.2 Experiencias formativas.....	21
2.2.1 Aprendizaje.....	28
2.2.2 Aprendizaje situado.....	33
2.3. La radio como producto cultural.....	35
2.4 Audiencia en los medios masivos de comunicación.....	45
2.5 Adolescencia, juventudes e identidad.....	51
2.5.1 La construcción del “yo” en la vida cotidiana.....	55
2.5.2 Líder de opinión.....	59
2.5.3 Violencia en medios de comunicación.....	62
2.5.4 Violencia performativa de género.....	66
3. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA.....	71
3.1 Antecedentes de la radio en México.....	71
3.2 Antecedentes históricos de “Los 40 principales”.....	75

3.2.1 Antecedentes históricos del programa radiofónico <i>¡Ya Párate!</i>	75
3.2.2 Descripción del programa radiofónico <i>¡Ya Párate!</i>	79
4.- METODOLOGÍA.....	85
4.1 Estudios de educación y radio.....	85
4.2 Enfoque y tipo de Investigación.....	92
4.3 Estrategia metodológica.....	94
4.3.1 Formas de autenticación de la información en el estudio de casos.....	95
4.3.2 Criterio muestral.....	100
4.3.3 Técnicas de recolección de información.....	101
4.3.4 Procedimientos de recolección de datos.....	103
5. Análisis e interpretación de los casos.....	109
5.1 Análisis de contenido del programa <i>¡Ya Párate!</i>	109
5.2 Estructura del programa <i>¡Ya Párate!</i>	110
5.2.1 Análisis de contenido por sección.....	113
5.2.1.1 Grover Arango.....	113
5.2.1.2 Rock tender.....	117
5.2.1.3 Un peldón.....	119
5.2.1.4 El Señor de la moneda tibetana.....	122
5.2.1.5 Notas curiosas.....	124
5.2.2 Análisis de contenido por categorías.....	126
5.2.2.1 Patrones de identificación juvenil.....	126
5.2.2.2 Proyección de estereotipo de género.....	128
5.2.2.3 Proyección de violencia performativa.....	131
5.2.2.4 Líderes de opinión juvenil.....	133
5.2.2.5 Intercomunicación con los conductores.....	134
5.2.2.6 Acompañamiento para la Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	135

5.3 Estudio de casos.....	137
5.4 Estructura de los casos.....	138
5.5 Oscar, joven estudiante del Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI).....	139
5.5.1 Rutina.....	142
5.5.2 Opinión del programa.....	143
5.5.3 Experiencia y consumo cultural.....	144
5.5.4 Patrones de identificación juvenil.....	146
5.5.5 Recepción de estereotipo de género.....	148
5.5.6 Recepción de violencia performativa.....	150
5.5.7 Modos de interacción social.....	151
5.5.8 Líderes de opinión juvenil.....	152
5.5.9 Intercomunicación con los conductores.....	152
5.5.10 Aprendizaje situado.....	153
5.5.10.1 Contenido radiofónico como mediador.....	153
5.5.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	154
5.5.11 Experiencia compartida.....	155
5.5.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	156
5.6 Laura, joven estudiante del Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI).....	156
5.6.1 Rutina.....	157
5.6.2 Opinión del programa.....	158
5.6.3 Experiencia y consumo cultural.....	159
5.6.4 Patrones de identificación juvenil.....	161
5.6.5 Recepción de estereotipo de género.....	162
5.6.6 Recepción de violencia performativa.....	163
5.6.7 Modos de interacción social.....	166
5.6.8 Líderes de opinión juvenil.....	167
5.6.9 Intercomunicación con los conductores.....	169

5.6.10	Aprendizaje situado.....	170
5.6.10.1	Contenido radiofónico como mediador.....	170
5.6.10.2	Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	171
5.6.11	Experiencia compartida.....	173
5.6.12	Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	174
5.7	Carlos, joven estudiante del Colegio Preparatorio de Xalapa.....	175
5.7.1	Rutina.....	177
5.7.2	Opinión del programa.....	178
5.7.3	Experiencia y consumo cultural.....	179
5.7.4	Patrones de identificación juvenil.....	181
5.7.5	Recepción de estereotipo de género.....	182
5.7.6	Recepción de violencia performativa.....	186
5.7.7	Modos de interacción social.....	187
5.7.8	Líderes de opinión juvenil.....	188
5.7.9	Intercomunicación con los conductores.....	191
5.7.10	Aprendizaje situado.....	191
5.7.10.1	Contenido radiofónico como mediador.....	191
5.7.10.2	Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	193
5.7.11	Experiencia compartida.....	195
5.7.12	Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	196
5.8	Lorena, joven estudiante del Colegio Preparatorio de Xalapa.....	198
5.8.1	Rutina.....	199
5.8.2	Opinión del programa.....	200
5.8.3	Experiencia y consumo cultural.....	201
5.8.4	Patrones de identificación juvenil.....	203

5.8.5 Recepción de estereotipo de género.....	206
5.8.6 Recepción de violencia performativa.....	208
5.8.7 Modos de interacción social.....	211
5.8.8 Líderes de opinión juvenil.....	212
5.8.9 Intercomunicación con los conductores.....	213
5.8.10 Aprendizaje situado.....	213
5.8.10.1 Contenido radiofónico como mediador.....	213
5.8.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	217
5.8.11 Experiencia compartida.....	218
5.8.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	219
5.9 Roberto, joven estudiante de la Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo.....	220
5.9.1 Rutina.....	221
5.9.2 Opinión del programa.....	222
5.9.3 Experiencia y consumo cultural.....	223
5.9.4 Patrones de identificación juvenil.....	224
5.9.5 Recepción de estereotipo de género.....	226
5.9.6 Recepción de violencia performativa.....	227
5.9.7 Modos de interacción social.....	228
5.9.8 Líderes de opinión juvenil.....	230
5.9.9 Intercomunicación con los conductores.....	231
5.9.10 Aprendizaje situado.....	232
5.9.10.1 Contenido radiofónico como mediador.....	232
5.9.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	235
5.9.11 Experiencia compartida.....	237
5.9.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	238

5.10 Luisa, joven estudiante de la Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo.....	239
5.10.1 Rutina.....	239
5.10.2 Opinión del programa.....	240
5.10.3 Experiencia y consumo cultural.....	241
5.10.4 Patrones de identificación juvenil.....	244
5.10.5 Recepción de estereotipo de género.....	246
5.10.6 Recepción de violencia performativa.....	247
5.10.7 Modos de interacción social.....	250
5.10.8 Líderes de opinión juvenil.....	252
5.10.9 Intercomunicación con los conductores.....	253
5.10.10 Aprendizaje situado.....	254
5.10.10.1 Contenido radiofónico como mediador.....	254
5.10.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto.....	256
5.10.11 Experiencia compartida.....	260
5.10.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción.....	261
6. CONCLUSIONES.....	266
7. REFERENCIAS.....	275
8. APÉNDICES.....	287
Apéndice A.....	287
Guía de entrevista a los jóvenes.	
Apéndice B.....	289
Guion de entrevista a Tamara Vargas para recabar datos históricos del programa <i>¡Ya Párate!</i>	

INTRODUCCIÓN

La investigación enfocada a la educación tiene muchos campos de desarrollo. Se construye por medio de diferentes enfoques disciplinarios, metodologías, posturas teóricas e infinidad de temáticas. En la presente investigación se pretende estudiar las experiencias formativas de seis jóvenes al escuchar un el programa de radio *¡Ya Párate!* Se estudió este tema como parte de la educación informal, bajo un enfoque de constructivismo sociocultural.

En el primer capítulo se delimitan el planteamiento del problema, el objeto de estudio, las preguntas y los objetivos de la investigación. Estos elementos son la base de esta investigación ya que presentan el marco general así como los objetivos más específicos. También se encuentra dentro de este apartado la justificación de la investigación, que expone los motivos por los cuales es relevante el estudio del presente problema.

El capítulo segundo es el postulado teórico, dividido en cinco campos. Se inicia con la descripción de los diferentes tipos de educación. Posteriormente se conceptualiza el término de experiencias formativas y se define bajo que postura se entenderán el aprendizaje y el aprendizaje situado. Los siguientes rubros consisten en aclarar la relación que existe entre los medios masivos de comunicación, la audiencia y la educación. Los últimos puntos revisan las teorías que sustentan la construcción de la identidad, el “yo” en la vida cotidiana, liderazgo de opinión y la violencia enfocados todos estos temas en las juventudes.

El tercer capítulo es el marco contextual, inicia con la historia de la radio en México y la de “Los 40 Principales”. Continúa con la historia del programa *¡Ya Párate!* haciendo un recorrido de las etapas más relevantes de la emisión radiofónica. El último rubro es la descripción del programa en el contexto radiofónico y las trayectorias profesionales de los conductores.

El cuarto capítulo expone los pasos a seguir dentro de la lógica de la estrategia metodológica, utilizada para la realización del presente estudio. Se incluye un recorrido de las indagaciones encontradas relacionadas con este tema de investigación que dan sustento y anteceden al mismo. También, se explican las razones por las cuales se realiza la selección de los sujetos de estudio y del programa radiofónico. Las técnicas y los procedimientos de recolección de información constituyen la última parte del capítulo, en éste, se menciona cómo se obtuvo la información necesaria.

El quinto capítulo presenta los resultados encontrados. Inicia con el análisis de contenido del programa *¡Ya Párate!*, se muestra la estructura de la emisión radiofónica por sus secciones de contenido. También se analizan los contenidos manifiestos desde las categorías de análisis. La segunda parte del capítulo es el estudio de casos. Se muestran 6 casos de jóvenes estudiantes de tres escuelas diferentes. Todos los casos se conforman de las 12 categorías de análisis y de la descripción del contexto de los jóvenes elegidos para este estudio. Se consideran los aspectos más significativos dentro de su vida cotidiana como la familia, el barrio y su escuela, ya que son los ambientes donde se desarrollan sus rutinas del día a día y en los que se efectúa el consumo del programa de radio. En el último capítulo se plantean las conclusiones a las que se llegó después de la confrontación de los datos teóricos con los datos empíricos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de estudio son las experiencias formativas de los jóvenes al escuchar el programa radiofónico *¡Ya Párate!* La emisión radiofónica será considerada en el marco de la educación informal. Para Meléndez (1984), la educación informal es un proceso asistemático, desorganizado que se efectúa en la vida cotidiana de manera involuntaria. La construcción formativa del ser humano se entiende desde una interacción social. Los medios electrónicos juegan una función sobresaliente en este aspecto ya que participan de casi todas las actividades de los jóvenes contemporáneos. Se toma en cuenta que según Toussaint (2010) y García (1995) también conciben que los jóvenes se forman en la interacción social; y en su desempeño como consumidores y reproductores de cultura.

Se analizaron las experiencias formativas de los jóvenes escuchas ante su consumo radiofónico de *¡Ya Párate!*, se partió de la significación que ellos le dieron a los sucesos experienciales de su vida cotidiana. Se puso énfasis en que cada escucha le dio su propio sentido al consumo del programa de radio.

1.1. Objeto de estudio

El objeto de la presente investigación son las experiencias formativas de seis jóvenes¹, quienes son radioescuchas del programa *¡Ya Párate!* Como experiencias formativas en la educación informal se consideran las vivencias cotidianas y significativas que tienen los escuchas, las cuales se transforman en experiencias pedagógicas alternas² y se efectúan en la educación fuera del contexto de la institución escolar.

¹Se consideran seis sujetos de análisis por factibilidad de tiempo y de saturación de datos. A demás se busca profundidad en el estudio y no amplitud de cobertura.

² En el apartado de tipos de educación se define el concepto de pedagogías alternas.

1.2. Preguntas de investigación

- 1.- Desde la perspectiva de los jóvenes de este estudio ¿de qué experiencias formativas se apropian al escuchar el programa radiofónico *¡Ya Párate!?*
- 2.- ¿Cuáles son los contenidos de los mensajes explícitos del programa radiofónico?
- 3.- ¿Cómo incorporan los jóvenes en sus experiencias formativas los contenidos del programa radiofónico *¡Ya Párate!?*

1.3. Justificación

La idea de investigar el tema surgió de un interés personal después de tener la experiencia como colaboradora -por algunos años- en la sección de *educación especial* en el programa de radio “Agenda Magisterial” transmitido en radio Universidad Veracruzana. Paralelamente a esta actividad fui docente en diferentes niveles educativos. Mi formación como licenciada en Pedagogía y mi trayectoria teatral me permitió impartir clases en el nivel medio superior. Ahí, pude reconocer una predilección por el trabajo con jóvenes y por sus prácticas de consumo de programas de radio con corte juvenil.

Mi primer acercamiento a una estación de radio fue en mi infancia, visité las instalaciones de una radiodifusora en la Ciudad de México. Presencí un programa de transmisión en vivo y me explicaron cómo se hacían los programas en esa estación. Además mi familia ha sido gran consumidora de programas de radio. Desde niña he estado en contacto continuo como radio escucha. En mis primeros años de juventud tuve una experiencia personal de ser radioescucha asidua a un programa radiofónico, también pude conocer al equipo de trabajo del programa y ser invitada constante a la realización en vivo de la transmisión radiofónica. Tanto las experiencias personales como las profesionales me hacen reflexionar sobre el fenómeno educativo, en el marco de la educación informal como modo privilegiado

en la construcción de conocimiento; pues la formación en cada alumno está enriquecida por todas las experiencias de vida.

El conocimiento se construye y se significa en la vida cotidiana. En ella se establecen estructuras que dan sentido y orden al mundo que rodea al individuo. Dentro de las estructuras están las rutinas diarias que generan confianza y una disposición de los actos a realizar durante el día. Esto nos hace pensar en lo relevante de estudiar la vida diaria como fuente de información dentro de la educación informal.

La *Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural* realizada por CONACULTA (2010), en su apartado de exposición a medios se destacan dos de ellos: la televisión con un 90% y la radio con el 76% de la totalidad de los encuestados, siendo una fuente significativa de consumo cultural. Otro dato significativo es que el 22% de la población escucha radio más de 2 horas al día y un 3% de la población total consume radio en su tiempo libre (24% del total de los encuestados están en el rango de 13 a 20 años de edad. Periodo en el que se ubica la población en estudio).

Por otro lado IBOPE AGB México (empresa que estudia niveles de audiencia en medios de comunicación), reporta que durante el periodo de octubre– diciembre de 2010, la estación de “Los 40 principales” está dentro de las 10 estaciones de radio más escuchadas por jóvenes de la Ciudad de México y el Valle de México. La misma empresa arroja en sus encuestas de rating que el programa de *¡Ya Párate!* está entre los primeros cuatro lugares de nueve en la barra total de la programación.

Partiendo de estas estadísticas confirmo la relevancia que tiene para los jóvenes este consumo cultural. De acuerdo con García (1995 p. 60), “Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por *las maneras de usarlos*.” Al ser parte del consumo cultural, los medios masivos son susceptibles de ser usados para diferentes propósitos por sus diferentes consumidores. En el caso de los jóvenes, podemos pensar en los siguientes usos:

pertenencia a un determinado grupo, formación de identidad, formación de opinión y acceso a información que no se podría obtener por otro medio, entre otros.

Bajo las perspectivas de García (1995) y Toussaint (2010) se entenderá el término de *consumo cultural* de la siguiente manera. La segunda la concibe como “la recepción para incluir el uso de los medios y, asimismo, la manera en que los públicos utilizan y se apropian de los bienes culturales que circulan en una sociedad.” (Toussaint, 2010, p. 16). Esta definición va en el mismo sentido de la definición de García (1995) que se mencionó anteriormente. Se retoman los postulados anteriores por ser compatibles con la visión de esta investigación que se enfoca en los modos de apropiación de un bien simbólico a fin de crear experiencias formativas en los jóvenes.

La radio como medio de comunicación masiva es importante por su bajo costo para el receptor y por su cobertura nacional. Estas características pueden ser parte de los motivos por los cuales la radio es un medio de comunicación popular en la población. Al tener una amplia cobertura se puede pensar en el uso de la radio como fuente de formación ideológica y de control social, esto de acuerdo con Mier (1987). De ser así se puede articular medios de comunicación, sociedad e ideología, aunado a la visión de Gimeno (1995), quien resalta el poder de los medios como fuente de conocimiento y su fuerte atractivo sobre los educandos. Estas perspectivas aportan una base en la cual se vislumbra este tema como un campo fértil de estudio.

Dentro de la producción de un programa radiofónico todos los elementos tienen una intencionalidad (tanto la música, las inflexiones e intenciones de la voz, las secciones, la publicidad, el tipo de lenguaje, los contenidos, hasta la participación del público cuando sale o no al aire.) Todos son susceptibles de ser estudiados; sin embargo, para esta investigación, solo se consideraron la intervención de los conductores y se analizaron aquellos comentarios que tengan relevancia con las categorías analíticas del estudio. Como lo son: los patrones de identificación juvenil, la proyección de los estereotipos de género, la proyección de

la violencia performativa, el liderazgo de opinión juvenil, la intercomunicación con los conductores y el programa como acompañamiento para la integración de los jóvenes al contexto social como nuevos adultos.

La pertinencia de realizar estudios donde se relacionen los medios de comunicación con la educación está en el reconocimiento del consumo cultural como fuente de formación informal en los estudiantes. Si se analiza desde esta perspectiva, podremos identificar y describir la articulación de estos modos de aprendizaje, lo que a su vez ayudaría a la educación formal a ejercer una práctica en colaboración –en vez de confrontación- con el consumo de medios. Además, abonaría en una línea de investigación que, hasta ahora, ha recibido poca atención por parte de la pedagogía.

1.4. Objetivo general

Analizar las experiencias formativas de los jóvenes escuchas, tomando como referente el programa radiofónico *¡Ya Párate!*

1.4.1. Objetivos particulares

1. Describir la experiencia de los jóvenes al escuchar el programa.
2. Caracterizar la estructura del programa radiofónico *¡Ya Párate!*
3. Distinguir las interacciones de los conductores como parte del contenido del programa.
4. Explicar la articulación de los contenidos manifestados del programa radiofónico *¡Ya Párate!* en las experiencias formativas de los jóvenes entrevistados.

2. EDUCACIÓN, PRODUCTOS CULTURALES Y LA RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para el análisis del objeto de estudio se delimitaron dos grandes rubros, el educativo y la radio como medio de comunicación masiva. Es imprescindible definir, aclarar y hacer la revisión teórica pertinente sobre los términos a usar a lo largo de todo el documento. En un primer apartado se abordan conceptos como educación y experiencias formativas enfocadas al aprendizaje situado. Posteriormente se ubica a la radio como un producto cultural, los medios masivos de comunicación y sus audiencias como parte de un constructo comunicativo. Estos conceptos se integraron a términos emergidos del estudio preliminar de campo. Como la violencia performativa, el liderazgo y la construcción de identidad, todos estos bajo la premisa de un estudio de juventud.

2.1 Tipos de educación

En la vida cotidiana usamos la palabra educación en un sentido muy amplio sin detenernos a pensar cuál es el concepto o la connotación que le damos. En pedagogía, se considera a la educación dependiendo de la corriente pedagógica o del autor que la defina, por lo que retomo el pensamiento de autores clásicos que me permitan definir una orientación. Iniciaré con Dewey (1954), quien asume a la educación como un proceso constante e inconsciente donde se forman sentimientos, emociones, hábitos e ideas; considera como eje principal la adaptación de un individuo a una civilización determinada que le dará su propia herencia histórica.

Otras definiciones contemporáneas se elaboran en este mismo sentido. Pérez afirma que “La enseñanza educativa... es un proceso de comunicación

humana que tiene la intencionalidad de provocar la reconstrucción y el enriquecimiento consciente de las formas de pensar, sentir y actuar que el estudiante ha incorporado en su cultura experiencial.” (Pérez, 2000, p. 277). Esto quiere decir que la educación va más allá de un grado académico o de pertenecer a una institución educativa. La tarea de transformarnos constructivamente en todas las áreas de desarrollo es un proyecto permanente de vida.

El aprendizaje es otro concepto clave pues las experiencias formativas son al final de cuentas un aprendizaje situado y significativo. Según Ruiz (2009), el aprendizaje se da en todo lugar y actividad. La escuela es el contexto donde típicamente se presenta este proceso, aunque en realidad se da fuera de ella y en todo momento, sin importar si se tiene la intención de educar o no. Uno de los retos actuales en la educación es desarrollar las competencias de saber convivir con el otro en grupos heterogéneos y formar seres autónomos capaces de tomar decisiones sobre su propia vida. El aprendizaje informal para Lave y Wenger (2003) abarca al ser humano en su totalidad. No solo como áreas de conocimiento limitadas. Son aprendizajes relacionados entre sí, adquiridos en la experiencia, con la práctica e ilimitados.

Me apegaré para esta investigación a las características que ofrece Pérez (2009), sobre el concepto de aprendizaje. Lo define como la adquisición de significados que implica la simbolización de objetos en un contexto determinado. Resalta la importancia de tomar en cuenta características del individuo en su complejidad para que el aprendizaje sea eficaz. Es necesario atender al proceso de desarrollo de manera individual y a la reflexión metacognitiva de lo aprendido, ya que como lo dicen Cubero (2005) y Buen Abad (2006) es necesario mirar críticamente todos los productos culturales para impulsar el desarrollo de la humanidad. Por esta razón y por las características de la metodología de estudio de casos, se entrevistaron en dos momentos a los jóvenes seleccionados, teniendo como objetivo en la segunda entrevista la reflexión personal del consumo cultural del programa de radio.

Antes me referí a las prácticas cotidianas que motivan el aprendizaje como *experiencias pedagógicas alternas* ya que suceden por vías distintas al aprendizaje formal. Conviene ahondar un poco en este concepto, ya que describe lo que viven los jóvenes participantes en el estudio, en tanto consumidores de bienes mediáticos. Es decir, si pensamos en el aprendizaje como el hacerse de nuevos conocimientos, valores, actitudes o habilidades de forma más o menos permanente, es fácil observar que este proceso puede llevarse al cabo de muy diversas formas, de las cuales sólo una pequeña porción sucede en el contexto escolar.

El beneficio de la educación formal en realidad es privilegio de una reducida parte de la población -con grandes desigualdades dependiendo del contexto geográfico y clase social-. Sin embargo, el ser humano aprende por naturaleza, independientemente de la edad o actividad que desarrolle. Todos nosotros observamos, relacionamos datos o practicamos habilidades continuamente y especialmente si se relacionan con algo de nuestro interés. Así, una película, una canción o una telenovela pueden ser canales oblicuos por medio de los cuales llegamos a interiorizar conocimiento o valores nuevos o bien a modificar los anteriores.

De hecho, la enseñanza formal intenta capitalizar el potencial pedagógico que posee el material mediático, incorporándolo a su práctica docente. Como ejemplo cito a Reyes (2002, p.2), quien comenta que especialmente al tratarse de estudiantes jóvenes "... es una verdad a voces que nuestros alumnos están mucho más influenciados por los medios de comunicación que por las instituciones tradicionalmente responsables de la labor socializadora". En su exposición sobre el uso de la historieta en el salón de clase, el autor propone que en lugar de alienarse del mundo en que se desenvuelven sus alumnos, los profesores harían bien en servirse de este.

Ante esta realidad, resulta evidente que las comunidades educativas deben modificar sus actitudes, abandonando la postura de

indiferencia y aislamiento, con respecto a los medios de comunicación, y permitiendo su acceso a las aulas, reconociendo su existencia y su creciente importancia social (Reyes, 2002, p.2).

Es por ello que es necesario indagar más sobre la forma de interacción entre los jóvenes y el abundante material audiovisual al que están expuestos, ya que propicia la construcción de nuevos valores, actitudes, habilidades o conexiones y si éstas son luego aplicadas en otros ambientes.

A fin de analizar la amplia gama de posibilidades en las que sucede el fenómeno educativo. Se diferencia en modos de educación estos son: formal, no formal e informal. A continuación se definen cada una de ellas.

2.1.1 Educación formal

La educación formal es la impartida por instituciones oficiales que jerarquizan y certifican los estudios. El Estado es el encargado de autorizar dicha certificación. Para ello, regula y estandariza los planes de estudio; los programas, objetivos y evaluación de los cursos así como los perfiles de ingreso y egreso entre otros aspectos. Así, los contenidos incluidos en los planes de estudio son impuestos a los estudiantes, al igual que su gradación, evaluación y tiempos de clase. La validación de los conocimientos se expresa a través de documentos oficiales como títulos, diplomas o certificados, por ejemplo. La escuela es la institución encargada de sistematizar dicho proceso ante el Estado. Dado que la educación formal se organiza dentro del marco jurídico del estado-nación, ésta varía ligeramente de país a país, pero también se encuentra regulada por políticas e instituciones internacionales.

Para Dewey, este tipo de educación es "... más abstracta, más superficial, menos influyente: aunque en cambio es más completa, amplia y segura." (Dewey, 1954 p.15). Es completa ya que idealmente proporciona conocimientos y habilidades en todas las áreas básicas. Su seguridad puede radicar en el respaldo que ofrecen los grados académicos oficiales reconocidos nacional e

internacionalmente. Por otra parte, es más superficial por la poca atención individualizada que brinda. Por su naturaleza, la educación formal es rígida y no se adapta fácilmente a necesidades y/o intereses individuales o locales. Además de las precarias condiciones en las que a veces se lleva al cabo como la gran cantidad de alumnos por clase o la falta de materias e instalaciones adecuadas.

2.1.2 Educación no formal

Se llama educación no formal a la actividad educativa intencionada que se realiza fuera del sistema oficial de educación. Guzmán la define como: todo género de actividad educativa que se realiza fuera de los cánones académicos y administrativos establecidos para la enseñanza que se imparte dentro del sistema escolar formal (Guzmán, 1980 p. 84). Esta se distingue de la formal en varios aspectos:

- a) no es obligatoria,
- b) puede ser escolarizada o no,
- c) es asistemática aunque incluye prácticas sistemáticas,
- d) puede ser seriada pero no conduce a la obtención de ningún grado,
- e) su regulación depende de la institución,
- f) es específica,

Inicialmente se le equiparaba con educación para adultos, pero actualmente abarca una amplia gama de contextos y funciones. Ejemplos de educación no formal son: las clases de alfabetización, la capacitación para el trabajo, los cursos de lengua extranjera, las clases de guitarra, entre otros.

Guzmán (1980) también opina que este tipo de educación tiene tres funciones básicas, atender a la población que no tiene cabida en la educación formal, capacitar para el trabajo y trabajar con la población marginada socialmente para su incorporación a la participación comunitaria. En consecuencia, él plantea tres objetivos de la educación no formal: el primero es transmitir habilidades básicas de comunicación. El segundo es capacitar para el trabajo, aumentando así

la calidad de vida del alumno. Finalmente, concientizar socialmente a fin de propiciar acciones de cambio social. Aquí podríamos agregar la función de recreación y superación personal que cumple especialmente en sectores urbanos de clase media.

2.1.3 Educación informal

No toda la educación se imparte en un contexto escolar, de igual manera aprendemos de las experiencias con la familia en primera instancia, también en el barrio, en el trabajo, en la interacción social y cultural de nuestro entorno y en general en la experiencia diaria. Para Smith (2009), la educación informal es el proceso educativo donde se adquieren habilidades, valores, actitudes y conocimientos de la vida cotidiana; a través de la interacción con el medio en el que se desenvuelve y la relación con la familia, los vecinos, entre otros. Por ello también se le ha llamado educación ambiental o espontánea.³

La familia desde la perspectiva de Moll y Greenberg (1990), crea espacios educativos informales que aportan a sus integrantes herramientas para vivir en sociedad, una muestra de ello es el aprendizaje de los códigos éticos. La manera en la que se aprenden es asistemática, no se tiene ni un orden ni una evaluación como tal, los niños ponen en práctica sus códigos éticos. En la misma interacción ellos verifican si su aplicación fue la más adecuada o no. Si en este suceso se tiene una experiencia como lo menciona Dewey (1997), agradable, desagradable y /o

³ Esta clasificación ha sido criticada por algunos autores. Para Quintana en (García Hoz, 1991, p.55) por ejemplo, no puede hablarse de 'educación informal' dada su falta de intencionalidad. Él opina que "La educación o es formal o no es, no existe como educación. Lo que existirá son ambientes que generen unos influjos y produzcan unos resultados deseables desde el punto de vista de la educación; pero no se habrá hecho educación en sentido estricto, en sentido cabal." Para los fines de esta investigación, me apegaré a la tipología establecida porque me parece que diferencia claramente los modos y ambientes en los que sucede la educación, entendida esta en un sentido amplio. Sin embargo, sí distinguiré los aprendizajes en ambientes informales como 'experiencias formativas'. Para su caracterización ver los apartados de experiencias formativas y aprendizaje situado.

útil para futuros aprendizajes se convierte en una experiencia significativa que aportar información para su propia formación como ser socializado.

La educación informal puede llegar a ser más significativa en la vida de las personas que la educación formal. En la informal se está de manera involuntaria, es mayor el tiempo que estamos expuestos a ella y no se da por un proceso de motivación, es decir no sucede de manera consciente. Meléndez (1984), comprende la educación informal como un proceso asistemático, desorganizado, donde el individuo aprende conocimientos, valores y habilidades entre otras. En un ambiente cotidiano, siendo la familia la primera instancia que ofrece un entorno de aprendizaje. Los medios secundarios que ofrecen aportes formativos son los grupos establecidos en los cuales se incorporan la persona como por ejemplo: los partidos políticos o religiosos y por último, pero igualmente importante está la influencia del contexto social y de los medios masivos de comunicación. Notemos aquí que estas esferas de influencia que identifica Meléndez (1984), no son sucesivas y-o excluyentes. Por el contrario, suceden de manera simultánea e interaccionan con diferentes grados de importancia para cada individuo.

Como se puede notar, la educación informal es tan relevante como las otras dos modalidades. Aunque es difícil de analizar y evaluar debido a que es producto de procesos indiferenciados de otras actividades, esta tiene gran influencia en nuestra formación. Si bien la vida cotidiana es investigada sobre todo por la sociología; la pedagogía podría interesarse más en la educación informal y la vida cotidiana, pues las personas pasan la mayor parte de su vida bajo la formación informal y esta es partícipe de la constante construcción social. Esta investigación se centra en la capacidad de la educación informal (consumo de radio comercial) como forma de adquisición de experiencias vinculada a una fase específica de la educación formal (jóvenes que cursan bachillerato escolarizado).

2.2 Experiencias formativas

La educación y el aprendizaje según Dewey (1997) son procesos sociales e interactivos. La escuela, como institución social, debería hacer el vínculo entre el conocimiento y las experiencias de los estudiantes para reforzar así la adquisición del conocimiento. Él propuso la “educación basada en la experiencia” donde el fin de la educación debería ser aprender a vivir.

Como ya se ha mencionado, la educación no solo se adquiere en las instituciones educativas. La sociedad en su cotidianidad ofrece la transmisión de saberes necesarios para convivir en un contexto socializado y regula la interacción entre las personas. Dentro del ciclo vital, la juventud se caracteriza por ser el periodo de búsqueda de identidad y de un lugar social, es por tanto, un periodo de gran aprendizaje. En este sentido ubicamos a las prácticas cotidianas como potenciales experiencias formativas en el marco de la educación informal, entendiendo la educación como un proceso integral y permanente. Es decir, como formadora de seres socializados que aprenden continuamente de su vida cotidiana.

A lo largo de este documento me referiré al consumo de programas de radio entre los jóvenes como una posible “experiencia formativa” a fin de distinguir el enfoque de mi trabajo. Es decir, estudiar al hecho no como un consumo cultural (que lo es) sino como una actividad que contribuye a su educación aunque esté fuera de las instituciones canónicas. Ruiz (2009) puntualiza en el prólogo de su investigación *Otra educación. Aprendizajes sociales y producción de saberes* que “En un sentido amplio, lo educativo implica el reconocimiento de los diversos espacios sociales productores de significado pedagógico que conviven o coexisten con la institución escolar y su cultura” (p.26). Ella concluye que la producción de saberes se produce tanto en la esfera académica como en la cotidiana y en la interacción de estas.

El término experiencias en la visión de Dewey (1957), se entenderá en esta investigación como los sucesos que se dan en el proceso de adaptación continua a las necesidades del medio ambiente que todo ser humano vive. Las experiencias se acumulan durante la vida del ser humano, reestructurando su interacción con el medio para facilitar la adaptación a su entorno, una de las herramientas básicas es la educación en su sentido más amplio.

Las experiencias formativas son las vivencias de un hecho en la vida diaria que le dan forma a la construcción del sujeto. Los sucesos se generan en la práctica cotidiana, llegan a ser significativos cuando se reflexionan, se les da un uso o se les dota de significado. Son diferentes a la experiencia de vida cotidiana, ya que estas últimas son sucesos que no son relevantes ni afectan en la formación educativa del individuo.

Desde la postura de Dewey (1997) no todas las experiencias son educativas, algunas nos impiden desarrollar aprendizajes futuros, otras son discontinuas y no construyen nada. Así que todo depende de la calidad de las experiencias. Por calidad él entiende: a) agradable-desagradable y b) el efecto que estas tiene para futuros aprendizajes (es decir que nos ayuden o no a elegir futuras experiencias al moldear nuestras actitudes). Las que no son educativas las llama 'no-educativas' (mis educative), son estáticas, ya que no permiten continuar con el proceso de aprendizaje.

Ahora bien, las experiencias no se presentan como educativas o no educativas, más bien existe un "continuum de experiencias" (una sucede después de otra y así indefinidamente) y solo sobre esa continuidad sería posible discriminar entre unas y otras. Las experiencias cambian las condiciones materiales. Hasta cierto punto cada experiencia está determinada por el entorno y este a su vez va a ser transformado por las experiencias que tengamos. Dewey (1997, p. 36) reconoce que el ambiente tiene gran importancia para determinar las experiencias, procesarlas y así formar a las personas. La escuela tradicional generalmente aísla los conocimientos y no relaciona los aprendizajes con lo que sucede en el entorno.

La experiencia comprende dos factores, uno interno (deseo, capacidad, necesidad) y el otro externo (las condiciones objetivas de la experiencia). La interacción de estos dos agentes permite interpretar la fuerza educativa que ha tenido cierta experiencia. A la interacción de estos dos factores, él la llama situación. La continuidad y la interacción determinan la experiencia ya que una experiencia debe preparar al individuo para la siguiente.

La presente investigación analiza los referentes empíricos desde una perspectiva pedagógica que busca ahondar en el entendimiento de procesos educativos alternos, es decir en prácticas formativas fuera del contexto escolar, como lo serían espacios sociales públicos y privados, entre ellos la calle, el transporte público o particular, la casa, etc.

Adoptar esta posición epistemológica ha representado dos retos principalmente. El primero ha sido ampliar la visión del campo y prepararse para reconocer la capacidad de las experiencias cotidianas en la construcción de conocimiento y de la identidad como joven. Este desarrollo se da a la par con las enseñanzas académicas, ya que la formación institucionalizada y la vida cotidiana interactúan de manera natural.

El segundo reto que para la investigadora ha representado esta apertura ha sido reflejar con fidelidad y respeto la experiencia cotidiana en su riqueza y sabiduría, pero también en lo que tiene de contradictoria, pasional, pícara o desordenada. Maffesoli (1997, p.246), experimentado estudioso de los fenómenos cotidianos, insta a los investigadores sociales a dejar atrás los prejuicios positivistas y ver “la vida y los imaginarios que ella suscita... por lo que son y dejar claro que su eficiencia es real”; eficiencia en el sentido que forman parte esencial de la vida individual y colectiva y, por tanto pertinentes objetos de estudio de las ciencias sociales.

Por otra parte, en recompensa, esta perspectiva nos coloca en el camino de acrecentar lo que sabemos y de buscar nuevos modos de acceder a estos saberes,

pues a fin de comprender y teorizar los fenómenos pedagógicos, la investigación educativa también debe tomar en cuenta la experiencia diaria. En el caso de los jóvenes, esta tiene gran importancia ya que la interacción con sus pares y con los bienes de su cultura es vital para la construcción de su identidad. Finalmente cito de nuevo a Maffesoli (1997, p.249), quien afirma que “El acento puesto en la ‘materia viva’ es, sin duda, una prueba de pertinencia, y casi me atrevería a decir de fecundidad científica”.

Las experiencias son parte fundamental en para esta investigación. Honoré (1980) hace un breve recorrido en las posturas de diferentes autores y corrientes filosóficas. Por otro lado para Dewey es la transformación controlada en una situación determinada conformada por sus relaciones constitutivas.

Las experiencias de los otros pueden ser parte de la construcción individual de la propia experiencia. Por ejemplo en el intercambio de mundologías⁴ donde se da la conformación del conocimiento cotidiano. Los jóvenes con sus pares comparten experiencias similares, resignificándose y resignificandolos mutuamente. La intención en esta investigación es una reflexión sobre la experiencia cotidiana del joven como radio escucha ante su propio proceso de formación individual, tomando en cuenta sus características como actor individual y social. Se considera que la interacción humana está delimitada por un tiempo-espacio común a los actores que la viven.

El término formatividad se retoma de la postura de Honoré (1980) que lo define como “el conjunto de los hechos que concierne a la formación, considerar como función evolutiva del hombre” (Honoré, 1980, p.125). La formación se da de manera permanente, estando latente y en expectativa de experiencias. No se puede considerar como continua porque existen periodos de espera entre cada experiencia significativa, aunque en la vida cotidiana no es notoria esta división -en

⁴Según el diccionario de la lengua española WordReference.com la definición de mundología es la experiencia en la vida y en el trato con la gente.

realidad la vida diaria nunca está fragmentada entre experiencia de la vida cotidiana y las experiencias formativas.

Los jóvenes en su vida cotidiana tienen experiencias formativas que construyen con sus conocimientos previos y que siempre están latentes. Moll y Greenberg (1990), destacan que cada saber nuevo está relacionado con otro previo. Hay cosas que las personas pueden hacer por sí solos y hay otras que son capaces de hacer, pero aún no lo logran, Vigotsky lo denominó zona de desarrollo próximo (ZDP). Quiere decir que en actividades habituales se emplean conocimientos anclados que permiten relacionarlos con los de nueva adquisición. No siempre se tiene la intención de generar conocimientos nuevos, en el mundo cotidiano se dan contextos de aprendizaje de manera espontánea. Dichos contextos están llenos de estímulos culturales que propician un desarrollo más rico en experiencias sociales y potencializan la realización de logros.

Las experiencias se comunican a través de diversos lenguajes. La perspectiva de lenguaje de Bruner (1989) bien se puede aplicar en esta investigación. Establece que el mensaje crea realidades en el pensamiento y que al transmitirlo puede predisponer al otro a pensar de la misma manera, creando así realidades cotidianas parecidas, como puede suceder con el consumo de programas radiales. Las experiencias se dan dentro de un mundo simbólico dado, categorizado y relacionado con una determinada cultura. Cuando alguna experiencia altera la estructura simbólica del pensamiento se busca el equilibrio, dando una nueva significación al mundo que lo rodea.

La significación es un proceso cognitivo donde se ponen en juego los conocimientos aprendidos con los nuevos aprendizajes, modificando los esquemas existentes con la intención de llegar al equilibrio cognitivo. Desde esta perspectiva Coll (s/f) formula que todo este transcurso de aprendizaje es generado por una motivación cognitiva y permeado por una carga de tipo afectivo. Al darle sentido a una práctica se construyen las relaciones de significación. La resignificación de las cosas transforma la manera de ver, concebir y vivir el mundo. Un ejemplo de esto

es el proceso de identificación que es participativo, siempre está en relación con el otro, es una relación de significado y significante, es decir el sujeto está determinado por la visión del otro, pero a su vez el otro está determinado por el sujeto. “Para comprender al hombre es preciso comprender cómo sus experiencias y sus actos están moldeados por sus estados intencionales” (Bruner, 2006, p. 51) y cómo los incluyen en un sistema de significación cultural.

Los componentes de la sicología popular son la creencia de que el mundo cumple con cierto orden, la valoración de las cosas, los saberes del pasado, presente y futuro. En las narraciones de los sujeto de cómo son las cosas está entre líneas el deber ser, es decir cómo debería ser el mundo. Así, el sujeto crea sus representaciones del mundo exterior partiendo de experiencias de manera autónoma y desde el exterior, está de manera social y no dentro de su control.

La significación está a merced del patrón de creencias del sujeto. Cada persona otorga significado a sus experiencias habituales. Se actúa en correspondencia con las creencias, significados y desde el rol en el que se encuentre según la situación en la que se esté. A su vez el proceso de significación se realiza en la interacción social que dota de sentido al proceso en sí.

El vínculo que se tiene con los objetos para Panofsky, John- Steiner, y Blackwell, (1990), se da a través del lenguaje, como proceso analítico de significación de objetos, para conceptualizar un objeto es porque ya se tienen conceptos anteriores que ayuden la construcción de significados. La percepción ayuda a la significación de los objetos buscando las características observables, estas pueden ser por su función en el uso cotidiano. Los conceptos cotidianos son el puente entre el lenguaje científico y el mundo de los objetos. Es imperceptible la línea que separa al lenguaje cotidiano con el científico. El lenguaje en la práctica espontánea es de manera irreflexiva, se usa sin estar atento a la sintaxis, al contrario del mundo formal o científico.

La adquisición de cada conocimiento tiene una historia propia, probablemente no se esté consciente de ello, ni es necesario estarlo para ocupar los saberes. El conocimiento cuenta con conceptos científicos y espontáneos. Los conceptos espontáneos se caracterizan, según Meléndez (1984) y Panofsky John-Steiner y Blackwell (1990), por no estar sistematizados, ni tienen coherencia lógica y se apoyan en la experiencia social, al contrario de los conceptos científicos que si pasan por una estructura lógica. En la vida cotidiana por lo regular se usan con mayor frecuencia los conocimientos espontáneos que los científicos. Con esto no se pretende hacer un juicio evaluativo, sino el aclarar que el pensamiento de los jóvenes en estudio responden a una estructura lógica espontanea.

El lenguaje según Pérez (2009), es la clave de la interacción para el proceso de sociabilización como ciudadanos del mundo, la diversidad de lenguajes puede ser a través de los diferentes idiomas hasta el avance tecnológico. Los jóvenes se enfrentan a la comunicación social desde los nuevos márgenes de acción, como lo son las redes sociales que cada día ocupan un lugar relevante en la vida diaria de los adolescentes.

Con la popularización de las redes sociales se tienen múltiples patrones de interacción, en el caso del programa *“Ya Párate”*, este interactúa con la mayoría de los escuchas vía twitter. Como lo dicen Wagner, Hayes y Flores (2011), los medios modernos de comunicación remplazan a las conversaciones personales. Hasta algunos años las llamadas telefónicas eran el acceso de los radioescuchas a cualquier programa radial.

Las prácticas de comunicación juvenil se han tecnologizado desde la visión de Juris (2005), por lo que en la actualidad, los jóvenes usan las redes sociales como uno de sus medios de comunicación principales, tanto para estar en contacto con personas cercanas como para seguir a personas del ámbito político, deportivo o del espectáculo con los que, si bien no son familiares o amigos, sí logran crear vínculos afectivos. Los participantes de esta investigación usan el twitter como

medio directo para comunicarse con el programa o con algún conductor en específico.

El proceso de pensar y de significar es privado, subjetivo e influenciado por el contexto idiosincrático; el “pensamiento puro” se transforma en discurso escrito, por lo tanto puede ser un documento que sea público, compartido y expuesto a la crítica social. Bruner (2006) en el tema de la significación comparte las nociones con Chomsky sobre el proceso de la adquisición de lenguaje y si bien las investigaciones que realizaron estos teóricos, fueron hechas con niños, bien se pueden transferir para entender a los jóvenes. El planteamiento que formulan es reconocer que se aprende el lenguaje en la ejecución y no como simple espectador, también se aprende el qué, dónde, con quién, cómo y en qué momento se dicen las cosas.

Esto da una posible explicación de cómo es que algunos jóvenes aprenden a expresarse como los conductores y los toman como modelos. El autor también dice que en la conversación cotidiana no solo se aprende la “historia”, también se aprende la retórica. En algunos casos los jóvenes radioescuchas toman como modelo el programa, no solo para incorporar en su sistema de creencias las conductas de los conductores, sino también para interiorizar las reglas del uso del lenguaje y después poderlo reproducir.

2.2.1 Aprendizaje

Existen diversas definiciones del término aprendizaje, dependiendo de la postura y corriente psicológica, sociológica o pedagógica que la defina. En esta investigación me apegaré al paradigma socioconstructivista porque une las tres disciplinas mencionadas anteriormente. Cubero (2005) explica el constructivismo desde la perspectiva epistemológica como la encargada de la relación del conocimiento, sus cambios y su origen. La psicológica por su parte ha desarrollado varias orientaciones, la evolutiva, educativa, terapéutica y cognitiva. Me enfocaré a la educativa bajo la teoría vigotskyana por dar mayor importancia a la interacción

social como fuente indispensable de conocimiento. Además, no se puede entender al sujeto sin pensar en su cultura y la radio es parte de la cultura de los jóvenes entrevistados.

Para Vigotsky, las características culturales en las que se desenvuelve el sujeto tienen gran peso en su proceso de construcción como ente social, ya que no solo moldea lo que se sabe, sino también el modo de interactuar socialmente y sobre todo la manera de pensar. Los procesos de pensamiento son influenciados por las historias de vida de cada persona, por lo tanto son de carácter individual. La mente de los seres humanos es el resultado de las experiencias vividas, son procesos ontogénicos únicos e irrepetibles.

Una de las etapas del aprendizaje incluye compartir experiencias. Es decir, comunicar e interactuar con los demás usando la información que se tiene. Después de haber tenido experiencias compartidas el ser humano puede hacer uso de sus saberes ya de manera independiente. Un ejemplo puede ser el comentar entre pares un suceso social que les esté afectando; después de esta charla la opinión de los participantes puede verse trastocada ya que ahora tiene nuevos puntos de vista sobre el mismo acontecimiento. Para que se pueda dar este proceso cognitivo de la experiencia compartida, es necesario echar mano de la memoria y tener una motivación que genere la necesidad de comunicación.

Desde la infancia se pone en práctica compartir experiencias, ayuda a los niños a practicar lo que saben y eso les reafirma su nivel de independencia. Pasa lo mismo con los jóvenes cuando están en el proceso de transición entre la juventud y la primera etapa de la adultez. Ellos buscan a través de la interacción personal su lugar como aprendices dentro de su núcleo social.

El fin último en la educación es lograr que las personas se adapten a la sociedad. Para ello, es necesario brindar pautas que ayuden al desarrollo y procesos cognitivos a lograr esta meta. Las funciones mentales superiores tal como

Vigotsky (en Bodrova y Loeng, 2004), las enuncia son las conductas mediadas, deliberadas e interiorizadas. Las cuales se construyen basadas en las funciones inferiores. Es decir los niños pequeños tienen respuestas conductuales inferiores, conforme se desarrollan sus funciones mentales superiores, la conducta evoluciona hacia las tres características anteriores. En otras palabras, los adultos de manera deliberada, intencional y mediada se comportan de determinada manera de acuerdo con un contexto social. Se dice que son deliberadas porque las personas las controlan y usan el pensamiento y la elección para reaccionar a propósito. También son mediadas ya que usan signos o símbolos para exteriorizar el pensamiento. Por último son interiorizadas cuando la conducta externa se adentra en la mente. Un ejemplo de ello es cuando se aprende a bailar, en un inicio se piensa en la cuenta y en los pasos, cuando ya está interiorizado el aprendizaje se baila sin llevar la cuenta, de manera automática.

Otro factor importante en la conformación de las funciones mentales superiores es la incorporación del contexto cultural. La maduración de las funciones superiores no solo radica en el crecimiento orgánico de las personas, también depende de la calidad del ambiente sociocultural, ya que los entornos ricos en experiencias brindan un mayor número de herramientas de aprendizaje.

Un término relevante a definir es el andamiaje, Bodrova y Leong (2004) lo definen como el proceso en el cual se brinda un apoyo exterior que ayuda a la adquisición de algún aprendizaje, la intención es facilitar la incorporación de conocimientos, para llegar a su interiorización. La asistencia se retira gradualmente, se hace cuando el alumno logra mayor dominio de la tarea. Dentro de este proceso de aprendizaje también encontramos a los mediadores que son los intermediarios entre los estímulos socioculturales y las respuestas conductuales

Los mediadores aparecen en primera instancia en las actividades compartidas para luego interiorizar de manera individual. Existen tres tipos de mediadores. El visual que corresponde por ejemplo, a los dibujos, diagramas, imágenes entre otros. El físico que son los conjuntos de conductas como hábitos o

rituales que propician un trabajo mental, una muestra de ellos, pueden ser los aplausos que hace el maestro en clase para llamar la atención del grupo. El mediador verbal es el discurso tanto hablado como escrito.

En el caso de la presente investigación se pueden aplicar estos conceptos del paradigma vigotskyano. En un primer momento los jóvenes tienen un estímulo social que es el consumo radiofónico, posteriormente tienen experiencias compartidas, cuando comentan con otras personas lo escuchado en el programa. Dentro de esta etapa se puede encontrar cómo el programa brinda pautas que se convierten en mediadores verbales y con el paso del tiempo en andamios. El apoyo del andamio los jóvenes lo toman para la construcción de sus experiencias formativas.

En apartados anteriores resalté la importancia del mundo dado (Berger y Luckman, 1978), como la base del conocimiento empírico. A su vez Cubero (2005) explica cómo se pasa del conocimiento de sentido común al científico y viceversa de manera natural. Las escuelas tienen la premisa de formar a personas que transiten de manera más familiar en el conocimiento científico, fomentando una visión crítica. Por otro lado en la vida cotidiana la mayoría de los acontecimientos rutinarios no se razonan, se tienen pocos filtros cognitivos. Lo deseable es que el conocimiento científico logre permear el conocimiento cotidiano y que se vea reflejado en la vida cotidiana.

Desde el enfoque sociocultural Díaz- Barriga y Hernández (2002) vislumbran el aprendizaje dentro de contextos prácticos específicos, con mediadores sociales y con origen en las funciones psicológicas superiores. En este camino la estructura cognitiva se modifica al reestructurarse las ideas, percepciones, esquemas y conceptos. Se entiende desde el esquema de la función psicológica superior vigotskyana, que el aprendizaje primero se da en el nivel de la mediación cultural, después en el nivel interpersonal. En otras palabras, primero se da en la relación social y después se interioriza.

En la educación informal el aprendizaje es el producto de la interacción social que produce una apropiación de saberes. Hernández (1998) describe las implicaciones dialógicas de esta interacción. Menciona que son mediadas por el sujeto, esto quiere decir que en la interacción social se transforma tanto el sujeto como al contexto que pertenece y que lo determina. El sujeto ocupa instrumentos culturales como mediadores en esta adquisición de saberes. Los signos son los reguladores de la relación con los otros y con los objetos físicos, en otras palabras son los que producen los cambios en el sujeto y su contexto. Desde esta perspectiva se visualiza el aprendizaje -en esta investigación-, como lo sugiere el siguiente ejemplo: quedaría la radio como el instrumento mediador, los mensajes emitidos en el programa de radio serían los signos que transforman a los jóvenes escuchas y a su vez son los que transforman su contexto social.

En conclusión el aprendizaje es

- a) Un proceso interno, personal y social.
- b) Reorganizado internamente integrando los esquemas viejos con los nuevos.
- c) Producto de la interacción con los otros y con el medio cultural en el que se encuentra.
- d) La manera activa en que el actor aprende.
- e) Un proceso donde entran en juego factores emotivos, culturales y cognitivos que dan pie a la reorganización de saberes culturales.

Las experiencias formativas están conformadas de aprendizajes significativos y situados.

2.2.2 Aprendizaje situado

El aprendizaje situado es un término que Lave y Wenger (2003) definen como las actividades empíricas que se dan en la vida cotidiana y que se aprendieron en la experiencia. La educación informal como se comentó anteriormente es asistemática y espontánea, está llena de experiencia educativas y no educativas (Dewey, 1997) que construyen conocimientos generales que pueden ser ocupados en lugares y situaciones específicas, como es el caso de los jóvenes en estudio cuando utilizan lo escuchado en situaciones específicas, esto es, escuchar el programa no tiene un fin educativo, pero si les aporta información que es en ocasiones usada en otros ámbitos sociales.

La participación sociocultural ofrece vetas de aprendizaje, el ser humano se apropia de conocimientos de manera arbitraria. La vida cotidiana está llena de estímulos e instrumentos de aprendizaje, de su empleo dependerá la significación cognitiva.

Los límites de la adquisición de saberes tienen trayectoria difusa, pues se aprende en todo momento de la vida, no se sabe en qué momento inicia o termina la incorporación de los nuevos esquemas.

El aprendizaje situado, según Lave y Wenger (2003), remite a la integración de los aprendices a una comunidad de especialistas. Los iniciados a través de la participación social – que, por cierto, es inevitable- hacen uso de sus conocimientos y habilidades para llegar a ser parte de la comunidad, pero ahora, como un veterano más. Trasladada esta conceptualización a este objeto de estudio se podría ejemplificar con la búsqueda identitaria de los jóvenes que lidian por un lugar en el mundo de los adultos. La exploración del camino a su identidad adulta la hacen en la interacción social dentro de la vida cotidiana.

Según Hernández (1998), la cultura brinda las herramientas necesarias para que sus integrantes más jóvenes sean los que en su vida cotidiana sean actores de

transformación. Es necesario un agente social capaz de acompañar este aprendizaje. En ocasiones los jóvenes busquen a miembros de la sociedad para apoyarse en su proceso de posicionamiento social como nuevo adulto. Para esta investigación no se pone en discusión la calidad del apoyo, ya que no se tiene la finalidad del juzgar a los actores sociales, sino por el contrario tratar de entender las experiencias educativas en el aprendizaje situado de cada uno de los jóvenes. La analogía en el presente estudio es bajo este esquema de aprendizaje; se considera que los jóvenes como aprendices sociales, toman de alguna manera a los conductores y a los mensajes explícitos como el actor capaz y experimentado que los introduce al mundo adulto e independiente.

La participación social es una actividad insoslayable de cualquier persona dentro de su comunidad. Es pertinente aclarar que la participación social se da a través de actividades situadas, por ello en la vida cotidiana todas sus actividades son situadas, pues las personas siempre están construyendo activamente su propio contexto y generando cultura. Nuevamente ejemplifico con los sujetos de este estudio. Los jóvenes están inmersos en un contexto cultural determinado, todo el tiempo están en una búsqueda identitaria como jóvenes y como futuros adultos. En sus actividades situadas rutinarias esta escuchar el programa de radio *¡Ya Párate!* el cual les deja mensajes que pueden ser o no usados como mediadores en su proceso formativo.

La radio es una manifestación cultural. Es un estímulo social dentro del aprendizaje situado, que contribuye al desarrollo integral y de experiencias formativas dentro de la cultura referencial. No se puede analizar el funcionamiento del consumo cultural ni entender el proceso del aprendizaje situado sin tomar en cuenta el contexto de los actores en estudio. Es por ello que he incluido de manera directa preguntas en la entrevista sobre los rubros escolares, familiares y de barrio. Con la finalidad de saber las características de su entorno inmediato.

2.3 La radio como producto cultural

La educación como proceso social se realiza a través de la comunicación, sin importar el tipo de modalidad educativa de que se trate. A continuación se hará un repaso breve de los diferentes postulados sobre la relación entre la educación y la comunicación.

Para Martín Barbero (1990), la comunicación desde el punto de vista cultural, tiene tres funciones: la educativa, la informativa y la recreativa. Me apegaré a esta distinción a fin de separar los usos de ésta. La función educativa es ofrecer algo más que no sea cubierto por las escuelas, ya que las instituciones educativas se encuentran en un atraso pedagógico, descontextualización social, cultural y una desvinculación entre los avances tecnológicos y la práctica educativa. La función de divertir a la audiencia se realiza de manera lúdica y del goce. La informativa es dar las notas de los sucesos actuales, generalmente de la política, la economía y la vida cotidiana, un ejemplo de ello serían los programas de noticias. Para los fines de la presente investigación se consideran en un primer momento las tres funciones de la comunicación. Después de la primera fase de entrevistas y dependiendo de los resultados se definirá a cuál de ellas se dará mayor importancia.

Los contenidos de los medios se han ido integrando a la educación poco a poco, como lo comenta Toussaint (2010), al inicio se consideraba a la escuela como única generadora de aprendizajes, posteriormente compitió con los medios y en la actualidad pareciera que a los jóvenes les interesa más lo publicado por los medios que la información recibida en las escuelas. Con esto, se transforma la concepción de la manera de educar. Las formas de comunicar y las educativas son productos culturales y sociales.

El concepto de *cultura* ha sido definido desde diferentes disciplinas, corrientes de pensamiento y autores. En la justificación he descrito el concepto de *consumo cultural* bajo la visión de Toussaint (2010) y García (1995). A continuación

se presentan algunas definiciones de cultura que permiten ubicar el enfoque de esta investigación sobre el análisis de los sujetos de estudio y del programa radial como productos culturales.

Hasta los noventa aproximadamente, la definición canónica de cultura era: producción, distribución (o circulación) y consumo de bienes simbólicos. Estos *bienes simbólicos* comprenden ideas y actitudes (es decir: supersticiones, cosmovisión, jerarquías, creencias, imaginarios colectivos, por ejemplo), prácticas (entran aquí tradiciones, costumbres, actividades económicas, formas de relacionarse, rituales y actividades cotidianas), así como objetos mismos, pero no únicamente en su función utilitaria, sino en lo que representan para sus usuarios. Esto intentaba dar cuenta de todo lo que organizaba y daba significado a la vida para un grupo y cómo esto lo diferenciaba de otro. García (2002, p.62) opina que esta definición aún puede operar y sirve para "resolver las tentaciones de restaurar algún dualismo".

Sin embargo, los procesos de globalización hacen necesario replantear este concepto porque los flujos de influencias supranacionales son muy intensos. Al intentar redefinir la cultura, se ha desplazado el enfoque y se comienza a hablar de "lo cultural", a fin de no objetivizarla. En este sentido, la postura de Geertz (2000) ratifica los postulados de Weber y ofrece otra opción de entender lo que es la cultura. Él la concibe como un entramado de significados que el mismo hombre construye. Para su estudio propone una ciencia interpretativa que busque significaciones desde la mirada de los actores en estudio. Describiendo de manera puntual y densa los datos obtenidos en las diferentes técnicas de recolección de datos a fin de comprender el fenómeno cultural.

Del Palacio (2009, p.8) resume las reformulaciones que ha tenido el término y cita, entre otros, a Rioux y Sirinelli quienes la definen como: "el proceso que distingue la existencia humana de un estado natural, con signos distintivos y marcas simbólicas, sistemas de funciones, marcas de apropiación colectiva y estados de civilización" esta definición opone la cultura o lo cultural a la natura o lo natural. Esta aproximación detalla la postura de Geertz (2000), ya que ambas

reconocen la existencia de una multiplicidad de culturas. Es decir, que pueden darse diversas manifestaciones culturales en un mismo tiempo, espacio y sector social.

Kluckhohn (citado en Geertz, 2000) da varias definiciones de cultura, siendo dos las más funcionales para la presente investigación. La primera de ellas concibe a la cultura como “mecanismos de regulación normativa de la conducta”. (Geertz, 2000, p.20) La segunda propone pensar a la cultura como “una serie de técnicas para adaptarse, tanto al ambiente exterior como a los otros hombres”. Este enfoque se vincula con el tema de nuestro estudio en tanto que los procesos de aprendizaje y adaptación de los jóvenes como el programa radiofónico en cuestión están regulados por normas o reglas que pone la sociedad a fin de regular la conducta y la integración social de sus miembros.

Desde una perspectiva pedagógica, Pérez (2000) opina que la cultura tiene un “carácter sistémico y vivo de los elementos que influyen en la determinación de los intercambios de significado y conductas dentro de la institución escolar” (2000, p. 12). Para que se dé este intercambio simbólico es necesario tomar en cuenta al contexto ya que la escuela, el barrio, la familia y el entorno en general contribuyen a este proceso de formación identitaria. En los jóvenes participantes en este estudio, esta se manifiesta en lo que dicen, lo que hacen y cómo lo hacen, pues todo ello son pautas de comportamiento porque dan cuenta del entorno de origen.

Para este autor, la construcción del conocimiento es un cruce de culturas: la cultura crítica, la social, la experiencial, la institucional y la académica. La interacción entre ellas ocurre porque asume la peculiaridad de cada individuo. Aunado con García (2002) en que “La cultura no son realidades objetivas sino redes subjetivas de significación compartida...” (Pérez, 2000, p. 35). Debemos entender la cultura como resultado de la construcción social que, por lo general, no es cuestionada por los individuos.

El enfoque de Pérez (2000) sobre la cultura está centrado en la educación formal y, aunque la presente investigación no se desarrolla en un ámbito escolar ni considera las culturas institucionales, ni la académica, sí debe prestar atención a la crítica que promueve la reflexión sobre las representaciones comunes que tiene cada grupo de sí mismo. La cultura social es la ideología cotidiana que no se reflexiona pero sí se asimila en las prácticas de consumo cultural. La cultura experiencial se construye acríticamente en la vida cotidiana, está llena de contradicciones, prejuicios, errores, es fragmentada y, a diferencia de la social, esta es individual. Los sujetos la elaboran con base en sus experiencias formativas de manera espontánea bajo la influencia de su entorno. Dichas experiencias se pueden dar tanto en la educación formal, como en la no formal y la informal.

Al impacto de los medios sobre las audiencias y su incorporación de los contenidos de los medios a la vida cotidiana del individuo, se le conoce como cultura mediática. Aun cuando los medios crean sus contenidos enfocados a la mayoría de la población con características heterogéneas, es pertinente analizar de manera individual el proceso de creación de cada cultura mediática. En este caso la de los jóvenes consumidores de programas de radio.

Uno de los fines de homogenizar los contenidos de los medios de comunicación es, como afirma Gutiérrez (2007), orientando al consumidor a interpretar los fenómenos de una determinada manera, moldeando ideologías e interacciones sociales. En el mismo texto de *La argumentación en el discurso mediático y educativo*, el autor reitera que “gracias a su capacidad argumentativa, los medios de comunicación influyen directamente en la opinión pública” (p. 280). Se tomará en cuenta esta doble manera de ver y comprender el fenómeno mediático. Por un lado la concepción de homogenizar a la audiencia por parte del programa de radio estudiado y por otro la heterogeneidad de la audiencia, en este caso la de los jóvenes entrevistados.

Los medios de comunicación son transmisores de ideologías, contribuyen a la construcción de identidad en los individuos. La radio como lo nota Meléndez (1984), es uno de los medios de consumo cultural en los jóvenes; aun cuando la radio como medio de comunicación sea unidireccional por no permitir la interacción real y masiva con la audiencia. La radio transmite contenidos sin tener la intención de educar a la audiencia, ni está sujeta a un plan curricular, sin embargo en cierta medida tiene una acción formativa-informativa sobre los escuchas, la cual provoca un cambio de conducta y de conciencia de su entorno. En ese mismo sentido Lave y Wenger (2003) mencionan que la identidad personal se forma con las experiencias vivas.

La ideología de una persona se refleja en sus acciones, cada práctica está dotada de información ideológica. Los actos de las personas según Althusser (2009) dan muestra de una determinada forma de representar las cosas, no se actúa de manera totalmente libre, sino que se está supeditado a una estructura predeterminada. El lenguaje es el otro medio por el cual se manifiesta la ideología. El uso, la función y la connotación que se le da a cada palabra está cargada de ideología. En el caso de los jóvenes sujetos de esta investigación, el lenguaje fue el medio por el cual se analizó parte de su ideología en función de los temas de las categorías a estudiar.

Los medios de información⁵ contribuyen a la reproducción ideológica y moldean consciente o inconscientemente las acciones de los sujetos. La radio según la *Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural* realizada por CONACULTA (2010), citada anteriormente, es un medio que los jóvenes escuchan constantemente.

⁵ Los medios de información solo transmiten la información que ellos predeterminaron como apta para los fines que a ellos les convengan. No se usa el término de medios de comunicación porque el término tiene la connotación de un mejor entendimiento social. Los medios como la radio y en este caso "Los 40 Principales" mediatizan y restringen la participación del público. Ellos eligen cuales son los comentarios recibidos vía electrónica o que llamadas telefónicas se transmiten en el programa.

En esta investigación se pretende resaltar al aprendizaje como un todo. Aprendemos conocimientos generales o de sentido común que aparentemente no son relevantes en la educación formal; sin embargo, este tipo de conocimiento es el que permite, entre otras cosas, socializar y relacionarse con los demás. S/A (2003) describe que el aprendizaje general está sujeto a una situación y momento determinado, por ello esta investigación se ubicara dentro del aprendizaje situado. En él se da la abstracción para significar las cosas. Es un proceso de interacción sociocultural donde cada componente es un elemento esencial para construir experiencias formativas.

El concepto de educación es muy amplio, en este caso se reconoce “que todo puede ser ocasión para aprender y desarrollar las capacidades del individuo” (Delors, 1996, p. 126). Por ello, la radio es un elemento de aprendizaje. Para el presente estudio así se considera. Sin perder de vista según el aprendizaje situado a los cambios de época en la vida social y como se reflejan en el ámbito educativo.

Los medios de comunicación se consideran como elementos de informativos para el consumidor del siglo XXI. Según el estudio de Pérez (2003), los cambios a los que se enfrenta la sociedad ante los nuevos espacios de socialización tienen lugar en tres vertientes: la primera es en la estructura de nuevos intereses, seguido por la manera diferente de significación y las condiciones de información de la comunidad actual.

Un ejemplo que engloba la anterior división, puede ser la comunicación que tienen los jóvenes en las redes sociales, el cual es un medio virtual actual, de gran interés para los chicos, cuyos estilos de redacción y tipos de mensajes son un medio muy particular de significación. En el caso de la radio, la estructura de los programas juveniles deben ser atractivos para los escuchas, con contenidos actuales, un discurso juvenil que los escuchas incorporan a su vida cotidiana, creando un proceso dialéctico, recíproco que ofrece pautas de identidad individual y colectiva. Los jóvenes se identifican con los conductores del programa de radio

porque atienden a algunas necesidades y responden a características propias de la juventud.

Los medios masivos de comunicación menciona Pérez (2003), como la radio y la televisión proyectan valores, ideas o productos que incorporan los consumidores a su patrón de vida. La televisión al igual que la radio difunde estereotipos como una herramienta para la socialización. Los mensajes transmitidos de manera simbólica los podemos escuchar entre otras cosas en los personajes estereotipados.

Se entenderá como socialización al “prolongado proceso espontáneo de incorporación paulatina y cotidiana de los rudimentos de la cultura dominante que rodea el escenario vital de cada individuo.” (Pérez, 2003, s/p), enfocándolo al consumo cultural de medios, de un conjunto de conocimientos, capacidades, intereses y maneras de interacción en la vida cotidiana por parte de la audiencia.

Como anteriormente se comenta, los jóvenes tienen nuevos intereses, hábitos y maneras de pensar que determinan su construcción identitaria. Ellos encuentran, según Pérez (2003), las fuentes informales de conocimiento en los pares y los medios de comunicación, que modifican la manera de socializar, de solucionar problemas y de desarrollar estrategias de acción. El mismo autor explica que la audiencia se engancha con relativa facilidad a los mensajes de los medios, pues recurre a las emociones, la intuición y/o a las sensaciones y no a la razón. Esto puede ayudar a explicar cómo la radio aporta información para generar experiencias formativas en la audiencia.

Para poder entender el manejo de las audiencias que tienen los monopolios y su repercusión en el consumo cultural, es preciso revisar los planteamientos de Althusser sobre la manipulación de los medios en función de la ideología. El impacto no solo es a través de los contenidos, se da a nivel de forma o estructura de pensamiento, ya que la producción de la información se reproduce cuando se aplica la producción en el esquema capitalista. Esto quiere decir que la

reproducción no solo es de los contenidos, sino también de la forma en la que se realiza el proceso.

El planteamiento de este autor sobre la ideología y los aparatos ideológicos del estado (AIE) está basada en una visión marxista de los medios de producción. Ésta teoría económica explica que todo medio de producción necesita insumos y una fuente de fuerza de trabajo. La materia prima es esencial para renovar lo gastado en la producción. La fuerza de trabajo es la mano de obra. La labor del trabajador es compensada por un salario que le permita seguir reproduciendo la fuerza de trabajo, necesaria para mantener el modo de producción capitalista.

Según Marx en (Althusser, 2009), la infraestructura está constituida por la base económica que da soporte y estructura a una sociedad. La infraestructura determina a la superestructura. Para Marx la sociedad capitalista está constituida por las relaciones sociales de producción, y por el control de las fuerzas productivas las cuales son históricas y son el sustento del modo de producción capitalista.

La superestructura es el conjunto de elementos que apuntalan a la infraestructura. Unos ejemplos de ello son la familia, que reproduce las formas de interacción y producción social, la ideología que determina la conciencia del hombre dentro de su historicidad y los medios de información que forman patrones de conducta a seguir. Estas son algunas muestras de la superestructura y de cómo someten a la sociedad a modelos establecidos. La superestructura es el reflejo de cómo se organiza la infraestructura.

El texto *Ideología y aparatos ideológicos del estado* expone al Estado como una máquina con poder de represión. Para los fines de este trabajo, no me enfocaré al estudio de estos mecanismos de ejercicio del poder ya que no es objetivo de la investigación, sino que enfatizaré la pertinencia de la utilidad de la

clasificación y de la caracterización de los medios como AIE y como reproductores de ideología.

Las instituciones manejadas por el Estado -como son las educativas- se encargan de reproducir en los estudiantes los contenidos teóricos y prácticos necesarios para que ocupen en un futuro los puestos laborales. La otra función de la escuela es contribuir a la reproducción del sistema de acumulación de capital, porque prepara a los futuros profesionistas o al personal capacitado para incorporarse al mercado de trabajo. La escuela, la iglesia, la familia, el aparato jurídico, político, sindical, cultural y de información (medios de comunicación) son aparatos eficaces que permiten la creación de formas de pensar y accionar de los individuos dentro de una sociedad. Esto crea lo que Althusser llama 'ideología'. La ideología está al servicio de la clase dominante que es quien dicta la manera de reproducción ideológica. A través de los AIE se enseñan determinados saberes que permitan la reproducción ideológica de una sociedad.

Este estudio se enfocara sobre la perspectiva del papel de los medios en la formación de las experiencias educativas de los jóvenes. El autor hace la distinción entre aparatos represivos e ideológicos. Los primeros funcionan a través de la aplicación de la violencia legitimizada por el Estado, mientras que los segundos son conjuntos de ideas. El control social se da a través de la violencia y por medio de la ideología. En ocasiones se dan ambas, se puede dar primero la represión y luego la reproducción ideológica o viceversa. Ambas están bajo la tutela de la clase dominante. El Estado necesita el control de los aparatos represivos y de los AIE para reproducir la ideología que esté a su favor.

La presente investigación se apega al concepto de ideología definido por Althusser. Como "...el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre o de un grupo social... es una *representación* de la relación imaginaria entre los individuos y sus condiciones reales de existencia" (Althusser, 2009, pp. 120 -123). La relación imaginaria depende del contexto del individuo, se

crea la imagen de su realidad dependiendo de cómo es educado o el estrato social donde nace, crece y muere.

La estación de “Los 40 Principales” pertenece al grupo de Televisa Radio, es parte del monopolio de espectáculos de Televisa y contribuyen a la reproducción ideológica y del modo de producción capitalista dependiente en nuestro país.

Dentro de las estrategias del Estado para mantener el control social, este realiza alianzas con los monopolios de la comunicación, como es el caso de Televisa en nuestro país. Un ejemplo de ello es la educación de la historia de México, el Estado difunde una visión histórica a su favor, la cual es enseñada en las escuelas; paralelamente la televisora transmite telenovelas históricas con el mismo discurso ideológico que las instituciones educativas. Así validan la información y generan en la gente referentes sociohistóricos desde un enfoque gubernamental, creando mártires y héroes de la historia.

En la estructura educativa actual, se da la oportunidad del cambio social, se tiene la esperanza de transformar a la sociedad dentro de su misma lógica y dinámica de control y reproducción del esquema capitalista. Autores como McLaren, Apple, Giroux y Freire aportan teorías acerca de las posibilidades de resistencia dentro de institucionales escolares. Reconocen los conocimientos de sentido común como material para el aprendizaje y la formación de experiencias formativas que de manera crítica enfrenten las condiciones del capitalismo.

Me adhiero a algunos rasgos de la corriente crítica para el presente estudio, porque las modificaciones que proponen han sido planeadas partiendo del enfoque capitalista y de la estructura educativa tradicional, el cual es objeto de su crítica. El objetivo es tener un campo de acción para la emancipación social desde el mismo esquema y contexto.

2.4 Audiencia en los medios masivos de comunicación.

La definición de audiencia para Clausser (en Mc Quail, 1997), comprende tres dimensiones. Estas son: las personas que tienen acceso a un determinado medio de comunicación, las que reciben un programa determinado de manera habitual y la audiencia real que repite los contenidos recibidos y se ve “afectada” por la información (es decir, un grado menor a la interiorización). El término de audiencia de masas no se ocupará en esta investigación pues su enfoque radica en ver a los individuos como masas, contrario al objetivo de observar lo que sucede con individuos en particular. En cambio, se utilizará el término de audiencia local como grupo social, los cuales comparten un gusto o interés por algún producto comunicativo.

El ciclo de la comunicación implica un emisor y muchos receptores que pueden o no interactuar con el emisor a través de diversos medios como lo son en la actualidad las redes sociales o por vía telefónica. A través de la retroalimentación que tiene la producción del programa de radio con sus escuchas se puede describir el tipo de población y visualizar cuáles son las partes del programa que les gustan más y cuáles las que menos les agradan.

No todo el público escucha la misma parte del programa, ni prefieren todos la misma sección del mismo, ni les interesa lo mismo y aun cuando así fuera, cada persona le da importancia a cosas distintas. Ante un mismo discurso cada individuo hace su propia interpretación y tiene diversas razones para sintonizar una determinada estación de radio.

Los motivos por los cuales se prefiere un medio u otro son, según Schramm (1979), la facilidad de acceso. En el caso de los jóvenes, les representa menor esfuerzo escuchar radio que leer el periódico. Al igual que escuchar una frecuencia con señal nítida como FM que una de señal débil como AM (que en algunas estaciones apenas se percibe la señal). También representa menos gasto escuchar radio que ir a comprar una revista o un periódico.

Según De Anda (2003) la programación en televisión y radio es la transmisión de símbolos. Emiten significados con una intención, que pueden ser interpretados de otra forma. Eso depende del receptor que es libre de modificar, creer, burlarse, entre otras del mensaje que recibe. Por eso el "significado" no es algo fijo, no se puede controlar y es en este proceso individual de apropiación es donde radica el poder del receptor del que hablaba Eco (1965).

Un elemento interesante en la recepción comunicativa es la saturación semántica definida por Buen Abad (2006) como repetición constante de información, imágenes, discursos, por mencionar algunos, difundida por los medios de comunicación la cual provoca la familiarización del mensaje, hacerlo como lo "normal", lo "cotidiano" y dejando de ser relevante. Hasta la incorporación al esquema de lo cotidiano. Los mensajes de violencia dejan de llamar la atención después de ser repetidos continuamente, la audiencia los integra a su sistema cotidiano y deja de ser relevante la violencia pues ahora es parte de lo normal. En otro sentido la saturación semántica puede llegar a cambiar la percepción de la audiencia, un caso puede ser cuando los manifestantes de una causa justa hacen un plantón y los medios después de la excesiva repetición de la noticia cambian la imagen de luchadores sociales por personas quejumbrosas o problemáticas.

Los anteriores postulados dan sustento para visualizar cómo los medios crean sus perfiles de audiencia. Al ser medios de comunicación masiva su programación la dirigen a un sector específico de la sociedad, como serían las juventudes. Aun cuando están los programas encaminados a determinado tipo de personas todos ellas tienen particularidades diferentes, enfrentando así a una audiencia con características heterogéneas que sería cada joven radioescucha.

La programación de una estación de radio se distribuye por bloques de horarios. Los programas se distribuyen dependiendo de su tipo (noticiario, entretenimiento, para mujeres o para niños, por ejemplo) en relación con el horario

(de acuerdo con las actividades de la audiencia). A continuación veremos algunos ejemplos de ello. La tipología está basada en De Anda (2003).

1. Programas matutinos: (clasificación en el DF y valle de México)

La programación del horario de 6 a 9 a.m. está dirigida básicamente a la clase baja y media, por ser el momento cuando se alistan para iniciar las labores del día, los programas son generalmente alegres, con comerciales cortos y con música animada. Un ejemplo pueden ser los programas con formato de “morning show”⁶

De 9 a 12 del día, las amas de casa son las radioescuchas potenciales, los contenidos de los programas en su mayoría son dirigidos a ellas. El otro sector importante son los trabajadores que en sus centros de trabajo sintonizan la radio. El consumo de las clases media y alta son los noticiarios ya sea en cápsulas informativas o en noticiario permanente.

2. Programación vespertina

Se considera desde mediodía hasta 7 de la noche aproximadamente. A la hora de la comida es el horario con mayor número de patrocinadores, los escuchas potenciales son amas de casa y trabajadores de clase media y baja. Los niños no son representativos en este bloque porque están cautivos por la televisión.

3. Programación nocturna

Inicia con los noticiarios y algunos programas musicales. Avanzada la noche, encontramos programas temáticos con patrocinadores cautivos.

Las radiodifusoras consideran las características propias de cada horario, y atienden a las políticas de la cadena de radio a la que pertenecen. Sin dejar de lado su función como medio comunicativo y su sustento ideológico como empresa. Los medios de comunicación esconden en sus políticas la manipulación de la

⁶ Apelo al término en idioma inglés por ser el más usado de manera internacional.

información que beneficia a los intereses de los grupos de poder. La comunicación es intencional, llega un momento donde se unen la información con el conocimiento del escucha.

De Anda (2003) resume que la comunicación sirve para influir y afectar intencionalmente. Los medios masivos y los mensajes interpersonales van en el sentido de moldear conductas, opiniones, actitudes y conocimientos. No siempre los resultados son los esperados. Estos pueden llegar a ser todo lo contrario, pues las audiencias no siempre se comportan como “masa” y no son entes pasivos a lo escuchado en el medio radiofónico.

Buen Abad (2006) resalta el poder de los medios de comunicación cuando la audiencia se comporta como masa, enfatiza que cierta forma de comunicación a través del discurso previamente construido para esos fines es el medio perfecto de manipulación⁷. Los medios contribuyen en la formación estética, política, económica, sociocultural, ética y educativa. Puntualiza que el discurso unidireccional manejado por los monopolios crea personas acríticas, con hábitos de consumo cultural grotescos, vulgares, irrespetuosos y violentos.

Los radioescuchas asiduos integran pautas estéticas emitidas por la emisión radial a su vida cotidiana. Donde probablemente desarrollen un gusto vulgar, violento, grotesco, confuso, desechable y efímero, características muy propias de la corriente posmoderna. Esta incorporación de códigos es factible en el mundo cotidiano pues no es un momento donde la audiencia esté previamente con una intención crítica sobre lo escuchado. Son espacios en los cuales predominan los saberes cotidianos y no una visión crítica; como se espera que sí se tengan en los espacios áulicos. Es decir no se está atento a lo que se escucha y es probable que se anclen con facilidad conocimientos cotidianos que no tienen un sustento científico.

⁷ Se entenderá el concepto de manipulación como la manera de moldear pensamientos y conductas en los seres humanos.

Desde una visión crítica de los medios de comunicación Chomsky y Herman (2009) enfatizan la función de los medios como entretenimiento, diversión e información. Retomo el postulado de los autores anteriores donde mencionan que los medios se encargan de divulgación de valores, creencias y modos de comportamiento. Estos patrones están alineados para la inclusión a una estructura social dada.

Los fines de los monopolios para Buen Abad (2006) además de generar riqueza es crear alienaciones en los consumidores, es interesante como este mismo fenómeno se manifiesta en los trabajadores que laboran dentro de un marco de trabajo capitalista - En el cual la distinción de clases y distribución de riqueza no es igual para todos-.

A los medios de comunicación pertenecientes a los monopolios no les interesa la opinión real del público, esto es evidente al no generar líneas de trabajo colectivo o una verdadera intercomunicación social. Por lo general en radio las llamadas del público pasan por filtros de la estación, seleccionan las llamadas que sean pertinentes a los fines del programa. Si por alguna razón el escucha que hace la llamada dice algo no conveniente, los conductores resuelven cómo sacarla del aire. Los mensajes transmitidos son elegidos por la producción del programa, son editados a conveniencia del programa y de la empresa.

Los medios están controlados por los monopolios que atienden a las demandas de la élite capitalista. Chomsky y Herman (2009), en sus estudios de los monopolios en medios de comunicación en Estados Unidos de Norte América, reportan que los dueños de la industria comunicativa tienen diferentes tipos de inversiones en otros campos, como el bancario, el nuclear y el gubernamental. En el caso de Televisa, empresa a la que pertenece el programa *¡Ya Párate!* la situación es muy similar. Es un monopolio liderado por Emilio Azcárraga Jean quien

es asesor bancario, accionista de equipos de fútbol y juegos de lotería, entre otros negocios.

Como se mencionará en el apartado de la historia de la radio en México, la familia Azcárraga, es precursora de los medios televisivos y radiofónicos en nuestro país. Emilio Azcárraga Vidaurreta fue fundador de la XEW, una de las estaciones radiofónicas más emblemáticas y de Telesistema Mexicano que después se convirtió en Televisa. Él fue el creador del monopolio que hasta hoy en día es la empresa más grande de productos mediáticos. Su hijo, Emilio Azcárraga Milmo fue su sucesor en los negocios que incrementó en la misma lógica de inversiones diversificadas. Mattelart (1974, pp. 130-131) reporta los negocios de la familia hasta ese mismo año en la línea de aviación American Airlines, que tenía en ese entonces la cadena hotelera Flagship-Hotels, era copropietario de los Hoteles Ritz y Western International. Cuando se fundó Televisa se asoció con Rómulo O'Farrill que era dueño de los periódicos Novedades, News y Diario de la Tarde. También fue presidente de Automex y de Chrysler México. En el apartado televisivo administraba Sesame Street en Latinoamericana y coordinaba canales de radio y televisión en las ciudades de Los Ángeles, San Antonio y Nueva York.

Es así como, los dueños de los monopolios de comunicación tienden a la diversificación de inversiones, para salvaguardar parte de sus fortunas. La inversión en prensa, televisión y radio está basada en la venta de espacios publicitarios también llamados comerciales. (Chomsky y Herman 2009, pp. 38 y 40).

Los espacios son valorados en función de los niveles de audiencia; esto quiere decir que es más caro el espacio cuando el programa tiene un puntaje alto de *rating*. El resultado de esta práctica es una guerra entre las estaciones de radio, canales de televisión o ediciones de prensa por tener un producto exitoso en el mercado, es decir que sea vendible masivamente. Estas dinámicas llevan a los productores a crear productos innovadores que atraigan anunciantes; olvidan la calidad de los contenidos y generan campañas cada día más agresivas.

2.5 Adolescencia, juventudes e identidades

Dentro del desarrollo evolutivo del ser humano hay un importante periodo de transición entre la niñez y la adultez. Dicho periodo es la adolescencia, que se divide en tres periodos: pre-pubertad, pubertad y adolescencia. Esta es considerada como un proceso de transformación biopsicosocial donde se fortalece la construcción de identidad de los individuos. Este apartado revisa los conceptos más importantes así como las teorías sociales contemporáneas que estudian este periodo. La finalidad es conocer más de nuestros participantes en su momento evolutivo.

Durante la adolescencia se presentan cambios físicos, sociales y psicológicos. Los cambios biológicos son generados por las hormonas. Las edades en las que se presentan los primeros cambios son variadas, puede ser de los 10 hasta los 16 años de edad, esto depende de cada persona, de la raza y de la zona geográfica en la que vive.

En el caso de las mujeres los estrógenos estimulan los cambios físicos, que radican en la menarquía, crecimiento de los senos, de caderas, de vello axilar y púbico. En los varones la testosterona es la encargada de generar los cambios en la voz, primera eyaculación de semen, crecimiento del saco escrotal, de vello corporal, axilar, púbico y facial.

Para los fines del presente trabajo se aborda desde la perspectiva psicológica como adolescencia y desde la sociológica se tomará como juventudes, dando mayor énfasis a éste último. Se refieren al mismo periodo evolutivo pero desde diferentes perspectivas. Los cambios sicosociales consisten en las nuevas formas de interacción con los demás, residen en una nueva estructura moral, de género, de rol y están en búsqueda de su propia personalidad como futuros adultos consolidados. Dicha búsqueda continúa hasta la primera parte de la adultez.

Desde las perspectivas psicológicas y biológicas las edades aproximadas del término de la adolescencia pueden ser de los 18 a los 21 años. Es muy difícil poder determinar una edad exacta porque los procesos de maduración son muy diferentes entre cada joven y entre las diferentes áreas de desarrollo.

Para la sociología, la juventud como un periodo de edad es una clasificación subjetiva, porque cada cultura delimita las características y el tiempo de duración de la juventud. Sin embargo, el Instituto Mexicano de la Juventud en el Programa de Mediano Plazo 2008-2012 reconoce el decreto de la Organización de las Naciones Unidas en definir el rango de edad de 15 a 24 años. La misma organización sugiere a cada país establecer su propio rango de edad. En México, se considera de los 12 a los 29 años. De manera cualitativa la juventud se delimita por el inicio de la capacidad de reproducción hasta la llegada a la responsabilidad y autoridad de ser adulto.

Una de las características más notorias en la última fase de esta etapa evolutiva de la es la definición de la identidad. Para Rice (1997), la identidad son las características personales que distinguen a un ser de otro. Radica desde la forma de vestir hasta la postura ideológica ante el mundo que lo rodea.

La juventud es una construcción cultural delimitada a un 1) periodo de la vida y 2) espacio determinado; cuenta con historicidad propia. Bajo esta visión la juventud deja de ser sólo una etapa cronológica para incorporar los factores socioculturales. La representación de lo juvenil es de carácter heterogéneo depende de las características de la época histórica en la que se analice. Dentro de la construcción cultural los jóvenes son actores activos en la creación, circulación y el consumo de bienes simbólicos. Por ello cada época tiene su construcción estereotipada de la juventud “del momento”.

Se piensa que no todos los jóvenes son iguales, cada uno cuenta con una historia propia. Por ello se considera el término de *juventudes* bajo la premisa de Evangelista (2011), que hace referencia a Feixa para el uso del concepto de culturas juveniles. Concluye que tiene mayor pertinencia estudiar a las diversas

culturas juveniles que a la juventud en general dada la gran heterogeneidad de los sujetos. Así, un factor dentro de su construcción de identidad es el nivel socio-económico, pues les da pertenencia a un sector social y se identifica con su clase dentro de la vida cotidiana. Las culturas juveniles incorporan las experiencias de los jóvenes adquiridas en la vida cotidiana en su tiempo libre y dentro o fuera de alguna institución. Las juventudes comparten sucesos históricos comunes, aunque a cada joven lo impacten de diferente manera.

Las juventudes comparten características comunes. En el caso de esta investigación se consideran algunas particularidades comunes entre los actores a estudiar. Una tipología es la de Rojek (2005) que caracteriza las etapas del ciclo de vida como etapas biológicas de la vida (nacimiento-inmadurez-madurez-reproducción -vejez y muerte). Describiendo a la juventud como un periodo de pocas responsabilidades, dependencia económica y emocional de la familia, periodo de formación de la identidad y de experimentación sexual. Variantes socioeconómicas influyen en el tipo de las prácticas de ocio, pero el autor encuentra que la mayoría de los adolescentes tienen menos responsabilidades y dedican más tiempo a actividades escolares y a dormir que los adultos jóvenes. Estas categorías sin embargo son cada vez más flexibles y ambiguas dada la escasez de trabajo y el acceso a la educación superior, lo que prolonga la dependencia familiar.

Una de las prácticas de ocio entre los jóvenes es la de escuchar la radio. Esta actividad no tiene la finalidad de aprender “algo” necesariamente. Los medios de comunicación masivos, homogenizan al elaborar los perfiles de audiencia para programas juveniles de entretenimiento, toman en cuenta solo las características comunes, atendiendo a la mayor parte de la población. En este trabajo, por el contrario, se tomarán en cuenta las especificidades de cada joven, coincidiendo con la postura de Rojek.

Los medios de comunicación controlados por los grupos de poder se dirigen a las juventudes como a una masa poblacional. Por ser, como opina Matza (1961),

una población heterogénea, que en realidad la mayoría se comporta de forma convencional. Los medios dictan de alguna manera los estereotipos juveniles, dentro de las estructuras esperadas. La desobediencia es uno de esos patrones, Un ejemplo de esto, bien pudiera ser Facundo como conductor del programa *¡Ya Párate!* Es un adulto de 34 años que se comporta como un joven irreverente. Representa la posibilidad de moratoria social. Como joven tiene cabida su representación de la rebeldía y del desafío social. El autor anterior observa que no hay un incremento ni decremento de la rebeldía en las sociedades modernas. Lo que sí se ve es mayor manifestación de rebeldía en periodos de crisis y mayor rebeldía en la juventud respecto a otras etapas de la vida.

Anteriormente se consideraba a los programas de radio como unidireccionales. Actualmente se consideran como bidireccionales, por la interactividad que se da con los escuchas. La interacción, como lo comenta Rojek (2007), está dentro de la cultura actual que es *súper dinámica* (por la interacción tan activa del consumidor ante los medios de comunicación y por la aplicación de la tecnología al servicio inmediato del consumidor), se traslapan múltiples niveles de participación y formas de la vida que varían a diferentes velocidades. Por eso se cree que es mejor hablar de *modernidades múltiples* para referirse a los diversos patrones de vida en relación con la velocidad de la vida en sociedades modernas ya que la principal característica de la cultura contemporánea es la diversidad.

Según Silvestre, Solé, Pérez y Jordan (1996), los jóvenes ya tienen mayor conocimiento de su entorno, lo cual los hace capaces de tomar decisiones con mayor madurez. Sin embargo este proceso no depende solamente de un razonamiento formal, sino de las experiencias vividas por el joven que le permiten tener un marco referencial. Dentro de las experiencias de vida cotidiana que son muy variadas, encontramos a los medios de comunicación, los cuales proyectan mensajes que contribuyen a la formación de identidades juveniles.

2.5.1 La construcción del “yo” en la vida cotidiana

Para Erikson (en Papalia, Wendkos y Duskin 2001), la construcción de la identidad se da tomando de modelo a otras personas y en la preafirmación del “yo”, reconociendo sus habilidades, necesidades e intereses para poder incorporarse a un contexto social. El tiempo libre en los jóvenes –llamado moratoria psicosocial por Erikson- que ocupan para integrarse a sectores juveniles y ser parte de un grupo, llega a ser decisivo para su formación personal e ideológica pues se puede reflejar en su vida adulta.

El presente estudio toma como eje la construcción del “yo” en la última etapa de la adolescencia, por ser donde está el proceso de consolidación de la identidad personal. Si bien la construcción del “yo” está relacionada con la interacción con el otro en las experiencias compartidas, también es importante resaltar la importancia de los estímulos sociales y educativos propios de su vida cotidiana, en una cultura súper dinámica como lo afirma Rojek (2007).

La construcción del “yo” bajo el constructivismo social implica la conciencia manifiesta, revelando los esquemas y estructuras de los individuos. Luckmann (2008), establece el estudio de la vida cotidiana en función de la construcción personal de sus acciones, conductas y rutinas diarias; tomando en cuenta el mundo dado de cada actor.

Escuchar un cierto programa de radio, por ejemplo, llega a ser parte de la rutina diaria de los jóvenes. Según Padierna (2007), -aunque no las enfoca a radio, si son aplicables a este estudio- estas experiencias les aportan conocimientos que finalmente aprenden y modifican su identidad y su conducta. Este proceso también sucede de manera inversa, es decir: “Los conocimientos y habilidades modifican la práctica diaria”. (Padierna, 2007, p.331). Por lo que debemos tomar en cuenta que es un flujo de influencias que va en ambos sentidos y que es parte de la información para la construcción identitaria.

En el discurso se pueden identificar los significados que cada persona le da a su vida cotidiana. Lindón, (2000), define el estudio de la vida cotidiana como la significación individual y el sentido dentro de su vida práctica. Tiene sus propias reglas del juego, sirven para la regulación social e individual dentro de lo social. Cada persona decide su personalidad en el constructo social y las intenciones de sus actos son responsabilidad particular. Lo cotidiano es el lugar donde se da la interacción social con el otro. Esta investigación se centra en observar justamente la interacción entre el individuo en formación con un aspecto de su cultura, como es el medio radiofónico.

La vida cotidiana se caracteriza según Heller (1987), por la continuidad de acciones que se convierten en rutina. Pueden ser rutinas comunes para todos, comer, dormir, vestirse, etc. Pero también hay rutinas propias de la actividad social en la que se emplee, un ejemplo sería que el obrero tiene sus rutinas en la fábrica al igual que el campesino tiene sus rutinas en el campo. La edad, el rol social, el género, el estado civil, entre otras, son determinantes en el establecimiento de rutinas. La vida cotidiana también contiene periodos donde se alteran las rutinas – vacaciones o periodos de enfermedad- pero al cabo del determinado plazo todo regresa a la “normalidad”. En el caso de los jóvenes en estudio, ir a la escuela, hacer tareas, salir con sus amigos, parejas, etc. es parte de su rutina diaria.

La vida cotidiana se efectúa en un tiempo y espacio determinados. El mundo de la vida es compartido simultáneamente por diferentes personas en un mismo tiempo- espacio, por lo cual la interpretación de significados es diversa, depende de la construcción y percepción de cada actor involucrado. Para Estrada, (2002), la percepción que se tiene de la vida cotidiana es fragmentada, por el mundo de las experiencias individuales que dependen de un contexto, situación de vida, historia de vida, rol y estatus social, temporalidad y espacialidad. Estas características están dadas incluso antes del nacimiento del individuo, y son las que establece su mundo.

El desarrollo de las personas se realiza dentro de una cultura establecida. Dentro de ella se crean un sistema de significación de los actos humanos como lo sugiere Pérez (2000):

La cultura no son realidades objetivas sino redes subjetivas de significación compartida... Componen la cultura social los valores, normas, ideas, instituciones y comportamientos que dominan los intercambios humanos en unas sociedades formalmente democráticas, regidas por las leyes del libre mercado y recorridas y estructuras por la omnipotencia de los poderosos medios de comunicación de masas (Pérez, 2000, pp. 35,79).

Esta perspectiva de la cultura es la que adopto en este estudio ya que toma en cuenta tanto las características culturales donde se desarrolla la vida cotidiana, como la inserción de los medios masivos de comunicación en la cotidianidad.

Retomando los postulados de Luckmann (2008), se determina la identificación personal a través de la acción individual, que a su vez está sujeta a un constructo social. Cada historia de vida está llena de experiencias sedimentadas, son subjetivas, irrepetibles, inmutables y temporales. De la misma manera que también dependen de la edad del sujeto, del momento histórico, del contexto y del género. Debido a esto la presente tesis se describen los rasgos contextuales en los que interactúan los jóvenes para poder entender el sentido que le dan a las experiencias al escuchar el programa de radio.

Las ideas de los individuos se materializan en actos – hechos- dentro de sus prácticas ritualizadas que están predeterminadas por su ideología. Es por ello que en esta investigación se toman en cuenta como referentes a la familia, la escuela y el barrio como parte del contexto del joven a entrevistar. Sus rutinas, sus acciones y los motivos por los cuales escucha el programa de radio *¡Ya Párate!* son una proyección de su contexto y de su ideología.

El desarrollo cognitivo es una ampliación progresiva del contexto cultural. Se inicia con la familia, posteriormente pasa a espacios sociales más amplios donde no necesariamente esté algún miembro familiar. Toda actividad se encuentra dentro de un contexto. Por lo tanto el aprendizaje no se puede separar del entorno social. Para poder estudiar la interacción aprendizaje – contexto es necesario considerar un proceso dinámico e interdependiente.

La integración del contexto sociocultural para Rogoff (1993), es tan fuerte que incluso se podría estudiar el contexto del niño desde antes de nacer. La autora identifica siete puntos para entender la interacción del desarrollo cognitivo con su contexto:

1. Centrarse en el proceso de cambio.
2. Comprender el propósito de la participación para entender el sentido.
3. Identificar el propósito y significado.
4. Los procesos cognitivos tiene la función de guiar las acciones.
5. Identificar las circunstancias para comprender a los agentes.
6. Identificar a las metas, acciones, circunstancia y pensamientos como herencia biológica y funcional.
7. Valorar a la variabilidad como contexto histórico - cultural.

El ser humano responde según sea su contexto, aflorando rasgos de su cultura, como lo son las tradiciones, las costumbres, la religión, el lenguaje entre muchos otros. Este marco cultural proporciona herramientas para experimentar el mundo. Bruner (2001), asevera que la categorización de las experiencias de la vida cotidiana tiene un peso cultural. Es decir, la valoración de una experiencia sea agradable o no, depende del marco cultural con que cuente el individuo. Esta observación coincide con el postulado de Dewey (1997) sobre la calidad de las experiencias formativas.

Parte de la construcción identitaria para Lave y Wenger (2003) es pasar por las diferentes etapas evolutivas, la transición de una etapa a otra es inevitable la integración como nuevo ser. En otras palabras el paso de la juventud a la adultez implica cierto cambio de comportamientos, actitudes y prácticas sociales que lo identifiquen como “nuevo adulto”, estas pautas de acción las establece el mismo contexto sociocultural. De alguna manera pasan los rituales de iniciación como adultos jóvenes, estas interacciones sociales se dan en conjunto con las generaciones más grandes que de alguna medida los ayudan a aprender el nuevo rol social y a resignificar sus prácticas culturales y sociales.

Por todo ello, la descripción detallada del contexto del entrevistado es un buen inicio para enmarcar una narración biográfica, pues el medio en el que se desenvuelve habla mucho del individuo que lo habita. Cada contexto sociocultural forma a sus integrantes bajo su cosmovisión y su rol dentro de la sociedad.

2.5.2 Líder de opinión

El concepto de liderazgo ha sido usado e investigado desde hace varios años. Smith y Paterson (1990) hacen un breve recorrido sobre el origen del término y del enfoque conceptual que hacen varios autores. Para esta investigación considero relevante el enfoque de Weber, debido a que el autor considera al líder como una influencia social sobre su contexto. Identifica al líder como un ser carismático y derivado de una tradición social.

El liderazgo es un campo de estudio extenso debido a su gran variedad de aplicaciones en diferentes áreas de conocimiento. Según la Enciclopedia de la Comunicación (1994) existen varios tipos de líderes; se puede ser líder en los medios a través del prestigio, la circulación o el nivel de audiencia del medio comunicativo. En el caso de los comunicadores pueden ser líderes por su trabajo especializado en un tema en específico. El concepto de líder en su acepción de

líder de opinión define la misma enciclopedia como ser el representante de un grupo social cuya opinión pesa en su audiencia. Aunque las definiciones apuntan al mismo enfoque de esta investigación me parece pertinente ahondar un poco en el término.

Es liderazgo es un proceso bidireccional entre el que ejerce la influencia y los seguidores. El mismo entorno social es quien legitima la autoridad del comunicador sobre sus seguidores. Pueden coexistir en un mismo ambiente social varios líderes, ya que cada uno tiene características propias que lo distinguen en un solo rubro a destacar. El resultado de esto es la diversidad de liderazgos sociales. No quiere decir que el liderazgo sea compartido ni equilibrado, se refiere a que hay varios líderes en un mismo entorno social. No implica que el líder sea el tipo ideal de ser humano, solo es quien tiene influencia sobre personas de su entorno.

Hasta los años treinta se pensaba que las cualidades que poseía una persona para ser líder eran inherentes, hasta que Kurt Lewin con sus estudios postula que las habilidades no son de carácter inherente, pueden ser aprendidas y desarrolladas por la persona que así se lo proponga. El liderazgo no solo se aprende, también se enseña. Casares (2001) comenta cómo en las ciencias sociales, la psicología y la administración se han ocupado del estudio del liderazgo. Un punto de concordancia es que el liderazgo se presenta de manera general en todas las sociedades, en todos los niveles y que las habilidades de este rol social se pueden desarrollar, no necesariamente son características innatas.

Aun cuando la intención de los conductores del programa no sea convertirse en modelos de conductas juveniles o en líderes de opinión dentro de este sector social. De alguna manera si logran serlo, ser personas públicas y estar detrás de un micrófono de radio les da el poder de tener seguidores que compartan su postura ideológica.

Algunas audiencias otorgan el valor de la veracidad de los contenidos transmitidos por los conductores, solo por ser emitidos por un personaje público. Este poder que le confiere por ser parte de los medios de comunicación. Algunos de los jóvenes entrevistados comentaron que no siempre corroboran la información escuchada en el programa de radio, que solo por haberlo escuchado en la transmisión radiofónica es información fidedigna. Este fenómeno pasa porque los escuchas, en su vida cotidiana, por lo regular no tiene el propósito de hacer un análisis crítico, ni están conscientes de su consumo radiofónico.

El carisma es una característica fundamental del líder. Sus simpatizantes tienden a formarse una imagen idealizada del sujeto, lo cual crea lazo como fuerza de atracción que es ejercida bajo el consentimiento irracional de los adeptos. Lindholm (1997) afirma que en las sociedades complejas un líder carismático ayuda a los habitantes a liberarse de la dominación del poder, a engrandecer la posibilidad de liberación y a dar pautas de conductas identitaria. Retomo nuevamente a Lindholm (1997) con la idea del líder social carismático, el cual comenta que una manera de tranquilizar los movimientos sociales es buscar líderes carismáticos dentro de los personajes públicos ya existentes. Unos ejemplos de ello pueden ser políticos, intelectuales y en el caso juvenil con artistas de cine, televisión, cantantes y deportistas, entre otros.

Los postulados anteriores contribuyen a esta investigación a visualizar cómo los líderes juegan un papel de “válvula de escape” ante la realidad compleja que viven los jóvenes. Los mismos monopolios de medios de comunicación crean sus propios líderes. Buscan en sus filas a personas carismáticas que puedan disminuir las fuerzas de oposición, que logre la idolatría en sus seguidores y que alimenten el consumo capitalista.

2.5.3 Violencia en medios de comunicación

De acuerdo con Bonilla (1995), la investigación de la violencia en los medios tiene tres vetas: la estructura de la sociedad injusta, los mensajes como reproductores de injusticia, desigualdad y dominación y por último los medios como aparatos ideológicos promotores de violencia. Hasta ahora, la investigación realizada para esta tesis encuentra argumentos suficientes para apoyarse en estos postulados. El programa de radio de interés para este estudio, transmite mensajes con una carga ideológica violenta, discriminando a cierto grupo de población y con connotaciones de dominación según el rol social, el género, la edad y el origen racial.

Los medios de comunicación para Juris (2005) incorporan la violencia en sus discursos visuales y auditivos, en forma de imágenes de militares u otros actos de violencia física; en aras de aumentar sus niveles de consumo. En el caso de radio, podemos encontrarla en mensajes de burla, insultos o denigración a ciertos grupos, gritos o sonidos agresivos. En cualquier medio se puede dar el caso de que la producción descontextualice la información para generar un discurso violento que por lo regular está a favor de algún grupo y por consecuencia en detrimento de otro.

En la lucha por el nivel de audiencia, los medios generan discursos en los que pareciera que no importa que visión del mundo, actitud o carga ideológica violenta se transmita. Los medios legitiman sus discursos en la medida que la audiencia se apropia del mensaje emitido, por ejemplo cuando la audiencia repite una frase violenta que usa algún conductor comúnmente en su programa.

En la misma línea althuseriana, Bonilla (1995) concibe a los medios como instrumentos conspiratorios de la clase en el poder. La cual ejerce el control de selección de la información que se puede o no difundir. Los medios pueden

censurar, deslegitimar, legitimar, desinformar e indicar a las personas lo que deben pensar. Encuentro que esta postura es muy radical ya que piensa al receptor de los mensajes mediáticos como un sujeto pasivo e indefenso ante su situación. Este esquema de la comunicación ya ha sido superado dejando de ver al escucha como ente pasivo. El presente documento no considera a los jóvenes de esta manera, sino por el contrario, como seres capaces de reflexionar y transformar su entorno, si bien éstos están expuestos a identificarse con productos mediáticos, no son meros depositarios de información, como se pretende mostrar en esta investigación.

El uso de la violencia -en todas sus modalidades- en los medios de comunicación funciona bien porque se enlazan con los marcos referenciales de las personas en su entorno social e individual. La definición de violencia como ausencia de paz, es limitada para abordar el tipo de violencia que se encontró en el análisis de contenido sobre el programa *¡Ya Párate!*, pues existen diferentes grados y manifestaciones de agresividad que no necesariamente alteran “la paz”.

Concuerdo con Bonilla (1995, p. 65) en el concepto de violencia al entenderla como una forma cultural donde existe un conflicto que está precedido por anclajes y estructuras violentas. Resaltando que la violencia va más allá de la lucha de clases, se da por un sistemas de ideas y valores que son referentes ideológicos de una época sociocultural.

Por otra parte, la violencia permite la identificación y el reconocimiento como sujeto y como parte de un grupo social, ubicándose en alguno de los roles de agresor - agredido. Ello se puede observar cuando los conductores hacen chistes que contienen alburas, el hombre que lo dice siempre se coloca social, intelectual o moralmente por encima del hombre que lo escucha. Otro caso son las bromas a costa de los homosexuales, en los que estos últimos son los dominados respecto a la construcción tradicional de lo masculino y lo femenino. Las mujeres también son objeto de agresión en chistes o habla popular. Un ejemplo de ello es la frase que se

ocupa cuando se incita a apurarse a un grupo de personas y se dice: “vieja el último”. Aquí se asume que ser el último sería tan vergonzoso cómo ser mujer.

El presente trabajo trata de aportar información en el campo de la vida cotidiana y la violencia, ya que esta problemática social no solo se vive en entornos de guerra, hay espacios cotidianos donde se expresa y se reproducen actos violentos que no son clasificados como tales pero que si tiene una carga de ella. El programa “*Ya Párate*” emite mensajes donde se denotan contenidos que:

Recogen... esquemas de intolerancia, exclusión y clasificación de una sociedad, los tipifican, ensalzan, mitifican o engrandecen. O cómo ridiculizan, caricaturizan, estereotipan y llegan a envilecer características y valores propios de los sectores populares, regionales, minoritarios o marginados. (Bonilla, 1995, p. 78).

La opinión pública que se genera entre la interacción entre conductores y el público es una representación social, que puede llegar a moldear las mentalidades de quien lo escucha. No siempre se está de acuerdo o es grato lo que se escucha en las transmisiones de radio, pero ello no quiere decir que no contribuya a la formación de sus representaciones sociales. Wagner, Hayes y Flores (2011), formulan que una función de los medios es la de asimilar los fenómenos, partiendo del cambio de la interpretación. En otras palabras quiere decir por ejemplo, que si se escucha un mensaje de violencia repetidas veces se termina asimilando la violencia y se cambia la manera en que la interpretamos.

Una de las posibles aportaciones de la investigación sobre la relación entre jóvenes y violencia es formular una teoría que permita pensar este fenómeno social desde otra perspectiva. No siempre los jóvenes son quienes padecen los diferentes tipos de violencia, en otros casos ellos son quienes la ejercen. Feixa y Ferrándiz (2005) proponen analizar los fenómenos violentos a través de una deconstrucción de significados que permita ver la situación social desde otro lugar y buscar así

nuevas estrategias de acción a fin de reducir los índices de violencia juvenil. Para este fin, los autores identifican ocho áreas de estudio que a continuación resumo:

La violencia (des) naturalización: Los jóvenes no son violentos por naturaleza. Se hallan en una etapa de lucha por encontrar su identidad social, haciendo uso de sus recursos materiales y simbólicos. Esta afrenta identitaria solo tiene una victoria moral, se puede decir que la ganan cuando encuentran un lugar en la sociedad. La (des) naturalización consiste en desanclar la violencia como una característica inherente a este periodo de vida.

La violencia (re) politización: Este término entiende en tres sentidos. El primero es la agresión física, el segundo se dirige hacia las organizaciones económico– políticas que reflejan, desde la mortalidad juvenil hasta las condiciones precarias de trabajo, y el último es la violencia simbólica, como las humillaciones o la desigualdad.

La violencia (a) culturada: Cada cultura define las características de lo que consideran como las juventudes. Así como los rituales de agregación o de paso a la adultez por ejemplo, con la intención de hacer su propia construcción de identidad social. Algunos de los jóvenes se enfrentan a la presión social de ingerir bebidas alcohólicas y/o el fumar para poder posicionarse socialmente como adultos.

La violencia (des) juvenilizada: Las condiciones sociales, políticas, históricas y culturales dan pauta para poder interpretar los significados que le da cada joven a la violencia. Es ineludible considerar el contexto global para entender el origen o causa de las manifestaciones violentas que van más allá de la condición de ser joven.

La violencia (re) generada: Se refiere a la estereotipación de la violencia por género. La representación social de actos violentos ejercidos por los hombres jóvenes puede llegar a ser un acto heroico. En algunas situaciones, puede ser

causa de deshonor social que estos no enfrenten alguna adversidad con violencia o que no la practiquen de algún otra forma. Por ello, el ser ejecutores violentos reafirma su masculinidad y poder social. Nuevamente es importante considerar las características contextuales para entender las pautas del comportamiento de los jóvenes en un entorno violento.

La violencia (en) carnada: El cuerpo es un lienzo que a través de sus cicatrices cuenta una historia de violencia. Cada cuerpo se forma según su propia historia de vida, en el caso de los atletas educan su cuerpo para cierto deporte en el que desarrollan disciplina, responsabilidad, higiene mental y corporal. Sin embargo, paralelamente también fomentan la resistencia al dolor, domesticar algunos impulsos y se tornan defensivos y listos para atacar en caso de agresión.

La violencia (re) presentada: Los medios proyectan mensajes violentos, esto es conocido. Además de ello, para el analista de medios la omisión de datos es fuente de información relevante; ya que los contenidos transmitidos son igual de importantes que los que son desviados u ocultados. La omisión o la manipulación de información es una manera de violencia performativa pues minimiza, elimina o distorsiona la imagen o ideas de una persona.

La violencia (des) armada: Remite a la disminución del uso indiscriminado de armas. Aunque es complicado modificar la estructura que genera la guerra, sí es posible eliminar el estigma de los grupos inmersos en la violencia, sin eximirlos de sus responsabilidades, separar las ideas religiosas, míticas, étnicas, militares o sexuales que justifiquen la violencia armada y eliminar de las actividades lúdicas cualquier indicio con sentido bélico.

2.5.4 Violencia performativa de género

Es pertinente entender la violencia como un patrón cultural desarrollado por cada sociedad de manera específica. Es de carácter práctico- instrumental por su intención de transformar el entorno y simbólico-expresivo por su manifestación a través de la comunicación, dramatización de ideas y valores sociales. En la última

dupla se pone el énfasis en la comunicación y en las prácticas culturales asociadas a la violencia, con lo que se abre un vasto campo de estudio en el terreno de la simbolización sociocultural. Para adentrarse al estudio de la violencia simbólico-expresiva, Juris (2005) propone el término de *violencia performativa* con el que designa a la interacción significativa en la que sus actores construyen realidades sociales retomando patrones ya existentes. Para la presente investigación se toma esta conceptualización ya que una de las categorías de análisis se ajusta a esta definición.

El concepto de la violencia performativa también es aplicable al estudio de la violencia en tanto generadora de fronteras entre grupos, conformadora de identidades, estilos y maneras de expresión violentas. Se puede manifestar por medio de chistes, lenguaje corporal, bromas o atuendo, entre otras representaciones sociales simbólicas. El presente estudio pretende identificar como categoría de análisis la posible existencia de violencia performativa transmitida por el programa *¡Ya Párate!* y en tal caso identificar en contra de quién o cómo se ejerce.

Los estudios de género se iniciaron a mediados del siglo pasado, gracias a los avances científicos en la biología y las ciencias sociales. A partir de entonces se inició el análisis de las diferentes realidades que vivían las mujeres y los hombres dependiendo de su condición de género. Anteriormente, estas diferencias se entendían usando únicamente la categoría de “sexo”. Actualmente, los estudios de género distinguen entre el concepto de “sexo” como las características corporales externas que tiene una persona al nacer; y el de “género”, que se refiere a las características, rol e indicador fenotípico individual y colectivo con el cual se identifica el individuo en cada sociedad. Para Stoller, (citada en García- Mina 2003), el género es de orden psicológico y cultural e incluye en esta condición los sentimientos, pensamientos, actitudes, tendencias y fantasías. La autora opina que el género no necesariamente depende de factores biológicos, un caso de ello pueden ser los transexuales; ni el desarrollo evolutivo es paralelo con el proceso

socio cultural. Así, el concepto de 'rol sexual' se refiere a la actividad erótico-genital del sexo en oposición al de 'rol de género'; que comprende las diferentes formas en que una persona manifiesta el grado que se identifica como mujer, varón u homosexual. Entre otras, estas pueden ser comentarios casuales, elección de ropa, filiación emocional con uno de los géneros o actividades de su vida cotidiana.

Es importante definir estos conceptos ya que, en esta investigación, la violencia performativa de género es una categoría de análisis tanto para los resultados del estudio de casos como para el análisis de contenido.

La pertenencia a uno de los géneros está determinada por factores prenatales como la definición cromosómica, gonadal, hormonal y morfológica; así como por otros de origen postnatal como son la asignación, la crianza, el desarrollo de identidad y el rol de género. La autora sostiene que “el sentimiento íntimo de vivirse niño o niña radica fundamentalmente en... la historia biográfica posnatal” (García. Mina, 2003 p. 28). Por lo que entendemos que la pertenencia de género es en parte un proceso biológico, pero eminentemente social; el cual esta permeado por las características de su experiencia de vida y de su contexto sociocultural.

Stoller (en García- Mina, 2003) propone que dentro de la categoría “sexo”, se usen los términos “hembra” y “macho” y para la de género “femenino” y “masculino”, respectivamente. También reconoce que todo individuo tiene una parte femenina y otra masculina, solo que en diferente forma y medida. Aunque actualmente ya no se considera así, la sicología llegó a proponer modelos específicamente “femeninos” para las mujeres y “masculinos” para los hombres. El estereotipo masculino se asociaba con la agresividad, independencia, severidad y sentido emprendedor por mencionar algunos rasgos. El paradigma “femenino” por su parte remitía a la dependencia, sumisión, miedo, ternura, debilidad, entre otras. En el caso de existir inversión de dichos esquemas se creía que había una disfunción o enfermedad psicológica. En mayor o menor medida, estos modelos de

identidad de género continúan reproduciéndose en diferentes contextos y son incorporados por algunos sectores.

El concepto de género es integrador porque es un entramado de significaciones y su construcción es de manera holística. La cultura y la historia juegan un papel fundamental al ser la base generadora de los patrones esperados por cada género. La clase social también determina que tan rígido o flexible puede ser el rol de género. En la infancia, los varones reciben una formación de género más estricta que las mujeres, pero en la primera etapa de la juventud, se revierte este fenómeno. Ahí es cuando se acentúan las características de los roles de género por ser, por ejemplo donde se experimente la incorporación laboral, la conformación de su vida en pareja y la llegada del primer hijo. Dichos campos de formación identitaria son tomados en cuenta en la descripción socio-cultural de cada joven participante en el estudio.

Si bien es construida en la interacción social, la identidad de género es un proceso continuo de experiencias internalizadas a nivel personal. Por lo que también me referiré al nivel individual de la internalización, ya que los jóvenes construyen su identidad de género de forma íntima y particular. La internalización se ha estudiado bajo tres enfoques.

El primero es el sociocultural, describe a la creación simbólica de los modelos de feminidad y masculinidad. El segundo es el psicológico o interpersonal se refiere a la integración del sujeto de las normas sociales en cuanto a género, el último es el nivel individual donde cada persona construye su identidad en función de sus propias experiencias de vida. (García- Mina, 2003, pp.107 y 109).

En este caso, observamos cómo los medios no son la excepción, donde un programa radiofónico sirve de medio para transmitir algunas ideas sobre la identidad de género. Los conductores emiten sus juicios, opiniones y, a través de la repetición constante, pueden reforzar estereotipos existentes o incluso proponer

otros nuevos. Por ejemplo, el personaje de “La Garra” que, a través de la saturación semántica, intenta insertar en los jóvenes una idea de cómo es un homosexual.⁸ En este documento, me propongo observar cómo sucede este proceso en relación a las experiencias formativas que obtienen del consumo de un programa de radio.

⁸ Retomo el término de *saturación semántica* de Buen Abad (2006), quien lo define como la repetición constante de información, imágenes, discursos, etc. Este concepto puede ser de utilidad para explicar cómo los jóvenes se apropian del comportamiento estereotipado de un gay.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Se presentan a continuación los antecedentes históricos de la radio en México, de la estación de radio “Los 40 Principales” y del programa *¡Ya Párate!*, incluye la descripción de la emisión radial y una breve reseña de sus conductores. Los demás elementos de descripción contextual se abordan en el análisis de los casos, a manera de mostrar integralmente cada caso.

3.1 Antecedentes de la radio en México

Las primeras transmisiones radiales en México datan de 1921, con los hermanos Gómez Fernández, en Monterrey, en Córdoba, Veracruz y en la Ciudad de México. Fueron muchos los programas realizados desde el centro histórico de la ciudad, sin embargo se le atribuye a de Tárnava en Monterrey el gran éxito de incluir el primer comercial y de vender los aparatos de radio, era tan emprendedor que el mismo cantaba para poder tener música en su programa. Se tiene registro de que en Pachuca, Cuernavaca, Guadalajara, Morelia, San Luis Potosí, Chihuahua y Cuidad Juárez también transmitieron en ese mismo año. (Baizabal, 2008, p.12).

En 1923 según el portal del IMER (16 de octubre de 2013. <http://xeb.imer.gob.mx/acerca-de-la-xeb>) se inaugura la XEB también llamada “El Buen Tono” por estar en la calle del mismo nombre donde también se ubicaba una cigarrera muy popular en esos años. A finales de ese año Radio Educación transmite bajo el auspicio de la Secretaría de Educación Pública.

Para el 18 de septiembre de 1930 según Baizabal, Pérez y Viveros (2008) se funda la estación más popular de México, la XEW “La voz de la América Latina” con la dirección de Emilio Azcárraga Vidaurreta; esta radiodifusora despuntó rápidamente por tener políticas institucionales populistas y comerciales. La XEW incorporó programas musicales con artistas destacados del cine, producían radionovelas costumbristas resaltando la moral mexicana de aquellos años y reflejaban la vida cotidiana del mexicano promedio. Su interés en la rentabilidad de

la estación se refleja en la fusión del nombre de sus programas con los de los patrocinadores, tenía el nombre de la marca por anunciar en el título del programa. Así se generaron varios “slógans” comerciales que se decían a lo largo de toda la transmisión y que fueron adoptados algunos como parte del habla coloquial.

Los empresarios vieron en la radio una buena oportunidad para anunciarse, aumentando sus ganancias y siendo más populares, este factor a la larga es el detonante para dividir a la radio en educativa-cultural y comercial.

En el inicio de la historia de la radio todas las estaciones estaban en AM, los aparatos radiofónicos solo tenían esa frecuencia; para 1950 se da el “boom” de la frecuencia modulada (FM), así que los aparatos se cambiaron para tener las dos frecuencias, y poder sintonizar la estación de la preferencia que para esos tiempos ya era muy variada. (Romo, 1991, pp. 15-23)

En el contexto estatal, en 1947 se fundan las primeras estaciones de radio comercial en la ciudad de Xalapa, que es lo que ahora se conoce como el grupo Avanzradio. La primera cadena nacional en llegar a la capital veracruzana fue el Grupo ACIR en 1963. Los años setenta se caracterizaron por una estricta reglamentación por parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) y de Radio Televisión y Cinematografía (RTC). Su política estaba en la misma línea que las reformas anteriores; es decir, cuidando los contenidos para no perder el control de lo publicado, a pesar que en la constitución está legislada la libertad de expresión para publicar la opinión propia sin dañar a un tercero.

Durante los setentas y ochentas, se popularizó la frecuencia modulada (FM) y el avance tecnológico contribuyó al aumento de audiencia de todas las edades. Era muy común para ese entonces el “walkman”, aparatos portátiles de pilas que se escuchaban con audífonos, se podía tocar “cassettes” y escuchar radio en FM y AM. En los automóviles se usaban los auto estéreos con las mismas funciones que el “walkman”. Reporta Amador (1995), que en 1983 se fundó el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) como medio de publicación gubernamental que difundía

programas de alfabetización para adultos y para campesinos en las zonas rurales. Para 1986, Multivisión (MVS) ofrece radio vía satelital por servicio de paga, con una oferta amplia de estaciones clasificadas por géneros musicales. Para el mismo año la radio abierta ya contaba con estaciones en inglés al cien por ciento desde la música hasta los locutores.

En los años noventa, se realizaban conciertos masivos con los cantantes juveniles de moda en las grandes ciudades. Estos eran organizados por las estaciones de radio de manera anual. Las políticas durante este tiempo en relación en el uso de las subportadoras múltiplex consistían en la utilización de canales y su amplitud.

Hacia la segunda mitad de esta década; se da un cambio radical en la producción radiofónica, la aparición del disco compacto la revolucionó en muchos sentidos. Las cabinas se digitalizaron para poder tocar los discos compactos, en los hogares mexicanos se adquirieron aparatos para tocar estos materiales desbancando a los discos de acetato populares en los años setenta y de los toca cintas de los ochentas; los “walkman” también cambian, se sustituye el “cassette” por el “compact disc”, algunos reproductoras sólo sintonizaban FM, que ya empezaba a desplazar a la AM.

El reto de los últimos años para las radiodifusoras es la digitalización, útil para tener mayor exactitud en la sintonía, lo que posibilita tener más estaciones en una sola frecuencia. Aun no se ha legislado la manera del pago de impuestos sobre esta amplitud de reforma. Otra problemática es el alto costo para reequipar en su totalidad a las radiodifusoras, el riesgo que se corre al no lograrlo, es la desaparición de muchas estaciones. El Programa Nacional de Cultura visualiza lo siguiente: “En la actualidad, la emisora enfrenta problemas estructurales de importancia. Entre ellos figuran que el personal del área de producción, formado en la tecnología analógica, se integre a las nuevas tecnologías digitales de la radiodifusión.” (Programa Nacional de Cultura, 2007-2012, p.164). CONACULTA reconoce el desafío de esta política. Si no se ofrece subsidio gubernamental es

muy probable la extinción de las estaciones pequeñas y sobre todo las de corte comunitario, cultural, educativo y rural.

3.2 Antecedentes históricos de “Los 40 Principales”

Los datos históricos que a continuación se presentan fueron tomados del estudio de Victorio (2004) -única fuente documental disponible- sobre la creación de la estación de radio, por la que se transmite el programa *¡Ya Párate!* El Grupo Avanzado Radiorama Veracruz fue fundado por Carlos Ferrández Matos en 1965, inició transmisiones en frecuencia modulada con la estación de radio “La Máquina Tropical”, tres años después se incorpora la frecuencia de “La Pantera”. Para 1984 su hijo, Carlos Ferrández, expandió la empresa familiar en la ciudad de Xalapa mejorando administrativamente la empresa. En ese entonces operaban bajo la razón social de Núcleo Radiofónico Xalapa. En 1986 obtiene la concesión de dos estaciones más en frecuencia modulada, “La Máquina Tropical” y “Estéreo Cristal” siendo los pilares de lo que posteriormente se llamaría Avanzado S.A.

En 1988 se integra la estación “Radio Moderna” transmitida desde el puerto de Veracruz. Un suceso importante fue la concesión que Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) otorgara en 1994 para la transmisión con 5 mil watts de potencia en frecuencia modulada; ya que el grupo estaba perdiendo competitividad comercial dentro del puerto, por sólo contar con estaciones en frecuencia modulada.

La estación de radio “La Pantera” desapareció en 1990, por no sostener los niveles esperados de audiencia. Esta misma suerte tuvieron otras estaciones del grupo, llevando a sus directivos a aliarse con la cadena nacional Radiorama.⁹ La mancuerna radiofónica consistía en tener estaciones “*comb*”, es decir, estaciones que transmiten simultáneamente en AM y FM.

⁹ La fusión fue autorizada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Dirección General de RTC al inicio de los 90.

A finales de los noventa Avanradio contaba con una nueva imagen, tenía una mejor administración, especializó sus departamentos administrativos e incrementó sus niveles de audiencia; pudiendo competir así con “Radio Núcleo”, “Oro”, “Grupo Acir”, “Grupo FM” y “MVS Radio”. La participación de Radiorama influyó considerablemente en las mejoras del Grupo Avanradio, ya que los primeros invirtieron activos para su modernización en tecnología y negociaron los espacios publicitarios ubicándose con una empresa atractiva para los anunciantes.

De acuerdo con su portal en internet, actualmente el Grupo Avanradio tiene cobertura en Martínez de la Torre, Misantla, Xalapa, Huatusco, Córdoba, Orizaba, Tierra Blanca, Veracruz, Boca del Río y Alvarado. Para la capital del Estado cuenta con siete estaciones en FM: “La Máquina” 97.7 que transmite música tropical; “Digital” 96.9, estación de pop y rock en inglés; “W Radio” 93.7 donde se programa pop en inglés y español y retransmiten programas de revista desde la Ciudad de México; “Kebuenta” 102.5 cuyo perfil es de música tropical y grupera; “OK” 104.1 de corte romántico con música en inglés y español; “Radio Fórmula” 104.1, que retransmite noticiarios, programas de revista y deportivos y finalmente “Los 40 Principales” 98.5, dirigida a una audiencia juvenil. Esta última programa música en español e inglés, retransmite en vivo programas de revista desde la Ciudad de México y además de programación y locutores locales.

3.2.1 Antecedentes históricos del programa radiofónico *¡Ya Párate!*

Desde 1986 se autorizó la frecuencia XHWA en el 98.5 de FM con la estación “Estéreo Cristal”. Posteriormente cambió de nombre a “98.5 Punto” conservando básicamente el mismo perfil de la estación. Más adelante, esta se convierte en “Vox FM” y es concesionada a Televisa Radio -antes Sistema Radiópolis-. Esta emisora fue la antecesora inmediata de lo que hoy conocemos como “Los 40 Principales” de proyección nacional. El Puerto de Veracruz fue la primera ciudad que transmitió esta estación dentro del Estado.

Para 2002 el Grupo Prisa compra el 49% de las acciones de Televisa Radio.¹⁰ Entre otros cambios, la emisora “Vox FM” fue substituida por “Los 40 Principales”. Debido a que su visión empresarial funciona bajo un sistema de franquicias; esto le permite, según afirma el eslogan de la estación, ser “la cadena de radio más grande del mundo”.

Por otra parte, el grupo Avanzradio perteneciente a la familia Ferrández integra sus estaciones al Grupo de Televisa Radio y automáticamente a la franquicia de “Los 40 Principales”, como su estación de corte juvenil. Al incorporarse a este sistema productivo la estación se ve obligada a transmitir programas a nivel nacional con pautas comerciales nacionales y locales.

El programa *¡Ya Párate!*¹¹ inició el 2 de diciembre de 2002. Juan Ignacio Reglero -ejecutivo español proveniente del Grupo Prisa, ex-director de estaciones musicales de Televisa Radio y hoy director general de la misma empresa-, impulsa la creación de este programa de radio en la barra juvenil matutina. El retomó la idea del *morning show* más exitoso de Madrid llamado “Anda Ya”. Esta transmisión contaba con un guion establecido de “sketches” políticos. Sus conductores eran actores de formación, también tenían secciones definidas, como la que estaba a cargo de Sandra Corcuera.¹² En esta, ella buscaba situaciones donde ponía a los escuchas en situaciones de tentación o bochornosas, por ejemplo: una joven solicitaba su ayuda para poner a prueba a su novio infiel, la conductora llamaba y trataba de seducir al joven para ver si aceptaba o no las supuestas insinuaciones de Sandra.

¹⁰ El Grupo Prisa es una empresa española de productos mediáticos. Cuenta con prensa escrita, gestión de entretenimiento, editoriales, estaciones de televisión y de radio. Santillana, Taurus, Alfaguara y Punto de Lectura son algunas de sus editoriales.

¹¹ Los datos de la estación de radio Los 40 Principales así como la historia del programa fueron tomados de la entrevista con Tamara Vargas concedida a la autora el 9 de mayo de 2012 en el Puerto de Veracruz.

¹² Conductora y productora de “El Tlacuache” programa de la barra nocturna en “Los 40 Principales”.

De manera similar, *¡Ya Párate!* está integrado por un grupo de conductores que se distribuyen la conducción del programa pero, a diferencia de sus homólogos españoles, como lo comentó Tamara Vargas (2012), estos evitan hablar de política. Aunque los dos programas son diferentes, ambos tienen como características ser irreverentes y divertidos. Principalmente va dirigido a un público entre 15 y 28 años, aunque actualmente el abanico de edad ha alcanzado audiencia infantil y en edad superior a este rango. El lenguaje puede llegar a ser con connotaciones sexuales o con palabras altisonantes, aunque en el horario de 6 a 8 limitan sus comentarios pues es el horario donde es más probable que los niños escuchen el programa. Reglero (2012), en entrevistas con Facundo, cuentan que en los primeros programas tenían pocos lineamientos por parte del productor y de la empresa. Algunas de las premisas consistían en no decir chistes groseros y no ofender a ningún patrocinador. Para ese entonces la palabra “güey” no estaba considerada como grosería.

La selección de los conductores estuvo a cargo de Ignacio Reglero. La primera invitada a conformar el grupo fue Tamara Vargas, pues ella ya trabajaba para Televisa Radio. Paralelamente el director de la empresa ya había elegido a Facundo Gómez, ganador del segundo lugar del *reality show* “Big Brother VIP”. En un inicio el proyecto era para tres conductores, Por ello, solo buscaban a un conductor más que hiciera varias voces y personajes. Tamara Vargas sugiere la participación de Omar Chaparro, a quien ella había visto como actor en el programa “Black and White” transmitido por “Telehit”. Omar Chaparro acepta a condición de seguir trabajando con Federico “Perico” Padilla, su mancuerna de trabajo desde hacía ya muchos años. Es así como se conforma el primer equipo de cuatro conductores.

La planeación del programa inicial era que Facundo hiciera capsulas grabadas en la calle, Omar Chaparro con Perico Padilla las bromas grabadas y Tamara Vargas como la conductora guía del programa. Días antes del estreno del programa se realizó la sección de fotos publicitarias y es entonces cuando se

vieron por primera vez todos los conductores. Acordaron que estuvieran todos en vivo para la primera transmisión, el día 2 de diciembre de 2002 de 7 a 10 de la mañana desde la Ciudad de México. Como lo comenta Vargas (2012), “el primer día disfrutamos tanto, nos reímos tanto que dijimos, mañana otra vez, todos juntos y órale va y luego, pasado otra vez... no quisimos separarnos y se siguió ¡Ya Párate! todos juntos”.

El programa ha tenido algunos cambios. Su horario se amplió a partir de las 6 de la mañana y luego hasta las 11 a.m. Las intervenciones de los conductores también se modificaron. La conductora comentó que el programa ha sido una gran vitrina de proyección laboral, por ello han incrementado sus actividades de trabajo y esa es la causa de que hoy en día no siempre estén todos los conductores juntos en la transmisión del programa.

La primera productora de *¡Ya Párate!* fue Esmeralda Palacios¹³, después José Espinoza escritor de los programas “Incognito” y “Toma Libre” donde participaba Facundo. Continúo Denisse Belfer, luego Iñaki Álvarez, Hugo Martínez y actualmente Víctor Nieves realiza esta función. Otro cambio importante que ha tenido esta emisión fue la salida de Perico Padilla. El duró un año en el programa y fue substituido por Favio Alejo quien se dedicaba a comentar sus vivencias relacionadas al deporte extremo, lo que no gusto mucho a la audiencia y no tuvo el éxito esperado. Después entro Beto y Lalo, conductores de “Telehit”, sin embargo no fue lo que se esperaba. Ellos fueron reemplazados por Mario Cuevas “La Garra”. Como lo narra de nueva cuenta Tamara, la entrada de su nuevo compañero fue sorpresiva:

Llego un día sin que nos lo avisaran... no sé si es estrategia de mi jefe, nunca se lo hemos preguntado, porque nunca le hemos cuestionado sus decisiones porque realmente siempre han sido muy acertadas... un día así “La Garra” empezó a hablar, no lo veíamos (el

¹³ Esposa de Facundo.

transmite vía fibra óptica desde Televisa Radio Guadalajara)... “La Garra” empezaba a hablar y nosotros ni sabíamos quién era... (Vargas, 2012).

Posteriormente les explicaron quién era y poco a poco se fue cohesionando el nuevo equipo de conductores, hasta llegar a ser grandes amigos (Vargas, 2012).

3.2.2 Descripción del programa radiofónico *¡Ya Párate!*

El programa se transmite por la estación de radio “Los 40 Principales” México. Es una cadena de nueve radiodifusoras, España, Colombia, Panamá, Guatemala, México, Chile, Argentina, Honduras y Ecuador. Todas comparten el mismo formato de programación, el perfil de audiencia y productos mediáticos. En la República Mexicana se transmite por el grupo Televisa Radio, desde el Distrito Federal. Paralelamente se transmite a 18 regiones del país. Cada región con diferentes frecuencias cada una, conectándose en distintos momentos a la programación de la Ciudad de México. Las estaciones locales en ocasiones solo transmiten una parte de la programación total. En Xalapa, el programa *¡Ya Párate!* se transmite en su totalidad por XHWA- FM “Los 40 Principales” en el 98.5 de FM. Esta estación pertenece al grupo Avanzradio que cuenta con seis estaciones y está ubicado en los locales 25-26 en Plaza Crystal, Xalapa.

Según los datos proporcionados por IBOPE AGB México, las estaciones de radio más escuchadas en el valle de México¹⁴ entre los jóvenes entre 16 y 18 años son las siguientes (tabla 1):

¹⁴ No se muestran los niveles de *rating* dentro de la ciudad de Xalapa, Veracruz pues IBOPE no contempla esta zona geográfica dentro de sus estudios y no se encontró alguna empresa que realice este tipo de estudios en la región.

Tabla 1: Estaciones radiales más escuchadas por los jóvenes.

Mes de 2010	Número de estación más escuchada	Estación	Puntos de <i>rating</i>
Octubre	2	Alfa	30.75
	9	40 principales	8.34
	10	Amor	8.15
Noviembre	3	Alfa	23.69
	7	Exa	10.33
	9	Amor	7.48
	10	40 principales	6.36
Diciembre	3	Alfa	24.02
	8	40 principales	8.64

IBOPE, (2011). Manuscrito inédito.

Los números de estaciones más escuchadas están ordenadas de manera descendente, donde la de menor número de estación es la de mayor *rating*.

Del total de las estaciones reportadas que son más escuchadas, sólo se presentan los datos de las que se transmiten en Xalapa, Veracruz y de “Alfa” que fue mencionada por uno de los jóvenes en estudio. Se distingue que “Los 40 Principales” es la única estación constante que aparece entre las 10 estaciones con mayor audiencia aun cuando los puntajes de *rating* varían en cada mes. En la misma zona los niveles de rating son (tabla 2):

Tabla 2: Los 10 programas de radio en el Distrito Federal y área metropolitana con mayor *rating* ente los jóvenes de 16 a 18 años de 6 a 11 de la mañana

Mes de 2010	Número de estación más escuchada	Estación	Puntos de <i>rating</i>
Octubre	10	40 principales	15.29
Noviembre	-----	No se encontraron estaciones que transmitan dentro del estado de Veracruz.	
Diciembre	10	40 Principales (aparece el programa de clásicos 40s. posiblemente sea porque en la fecha en la que se levantó el registro el programa de <i>¡Ya Párate!</i> tenía una hora menos de transmisión.	15.17

IBOPE, (2011). Manuscrito inédito.

De los demás programas que se encuentran en los datos de IBOPE no se identificaron estaciones transmitidas en el estado de Veracruz.

Tabla 3: Posición en rating de *¡Ya Párate!* dentro de los 9 programas más escuchados de “Los 40 principales”.

Mes de 2010	Número de programa	<i>Rating</i>
Octubre	4	9.46
Noviembre	3	7.23
Diciembre	2	14.19

IBOPE, (2011). Manuscrito inédito.

Los datos demuestran que el programa *¡Ya Párate!* es uno de los más escuchados dentro de la programación de la estación. Esto quiere decir que la selección del programa es pertinente para este estudio, ya que es representativa en la preferencia de los jóvenes.

Dicho programa es de corte temático, emite música pop en inglés y en español. Su duración es de 5 horas diarias de lunes a viernes y 2 el sábado. El perfil de audiencia es juvenil. Sus conductores son Tamara Vargas, Mario Cuevas que interpreta el personaje de “La Garra” y Facundo Gómez quien alterna con Omar Chaparro. La conductora transmite desde el Puerto de Veracruz, Mario Cuevas desde Guadalajara y los demás desde la Ciudad de México. La estructura de la transmisión se basa en intercalar música, la intervención de los conductores y comerciales. En ocasiones ligan dos canciones, seguidas por comentarios de los conductores pasando a los cortes comerciales.

Los temas que abordan son variados, pueden comentar acerca de películas, eventos musicales o culturales que se encuentran en cartelera, noticias relevantes, sobre las canciones que transmiten, o bien sobre experiencias vividas por los conductores o por algún radioescucha. Las intervenciones de los conductores son aleatorias, traslapándose sus voces en muchos de los casos. Ellos se bromean, cuentan chistes e interactúan con la audiencia a través de las redes sociales, correos electrónicos y llamadas telefónicas. En ocasiones asisten invitados que se encuentran en promoción de algún evento y no permanecen todo el programa.

El perfil del programa es juvenil, con una gama amplia de cobertura en gustos de los escuchas, capturando así más audiencia, pues en algún momento transmitirán algo de su agrado. El ejemplo de ello son los diferentes géneros musicales que programan, desde cumbia, reggeton y pop y rock tanto en español como en inglés. El programa llega a convertirse en un espacio de socio-afinidad donde los jóvenes comparten gustos e intereses.

En cuanto a la trayectoria de los conductores se resalta:

Tamara Vargas

Actriz de profesión, fue parte del elenco de actores de *sketch* de “Otro Rollo” Participó en el programa “Amigas y Confidentes” transmitido por Televisa Veracruz. Es la única mujer en la conducción del programa. Ella transmite desde el Puerto de Veracruz. Su incursión en la radio fue en la desaparecida estación de “Vox FM”, Veracruz, como conductora del programa “El lado oscuro del corazón” donde leía poemas escritos por los radioescuchas. Posteriormente la escucharon los directivos de “Vox FM” México y la invitan al programa *¡Ya Párate!* (15 de marzo de 2012). <http://www.los40.com.mx/nota.aspx?id=131764>)

Omar Chaparro

Licenciado en administración de empresas, desde joven se dedica al entretenimiento, ya sea como actor, comediante, como conductor de radio y televisión. Inició en televisión y radio local en Chihuahua, después pasó a televisión de acceso restringido. Ya en la Ciudad de México se integra a la estación de radio “Vox FM” –hoy “Los 40 Principales”- donde formó parte del programa *¡Ya Párate!* Junto con Tamara Vargas, Facundo y Perico Padilla. Durante tres años se transmitió por canal 5 de Televisa su programa “No manches”. Fue el ganador del reality show “Big Brother VIP 2”. Paralelamente a sus actividades en los medios de comunicación, imparte en la actualidad conferencias de liderazgo. Es parte del grupo de entretenimiento de Televisa en eventos especiales como mundiales de

fútbol, olimpiadas, etc. En el programa alterna su participación con varios de sus personajes, los más frecuentes son: “El señor de la moneda tibetana”. Es un adivino que predice el futuro y “La licenciada”. Es una abogada solterona amargada y mandona.

Facundo Gómez

Músico y compositor de música popular, conductor de radio y televisión. Incursionó en los medios en el canal “Tele Hit” por televisión de paga. Participó como conductor en “Toma Libre” y en “Incógnito”, el contenido de los programas eran “sketches” y bromas pesadas. Participó en la primera edición del reality show “Big Brother VIP”. Ha construido a lo largo de su carrera su propio personaje. Es el eterno joven, irreverente, irrespetuoso, desfachatado y transgresor de las normas establecidas, ya sean morales o legales. Desde 2002 es parte del programa *¡Ya Párate!* Tiene varios años de matrimonio con Esmeralda Palacios, actual productora de la “La corneta”, uno de los programas de la barra de “Los 40 Principales” México.

Mario Cuevas “La Garra”

Conductor que transmite desde el estado de Guadalajara. Interpreta al personaje de “La Garra”, el personaje es una parodia de Elton John, se puede clasificar como transexual bajo la definición de Alventosa (2008) quien lo define como la persona que nace con el sexo biológico de un género que no le corresponde. Es decir se trata de una persona que nace con genitales y características físicas de varón, pero que psicológicamente se siente mujer.

4. METODOLOGÍA

En este capítulo se describe la metodología. El primer punto expuesto es el estado del arte para ubicar el tema de la presente tesis en el campo investigativo y para ver cómo han sido los enfoques teóricos y metodológicos en estudios previos que pudieran dar luz a este trabajo. Posteriormente se define el enfoque y tipo de investigación. Se continúa con el criterio muestral, las técnicas y procedimientos de recolección de datos como parte de las estrategias metodológicas.

4.1 Estudios de educación y radio

En la construcción del estado del arte sobre la relación entre la educación informal y la radio, no se encontraron investigaciones específicas sobre este rubro. Existen dentro de la literatura consultada, indagaciones sobre el uso de la televisión y de la radio comunitaria en la educación formal. Los contextos y temporalidades de dichos estudios refieren a temáticas como educación, comunidad, medios de comunicación y radio; son aun lejanos a nuestro tema pues no fueron realizados recientemente, ni en la ciudad de Xalapa, Veracruz. Dejando al tema de esta investigación como un aspecto hasta ahora poco explorado desde la pedagogía.

En el estado del arte que realizó el Colegio del Consejo Mexicano de Investigación Educativa en el periodo de 1982- 1992, los autores Bautista, Barrón, Fernández, Galindo, Méndez, Roquet y Tapia (1995, p.143), subrayaron la poca documentación en la década de los ochenta sobre radio educativa y cultural. En una nota aclaratoria, los autores explican que las experiencias de las radiodifusoras y el uso didáctico de la radio eran las temáticas investigativas que mayormente se abordaban en este período. Es de suma importancia para el presente estudio resaltar que en cualquiera de los dos casos no se establecían líneas de unión entre las experiencias educativas formales e informales a través de la radio.

A continuación reseño el resultado de mis averiguaciones sobre la relación entre la radio comercial y la educación informal. De manera general, se puede decir que hay escasa investigación sobre educación y medios masivos de comunicación, donde se encontró mayor documentación es sobre análisis televisivo, en la presente tesis solo se hace referencia a los textos que se relacionan con el tema a indagar. A pesar de que en la búsqueda se incluyó también la radio educativa, radio comunitaria e influencia de medios. El campo donde se encontró mayor número de estudios fue el de educación informal y radio comunitaria. Enumero algunos ejemplos¹⁵: Velazco (1982) narra las experiencias de un proyecto educativo y su función comunitaria en Radio Huayacocotla. Stela y Martínez (1990) analizaron historias campesinas regionales que se transmitieron en la radiodifusora comunitaria de Teocelo, Veracruz. Villalobos (1990) describe las experiencias de incorporación crítica de la comunidad teocelense con la radio. Hernández (1991) señala los usos sociales que da la audiencia a lo difundido por la anterior estación campesina veracruzana. En Bautista et al. (1995), se relatan investigaciones sobre el uso, incorporación, efectos, historia, experiencias, entre otras de radio, televisión, medios audiovisuales y nuevas tecnologías aplicadas a la educación.

La Universidad Veracruzana, a través de los alumnos de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, ha producido las siguientes investigaciones sobre análisis de contenido en televisión y el uso comunicativo de las tecnologías en contextos educativos: Torres (2003) describe las videoconferencias virtuales como medio de comunicación en la Universidad Veracruzana. García (2004) aborda los medios de comunicación en la educación de adultos. Chama (2005), investigó acerca del uso de los medios audiovisuales como herramientas para la comunicación en el proceso enseñanza - aprendizaje. López (2005) hace una descripción de los programas “La Oreja” y “Con Todo”, transmitidos por Televisa, el autor presenta las escaletas y la biografía de todos los conductores.¹⁶

¹⁵La relación de estudios previos se encuentra ordenada de manera cronológica en todos los casos.

¹⁶ La escaleta es el documento que sirve como guion del programa, contiene datos de identificación del programa, entrada y salida de elementos sonoros, entrada y salidas de la intervención de

Los estudios realizados sobre radio en el estado de Veracruz son los de: Figueroa (2003) quien realizó un estudio de casos sobre “Radio Más”. Ella comenta la misión y visión, estructura operativa, tipos de contenidos, da un antecedente histórico y contextual. Incluye a “Radio Universidad Veracruzana”, “Radio Teocelo”, “Radio Huayacocotla” y “Radio Zongolica”. Ruiz (2004) aborda las relaciones públicas y mercadotécnicas para la realización del concierto “Exa” en el puerto de Veracruz en el año de 2003. Victorio (2004) reporta la producción de noticias de “Avanradio” Veracruz. Los dos últimos trabajos fueron retomados para la construcción de la historia de la radiodifusión en el estado de Veracruz. Como parte de su trabajo terminal para obtener la maestría de la Facultad de Pedagogía de la misma universidad, Altamirano (2011) realizó un estudio acerca de la función social de “Radio Universidad Veracruzana”. Ella presenta un recorrido por las diferentes corrientes sociológicas que estudian los estudios de los medios. Es el único trabajo que se encontró sobre educación y radio en la región de Xalapa. Aun cuando su enfoque educativo no es muy claro si articula una propuesta para mejorar la función social de “Radio Universidad Veracruzana”.

Además de las tesis universitarias locales, otros estudios relevantes sobre análisis de contenido son: Dorfman¹⁷ y Mattelart (2001) quienes en su libro *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*, analizan el discurso sobre la transmisión ideológica colonialista de Estados Unidos de América sobre los niños. El medio de comunicación en que se enfoca es la caricatura del Pato Donald. Su análisis aborda temas como economía, género, relaciones de poder, relaciones sociales y migración. En un contexto diferente al estadounidense pero que también realizan investigación sobre impacto de medios. Romaní y Vélchez (2008) revisan la influencia de los mensajes emitidos por la radio y la televisión en función con el índice de embarazos en adolescentes. En ambos casos aportan

conductores y/o locutores, tiempo aproximado de duración de cada elemento y datos representativos de cada intervención.

¹⁷ Fue de los primeros teóricos que dejó de lado el enfoque positivista y enfocó su análisis desde un enfoque marxista.

referentes del impacto en las audiencias de lo difundido por los medios de comunicación.

En general, los estudios sobre radio se encuentran inscritos en una línea de investigación más amplia que abarca los medios masivos. Cronológicamente, el cine fue el primero en explorar la dimensión masiva que permiten los medios electrónicos. Posteriormente la radio y la televisión se vuelven los medios dominantes por los que se transmiten noticias y programas de entretenimiento, hasta llegar a nuestros días donde la internet acapara la atención de la crítica. A pesar de este desplazamiento del objeto de análisis, la radio tiene gran tradición en nuestro país. A continuación se presenta un panorama de los estudios sobre radio desde disciplinas diferentes a la pedagogía.

Durante la década de los sesenta tanto sociólogos como comunicólogos se volcaron en el análisis de los mensajes mediáticos; especialmente los transmitidos por la televisión y -en menor medida- la radio. La crítica se polarizó en dos enfoques que Umberto Eco llamó *apocalípticos* e *integrados*. Así, en 1965 publicó su análisis donde caracterizó a los apocalípticos como los que veían en los medios masivos una degradación de la cultura, una forma de manipulación de las masas y un arma más de la hegemonía para ejercer su dominación sobre las clases populares, que quedaban indefensas ante la avalancha de signos emitidos y codificados de manera muy atractiva para su consumo. Por otra parte, los integrados eran los que veían en la masividad una forma de *democratización* de la cultura que unía a las distintas clases sociales en su consumo cultural. Eco (1965), proponía una postura equilibrada desde donde se observaran los pros y contras de ambas posturas y donde no se victimizara a las clases populares ni se les pensara carentes del todo de poder. En su lugar, el autor concebía al receptor o lector de cualquier mensaje como un individuo activo (versus pasivo) que, si bien no tenía el control sobre la emisión, sí lo tenía sobre la recepción e interpretación de los signos.

Actualmente se piensa que esta idea es la más acertada y que en realidad no es posible hacer generalizaciones totalizantes, sino que debe estudiarse cada caso en su contexto específico a fin de entender los modos de producción, codificación y consumo del mensaje mediático. El crítico cultural Thompson (1990), describe este enfoque tripartita de la siguiente manera:

- a. Producción y transmisión o distribución de formas simbólicas. Estos procesos se sitúan dentro de circunstancias socio-históricas específicas.
- b. Construcción de mensaje mediático. Éste es una construcción simbólica compleja que revela una estructura articulada.
- c. Recepción y apropiación de los mensajes mediáticos. Estos mensajes son recibidos por individuos o grupos de individuos situados en contextos específicos, que emplean los recursos disponibles para ellos a fin de entender los mensajes recibidos y de incorporarlos a su vida cotidiana (p. 304 traducción de la autora).

La presente investigación estudia las tres fases de la comunicación de un programa de radio con especial énfasis en la última, ya que es durante la recepción y apropiación en la que podemos observar cómo incide el mensaje radiofónico en la formación de los jóvenes participantes.

Ahora revisaremos las distintas perspectivas desde las que se ha estudiado el fenómeno radiofónico. El enfoque canónico es el de las comunicaciones. Este tipo de estudios se centra en las formas de producción y construcción del mensaje radiofónico. Es decir, las posibilidades de combinar y articular elementos tales como: comentario, música, pausas, relatos o publicidad. Un ejemplo es el texto *El Lenguaje radiofónico*. De Balsebre (1994), quien no solo define y explica la articulación de los elementos de un programa de radio, sino que también incluye consideraciones fisiológicas sobre la producción y percepción de este. Otro texto importante es *¡Qué Onda con la Radio!* de Figueroa (1996). El autor incluye artículos que van desde la parte técnica de la producción radiofónica hasta estudios sobre el impacto de los medios en la sociedad.

Los comunicólogos también hacen análisis del discurso mediático, donde escrudiñan el mensaje mismo a fin de entender su estructura y sus posibles connotaciones sociales. Esta metodología es también usada por críticos culturales quienes buscan identificar la dinámica de las representaciones (de género, étnicas, o de clase por ejemplo), así como las relaciones de poder que dan forma a cada práctica cultural en su contexto específico.

Los estudios culturales también indagan sobre la apropiación que hacen diferentes individuos o grupos de individuos de determinado bien cultural. Es decir, cómo interactúan con los mensajes recibidos y los transforman en algo significativo para ellos. Tal es el caso de la tesis de González (2007), *La Radio como identidad Femenina*. La autora estudia el consumo de radio en su capacidad de proveer elementos identitarios para un grupo de mujeres indígenas chiapanecas.

A la sociología por su parte, le interesan las condiciones en las que se produce parte o todo el circuito de la comunicación mediática, ya que busca entender la dinámica social que da origen a determinada práctica. Por ello, las radiodifusoras alternativas - tanto en la lengua indígena como en español- han recibido gran atención ya que son ejemplo de autogestión comunitaria e incluso formadoras de vínculos capaces de generar cambios en la estructura social. Sobre este tipo de radio se ha indagado desde distintas disciplinas, y algunos estudios pertinentes son: Figueroa (2003) *Radio más... la radio de los veracruzanos*; Rodríguez y El Gazi (2005) *La poética de la radio indígena en Colombia*; Castells (2005) *Contradicciones en la radiodifusión indigenista: los retos de una radio en lengua maya* y Ramos (2005) *Más allá de la recepción: presencia simbólica de la radio indigenista en los jornaleros migrantes*. Sus títulos nos informan sobre la variedad de aspectos que son objeto de estudio para las ciencias sociales.

Finalmente, la pedagogía se ha interesado en la radio especialmente como un medio efectivo de educación no formal. Dado su fácil acceso por un abundante y

heterogéneo público, existe una gran cantidad de programas explícitamente educativos. Se puede observar que el mayor interés en esta línea de investigación viene de pedagogos españoles y, aunque la bibliografía al respecto no es abundante, es posible citar dos estudios relevantes. El primero es el de Gascón (1991), *La Radio en la Educación No Formal*. La autora comienza su libro con una revisión sobre la educación no formal y las múltiples formas en las que la radio puede participar en esta. La segunda parte es una guía para escribir “programas radiofónicos que desarrollan la creatividad y la autonomía” (Gascón, 1991, p. 5). El segundo trabajo es el dirigido por García Hoz (1991), *Iniciativas Sociales en Educación Informal*. Este documenta distintos proyectos educativos en entornos tan variados como museos, hospitales o parques. Programas radiofónicos y otras prácticas de ocio son explorados en su dimensión didáctica, con base en la teoría de la pedagogía del ocio desarrollada por Puig y Trilla (1987).

En la misma línea, Bautista et al. (1995) citan algunas investigaciones sobre radio educativa y cultural en contextos no escolarizados. Una de ellas es la de Rosas (1985), quien estudia la radio como instrumento de educación alternativa y herramienta de ayuda para superar el rezago de la educación tradicional (p.144). Otra es la de Peppino (1991), que tiene dos líneas de investigación. La primera es la relación entre los diferentes tipos de educación- formal, no formal e informal- y la radio educativa. La segunda se centra en las ventajas, estrategias y limitaciones del uso de la radio educativa. La autora reporta las experiencias de los estudiantes como consumidores de radio educativa en su educación no formal. Por otro lado, Ballesteros y Rodríguez (1992) efectuaron una encuesta con la finalidad de encontrar posibles contribuciones de la radio en el desarrollo intelectual de los escuchas en el contexto de la educación informal.

Considerando la escasa información encontrada en el estado del arte, se decidió enfocar la investigación sobre las experiencias de los jóvenes radioescuchas bajo el alcance de investigación de estudios exploratorios. Para Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, L (2003), el valor de este tipo de estudios

radica en que documentan y contribuye al efecto del fenómeno; abriendo así líneas de investigación e identificando nuevos contextos para su estudio.

4.2 Enfoque y tipo de Investigación

La metodología que se utilizó para esta investigación tuvo un enfoque cualitativo. Se emplearon el estudio de casos y el análisis de contenido. El estudio de casos es instrumental ya que los datos empíricos ejemplifican el basamento teórico. Los resultados se presentan sujeto por sujeto por ser un estudio de casos múltiple. De acuerdo con la clasificación de la investigación cualitativa propuesta por Hernández (2001), nuestro estudio puede ser considerado como *comprensivo* al no tener como objetivo dar conocimientos universales ni ofrecer soluciones. La intención es analizar la información para comprender la experiencia de los actores estudiados. En esta investigación los informantes son los jóvenes escuchas y su relación con el medio radiofónico.

Como lo afirma Ruiz (1989), el método cualitativo no busca generalizar. Se estudian casos concretos y hechos individuales. Se basa con frecuencia en observaciones, entrevistas y análisis de textos. Desde esta perspectiva la técnica a utilizar en el estudio de casos es la entrevista semi-estructurada desde un enfoque cualitativo. Para el análisis del programa *¡Ya Párate!*, se usaron grabaciones de la emisión radiofónica.

Las metáforas se tomaron como una herramienta para la realización de las entrevistas. Entre los jóvenes por lo general hacen uso de esta figura literaria para poderse expresar mejor. En ocasiones las ocupan para abordar ideas abstractas que se les dificulta comentar. De la misma manera el entrevistador puede hacer uso de la metáfora para ejemplificar de algún modo la pregunta y no ser tan directo en sus cuestionamientos. Además se usó un lenguaje coloquial que propició la identificación del entrevistado con el entrevistador y se trató de minimizar así la paradoja del observador.

El alcance del estudio es exploratorio, ya que integra información de los actores y de la situación a describir. El estudio exploratorio tiene como una característica la existencia de pocos estudios previos sobre el tema. En este caso sobre la problemática de la educación informal y los medios de comunicación, en específico, la radio.

Los siguientes párrafos intentan explicar la posición epistemológica adoptada para esta investigación. En la vida cotidiana tenemos infinidad de problemas o experiencias que son susceptibles de investigarse y cuyo resultado, si bien no pueden ser generalizables, aportaría conocimientos que nos describan o nos da pautas para entender los fenómenos sociales. De acuerdo con Berger y Luckman (1978), la vida cotidiana -como casi todo- es susceptible de ser estudiada bajo un enfoque interpretativo y subjetivo. El hombre ha inventado los mecanismos para vivir en sociedad y poder interactuar con los demás. Un ejemplo de estos componentes es el lenguaje como una convención social: le da nombres a las cosas y significado a las palabras. El lenguaje no sólo se limita a la palabra oral o escrita, también se consideran el lenguaje no verbal, corporal y kinestésico, así como las acciones que también dicen algo de quien las hace.

Esta perspectiva es relevante para justificar mi interés por investigar “Las experiencias formativas de los jóvenes escuchas del programa radiofónico *¡Ya Párate!*”. El programa radiofónico forma parte de la vida cotidiana de los jóvenes. Escucharlo con frecuencia es parte de su rutina habitual. En ocasiones, su consumo se refleja en su lenguaje cotidiano, en otras, les permite la integración a un sector de la población.

Resulta interesante aprender cómo un programa radiofónico, cuyo principal medio de comunicación es el lenguaje oral, es capaz de provocar una diversidad de respuestas en los jóvenes. Naturalmente el objetivo no es dictaminar o medir lo que provocan en ellos, sino observar las experiencias subjetivas que tienen al

escucharlo y la integración a su formación educativa informal. Respecto a la subjetividad, Berger y Luckman (1978), afirman que algo básico como la interpretación de la interacción es ya un proceso subjetivo al que se le pueden dar tantas interpretaciones como posibilidades de ideas que tenga cada persona. Si bien, en la radio la interacción no es de frente, sí se presenta una relación entre una o varias personas que es susceptible de ser investigada.

Algo similar sucede con el consumo de un programa de radio. Cada persona interpreta a su manera lo escuchado dependiendo de la intención con que escuche el programa, de sus historia y de su capital cultural y económico ¹⁸ entre otros factores. Para los fines de esta investigación se pondrá énfasis en las experiencias de vida. Desde el polo emisor, podemos escuchar cómo los locutores crean sus propios roles y estereotipos. Proyectan patrones sociales subjetivos que contribuyen a la construcción de la identidad del consumidor. Esta forma de interpretar la realidad es ejemplo de la aplicación de un enfoque epistemológico cualitativo.

4.3 Estrategia metodológica

Para el estudio de casos, la primera fase fue realizar las entrevistas, se dejaron algunos puntos a reflexionar a los escuchas sobre el programa radiofónico, Stake (1998), lo denomina revisión de los interesados, como medio de retroalimentación (feedback), para que en segundo momento las aportaciones sean con mayor claridad y precisión. El estudio es mini longitudinal según Panofsky, John- Steiner, y Blackwell, (1990), porque se realizó una primera entrevista a los jóvenes sobre su consumo del programa de radio, después de unas semanas se realizó de nueva cuenta la entrevista con algunas pequeñas modificaciones. La intención es propiciar el pensamiento crítico en los jóvenes sobre su consumo del programa de

¹⁸ Se entiende el término de capital cultural según lo plantean Bourdieu, P. y Passeron, J.C. en *La reproducción*. "Elementos para una teoría del sistema de enseñanza". (1981, p. 51)

radio. Para ello se les dejó la consigna de reflexionar sobre su práctica de consumo en función de los cuestionamientos de la primera entrevista.

4.3.1 Formas de autenticación de la información en el estudio de casos

La recolección de información como lo afirman Carrasco y Calderón (2000), aun cuando sea de manera cuidadosa y sistemática, es necesario validarla, esto quiere decir que se pretende reducir la posibilidad de falsear la información o darle una interpretación errónea. Para la presente investigación se obtuvo la información del estudio de casos en un nivel exploratorio, el análisis contenido de las grabaciones del programa radiofónico y la consulta bibliográfica de las teorías que aportaron información para el mejor entendimiento del fenómeno a investigar.

La triangulación de información nos aporta una manera de autenticar los datos así como aclarar al lector el panorama de estudio. Stake (1998), plantea cuatro estrategias para la triangulación; por factibilidad para esta investigación se tomará la cuarta estrategia que es formulada de la siguiente manera: "... se trata de afianzar nuestra confianza en nuestras interpretaciones, podemos completar la observación directa con la revisión de registros anteriores" (Stake, 1998, p.99). Con esta intención se implementó la triangulación, para enlazar las dos entrevistas con el análisis de contenido. La triangulación en este caso es cronológica, porque se relacionaron los datos recabados en la primera entrevista con los de la segunda.

El método de investigación elegido para abordar el estudio del programa *¡Ya Párate!* es el análisis de contenido, que se basa en la descripción literal de lo publicado. En sus orígenes, a mediados del siglo XX, el análisis de contenido solo se aplicaba en el enfoque cuantitativo (López, 1998). Con el paso del tiempo este se aplicó cualitativamente y en diferentes disciplinas del saber. Berelson y Holsti, (citados en López, 1998), conciben al análisis de contenido como la tarea "...que aporta disciplina, para la descripción objetiva y sistemática... del contenido manifiesto. La finalidad es interpretar y sacar conclusiones, respecto de las representaciones recibidas." (p.93). Diferentes autores lo definen de forma muy

parecida. Se eligió la cita anterior por su claridad y su aplicabilidad en la presente investigación.

Para Krippendorff (1990), el análisis de contenido tiene una raíz empírica, exploratoria y enfocada a fenómenos de la vida cotidiana. Es aplicable para estudiar las nuevas maneras de comunicación de masas y el papel que tienen en la transmisión de información a la sociedad. El análisis de contenido investiga la significación simbólica del mensaje manifiesto. Bajo esta premisa, la realidad sería la misma para todos, pero, cada uno de nosotros interpreta de manera personal los mensajes y por lo tanto estos no significan igual. Dicha interpretación depende de su historia de vida. Por ello es relevante la realización de las entrevistas semi estructuradas con cada joven elegido.

El análisis del programa estará construido en función de las acciones analíticas básicas del análisis de contenido: ¿quién habla?, ¿qué dice?, ¿a quién? y ¿cómo? El objeto de análisis es la emisión radiofónica. Las anteriores partes de la investigación, como las siguientes fases, están basadas en la propuesta metodológica de López (1998), para el análisis de contenido.

Primera fase

Delimitación de muestra del programa de radio:

Por fuente. En este caso fue el programa de radio *¡Ya Párate!*

Por fecha: Se eligió analizar programas transmitidos durante el periodo en que fueron realizadas las entrevistas.

Por espacio: Fue de manera representativa con lo relacionado a la información obtenida con los jóvenes entrevistados.

Segunda fase

Elección de unidades de análisis: esta se realizó con base no gramatical (no fue con enfoque lingüístico sino espacio-temporal). Quiere decir que sólo se tomó en cuenta para el análisis un espacio o sección del determinado del programa. Cada joven determina el tiempo de escucha del programa.

Tercera fase

Elección de categorías de análisis: son las dimensiones que sirven para clasificar y aclarar las categorías de análisis. El criterio de selección fue de categorías y asunto, es decir, temas abordados en el programa afines a los objetivos de las entrevistas. Se consideraron las delimitadas por Sierra (1985), en López (1988).

- A. Por asunto o tema transmitido.
- B. Sentido o intención de la comunicación.
- C. Categoría axiológica.
- D. Categorías referidas a las características de los actores.
- E. Posición de los conductores dentro del programa radiofónico.

Cuarta fase

Análisis: se consideraran todas las fases anteriores para no perder la sistematización metodológica del análisis de contenido.

El propósito del análisis de contenido es inferir -cuantitativamente o no- las condiciones de producción con ayuda de indicadores. En este estudio los indicadores se derivan de las preguntas de investigación y las categorías de análisis. Las deducciones lógicas de la inferencia se aplicaron a la comunicación y contexto de la producción del programa de radio. Se tratará de descodificar los significados sociológicos y de información para los jóvenes en su educación informal. Para O'Neil en (Schramm, 1979), se advierte que el análisis de contenido da la posibilidad de reconstruir el discurso, identificando contradicciones, inconsistencias y esclarecer puntos clave del objeto de análisis. Permite ver posturas ideológicas que delimitan su quehacer cotidiano.

Las etapas del análisis de contenido son de carácter abierto. Se adaptan a las características de la investigación. Remitiéndose a Bardin (1996), el primer paso es la lectura superficial donde se da un acercamiento con el objeto a estudiar. La elección del objeto de estudio detallado, es el segundo paso. El criterio de

exhaustividad es la tercera fase; se refiere a no dejar fuera ningún elemento para su análisis. Como cuarto punto es la regla de representatividad; se enfoca a la delimitación de la muestra. El quinto apartado es la regla de homogeneidad; se aplica en esta investigación cuando el objeto de estudio fue elegido bajo el criterio de igualdad sobre otros programas. El último punto es la pertinencia del objeto de estudio. Las unidades de registro para el análisis de contenido del programa radiofónico a trabajar serán los del personaje. Considerando las características de los conductores como personas con atributos estereotipados.

Las categorías, subcategorías y dimensiones de análisis son las siguientes:

Categorías y subcategorías de análisis:

1. Experiencias formativas.

1.1. Relaciones contextuales de los jóvenes en su proceso formativo.

1.1.1. Familia.

1.1.2. Escuela.

1.1.3. Barrio.

1.1.4. Otros espacios de socioafinidad.

1.2 Experiencia y consumo cultural.

1.2.1 Uso o empleo de la información.

1.2.2 Utilidad o beneficio para escuchas del programa.

1.3 Aprendizaje situado.

1.3.1 Contenido radiofónico como mediador.

1.3.2 Integración al contexto del mundo adulto.

1.4 Experiencia compartida. Interpersonal.

1.5 Internalización.

2. Mensajes del programa de radio.

2.1 Contenidos explícitos y su función social.

2.1.1 Mensajes explícitos.

2.1.2 Comunicación ideológica.

2.2 Información temática.

- 2.2.1 Tema del día.
- 2.2.2 Secciones del programa.
- 2.2.3 Uso de las vías de comunicación con los escuchas.
- 2.3 Pautas de conducta emitidos por el programa.
 - 2.3.1 Estereotipo de roles de género.
 - 2.3.2 Violencia performativa.
- 3. Relación de las experiencias formativas con el programa de radio.
 - 3.1 Resignificación de los contenidos del programa.
 - 3.1.1 Opinión del programa.
 - 3.1.2 Patrones de identificación juvenil.
 - 3.1.3 Recepción de estereotipo de género.
 - 3.1.3 Recepción de violencia performativa.
 - 3.2 Modos de interacción social.
 - 3.2.1 Entre pares.
 - 3.2.2 Con adultos.
 - 3.3 Construcción identitaria juvenil.
 - 3.3.1 Conductores como líderes de opinión juvenil.
 - 3.3.2 Intercomunicación con los conductores.

Dimensiones de análisis:

Después de realizar las entrevistas con los escuchas y en función de la información se delimitaron las dimensiones de análisis.

- I. Relación del programa de radio con las experiencias formativas.
- II. Decodificar los mensajes explícitos de los contenidos del programa de radio.
- III. Tipos de pautas de conducta emitidos por el programa y su recepción por los escuchas.
- IV. Construcción de identidad juvenil.
- V. Aprendizaje situado.
- VI. Violencia performativa.

- VII. Líder de opinión.
- VIII. Estereotipos de género.

4.3.2 Criterio muestral

El programa de radio *¡Ya Párate!* fue seleccionado de manera intencional por tener una transmisión de lunes a viernes de 6 a 11 a.m. (cinco horas) y una repetición los sábados de 8 a 10 a.m. (dos horas), dentro de la programación de la estación radiofónica en Xalapa, Ver. Es el programa con mayor número de horas al aire de la cadena de “Los 40 Principales” (México), es radio comercial que transmite en la frecuencia 98.05 de FM para el estado de Veracruz. Además de poderse escuchar en vivo vía internet.

Las selecciones del programa de radio que fueron muestras para su análisis, se escogieron en función de los datos que comentaron los entrevistados. Cuando alguno hizo referencia a un programa especial se buscó el registro del programa¹⁹, con la intención de contrastar la información y de tener referentes compartidos con los entrevistados. Se presenta los datos de monitoreo de un programa, para visualizar la estructura general de la emisión radiofónica.

La selección de los jóvenes a entrevistar fue, según Glaser y Strauss (en Ruiz, 1989), de máxima diversidad, porque los sujetos pertenecen a diferentes contextos y no se pretende generalizar. Para acotar el criterio de selección se establecieron dos parámetros: el bachillerato de procedencia y ser radio escuchas del programa antes mencionado. Se buscaron tanto a mujeres como a hombres estudiantes de diferentes turnos, ya sea matutino o vespertino. El criterio muestral de las escuelas seleccionadas fue dicho nivel educativo, se tomaron en cuenta para su selección el nivel económico, la zona de ubicación y pertenecer a los sectores público y privado. Se eligió a cualquier estudiante que cumpliera con los criterios de selección, fueron dos por cada escuela.

¹⁹ Siempre y cuando estuviera dentro del mes de grabación.

Los sujetos fueron estudiantes de:

- El Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI): perteneciente al sector privado, predominantemente con población estudiantil de nivel económico alto, ubicado cerca de una colonia de nivel alto en la ciudad de Xalapa. Turno matutino.
- El Colegio Preparatorio de Xalapa: sector público, predominantemente con población estudiantil de nivel económico medio, ubicado en el centro de la ciudad de Xalapa. Turno vespertino.
- La Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo: sector público, predominantemente con población estudiantil de nivel económico bajo, ubicado en una colonia popular de la ciudad de Xalapa. Turno vespertino.

4.3.3 Técnicas de recolección de información

Se realizó la entrevista semi estructurada por ser un medio de obtención de información sistemático. Como lo plantean Carrasco y Calderón (2000, p. 120), el entrevistado es libre de externar sus opiniones sin ser juzgado o criticado. Aun cuando se cuente con un guion de entrevista, estuvo sujeto a la charla con el entrevistado dejando la opción de realizar nuevos u omitir algunos cuestionamientos. Dentro de un grupo escolar se seleccionaron jóvenes que fueran radioescuchas del programa elegido. Una vez identificados se seleccionó de manera aleatoria a los jóvenes a entrevistar. Se delimitó este periodo de edad por ser donde se consolidan los procesos identitarios juveniles.

En la entrevista se pretendió crear una atmósfera de confianza con el entrevistado para que externara sus opiniones y sus reflexiones. Valles (1997) propone un encuentro de conversación y no una confesión evaluatoria de su vida cotidiana. Sin embargo el autor enfatiza la necesidad de un guion de entrevista construido con un propósito específico a fin de no perder información valiosa. El guion es flexible en su aplicación, no es necesario llevar un orden rígido de las

preguntas, pero si se cubrió en su totalidad. Esta estructura o listado de rubros da al entrevistador cierta libertad para realizar la entrevista con mayor naturalidad y para ofrecer un ambiente de confianza al entrevistado. Así, aunque busqué propiciar un ambiente relajado e informal, mis entrevistas fueron guiadas por los siguientes objetivos: analizar la experiencia de los jóvenes al escuchar el programa y analizar núcleos de articulación donde se reflejaron contenidos explícitos del programa radiofónico *¡Ya Párate!*, que aportaron información a los escuchas en estudio dentro de su educación informal. El tratado de los resultados se construyó partiendo de lo que dijeron los jóvenes en las entrevistas.

Instrumentos de recolección de datos.

A. Guías de entrevistas

El guion²⁰ se construyó después de la realización de la entrevista exploratoria, se encontraron elementos que generaron reflexiones sobre el guion y fueron modificados para su mejora. Este proceso me permitió llegar a la validación del instrumento.

Los rubros a analizar que sobresalen en la entrevista exploratoria sobre los contenidos del programa a estudiar son: la construcción identitaria como joven, identidad sexual, patrones culturales y los conductores como líderes de opinión juvenil.

Se consideran en el guion, la familia, la escuela y el barrio. Son los tres campos para describir el entorno. Son los más representativos en su construcción de la vida cotidiana e influyente como fuente de su formación informal. Se consideró apropiado realizar esta descripción pues fue necesario entender las condiciones de vida de cada individuo para entender cómo percibe su vida cotidiana y cómo es su visión de las cosas.

Otro punto que se tomó en cuenta son los espacios de socioafinidad. Para fines de esta investigación se entiende como los lugares geográficos y no

²⁰ Ver apéndice A.

geográficos donde los jóvenes se encuentran y comparten gustos afines. Un lugar geográfico puede ser la plaza cívica, las canchas deportivas, los parques, clubs, por mencionar algunos. Los espacios de socioafinidad no geográficos son el facebook, chats, twitter, como los más representativos.

El segundo guion de entrevista fue diseñado originalmente para el ex productor del programa *¡Ya Párate!* La intención fue recolectar información sobre la historia del programa, ya que no se han encontrado fuentes documentales sobre el tema. Al no poder concertar la cita con él y lograrla con la conductora del programa -Tamara Vargas- se incluyeron preguntas sobre su opinión de la función, organización y producción del programa²¹.

B. Guión para el análisis de contenido del programa radiofónico.

El guión se realizó en función de las respuestas de los jóvenes en las entrevistas y de las categorías analíticas de la investigación que son susceptibles de analizarse en este capítulo. Para el análisis de contenido se ocupó la grabación de audio del programa radiofónico.

4.3.4 Procedimientos de recolección de datos

La recolección de datos constó de tres partes fundamentales. Se inició con las entrevistas semi estructuradas que se efectuaron con los estudiantes seleccionados conforme al criterio muestral, se realizaron durante dos momentos diferentes a lo largo del proceso de investigación, en primera instancia fue para identificar sus experiencias educativas informales al escuchar el programa y plantearles cuestionamientos a reflexionar que se reflejaron en el último encuentro de las entrevistas. Se continuó con la recolección de datos del programa *¡Ya Párate!*, se grabaron transmisiones para su transcripción y análisis posterior. Las grabaciones fueron durante el periodo en el que se realizaron las entrevistas,

²¹ Ver apéndice B.

aproximadamente un mes. Sólo se analizaron los fragmentos que ejemplificaban con mayor claridad los comentarios de los jóvenes y los apartados del análisis de contenido. Y se finalizó con la entrevista a la conductora Tamara Vargas con la finalidad de recabar datos históricos de la emisión radiofónica. A continuación se narra cómo fue el proceso de obtención de la información necesaria para la realización de esta investigación.

Se construyó el primer borrador de la entrevista partiendo del marco teórico, se realizó una prueba piloto y se analizó la información que se obtuvo. Se examinaron los resultados e identificaron algunos errores, tanto en el guión como en mi desempeño como entrevistadora. Se encontraron fallas como: formular preguntas cerradas, ocupar un formato más parecido a un cuestionario que a una entrevista o usar terminología que los entrevistados no entendían. Para corregirlas, se explicaron más las preguntas para evitar así usar conceptos de difícil comprensión con los entrevistados. Otro obstáculo fue la formulación de preguntas incómodas para los jóvenes, un ejemplo es cuando se pedía su opinión respecto al programa. Daba la impresión de que los jóvenes no acostumbran este tipo de cuestionamientos y les parecía una pregunta demasiado seria. La resolución a esta problemática fue usar palabras propias de la juventud (“¿qué onda con...?” o “¿cómo ves...?”) aunque en el guion aparezcan redactadas en otra forma.

Las pruebas piloto de las entrevistas se realizaron en un salón de clases y en una oficina adjunta a la dirección de la escuela, estos dos espacios no fueron los adecuados, ya que los jóvenes contestaban de manera muy formal. Este desatino en el lugar no permitió que fluyera con naturalidad la plática, pues el contexto determinó en gran parte el tono de la conversación. Además, los jóvenes se distraían fácilmente observando la gente que pasaba. Esta experiencia dio la pauta para buscar lugares alternos dónde efectuar las futuras entrevistas, tales como: un pasillo poco transitado, un salón de clase sin ninguna comunicación con la dirección, el jardín de la escuela y las escaleras.

Una vez modificado el guion se visitaron las escuelas seleccionadas para solicitar los permisos pertinentes. En dos de las escuelas se realizó la primera ronda de entrevista ese mismo día que solicité el permiso. El CES XXI fue la única institución que agendó mi visita para días posteriores.²²

El criterio muestral fue de máxima diversidad tanto para las escuelas como para los jóvenes. El procedimiento de elección de los entrevistados que se empleó fue: preguntarles quiénes escuchan el programa de radio *¡Ya Párate!*, ellos alzaban la mano y entonces se les pedía su ayuda para entrevistarlos.

Contactos de acceso para las escuelas:

CES XXI: Solicité el permiso con la directora académica y me canalizó a la coordinación de bachillerato. La coordinación gestionó quienes serían los jóvenes seleccionados para ser entrevistados. Las pláticas con los estudiantes siempre fueron en tiempos de las clases de talleres artístico- culturales.

Colegio Preparatorio de Xalapa: El director del plantel autorizó mi solicitud y acceso a la institución. Las citas con los jóvenes yo las acordaba directamente con ellos, las entrevistas siempre fueron dentro del Colegio.

Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo: El coordinador académico me dio la autorización para mi trabajo de campo. Yo sola encontré los grupos que buscaba, hice la selección de estudiantes a entrevistar y concreté la próxima cita de entrevista.

²² Los requisitos para la entrada y salida de cada institución dependían de su reglamentos internos (estas políticas se han aplicado por las condiciones sociales de inseguridad que enfrenta nuestra ciudad). En el CES XXI siempre se me pidió registrarme, dejar una identificación e informar a que departamento me dirigía. Las otras dos escuelas me permitieron el acceso de manera libre.

La primera ronda fue de diez²³ entrevistas, dos por cada escuela excepto el CES XXI donde realicé cuatro –la escuela ya había seleccionado a los alumnos- y finalmente elegí solo dos para equipararlas con el número de las otras escuelas. Éstas las seleccioné con el criterio de máxima diversidad, para asegurarme que existiera una gran variedad en el tipo de participantes. Así, decidí incluir a una participante gay y a otro con poca predilección por el programa pero que sí lo escucha.

De acuerdo con los procedimientos metodológicos propuestos por Stake (1998), deben existir dos momentos en la serie de entrevistas para los estudio de casos. Por ello, se realizó una primera entrevista y al término se les pidió a los participantes que escucharan de nuevo el programa y que reflexionaran sobre los temas que abordamos en la plática. Al cabo de quince días aproximadamente realicé una segunda entrevista donde les cuestioné sobre los mismos aspectos que en la primera ocasión, hasta llegar a la saturación de datos.²⁴

Las dieciséis entrevistas -ocho de la primera ronda y ocho de la segunda- fueron transcritas, se procesó la información con el software Atlas-ti. En este proceso se organizaron los datos conforme a las categorías y subcategorías de análisis establecidas al inicio. Sin embargo, me mantuve pendiente a la información relevante que no se haya considerado en la categorización previa, dejando así abierta la posibilidad al surgimiento de nuevas categorías.

Para el análisis de contenido de la emisión, se hicieron grabaciones – paralelamente al proceso de las dos entrevistas con los jóvenes- todos los programas de *¡Ya Párate!* transmitidos durante un mes. La selección de las partes del programa por analizar se realizó en función de las respuestas de los jóvenes

²³ Al inicio de la investigación trabajé con dos jóvenes del Colegio de Bachilleres Veracruz (COBAEV) escuela con área especializada en humanidades y artes. Al final decidí ya no incluir esos dos casos pues ya era repetitiva la información y se llegó a la saturación de datos.

²⁴ En la segunda entrevista ya no se les preguntó sus datos contextuales incluidos en la primera y se inició directamente con el apartado de su rutina de consumo cultural radiofónico.

participantes. Durante las entrevistas, un joven hizo mucho hincapié sobre la sección de Grover Arango que solo pasa los martes, otro entrevistado se refirió a una nota curiosa que también fue transmitida en un martes, por ello se buscó y se reportó ese programa en particular.

En el marco contextual incluí un apartado sobre la historia del grupo Avanzradio, y del programa *¡Ya Párate!* El primer obstáculo para su compilación fue no encontrar información documental sobre estos temas. Las acciones que se tomaron para recabar la información fue acudir con el Director del grupo Avanzradio Xalapa. Se solicitó la información vía telefónica y personalmente en la radiodifusora sin éxito alguno. Se concertaron varias citas para entrevistar al productor de la estación, con el fin de solicitar la información sobre los antecedentes históricos de “Los 40 principales” y del programa *¡Ya Párate!* dentro del estado de Veracruz. Me presenté a dichas citas y todas se cancelaron en el momento, informándome que el productor estaba ocupado, que no se encontraba en las instalaciones o que estaba de viaje.

La siguiente instancia fue contactarme con Hugo Martínez, ex productor del programa de radio. Se estableció contacto vía correo electrónico en el que se solicitaba la entrevista, las respuestas de los correos eran muy lentas. Finalmente accedió a establecer contacto vía telefónica a través de un número que pertenece a las instalaciones de Televisa Radio. Nunca logré comunicarme con él. En el último correo le envié los temas de la entrevista y le aseguré nuevamente que el uso de la información era con fines académicos, sin embargo no respondió.

Finalmente, este apartado contextual se pudo complementar con datos rescatados de la entrevista con Tamara Vargas. Me contacté con la locutora que muy amablemente contestó mis correos y me concedió una entrevista de casi dos horas aproximadamente, en el Puerto de Veracruz. Algunos datos de esa plática fueron usados para el marco contextual en los apartados de la historia del programa y en la descripción del programa de radio.

Busqué concertar citas con otro de los conductores, Mario Cuevas “La Garra” para obtener datos de su trayectoria artística y de su incorporación al programa. He realizado llamadas telefónicas a su celular, la primera fue contestada y me pidió llamar de nuevo por no poder atenderme en ese momento. He llamado en repetidas ocasiones y ya no me han respondido. Con Omar Chaparro se estableció la línea de comunicación con su asistente personal vía correo electrónico. Ha sido muy amable y me ha proporcionado datos biográficos del conductor. Con los demás colaboradores del programa y con Facundo no se buscó entablar contacto personal ya que la información se obtuvo por otros medios. La intención no fue entrevistar a todo el equipo de trabajo, ni analizar su postura respecto a su trabajo, sino obtener datos históricos del programa y de las trayectorias de los conductores.

5. Análisis e interpretación de los casos

El siguiente capítulo inicia con el análisis de contenido del programa en estudio. Para el manejo de los datos sobre la estructura de la emisión radiofónica se dividió en dos partes. El primer apartado es el análisis por sección del programa y el segundo por las categorías analíticas. Se continúa con el análisis e interpretación del estudio de los seis casos. Todos cuentan con la misma organización de las categorías.

5.1 Análisis de contenido del programa *¡Ya Párate!*

El programa elegido para el monitoreo fue seleccionado de manera aleatoria, porque solo muestra la estructura general de la emisión. Su transmisión fue dentro del periodo establecido para el trabajo de campo. Los programas de los cuales se tomaron las citas textuales fueron emisiones representativas de *¡Ya Párate!*, por tener las secciones, comentarios de los cuatro conductores, además de permitirnos ejemplificar los apartados de estudio de la presente investigación.

Para la selección de los espacios de la emisión radiofónica analizados se tomaron en cuenta referencias que proporcionaron los jóvenes en sus entrevistas. Se consideró que cada joven escuchó *¡Ya Párate!* en distintos horarios, ya que cada uno tiene distintas rutinas que en gran medida determinan el tiempo que destinan a escuchar la emisión.

Para el análisis de contenido se usaron las mismas categorías que sirvieron de guía en el análisis de las entrevistas realizadas a los jóvenes. Según Sierra (citado en López, 1988) las categorías se delimitan por tema, asunto o materia. En esta investigación se consideraron el tema, el sentido de la comunicación, las características de los actores y la posición del conductor dentro del programa radiofónico.

Una vez clarificadas los apartados anteriores, se aplicaron los pasos que sugiere Bardin (1996). En el siguiente orden: a) la transcripción de las intervenciones de los conductores en el programa muestra (a fin de leerlo y tener un acercamiento inicial); b) la selección de apartados claves para ejemplificar las categorías de análisis; c) elegir las citas que fueran representativas del programa en general y de la categoría de análisis. Para finalizar se reunieron todos los elementos para hacer el análisis del mensaje manifiesto y su relación con los postulados teóricos.

5.2 Estructura del programa *¡Ya Párate!*

El monitoreo es una técnica mediante la cual se concentra, codifica y da estructura a las partes del programa para su futuro análisis de contenido. En este caso es el programa *¡Ya Párate!* El programa tiene una organización fija en todas las transmisiones. Así que, a manera de ejemplo, se seleccionó la emisión del 7 de marzo de 2012. Estos datos nos servirán para ubicar las referencias dadas por los entrevistados.

El monitoreo nos ayuda a ubicar la estructura básica de un programa *¡Ya Párate!* Al ser un *morning show*, es muy dinámico y busca transmitir entusiasmo. Generalmente no profundizan en las notas, comentan historias impactantes, usan tono de voz agudo y los conductores son el elemento principal del programa. De acuerdo con Moreno (1999), ellos pueden ser clasificados como “conductores con personalidad”, ya que realizan conducción libre, improvisan, tienen ritmo y tonos propios. Son pieza clave del espectáculo, pues con frecuencia sus comentarios parten de sus propias historias de vida. El discurso es espontáneo y variado. Los conductores por lo general son personas conocidas en el medio del espectáculo, lo que favorece el éxito de la emisión radiofónica.

En el monitoreo se encontraron elementos como: rúbrica de entrada y de salida²⁵, los periodos de intervención de los conductores tienen fondo musical, efectos sonoros y rúbricas de entrada para cada sección. La rúbrica de entrada es una breve canción interpretada por Omar Chaparro, la letra es la siguiente:

One two tres... desde el cielo una hermosa mañana la Guadalupana, la guadalupana la guadalupana bajo al Tepeyac... me acompaña la Orquesta de la Armónica de Mozart de Tepetongo... vamos para arriba, vamos pa' adelante y ese maricón que no se levante, ya están mis huevitos, ya están chilaquiles, ya están calientitos y les puse cinco kilos... yap yap yap yap yap... ya párate...

En esta cita se pueden notar rasgos de violencia performativa. El canto dirigido originalmente a la virgen de Guadalupe, es llevado fuera de su contexto y usado como parodia, pues no están dentro de un ambiente religioso ni se dirigen a feligreses. El otro elemento de violencia performativa y de género está en la frase dónde llaman “maricón” a la persona que no se levante. Se puede entender desde diferentes maneras: a) es gay el que no se levante, b) por ser “maricón”, no vale la pena que se levante, c) que no se levante para que espere el acto sexual y d) que por flojo no se levanta. En cualquiera de ellas el apelativo remite peyorativamente a los homosexuales, avergonzándolos por tener una preferencia sexual diferente. Chaparro termina la canción con un albur, en el cual se posiciona como el agresor, pues ofrece sus genitales al supuesto “maricón”. El humor se apoya en el juego de poder en los roles sexuales y funciona por la humillación de la que es objeto el homosexual; aunque en gran medida sea contradictorio. Es decir por un lado es denigrante tener una preferencia sexual diferente y por otro lado el agresor es quien ejecuta una práctica homosexual.

El nombre de la orquesta “Armónica de Mozart de Tepetongo” es un reflejo de rompimientos e hibridaciones culturales propios del siglo XX y XXI. Los

²⁵ La rúbrica es la secuencia sonora que identifica al programa, personaje o sección.

elementos son caóticos. Si es orquesta, no puede ser armónica y tampoco tiene relación el compositor clásico con la localidad de Tepetongo. Esta combinación de elementos da por resultado un producto *camp*. Es decir, una canción que se creó con toda la intención de exacerbar rasgos populares.

Las canciones incluidas en el programa pertenecen al género rock, pop, reggaetón y cumbia tribalera, tanto en el idioma inglés como en el español. El programar una extensa gama de géneros musicales permite captar mayor audiencia, ya que aparentemente atiende a la diversidad de gustos de la audiencia.

Los espacios comerciales son a nivel local y nacional, me refiero a que algunos anunciantes son locales como el sistema de cable televisivo, cursos, hoteles, escuelas o el Instituto Electoral Veracruzano. Los anunciantes nacionales incluyen: La Hora Nacional, Gobierno Federal, Instituto Federal Electoral y compañías automotrices. También identificamos auto-promocionales de la estación y de “Los 40 Principales”, Xalapa.

El programa se transmite de 6 a 11 de la mañana. Se alternan espacios musicales, publicitarios y la intervención de los locutores. La primera hora es la repetición de lo mejor del programa del día anterior. Esta retransmisión solo es evidente en un rompecortes que lo anuncia.²⁶ La emisión en tiempo real con los conductores comienza a partir de la segunda hora. Por lo general solo están tres de sus cuatro. Tamara Vargas y “La Garra” son lo que se presentan de manera constante. Cada uno está encargado de dirigir una sección del programa.

El siguiente análisis de contenido está dividido en dos partes complementarias. Cada una aborda el mismo texto pero desde diferentes perspectivas. La primera, lo describe por secciones. La segunda examina parte de

²⁶ Con el término “rompecortes” me refiero a sonidos o mensajes que dan la información de los contenidos que vendan más adelante en la programación. El rompecortes que se escucha en voz de Facundo dice: “Esto que escuchas es lo mejor de ¡Ya Párate!”.

los rubros del estudio de casos que son susceptibles de ser abordados desde el análisis de contenido. Ambas partes complementan el estudio de casos.

5.2.1 Análisis de contenido por sección

Una sección constante a lo largo de toda la transmisión es “El tema del día”. Se trata de comentar “la frase del día”, anunciada desde el programa anterior. Esta frase da pie a que el escucha la complete con alguna experiencia personal; por ejemplo: “El mundo estaría mejor si...”, “El hábito que quiero cambiar...”, o “Me dio pena pero lo hice...”. Los conductores leen al aire algunos de los tuits que llaman su atención. También los escuchas pueden llamar por teléfono para contar su anécdota relacionada al tema y algunas de estas participaciones salen al aire.

5.2.1.1 Grover Arango

La emisión del 27 de marzo de 2012 se eligió para el análisis de esta investigación, porque esta sección se transmite solo los martes. La intervención de Grover Arango consiste en hacer recomendaciones sobre eventos artísticos y dar reseñas de textos literarios. Su ingreso al programa, según Vargas (2012), es mediante un casting realizado por Esmeralda Palacios (antigua productora del programa). La intención era incorporar a alguien del público que pudiera dar los espacios informativos. En este proceso de búsqueda encontró a Grover, que le pareció adecuado para una sección de cultura general. Cabe resaltar que el nuevo integrante es Licenciado en Letras por la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual le otorgó la medalla “Gabino Barreda” por su excelente trayectoria académica.

Se presenta a continuación una parte representativa la sección de Grover. En esta se logra ver la forma en la que conductor presenta temas académicos.

GR²⁷: Hola, buenos días...

F: Buenos días *mister máster*...

G: *Good morning mister master*.

GR: Garra; me satisface esa presentación sobremanera.

G: *Ahh it's ok*.

F: Es lo que hay,

GR: Es lo que tenemos...

G: Es lo que hay.

GR: Hoy vamos a hablar de dudas del idioma que van surgiendo constantemente. Tanto en mi cuenta de twitter como en mi cuenta de hotmail, me preguntan: es apropiado decir: ¿"mas sin embargo" o "pero sin embargo"?... la respuesta es... sí

G: "Mas sin embargo"... yo creo que

GR: O "pero sin embargo"...

G: Ok,

GR: Sí. "Mas sin embargo"...

G: Pero...

GR: O "pero sin embargo"...

G: "Sin embargo"...

F: Apúntale bien...

GR: Ok... porque; porque miren; "mas", "pero" y "sino"; se llaman conjunciones coordinantes adversativas, y "sin embargo", "no obstante" y "antes bien" son adverbios oracionales... no puedes juntar dos conjunciones coordinantes adversativas, es decir, no puedes juntar: "mas pero", pero si puedes juntar una conjunción coordinante adversativa y un adverbio oracional.

F: Oye *brother*, piensa... O sea pienso que estás hablando así: "las la da rada da las lo dss" (sonidos ilegibles)...

T: ¿Cómo la maestra de *Charly Brown*?

²⁷ T: Tamara Vargas. O: Omar Chaparro. G: La Garra.
F: Facundo Gómez. GR: Grover Arango.

G: Si... waaa, waaa, waaa, wau ja, ja, ja...

F: Es que o sea; de verdad que eso sí,

GR: Es decir;

F: Soy el peor para lo que estás hablando.

GR: Eu...

F: Que en el tema de hoy no puedo participar, no sé ni que decir.

GR: Pues hey...

F: ¿Qué es coordinancia alternativa?

GR: Pues e... es, es...

T: Sonó a partido político,

F: Aja... ¡O sea de que estás hablando *brother*!

GR: Ese es el...ese es el basamento teórico si se puede decir eh “mas sin embargo” o “pero sin embargo”...

G: O sea nada más... todo el choro que dijiste nomas pa’ llegar a esto...

GR: Exacto.

T: Sin embargo no es necesario ponerle el “mas” ni el “pero”.

GR: Si quisieran podrían ponérselo, de lo contrario nada más no se lo ponen y ya.

G: Lo que podías decir es...

GR: Lo que no podría decir es: “mas pero” o “mas sino”.

G: Pero mas...

Gr: Pero tampoco.

G: A ver, a ver, cómo; cómo dices “mas pero”, “mas pero”...

GR: A eso me estoy refiriendo,

G: A ver di una frase completa con eso...

GR: No sé puede decir...

F: Íbamos a ir a la fiesta “más pero no fuimos”.

GR: Exacto.

G: Pa’ empezar no se puede...

GR: No se puede...

G: Y si se pudiera se escucharía horrible.

GR: Exacto.

T: También “mas sin en cambio” se oye horrible.

GR: Sí. ehh...

T: “Mas sin embargo” se oye terrible...

GR: “Mas sin embargo”, “pero sin embargo”... “pero sin embargo”; es utilizado con cierta frecuencia en España.

F: ¿Pero está mal no? Porque estás acá estás diciendo: “mas sin embargo un bacalao”.

GR: No. Mmm... no, porque son.

F: “Íbamos a ir a la fiesta... Sin embargo no fuimos”, y ya.

F: A la fiesta...

GR: “Pero sin embargo no fuimos” en España es más usual;

F: “Pero mas sin embargo”...

GR: No, ahí no, ya en ese caso...

F: ¿Por qué no?

GR: Bueno porque...

T: “Pero mas” dice él que no se puede...

GR: Estas eh... ya estas juntando dos conjunciones coordinantes adversativas, así que ahí ya no se puede, digo si ustedes quieren, volvemos a la

F: ¿Qué?...

GR: Si ustedes quieren el basamento teórico de esto, está en minucias del lenguaje de José G. Moreno de Alba de la Academia Mexicana de la Lengua.

Grover demuestra el uso correcto del idioma español, da la regla gramatical, formula ejemplos y al final da la fuente de donde extrajo la teoría; además de contestar pacientemente a las interrupciones de los conductores. Su vocabulario es amplio y conoce el uso del lenguaje en España. Facundo se declara desconocedor

del tema. El léxico con que expresa es muy popular, usa palabras como *güey* o *brother*, que son informales. Después de la explicación de Grover, Facundo expone ejemplos donde usa correctamente la regla explicada anteriormente. “*La Garra*” es el conductor más participativo, de manera divertida expone sus dudas y pide ejemplos pues es evidente que no entendía la explicación teórica por su falta de dominio de la gramática del idioma español. Tamara casi no interviene en la conversación. Solo dice que la expresión “mas sin embargo” le parece “terrible”, parece que esta receptiva a la charla, pero no participa tan activamente como los demás. Los mismos conductores toman a Grover como una “autoridad” pues respetan su opinión y la dinámica del programa se torna un tanto seria.

Esta sección contrasta con el resto de la emisión radiofónica. El tono de comicidad disminuye, los comentarios se tornan más serios y los conductores muestran reconocimiento por Grover. No se burlan de él, validan sus aportaciones y desde la rúbrica de entrada de la sección lo presentan como una persona con mayor grado académico. Es curioso ver que ninguno de los jóvenes entrevistados mencionó este tipo de datos académicos; a pesar de que, a simple vista, son más fáciles de relacionar con la educación formal. Carlos fue el único que acentuó reiteradas veces el gusto por esta sección del programa. El joven enfatiza las recomendaciones literarias, de espectáculos, de exposiciones y de películas que aporta Grover.

5.2.1.2 Rock tender

Mario Cuevas “*La Garra*” se encarga del juego “*Rock Tender*”. Los participantes de la actividad son los conductores del programa, los artistas invitados y, ocasionalmente, con algunos radio escuchas vía telefónica.²⁸ El juego consiste en adivinar el cantante o grupo y nombre de la canción que se escuche. La selección

²⁸ Un caso más esporádico es el juego con otros locutores de la misma cadena radiofónica. Un ejemplo de ello fue cuando se enlazaron en tiempo real con el programa de Martha Debayle y los dos programas de manera simultánea transmitieron la sección “*Rock Tender*”.

de canciones la hace la producción del programa. Los participantes tienen que decir: el nombre del artista y su propio nombre. Si no siguen ese orden la producción no toma como acierto la respuesta. Normalmente apuestan desayunos o cenas donde invitan a radio escuchas. También pueden competir por entradas a obras de teatro donde participan los conductores o los artistas invitados. En el programa del 6 de marzo del 2012 los participantes fueron Facundo, “La Garra” y Tamara, el ganador tenía que acumular cinco aciertos y el perdedor tenía que cumplir un reto.

F: ¿Qué vamos a apostar? El que pierda tendrá que subir una foto de sus pies con queso cottage entre el dedo gordo y el que le sigue y le ponen “me salió un hongo”. ¿Cinco?

G: ¿Están de acuerdo con eso?

T: ¡Sí señor!

G: Que comience la fiesta. ¡Silencio!

(Se escucha música)

G: Alex Syntek, “La Garra”.

(Se escucha música)

T: Willie Colón, Tamara.

F: Bien Tamara.

(Se escucha música)

T: Motel, Tamara.

(Se escucha música)

T: Willie Colón, Tamara.

F: Bien Tamara.

G: Ya ganaste Tamara.

F: No va tres.

(Se escucha música)

G: Luis Coronel, “La Garra”.

T y F: No.

F: Lu Vega, Facundo.

G: Sí es cierto.
T: Ya no me acordaba del hombre ese.
(Se escucha música)
F: Lenny Kravitz, Facundo.
G: No tiene que gritar tanto eh.
F: ¡Cállate!
G: Ya póngame algo, no que puro Willie Colón y cosas de esas.
F: U2, Facundo.
(Se escucha música)
F: Lucho Dalla, Facundo.
G: ¿Quién es ese güey?
(Se escucha música)
T: Madonna, Tamara.
G: Es la primera vez que pierdo, creo que no adivine ni una.
F: Ya ve por tu queso cottage.

La sección fue efusiva, se creó la expectativa mientras se escuchaba la canción para saber cuál era el cantante. Los conductores en ocasiones gritaban la respuesta por tratar de ganar el punto. La competencia resulta divertida. Lo interesante de este juego no es ganar para obtener un premio, sino evitar cumplir el reto. Esta dinámica lúdica es retomada por algunos escuchas, tal es el caso de una de las jóvenes de esta investigación.

5.2.1.3 Un peldón

Facundo se hace cargo de la sección de “Un Peldón” los escuchas llaman para solicitar que contacten vía telefónica a la persona a la que le quieren pedir perdón. El escucha cuenta la causa por la que se disculpa. Los conductores hacen comentarios graciosos sobre la problemática del radioescucha. Cuando ya tienen la conexión telefónica, Facundo ayuda al oyente a solicitar el perdón. La característica primordial es que hacen la solicitud cantando a ritmo de rap atendiendo la métrica y

la rima distintivas de este género musical. El 27 de marzo de 2012 una radio escucha llamó por teléfono para participar en esta sección.

F, G: Hola.

Re²⁹: ¿Cómo están? ¿Me ayudan a cantar un peldón?

F: Claro.

G: Pero ¿Por qué o qué? ¿Quién le quieres pedir perdón o qué?

F: ¿Qué hiciste?

Re: Ah pues a mi ex, llevábamos cuatro años y medio y cortamos hace tres semanas porque yo la cagué, porque tenía una actitud de amargueitor.

...

Re: Pero voy a cambiar, ya se lo juré que voy a cambiar, que quiero que me dé una segunda oportunidad y voy a cantarle “un peldón” porque antes nos cantábamos esa canción para reconciliarnos entonces...

F, G: ¡ay!... me la como toda.

Re: ja, ja, ja.

F: ¿Cómo te llamas tú?

Re: Sofía.

...

F: ¿Cómo se llama tu novio?

Re: Javier.

...

G: Vamos a hablarle.

J: ¿Bueno?

G: Javier...

J: Sí.

F: ¿Dónde estás?

²⁹ Re: Radioescucha.

J: En la escuela.

F: ¿Estás en clase?

J: Sí.

F: Salte.

J: ¿A dónde?

F: Ah... ps al patio.

J: ¿Para?

F: Hablamos de Ya Párate, te traemos una serenata.

F: Échale Sofía.

(Facundo y la radioescucha cantan a ritmo de rap)

Re: Un peldón la cagué, un peldóname la cagué, era la amargueitor
pero ya no lo voy a hacer.

J: ja, ja, ja.

Re: ja, ja, ja.

G: Échale güera, dice...

F: Estaba así Sofía, chingando todo el día, haciéndose la muy mujer
arpía. Dale chance porfa que tú eres su alegría, su armonía, ella no
tenía para tí la simpatía, mas sin embargo eso cambio y ya mejoró por
eso ella te pide un peldón pol favol.

Re: Un peldóname la cagué, un peldón por favor.

F: Un peldóname la cagué.

Re: ja, ja, ja... un peldóname la cagué.

F: Un peldón la cagué.

Re: Un peldóname la cagué.

F: Un peldón me equivoqué.

Re: No lo vuelvo a repetir.

F: Un peldón me amargué.

Re: Un peldón la cagué.

Aquí vemos cómo los conductores se hacen cómplices de los radioescuchas para hacer este tipo de llamadas telefónicas. Usan palabras altisonantes. La cuadratura del ritmo musical con la disposición de las palabras es un tanto forzada.

5.2.1.4 El Señor de la moneda tibetana

Omar Chaparro, haciendo uso de su personaje “Señor de la Moneda Tibetana”, hace predicciones del futuro. Los escuchas llaman al programa para preguntar sobre su futuro. Los conductores hacen mofa de las preguntas y Omar Chaparro en su personaje dice la frase que representa a esta sección “La moneda está en el aire”. Continúa en algunas ocasiones con preguntas al escucha. Luego da su predicción que son cosas muy generales y otras un tanto absurdas. Este tipo de respuestas ocasionan risas por parte de todos. A continuación se presenta un fragmento de la sección transmitida el 7 de marzo de 2012.

T: “Señor de la moneda tibetana”.

O³⁰: Aquí estoy Tamara.

T: Tenemos unas llamadas.

Re: Bueno...

F: Hola buenos días, cuál es tu nombre y tu ciudad, ¿dónde naciste?

Re: Hola soy Karla Gutiérrez, nací en el D.F. pero vivo en Metepec.

F: ah uuuuuuh...!

T: Eso cambia todo ¿verdad “Señor de la moneda”?

O: Oye sí Tamara. No es lo mismo haber nacido en el D.F que haber vivido en Metepec, ¿cuál es su pregunta?

Re: ¿Quiero saber si la monita que me ganó el puesto la va a hacer o no?

F: Noo.

O: La monita no es...

Re: Ah perdón, perdón no es cierto, “Señor de la moneda tibetana”.

³⁰ En esta cita Omar Chaparro siempre está hablando con la voz del personaje.

F: No, no, pero sí por eso no era mí no. Mí no era porque te bajaron el novio.

O: Pero deja que haga la pregunta bien.

Re: Ah el puesto.

O: Ah le quitó la chamba o al novio.

Re: Pues yo le aposté a un puesto (al) que me postulé y resulta que me ganó otra monita no.

F: ¿Y qué puesto era?

O: De política no...

O: A ver, dígame la información, de qué se iba a poner.

Re: Este... de contralor.

O: De contralor... ¿le gusta ese puesto?

Re: Sí, sí me gusta.

O: Ok, entons (sic) la pregunta otra vez por favor.

Re: ¿“Señor de la moneda tibetana”, quisiera saber si la persona que me ganó el puesto la va a hacer o no?

O: La moneda está en el aire. La moneda lo sabe muy bien, pero me está diciendo la moneda que si realmente usted quiere tener una carrera y salir adelante dele la vuelta a la página y se olvide de la monita que le quitó el puesto. Deséele que le vaya bien a ella para que a usted también le vaya bien. Aunque si quiere saberlo no le va a ir muy bien a ella...

Re: Ah, ok.

O: Se va a embarazar de un chavo que no quiere, le van a bajar el sueldo y le va a dar herpes.

T: ja, ja, ja.

Re: Ella es soltera y tiene como cuarenta años.

G: Pinchipales.

T: ja ja ja.

O: Pero ya, perdónela y a lo que sigue ¿no?

Re: Claro que sí... bueno adiós.

O: Ándele pues...

El personaje hace la predicción que le solicito la radioescucha. Le pregunta sus datos generales y se mofa del lugar de residencia de la escucha. La respuesta la alienta a superar ese evento en su vida. El rasgo humorístico surge cuando el personaje se contradice, pues en un inicio le recomienda desearle el bien a los demás y termina burlándose de su supuesta desgracia. Este desenlace lleva a satisfacer el morbo y la catarsis de la participante.

Es notoria la intervención de Facundo cuando intenta guiar la llamada telefónica, sobre cierto tema y no sobre lo que la escucha dice. Da la impresión que Facundo ya tenía los datos con antelación de lo que la joven iba a decir. Esos datos Facundo los pudo haber obtenido de la producción; ya que antes de enlazar la llamada al aire, se toma la información de los participantes.³¹ Esto ejemplifica los filtros que usan las estaciones de radio que pertenecen a los monopolios, para seleccionar, regular y controlar los contenidos que se transmiten en su programación.³²

5.2.1.5 Notas curiosas

Tamara Vargas conduce “Las notas curiosas”, que es la última sección del día. Esta consiste en que la conductora diga notas periodísticas que sean fuera de lo común. La extrañeza de las notas es lo que da pie a los demás conductores a hacer chistes o comentarios sagaces sobre el tema. A continuación se presenta una “Nota curiosa” transmitida el 7 de marzo de 2012.

G: Notas curiosas... a ver qué dice la nota curiosa.

T: No sé por dónde empezar, a ver voy a empezar por esta. Compró un sándwich en la cafetería del colegio y encontró ¡un dedo!

³¹ Esta dinámica se describe en el estudio de caso de Luisa.

³² Ver “audiencia en los medios masivos de comunicación”.

F: ¿Qué?

G: ¿Cómo crees?

T: ja, ja, ja.

G: De quién o qué.

F: Esto fue en China o en dónde...

T: No; ja, ja, ja, no, en China no, fue en Estados Unidos.

O: Ah bueno.

T: Esto empieza a... a... a ver mi querido Chaparro.

O: Si.

T: ¿Cuáles son los Estados Unidos y cuáles son los de China? porque son los dos países donde más cosas suceden, ¿no?

O: Más... notas curiosas hay siempre.

T: ja, ja, ja.

O: En Japón a verdad...

T: Sodexho Marriott Services, le da de comer a más de un millón de estudiantes en las escuelas de los Estados Unidos. Una de sus empleadas admitió luego del incidente que se había rebanado (accidentalmente, por supuesto) parte del pulgar en una cortadora de jamón. El vocero de la firma Sodexho, Leslie Aun explicó que "la estudiante encontró un objeto extraño en su sándwich" y era ¡ay! El dedo de la servidora de jamón.

La nota por sí misma es amarillista. No fue necesario que los conductores dijeran mucho sobre el tema. Tanto la producción como la conductora se encargan de buscar la información de esta sección, según lo describe la misma Tamara Vargas:

Ha pasado que... recibí en el twitter algunas del público y mando un mensaje a la producción y le pido por favor amplíame la información... y finalmente cuando la producción me manda una lista de notas curiosas, la que decide cual va soy yo. (La producción le pregunta)

¿Cuáles son las que vas a decir? Para fondearte dependiendo de la nota que digas. (Vargas, 2012).

Para finalizar el programa, dicen cuál es el tema del siguiente día, hacen chistes sobre la pregunta formulada y con la canción de Luis Miguel “Un rock & roll sonó” como rubrica de salida, los conductores se despiden.

5.2.2 Análisis de contenido por categorías

De acuerdo con Sierra (1985), López (1988) y Bardin (1996); la metodología del análisis de contenido divide al texto en categorías que se consideran como unidades de un tema o asunto en específico. Los apartados que se presentan a continuación son retomados de las categorías generales de la investigación. Se incluyen aquí sólo aquellas cuyas temáticas que son observables en el programa y pueden complementar el estudio de casos.

5.2.2.1 Patrones de identificación juvenil

Los conductores son por sí mismos una unidad de contenido. Son un personaje mediático, pues representan a un tipo de persona. Un ejemplo común a los cuatro conductores es la representación de lo juvenil. Cronológicamente, ninguno pertenece a esta etapa sin embargo, se comportan como tal. La línea divisoria entre la característica del personaje y las características de los conductores como personas es tan endeble que en algunos casos no se logra distinguir. Por ejemplo, en Facundo el rol de joven está tan interiorizado que no se sabe cuándo habla desde el personaje o desde su persona.

Una razón evidente de este ‘disfraz’ juvenil es la identificación con su audiencia, que es mayormente joven. Para que la audiencia se involucre con la emisión, es necesario que los conductores tengan interiorizadas las características de lo que se considera joven. Tamara Vargas, en entrevista con Reglero (2012),

dice que: “teníamos claro que había que hablar como hablaba la gente, los chavos, la onda.” (Reglero, 2012, p. 51). En la medida que los conductores tengan asumidas las particularidades juveniles pueden proyectar verazmente a su personaje mediático y así vincularse con la audiencia juvenil. Observemos el siguiente fragmento transmitido el 27 de marzo de 2012:

T: Es de amigos pasar el examen, pero es más de amigos presentar a la hermana.

F: Estoy de acuerdo.

G: Normalmente a un amigo, no le gusta que andes con su hermana.

F: No verdad.

G: ¿Quién sabe por qué?

T: Porque te conoce.

G: Digo porque yo me pongo a pensar y yo preferiría que un amigo mío, que se quién es y que conozco y sé sus mañas y todo lo que quieras, sé que va a hacer algo bien con mi hermana a un balagardo (sic) que quien sabe quién es.

T: Pero si tu amigo le hace algo a tu hermana va a dejar de ser tu amigo.

G: Pero yo creo que si un amigo decide andar con un hermana mía es porque le va a echar ganitas. Pero si tienen sus problemas o sus diferencias, pus (sic) eso es muy normal, digo.

T: Pero depende, por ejemplo si tu amigo le pone el cuerno, tu hermana llorando como Magdalena.

G: Le digo a mi hermana, “ya ves te lo dije”.

F: Pero además tú dices, “¿qué ande con cualquier balagardo o mejor con mi amigo? Pero ¿si sabes que tu amigo es un balagardo (sic)?.

G: Pues preferible balagardo conocido que balagardo por conocer.

.....

F: No me convences, porque además al final de cuentas, cuando es tu cuate ya tuvo un acceso, una ventaja, que el otro güey no tuvo, o sea

entró a tu casa con la idea de que iba contigo y terminó zumbándose a tu hermana, es trampa.

En el fragmento anterior se puede notar cómo los conductores manejan lenguaje juvenil al usar palabras como “balagardo” o “güey”. Los temas del noviazgo y las relaciones de amistad son recurrentes en la juventud. La manera como Facundo plantea que su amigo se integra a su contexto familiar y posteriormente inicia un noviazgo con su hermana, hace ver que los hermanos aun pertenecen a un contexto familiar, situación propia de la edad juvenil.

Vivimos en una cultura en la que nadie quiere ser viejo y casi todos luchan por permanecer jóvenes. Los medio masivos de comunicación refuerzan esa representación del estilo de vida juvenil. Las celebridades del *star system* mexicano viven en una moratoria social donde evitan las arrugas, pero privilegian la moda, el ocio y el hedonismo. Los conductores viven este estilo de vida y así lo proyectan. Por tal razón se intuye que la internalización de lo juvenil no sea fortuita.

5.2.2.2 Proyección de estereotipo de género

Desde la perspectiva de Stoller (cdo. en García- Mina 2003), el género de identificación de una persona es el conjunto de características de su rol y particularidades fenotípicas individuales; así como constitución de sentimientos, pensamientos, tendencias, actitudes y proyecciones. La construcción de género es individual porque la internalización es de manera personal y, paralelamente, la formación es de carácter social pues depende del orden social y cultural al que pertenezca.

El rol de género incluye las manifestaciones de identificación como mujer, hombre u homosexual. Estas se pueden manifestar en el tipo de ropa, su habla, la preferencia emocional con otro de los géneros o actividades cotidianas, por

mencionar algunos ejemplos. La pertenecía de género tiene cierta carga biológica, pero la construcción identitaria es eminentemente social y cultural.

A lo largo de esta investigación generalizamos los rasgos más sobresalientes para poder visualizar los estereotipos que se proyectan en el programa.³³ Para ilustrar este aspecto incluimos los siguientes fragmentos de distintos programas:

- a) La repetición de “Lo mejor de la semana” el 24 de marzo de 2012. En ella, una radioescucha (Re) participó en “El tema del día”.

Re: Solo quería contarles que: “por un pelito” y me cacha mi marido de que yo no cocino y compro la comida en una cocina económica.

T: Procura que tu marido no conozca a la que te cocina, si no se va a enamorar de ella.

- b) En la emisión del 28 de marzo de 2012 se transmitió:

T: Cuéntame de esa persona que no se le “hace ni el día, ni la tarde, ni la noche” porque nada lo hace feliz.

Re: Tristemente a mi marido.

T: Toda la vida, o ahora recientemente.

Re: Toda la vida pero ahora que trabajamos juntos se le agudizó el asunto.

G: ¿En serio, trabajan juntos?

Re: Sí.

G: Que hueva, que hueva la virgen de la ver...

Re: A él nada lo hace feliz, tenemos un negocio juntos, pero sí no se hacen las cosas como él dice se enoja. Yo por eso ya voy al sicólogo, voy a mi terapia los jueves, y ahí soy muy feliz, lo ignoro.

³³ Por estereotipos de género se entiende a todas aquellas características trilladas que describen a un tipo de persona.

G: Terapia de ¿qué?

Re: De sicólogo, a ese grado me tiene. Y me dice la sicóloga ¿por qué no lo dejas? Y yo le digo, no sé. Lo quiero bastante, hemos trabajado y tenemos quince años de matrimonio. Por eso quiero que le digan algo para que se relaje.

G: A ver pásamelo.

Re: A ver pérame (sic), no quiere, ya se bajó de la camioneta.

G: Aparte de todo, “joto”.

c) El 27 de marzo de 2012 comentaron:

G: Es de amigas llegar a defenderla. Para tranquilizar.

F: Pero hay una diferencia entre una discusión y un pleito de arañón y un agarrón de pelos.

G: Para empezar las mujeres no tienen por qué hacer eso.

En las citas anteriores se observan algunas pautas del estereotipo femenino, como el cumplir con las labores del hogar o el comportamiento ante una agresión corporal. En la segunda cita es relevante el caso de la radio escucha cuando narra su experiencia con la sicóloga. Pese a los cuestionamientos de su terapeuta, ella acepta que se aguanta el mal trato que le da su esposo por amor y por mantener el matrimonio. La actitud de la mujer adulta es de sumisión ante el marido, lo ignora para no tener mayor conflicto. No se resalta el que la mujer trabaje, pero sí se menosprecia el que su actividad laboral sea junto a su esposo. Al final “La Garra” pide hablar con el marido y al no acceder el escucha, el conductor lo insulta llamándolo “joto”; con ello desacredita el comportamiento del señor y de manera indirecta expresa que es propio de los “hombres” dar la cara y no salir huyendo.

5.2.2.3 Proyección de violencia performativa

La radio, como medio de comunicación, es según Bonilla (1995) un aparato ideológico promotor de violencia. Esta tipificación es una de las tres posibles maneras de identificar la violencia en los medios. Para Juris (2005), la violencia performativa es la interacción significativa donde los actores crean realidades sociales basadas en patrones ya existentes. Este tipo de violencia es simbólico – expresiva. Tal es el caso de los contenidos de *¡Ya Párate!*, pues crea identidades sociales e individuales, estilos y modos de expresión. Se considera que los contenidos del programa tienen una carga ideológica de violencia performativa ya que emiten comentarios discriminatorios con base en el género, el origen racial, la edad o la preferencia sexual. Esta violencia también se expresa en forma de burlas, ridiculización y caricaturización. A continuación se presentan comentarios hechos por los conductores, con la intención de ejemplificar diferentes tipos de violencia performativa.

- a) La transmisión del 27 de marzo de 2012, muestra la violencia performativa ejercida en forma de burla sobre la edad de Mario Cuevas, el mayor de todos los conductores.

G: Facundo me dio asilo.

F: Lo abandonaron.

T: Es un dato, tú le diste asilo a “La Garra”.

F: Sí es cierto.

G: “Asilo Don Facundo”.

F: Le cambiaba sus pañales.

- b) En otro fragmento de la misma fecha de transmisión, los conductores comentan frases del mundo teatral y vuelven a hacer mofa de la edad de Mario Cuevas.

G: Dime eso cuando tenga teatro. “Mucha mierda”.

T: Mejor diario. Porque si no... (Grita) Safo cambiar a "La Garra".

c) El mismo día se mencionó:

G: Se me vino a la mente Xuxa y sí es una mujer hermosa, güera, de ojos azules, alta, delgada, modelo, toda una figura.

F: Todo un pollo.

G: ¡Pero andar con Pelé!, o sea no'más (sic) porque es Pelé el futbolista, el rey del fútbol.

F: ¿Pues ya con eso no? ¿Qué más quieres?

G: Esta re gachito el señor, es lo mismo que andar con Johnny Laboriel.

En este último caso, la violencia performativa se ejerce por el origen racial. Ridiculizan a las personas de color y ponen como ejemplo de belleza a la mujer con rasgos de personas europeos.

La dinámica de constante pelea entre Omar Chaparro y "La Garra" es otro ejemplo de cómo la violencia puede estar disfrazada de actos graciosos. Un ejemplo es la siguiente cita del programa emitido el 7 de marzo de 2012.

O: Algo que está sonando en todas las radiodifusoras un nuevo estilo llamado Tribal Monterrey.

O: (canta) "Inténtalo si así lo quieres tu baby".

T: Horror, quien dice eso.

F: Nombre deverás.

G: ¿Por qué no te quedas en tu casa mejor Chaparro?

O: Inténtalo...

G: Si vas a venir pa' esa cosas mejor no vengas Chaparro. (sic)

T: Jajajajaja.

O: Oh que la... a mí sí me gusta eh.

La plática entre los conductores se torna jocosa, Chaparro presenta una canción, todos los demás se burlan porque no comparten el gusto por la pieza musical. Tamara se ríe y piensa que es un horror, Facundo tampoco acepta la melodía y “La Garra” es quien desacredita totalmente el gusto musical de su compañero, llegando al extremo de pedirle que mejor no asista al programa. Cualquiera de los comentarios contiene violencia performativa pues ofenden el gusto musical de una persona.

Por otra parte, Facundo racionaliza esta práctica como un acto de complicidad, más que de agresión. En entrevista con Reglero (2012), comenta que siente tener un vínculo muy especial con los radio escuchas a los que considera muy cercanos. El lazo afectivo se basa en los comentarios subidos de tono. El conductor lo expresa así:

“...es muy de mexicanos chingarse la madre entre cuates. No es faltar al respeto, es ser llevado, y eso hace sentir a la gente como más querida.” (Reglero, 2012, pp. 28-29).

El conductor establece esa familiaridad mediante prácticas de violencia performativa. Facundo generaliza este tipo de trato entre personas como un rasgo de la cultura mexicana, que se realiza sin la intención de ofender al interlocutor.

5.2.2.4 Líderes de opinión juvenil

Los conductores del programa radiofónico *¡Ya Párate!* ejercen este liderazgo debido al alto nivel de audiencia del programa, lo que les otorga fama y prestigio. Esta investigación se enfoca al líder de opinión en un contexto juvenil. Lo definimos como aquella persona cuya su opinión influye en su contexto social. Por lo general son carismáticos y sus seguidores son quienes legitiman su liderazgo, aunque el líder no necesariamente represente los valores aceptados por el resto de la sociedad.

En la emisión del 27 de marzo de 2010, Tamara y Facundo comentan:

T: ... es de amigas odiar a la novia del güey que le gusta a tu amiga.

F: Es lo más amigas.

T: Claro es de lo más amigas.

F: Le pones todos los atributos de “perra”, “balagarda”, “pirugolfa”, o todo lo que se le pueda mencionar. Se le pone el título de lo peor.

En el fragmento anterior los conductores legitiman la premisa de “odiar” a la novia del joven que le atrae a tu amiga y los dos conductores acreditan esta actitud entre amigas. Para ver la influencia que tienen estos comentarios en los jóvenes en estudio se analiza esta categoría posteriormente en cada caso. Es importante hacer una referencia cruzada entre el mensaje emitido y la reacción de los jóvenes para que se pueda entender cómo el liderazgo de opinión se da de manera conjunta o bidireccional entre el líder y sus seguidores.

Facundo concluye su intervención dando ideas de cómo calificar a esta persona. Todos los calificativos son agresivos y esto demuestra que Facundo no es el prototipo de persona “ideal” como se planteaba en el marco teórico, Lindholm (1997) explica que el líder puede ser una persona pública que juega el rol de “válvula de escape”. Sus prácticas liberaran a los jóvenes de la presión social, pues reflejan lo que les gustaría hacer y no pueden por el orden social. En este caso Facundo da pautas de comportamiento juvenil al dar una gama de apelativos y avalando este tipo de actitudes mezquinas.

5.2.2.5 Intercomunicación con los conductores

Las vías de comunicación que la audiencia tiene con el programa son: teléfono, facebook y twitter. Hay secciones del programa en la que es indispensable la participación del público, por ejemplo en “Un Peldón”, donde es

necesario que un radioescucha llame por teléfono para solicitar el apoyo y enlazar la llamada de la persona a la que se le pide el perdón. Podemos decir que el twitter es el medio principal por el cual la audiencia participa en “El tema del día”. Omar Chaparro, en el programa del 29 de marzo de 2012, lee mensajes del twitter y se detiene a comentar uno de ellos.

O: (lee un tuit) “Firmaste la pompa y me tatué, aunque todo mundo se enojó conmigo”. (Comenta) Ya sé quién es. Esto lo mando Silvia de Toluca. Me tocó una firma de autógrafos hace unas semanas. Me dijo “fírmame la nalga y me la tatúo”, y pues se la firmé y no pensé que se la fuera a tatuar. Tengo aquí la foto del tatuaje con mi firma de la nalga con el tatuaje.

G: ¿Por qué no la twitteas Chaparro? Para que la gente pueda verla.

O: ¿Ya la viste Garra?

G: Sí, pero twitteala para que la gente que nos escucha, se deleite la pupila viendo esa nalgototota.

La cercanía que tienen los conductores con la audiencia se da en parte por la comunicación directa que existe. El hecho de que el público llame por teléfono o publique algo en cualquiera de las redes sociales y los conductores lo reconozcan crea un lazo fuerte. No solo es significativo para el que se comunicó con ellos, sino para toda la audiencia pues los hace ser parte fundamental del programa.

5.2.2.6 Acompañamiento para la Integración al contexto social como el nuevo adulto

La concepción de aprendizaje que se maneja en esta investigación parte del paradigma socioconstructivista, puesto que este se genera en el contexto de la interacción social. El medio cultural donde se desenvuelven los jóvenes que colaboraron en este estudio es fundamental para entender sus experiencias formativas. La radio es parte de su educación informal y aporta elementos para su

formación ya que, como afirman Lave y Wenger (2003), el aprendizaje situado se desarrolla –entre otros lugares- en la vida cotidiana y en sus actividades empíricas.

En esta investigación se emplea el concepto de aprendizaje situado porque es el uso de conocimientos y actitudes que pone en juego un novato para integrarse a la sociedad como un experimentado más. Tal es el caso de los jóvenes que buscan su lugar en la sociedad como un nuevo adulto. Para transitar esta etapa es conveniente contar con un agente de acompañamiento. Los conductores fungen este rol al momento de emitir pautas actitudinales y de comportamiento que ayudan a los jóvenes a avanzar en sus etapas evolutivas. Una muestra de ello se observa en la siguiente cita del 27 de marzo de 2012.

F: ¿Qué ofrezco yo en las borracheras, acá, a la banda?

G: Todo. Nomás el requisito para llegar son dos caguamas.

F: Bueno pero ya en la peda les doy agua, siempre.

G: Ah ajá.

F: Siempre a cierta hora yo ya traigo unas aguas.

G: A mí esa hora no me ha llegado. No me ha tocado llegar.

F: Pides que te den un vasito de agua.

G: A mí esa hora no me ha llegado. No me ha tocado llegar. Pero sí sé que cuando llegas a la hora que se acaban las “chelas” empiezan los tequilas, los rones, los whiskies y todo lo demás.

De alguna forma Facundo y “La Garra” dan modelos de comportamiento en una fiesta donde se es anfitrión. También mencionan “tips” para un mejor consumo de alcohol en una reunión social. Los jóvenes en estudio se encuentran en la edad donde se inician como anfitriones. Experimentan sus primeras fiestas donde el control de la misma está bajo su resguardo. La recomendación de Facundo sobre el consumo del agua les puede servir como un consejo para iniciarse en el mundo adulto, en el que se consumen bebidas alcohólicas en las fiestas.

Por otra parte “La Garra” hace alusión a los tipos de bebidas embriagantes que pueden consumir y el orden en que aparecen en las reuniones. Los licores que mencionan por lo general son más caros, más de los adultos y más fuertes que la cerveza. El comentario del conductor también se puede ver como una pauta de comportamiento que contribuye al ingreso de los jóvenes al mundo de los adultos.

La descripción y análisis de contenido del programa *¡Ya Párate!* permite tener claridad del referente común al que se remiten los jóvenes en estudio. La emisión radiofónica es el eje en el que giran las experiencias formativas de los jóvenes de esta investigación. A continuación se presenta el estudio de casos para analizar las experiencias formativas de los participantes.

5.3 Estudio de casos

Para el análisis de las experiencias formativas en el estudio de casos es pertinente tomar a los jóvenes como audiencia local, pues son un grupo que comparten un gusto por escuchar *¡Ya Párate!* pero su consumo cultural está determinado por su propia perspectiva de la vida. En este sentido se relaciona con los cambios sociales propios de finales del siglo XX y principios del XXI. La posmodernidad es el momento histórico cultural de nuestros días y delimita las nuevas reglas en la concepción del mundo. Esta concibe a las estructuras e ideologías tradicionales como estructuras movibles que pueden cuestionarse, fusionarse entre sí, e incluso reemplazarse por otras, generando así diferentes visiones del mundo. Como se indica en la lógica posmoderna “no hay ya un modelo absolutamente *correcto* o *verdadero* de ser.” (Pacho, 2000, p.192). En la actualidad es posible la coexistencia de todas estas realidades en un mismo contexto social, compartiendo un tiempo y lugar determinado. De tal manera que es pertinente estudiar a cada joven por separado pero sin perder de vista que es parte de un todo.

El estudio de casos permite ver a cada joven como una unidad de análisis por sí misma. No se pretende hacer generalizaciones, es decir, la postura de cada joven no es la misma para todos sus pares. Como lo mencionan Pacho (2000), Valles (1997), Berger y Luckman (1978) y Stake (1998) la intención de este tipo de estudios no es enjuiciar, evaluar o medir, sino por el contrario tratar de entender como un mismo producto mediático funciona como andamiaje, mediador y generador de una diversidad de experiencias formativas ricas desde la visión de cada persona.

5.4 Estructura de los casos

En el primer caso de cada escuela se presenta la descripción de la institución educativa. Considerando los apartados de: contexto económico, tipo de escuela, turno, instalaciones, servicios escolares, ubicación del plantel, tipo de población estudiantil y el reconocimiento social de la institución.

La vida cotidiana está compuesta por rutinas que dan estructura, seguridad y orden a las acciones que se realizan día con día. Los jóvenes establecen su rutina dependiendo de su contexto, de la edad, rol social, género, por mencionar algunas. Por ello, el estudio de caso se inicia con las características contextuales de cada joven; para poder entender mejor la situación de cada actor a estudiar. A todos se les asignó un nombre distinto al suyo para garantizar la confidencialidad de su identidad y comentarios.

A modo de presentación de cada joven se mencionan algunas características de su familia como son: integrantes de la familia, lugar que ocupa en los hermanos, tipo de familia, contexto económico, ocupación de los padres y si el joven trabaja o no al momento de su entrevista. Para los datos del barrio donde viven se tomaron en cuenta: la colonia en la que vive, servicios con los que cuenta su colonia, descripción de su casa, como son sus amigos de barrio y si tiene alguna actividad dentro de su comunidad.

Cada estudio contiene la descripción de la rutina de un día típico en el que escuchan el programa. Se resalta: el horario y días en que lo escucha, motivos de sintonizar el programa de estudio, con quién lo escucha, qué importancia le da a lo escuchado, dónde lo escucha y si él es quien decide sintonizar el programa.

Se continúa con la opinión inicial que el joven tiene sobre el programa de radio. Con estos datos se ubica su posición como radioescucha y da pie al análisis de las experiencias del consumo cultural que tiene de la emisión radiofónica. Los apartados que se analizan dentro de sus experiencias formativas son la identidad juvenil, estereotipos de género, violencia performativa, interacción social, liderazgo de opinión y la posible interacción que tiene con los conductores del programa. Se concluye con las categorías analíticas de aprendizaje situado, contenido radiofónico como mediador, integración al contexto social como el nuevo adulto, experiencia compartida e internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción. Los apartados dejan ver el sentido formativo de las experiencias desde un enfoque socio constructivista.

5.5 Oscar, joven estudiante del Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI)

El Centro Educativo Siglo XXI es una escuela privada y se localiza cerca de una colonia de nivel socioeconómico alto. Ofrece los siguientes niveles educativos: maternal, preescolar, primaria, secundaria, bachillerato y dos licenciaturas en la Normal de Maestros impartidas en el turno vespertino. Todos los niveles se imparten en sistema escolarizado, con grupos mixtos y en sistema bilingüe.

El plantel cuenta con instalaciones espaciosas con salones adaptados a las necesidades de cada nivel educativo. Maternal, preescolar y primaria comparten una cancha pequeña de fútbol, área de juegos rústicos con un arenero, baños, centro de cómputo, biblioteca, salón de expresión corporal, de música y taller de artes visuales. Estos tres niveles cuentan con su propia coordinación.

La secundaria y el bachillerato dependen de su propia coordinación. Los salones de estos niveles se concentran en dos edificios y comparten los talleres de servicios generales, talleres artísticos (música y artes escénicas), laboratorios de ciencias, coordinación y dirección académica. Por la tarde estos edificios son usados por el personal y estudiantes de la Normal para maestros.

Las áreas comunes para todo el alumnado son: cancha de fútbol, cafetería, recepción, caseta de vigilancia, explanada y oficinas generales. El estacionamiento es para personal administrativo de la escuela. Las instalaciones muestran un buen mantenimiento, el estilo arquitectónico es rústico y la decoración es unificada para toda la escuela.

Los estudiantes que asisten a esta institución son de clase media alta y alta generalmente. Casi todos los alumnos del nivel de bachillerato son llevados a la escuela por alguno de sus padres o por el chofer de la familia. En otros casos llegan en su propio automóvil. La mayoría de los estudiantes asisten a actividades extra curriculares artísticas, deportivas o recreativas en el club social.

En esta institución educativa hay 21 alumnos matriculados en sexto semestre de un total de 66 en el nivel medio superior. A nivel local es reconocida en el sector de escuelas particulares. El ingreso a la Universidad Veracruzana da cierto grado de prestigio social. En el año 2011 Ortega, Rosales y Jácome reportan que de 15 aspirantes nueve fueron aceptados, uno no se presentó al examen y cinco fueron rechazados. El área de razonamiento lógico matemático fue la más alta en la evaluación y la más baja fue matemáticas.

Oscar es estudiante del sexto semestre de bachillerato del turno matutino en el Centro de Estudios Siglo XXI. Tiene 19 años, es originario de la Ciudad de México. El género con el que se identifica es masculino. Por las tardes entrena tenis y su pasatiempo favorito es leer comics. No tiene alguna actividad laboral ni

es integrante de algún grupo religioso o social. Vive en el fraccionamiento Las Ánimas, su casa cuenta con todos los servicios y está muy cerca de su escuela. Su círculo juvenil de amistades es el de sus compañeros de colegio.

Vive con sus padres, su hermano mayor de 22 años estudia en Monterrey, por lo que no vive con ellos. Sin embargo cuando los visita se reúnen en familia para practicar juegos de mesa y el estudiante afirma que pasan ratos muy agradables. Su madre es contadora y sicóloga, ella labora como sicóloga, ya no ejerce su profesión de contaduría. Su papá es contador jubilado. Toda la familia pertenece al club social y deportivo Britania. Su asistencia a dicho lugar es frecuente, el joven comenta lo siguiente:

Mi papá va a jugar en las mañanas, yo en las tardes, mi mamá entrena en las mañanas igual pero no, como familia nunca vamos.

Los medios de comunicación que consume la familia son: en el caso del entrevistado es la internet con páginas de información como lo es “hasmeelchingadofavor.com”, la cual contiene datos que no se publican en los periódicos de formato convencional. En el caso de la prensa a su papá le llega viernes, sábado y domingo el diario Reforma de la Ciudad de México. Sus padres ven los noticiarios televisivos, el joven opina que ver las noticias lo deprimen porque:

Vas a enterarte de cosas que ya sabes en la tele, pss ya sabes que está feo el país, y te lo dicen todavía que está peor.

Oscar con este comentario denota que está consciente de la situación social de su entorno, los acontecimientos le generan malestar, pues no le es grato ver el deterioro social. Él prefiere buscar por su cuenta los datos informativos que satisfagan sus necesidades y dónde él tenga el control de su consumo noticioso.

5.5.1 Rutina

El joven comenta que escucha el programa *¡Ya Párate!* dos o tres veces por semana. En ocasiones programa su despertador con la función de activarse con la estación de “Los 40 Principales”. La emisión radial lo acompaña mientras se prepara para salir rumbo a la escuela. El tiempo aproximado que escucha el programa es de una hora; en ese tiempo Oscar se baña y se arregla para ir a la escuela. Mencionó que durante el desayuno no oye el programa pues en ese momento platica con su madre. Todo el demás tiempo que tiene sintonizado el programa se encuentra solo. Aun cuando él reconoce que no pone mucha atención a lo que pasa en el programa de repente se ríe de lo escuchado. Tiene año y medio aproximadamente de ser radioescucha del programa. Este fenómeno cobra relevancia pues bajo la postura de Buen Abad (2006) dice que la saturación semántica es la repetición constante de algún discurso hasta llegar a integrarlo a lo cotidiano. Por otro lado, Padierna (2007), plantea que tener las experiencias de la rutina diaria ofrece conocimientos que pueden modificar la identidad y la conducta. Es posible que por lo cual Oscar sea escucha el programa.

En la segunda entrevista manifestó que después de la primera entrevista varió su consumo radiofónico. Ahora escucha cuatro días por semana el programa, varían los días en que sintoniza la estación. El aumento de su consumo fue solo durante el periodo de una entrevista a otra, ya que se le solicitó reflexionar sobre los contenidos del programa. No extraña la emisión radiofónica cuando deja de escucharlo. El horario en que lo escucha es de seis a siete de la mañana. Lo escucha a través de su iPhone o en el radio. Elige estos medios porque le es más fácil encenderlos y escuchar el programa que por vía internet. Esto nos remite a Schramm (1979), pues depende de las rutinas, contextos y personas la facilidad de acceso a determinado medio de comunicación. Oscar escucha a solas el programa. A su madre no le gusta oírlo, cada vez que lo empiezan a escuchar ella apaga la radio.

Cuando el joven vivía en la Ciudad de México sintonizaba el programa de radio “La Muchedumbre” conducido por Toño Esquinca en “Alfa” 91.3 de FM. Al venirse a radicar a Xalapa dejó de escucharlo, en esta ciudad no encontró una oferta amplia de estaciones radiofónicas, es por ello que empezó a escuchar la estación de “Los 40 principales”. Hoy en día ha retomado ser escucha de Esquinca y dejó de escuchar *¡Ya Párate!* Prefiere escuchar a Toño Esquinca porque aborda temas de mayor seriedad. Cuando quiere pasar un rato ameno sintoniza la emisión radiofónica. La preferencia en rating según IBOPE AGB México (2011), entre los jóvenes de 16 y 18 años, en la Ciudad de México, es considerablemente mayor para “Alfa” a comparación de “Los 40 Principales”. Este dato nos ayuda a ubicar la preferencia radiofónica de Oscar como joven procedente del Distrito Federal.

5.5.2 Opinión del programa

A Oscar le gusta el programa por ser gracioso, divertido y entretenido. Le agradan los personajes que interpreta Omar Chaparro, que Facundo sea burlón y de “La Garra” le gusta su sentido del humor. No le gustan los temas ni la forma en que los comentan los conductores. Le desagrada que los conductores hagan comentarios de sus vivencias personales, pues no es de interés para el joven la vida personal de los conductores.

Después de poner un poco de más atención a la emisión de radio, Oscar corroboró su opinión del programa. Para la segunda entrevista confirmó que para él son “idioteces” que lo hacen reír, que no hablan de algún tema a profundidad ni de manera trascendental.

Su sentir respecto a Facundo es que hace una buena interpretación de su personaje. El no cree que en realidad el conductor sea tal cual se proyecta en el programa de radio como joven gracioso. Esta es la opinión que tiene sobre Facundo:

Humorista, burlón, así serio, serio no es. No lo conozco en persona pero pss entablar una conversación no sé, sobre la globalización de hoy en día, las carencias de otros países etcétera, no tengo ni idea de si me va a responder.

Si bien Oscar no cree que Facundo sea tan inmaduro para su edad, tampoco cree que tenga una preparación sólida que le permita desenvolverse como adulto. En el apartado del análisis de contenido se abordan: la identidad juvenil que proyectan los conductores cómo parte intencional de la misma naturaleza del programa.

Una propuesta que tiene Oscar sobre el programa es integrar a otra locutora más. Con la intención de tratar de equilibrar el programa. Las características principales que debería de tener la nueva integrante es un carácter definido y no dejarse de los otros conductores, o sea enfrentar con argumentos sólidos a los comentarios de los hombres del programa.

5.5.3 Experiencia y consumo cultural

A Oscar le divierte el programa. El hecho de que éste le dé un toque gracioso a temas formales, le funciona para pasar un momento agradable antes de irse a la escuela. No le da mucha importancia a lo que escucha en la emisión de radio, considera que todo está en un tono de broma que le impide al joven tomarlos con seriedad. De alguna manera desacredita al programa y le da pena aceptar que lo oye, por ejemplo no dice en su escuela que escucha *¡Ya Párate!* Considera como mediocre la emisión, el joven dijo que no es suficientemente valiosa la información como para recordarla u ocuparla después. Esta es la opinión de Oscar sobre los datos expresados por los conductores:

Depende de qué tipo de información, porque si sé que lo que están diciendo es mentira, no hago caso y no lo investigo, pero depende

qué tipo de información, si es no relevante para mí, la dejo así, no la llevo a utilizar en un futuro porque no sé si sea verdad o mentira, pero no la investigo, si yo sé que está mal, está mal y ya.

El comentario deja ver cómo su consumo radiofónico es desechable. Aun cuando no corrobora la información, él reflexiona sobre lo escuchado y concluye que los comentarios de los conductores no son válidos para él.

En apariencia a Oscar le molesta y desacredita el programa, pues lo juzga desde una postura académica. No considera que el programa es parte de otro contexto diferente al de la escuela y le da otro tipo de experiencias. Un ejemplo de ello es:

Estaba con los amigos, estábamos platicando de piropos, pero meramente me acordé de piropos por el programa, cómo que ya supe más o menos unos chistosos.

Con esta afirmación denota cómo en su entorno cotidiano el joven si ocupa lo escuchado en el programa. Vivió una experiencia agradable en la cual platicó con sus amigos un tema que por lo general es de interés a los jóvenes. Este tipo de contradicciones para Maffesoli (1997), son comunes en la vida cotidiana, pues es un pensamiento desordenado.

Oscar hace énfasis constante en que no ha aplicado lo escuchado en *¡Ya Párate!*, pero acepta que si le ayuda para no tomar las cosas tan en serio y tener una vida más ligera. También le sirve para tener temas afines de conversación con chicos de su edad.

En el segundo momento de la entrevista Oscar externó que el motivo que tiene para escuchar el programa es reír un rato. Se acordó que no había ocupado lo escuchado en el programa. Resaltó que le llamaron la atención algunos datos

curiosos, como cuál es el país que tiene más religiones y cuál es el que tiene menos. Pero para él no son datos que le sirvan para algo en específico.

5.5.4 Patrones de identificación juvenil

De primera instancia el programa hace que se sienta identificado como joven. Oscar no logra dimensionar que ser escucha asiduo lo hace ser de alguna forma parte de ellos. Reconoce que la información que recibe de la emisión de corte juvenil no la puede aplicar en su vida diaria. Por ejemplo, él no considera propio decirle un piropo de los que externan los conductores a alguna chica. Le parece inapropiado ese tipo de comportamientos hacia las mujeres. Otra muestra es el modo de referirse a los gays. A manera de ejemplificar las alusiones a los gays, se retoma un fragmento de lo emitido en el programa el 7 de marzo. Los conductores comentaron el tema del día y compartieron un tuit de una radio escucha.

T: ...la frase de mi esposo (se refiere al marido de la radioescucha) es: “somos lilos, somos rosos, somos blancos, mariposos, para qué queremos viejas habiendo hombres tan hermosos”.

G: Me la puedes mandar esa frase por favor Tamara.

El estudiante considera que no es capaz de expresarse de la misma forma en que lo hacen los conductores. Considera inapropiados este tipo de apelativos para referirse a los gays y la manera de aludir a las mujeres.

La única característica, mencionada por Oscar, que comparte con los conductores es ser chistoso. A lo largo de la entrevista comentó que no se identifica con ningún elemento del programa ni con los temas. Sin embargo es reiterante al recordar el ejemplo de “los piropos” y de cómo conquistar a las chicas. Estos dos temas son propios de la vida cotidiana de los jóvenes ya que en la convención social de México sobre el flirteo y la edad apropiada para el noviazgo

es la juventud. Como lo menciona Rojek (2005), es una etapa de poca responsabilidad y de experimentación sexual.

Es relevante resaltar que Oscar tiene claro el perfil del programa y cómo los conductores son partícipes del logro de esta emisión. A continuación presento parte de la opinión del joven en este sentido.

Todos los locutores la hacen bien, pero deberían de cambiar de temas o buscar algo interesante de qué hablar o simplemente intentan atraer a gente joven, deberían de intentar... ver a futuro, porque el público joven y es el futuro...

Y continúa:

Ellos no son, pss que tendrán, Facundo tendrá que... ¿unos 28, o ya tiene 30?, ya lo consideraría adulto. Ya no joven, ya tendría un poquito más de responsabilidades que nosotros, ya no estudia, trabaja, hay que llevar comida a la casa, pss siendo joven pss estudio, me pagan mis papás la universidad, me dan de comer...

La anterior cita arroja varios componentes de la concepción de juventudes que tiene Oscar y que concuerda con la visión de varios autores. Para iniciar, efectivamente Facundo a sus 34 años de edad, ya no es un joven, pues el Instituto Mexicano de la Juventud en el Programa de Mediano Plazo 2008-2012 está conforme al decreto de la Organización de las Naciones Unidas para definir el rango de edad que son de los de 15 a 24 años de edad. La organización sugiere que cada país delimite su rango de edad, quedando en México de los 12 a los 29 años. Otro punto a resaltar son los roles que Oscar tiene categorizados para los jóvenes y para los adultos. Estos mismos roles Rojek (2005), los aborda como variantes socioeconómicas, depende del contexto de cada persona. Para los jóvenes es mayor dependencia y mayor tiempo destinado a actividades educativas

y de ocio. Para los adultos son más las responsabilidades y es menor el tiempo libre.

5.5.5 Recepción de estereotipo de género

Oscar tiene la formación desde casa que a las mujeres se les debe respetar y tratar con mesura. Es por ello que no comparte la manera de referirse a las mujeres tal y como lo hacen en el programa. El joven cree que si le dijera a una dama un piropo como los emitidos por los conductores, bien merecido tendría que ella le diera una bofetada. En este ejemplo resalta que él no debe de ofender a una mujer, pero el sí le puede dañar su integridad al agredirlo físicamente. Esta visión de cómo debieran ser la relación entre hombres y mujeres, lo lleva a pensar que sería mejor si no estuviera Tamara Vargas en el programa, pues le causa conflicto el que ella esté presente y sea partícipe de esta forma de interactuar.

Oscar opina que los conductores deberían cuidar sus expresiones, pues son un tanto ofensivas y nadie es quien para criticar e insultar a otra persona. También observó que el personaje de “La Garra” es solo una interpretación del actor Mario Cuevas. Las características del personaje gay son estereotipadas, tales como: el ser chistoso, el que diga “idioteces” y afeminado. Oscar puntualiza que no todos los gays son así o no deben ser así. El comportamiento no determina la preferencia sexual. Además considera que este estereotipo de los gays es un perfil que le ha funcionado muy bien a los medios de comunicación para aumentar sus ventas.

Dentro de la concepción de Oscar, sobre el rol de género de los hombres es el de ser proveedor. Lo menciona de manera indirecta cuando hace la reflexión de la edad de Facundo y de su supuesta juventud. Dice que el conductor ya no es joven, que tiene ya otro tipo de responsabilidades como la de llevar el sustento al hogar.

El comentario de Oscar en la segunda entrevista sobre el trato que recibe Tamara Vargas es de respeto. En los días que el joven escuchó el programa no se percató de alguna agresión hacia la conductora. Por otro lado, si lo notó con el personaje de “La Garra”, pues el joven llegó a la conclusión que Mario Cuevas representa al estereotipo de los homosexuales. Oscar hace la aclaración que no todos los gays tienen que hablar afeminados o las lesbianas tienen que hablar en tonos graves.

De nueva cuenta ratificó la propuesta de integrar a una nueva conductora que le ponga límites a los otros conductores, sobre todo a Facundo. Lo narra así:

No, que no le siguiera la corriente, un “estate quieto” y eso a mí me da mucha risa. Que a un güey si está platicando de algo irrespetuosamente ver como lo callan de un trancazo, ¡Ahh! No sé, se ve chistoso o sea, es irrespetuoso, pero me gusta ver que meramente no se quedan quietas y nada más calladas como si nada hicieran.

Con este comentario se puede observar que para Oscar uno de sus patrones de género femenino es de mujeres sumisas, calladas o que se dejen de los demás. Pero, también el de la mujer aguerrida que no permite ser minimizada. Para García -Mina (2003), los estereotipos de género se forman dependiendo del contexto sociocultural de cada persona, son entramados de significados que se construyen a lo largo de la vida. Pueden ser tan laxos o firmes como cada clase social lo permita. Probablemente, entre otras causas, Oscar tiene esta doble imagen de las mujeres por su situación familiar. Ya que la madre realiza algunas labores del hogar, cumple el rol de madre y es quien sale a laborar mientras su padre al ser jubilado se queda en casa.

5.5.6 Recepción de violencia performativa

En los pocos comentarios que externa Oscar sobre este apartado, él no considera que sean ofensivos ni que insulten a las personas. Para la segunda entrevista si abunda un poco más sobre el tema. Después de reflexionar sobre lo que escucha en el programa llegó a varias deliberaciones.

Consideró que los chistes si pueden llegar a ser un tanto ofensivos para algunas personas. La mayoría de los chistes son machistas, el joven no escuchó algunos que fuera a favor de las mujeres. Aun cuando Tamara Vargas intenta defenderse como mujer no logra hacerlo del todo. En el programa del 7 de marzo los conductores mencionaron:

F: De todas mis novias tú eres mi favorita. Y que se enoja la vieja.

O: No aguanta nada.

La conductora no dijo nada al respecto sobre el comentario de sus compañeros. La violencia performativa en el mensaje emitido esta en la validación de la idea que los hombres pueden mantener más de una relación sentimental y en la forma de referirse a las mujeres como algo ya “viejo”. Chaparro a manera gracioso, reafirma el comentario externando que las mujeres deberían aceptar la situación de la poligamia aunque se encuentren en una sociedad monógama. También se encuentra violencia en apoyar las connotaciones hacia las mujeres como algo “usado, pasado o en decadencia”.

Cuando pensó sobre la manera en que conviven los conductores en el programa, el joven se vio reflejado en esa dinámica. La relacionó con un día común en su escuela, los chicos molestando a las chicas y viceversa, haciendo bromas, contando chistes, platicando temas irrelevantes y de manera superficial.

En cuanto a la violencia performativa que pudo identificar, dice lo siguiente sobre el personaje de “La Garra”:

“La Garra”... Pss él crea su estereotipo de gay pues ya desde ahí es una ofensa yo digo. Pues si él fomenta los chistes, que sea objeto él de burla.

García-Mina (2003) describe los tres puntos de la internalización de género, el primero son los modelos sociales, el segundo es la integración personal de las normas sociales y el tercero es su propia construcción de género. En la cita anterior se puede observar como para Oscar el programa refuerza sus modelos de construcción de identidad de género. El personaje de “La Garra” le aporta pautas de cómo tratar a un homosexual. Identifica en el discurso del conductor rasgos de auto- violencia performativa, pues se burla de su condición de género, hace chistes y mofas de los gays.

5.5.7 Modos de interacción social

Oscar escucha a solas el programa. A su madre no le gusta el programa de radio *¡Ya Párate!* por el tipo de vocabulario que usan y la manera en que se expresan los conductores. Su padre está dormido a la hora en que Oscar se alista para irse a la escuela. Se despierta solo para llevar al joven a la escuela, durante el trayecto Oscar oye el programa en sus audífonos, mientras su padre sintoniza las noticias en el auto estéreo.

En ocasiones, a sus amigos les platica los chistes que dijeron en el programa. Nunca les dice que los escuchó en *¡Ya Párate!*

Para la segunda entrevista Oscar mencionó que ha disminuido la frecuencia con que escucha el programa. Los primeros días que lo sintonizó fue por gusto e inició su reflexión encargada para los fines de esta investigación. Los días

posteriores ya fue solo por el encargo, el joven comentó que lo escuchado en el programa no le sirvió para nada.

5.5.8 Líderes de opinión juvenil

El único punto en el que Oscar se identifica con los conductores es en lo chistosos. En particular el personaje de “La Garra” le parece gracioso. Sin embargo hace una pequeña crítica sobre él:

Le queda bien, está chistoso y tal vez le hayan pedido que haga un personaje así, no sé cómo funcionen los medios de comunicación, pero pss tal vez le pidieron eso o tal vez él llegó con la idea de hacer eso, pero le quedo bien el personaje. Habla bien, pero también da criterios personales a ciertas cosas que no debería... cómo el ejemplo de los gays.

Oscar evidencia que en su consumo radiofónico algunas veces pasa por el pensamiento crítico. En el caso del programa aun cuando le divierte escucharlo si se percata del personaje de Mario Cuevas es el estereotipo de los gays. También reflexiona sobre lo que dicen los conductores, saca sus propias conclusiones y no acepta todos los mensajes como verdad absoluta.

De nueva cuenta en la segunda entrevista y de manera muy cortante, no consideró a los conductores como personas que influyan es su manera de pensar o de comportarse.

5.5.9 Intercomunicación con los conductores

Oscar nunca ha intentado ponerse en contacto con el programa, ni con los conductores. En twitter no sigue a ningún conductor, ni al programa. Tampoco tiene interés por hacerlo.

5.5.10 Aprendizaje situado

5.5.10.1 Contenido radiofónico como mediador

Para Oscar el programa le ha servido para no tomar las cosas tan en serio. Escuchar los comentarios desenfadados de los conductores hace que el joven vea otro tipo de convivencia. El esquema de comunicación le ayuda a Oscar para poder platicar con sus pares sin tener que ser tan formal.

Oscar hace una reflexión sobre dos de los conductores. El cuestiona el rol de Facundo dentro de los medios de comunicación, el joven no logra clarificar si el conductor es en la vida real igual de irreverente que el “personaje” que presenta en radio y televisión. “La Garra” es el otro conductor que Oscar considera como un producto de mercadotecnia. Ha pensado que el actor Mario Cuevas representa al gay afeminado y chistoso. Para el joven no es gracioso el etiquetar a los gays con esas características. Considera que existe una falta de respeto a los homosexuales, ya que el mismo actor propicia burlas y comentarios violentos a su personaje y como consecuencia a los gays.

En la segunda entrevista Oscar fue mucho más concreto en sus observaciones e identificó cómo el programa contribuye o no a su formación. En primera instancia se dio cuenta que los chistes pueden llegar a tener connotaciones de violencia de género. También se percató que los conductores no profundizan en los temas, esto le sugiere que es un programa de consumo desechable que solo lo ocupa para reírse y pasar un rato agradable.

Aceptó que la sección de “notas curiosas” le aportó información del mundo contemporáneo. Por ejemplo: los países que cuenta con más y menos religiones. Oscar considera que esos datos que no le sirve para nada, ya que no la ha usado. Por lo tanto no se generó aprendizaje significativo, pues no recordó la información precisa. Lo que obtuvo fue una experiencia discontinua según Dewey (1997) por que no pudo construir nada con esa información. El que lo reflexionara y

reconociera, si fue una experiencia formativa, se dio cuenta que el programa sí le aporta datos que pueden ser parte de su bagaje cultural.

De nueva cuenta el joven reflexiona sobre el programa de radio y sus conductores. Ahora cree que Facundo no actúa en la emisión de radio, que es así en su vida cotidiana: burlón, gracioso y no cree que se pueda conversar de temas serios y a profundidad con él.

Después de escuchar el programa desde una visión crítica y de llegar a las conclusiones que antes se mencionan Oscar cree que:

O sea no te enseñan... te dan tips si vas a ir con una chica o cosas así. Ya sé que son idioteces. No les voy a hacer caso pues, o sea no los voy a poner en práctica. Pss no voy a ir como idiota.

Al parecer se vio transformada la opinión y el consumo radiofónico de Oscar. Al inicio decía que lo único que usaba eran los chistes y ahora que ya se dio cuenta de la carga de violencia tendrá más cuidado con el uso de ellos. De los tips que emiten los conductores no los ocupará pues no los concibe como valiosos o pertinentes.

5.5.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

Una característica entre la adolescencia y la adultez son los cambios de intereses. Un ejemplo de ello puede ser, que para algunos jóvenes es más atractivo escuchar programas de entretenimiento y para algunos adultos la barra de noticias internacionales. Parece ser que en este esquema se encuentra transitando Oscar. Pues como parte de la incursión a la adultez ya tiene interés por temas de política, economía y conflictos internacionales, pero su lado adolescente busca entretenerse con programas divertidos.

Otra faceta que está viviendo Oscar es la del noviazgo y el cortejo a las chicas. El programa en ocasiones sugiere pautas de cómo establecer una relación de pareja. Oscar no las considera pues cree que para conquistar a las mujeres no hay una manual, que es solo cosa de práctica.

En el segundo momento de la entrevista, al joven le llama la atención el grado de violencia performativa que tienen los comentarios emitidos. Ya que todos los conductores son adultos y debería caber en ellos la cordura y sensatez en lo que dicen. El joven afirma que ese tipo de actitudes no le ayudan a nadie en su proceso de formación.

5.5.11 Experiencia compartida

Oscar escucha solo el programa y únicamente ha tenido una experiencia donde haya usado lo escuchado en el programa. Fue cuando platicó con sus amigos sobre piropos, el aportó a la plática los piropos que escuchó en *¡Ya Párate!* y uno que otro chiste. No les dijo a sus compañeros que la fuente de información fue la emisión radiofónica. Esta experiencia no la registra como consumo cultural, ya que al preguntarle directamente si había usado lo escuchado en el programa responde que nunca, ya que él supone que:

No es lo suficientemente valiosa la información. Para que llegue a la escuela a contarlo.

En la segunda entrevista reitera que no ha compartido la información con otras personas, después de reflexionar sobre su consumo radiofónico tiene mucha precaución de no usar lo escuchado. Pues como dice la cita anterior no cree que sea relevante la información.

5.5.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

El programa le ha ayudado a no tomar la vida tan en serio, a ser más relajado en sus relaciones con sus pares y a permitir que cada persona tome sus juicios personales.

Después de la primera entrevista, pasó un periodo dónde el joven tomó conciencia de su consumo radiofónico. Sin tener la presente investigación la pretensión de cambiar sus prácticas de consumo, si se dio una modificación. Ha decidido ya no escuchar el programa y mejor sintonizar el programa de Toño Esquinca. La conclusión final a la que llego fue:

O sea, yo como persona, con la educación que he tenido, sé que si escucho algo no forzosamente es cierto. No sé, puede que la ignorancia de México, de una persona, se crea completito lo que dicen. Yo no lo volvería a escuchar porque no deja nada.

Este último comentario lo dijo Oscar parándose de la silla y dando por concluida la entrevista. Fuera de la entrevista comentó que ya no quería perder más el tiempo con ese programa.

5.6 Laura, joven estudiante del Centro Educativo Siglo XXI (CES XXI)

Laura es una estudiante de 17 años, asiste al Centro Educativo Siglo XXI en el turno matutino, cursa el sexto semestre del bachillerato. Su género de identificación es lésbico. Actualmente no trabaja. Por las tardes estudia inglés en el Centro de Idiomas de la Universidad Veracruzana, de manera independiente toma clases de dibujo y pintura pues le interesa el comic japonés.

Es originaria de la ciudad de Xalapa. Vive con sus padres y hermanos. Ella es la mayor de dos hermanos, uno de 13 y el otro de 11 años. Su madre trabaja como gerente de ventas en bienes raíces y su padre no trabaja. Los medios de comunicación que consumen en familia, aparte de la radio son: el periódico Diario de Xalapa. La internet la usan como medio de contacto familiar y la televisión como fuente de diversión. Los tiempos de convivencia familiar entre semana son en la comida y la cena, son los únicos horarios donde se encuentra toda la familia reunida. Con frecuencia asisten juntos al cine en fines de semana.

La joven vive en una colonia popular, su casa cuenta con todos los servicios excepto teléfono fijo, ya que casi no están en casa y todos los integrantes de la familia cuentan con celular. No realiza ninguna actividad social con sus vecinos. No tiene amigos en su colonia, sus amistades son ex compañeros de escuela y compañeros de sus actividades vespertinas. Casi no sale con sus compañeros de escuela pues dice no tener muchos intereses afines.

5.6.1 Rutina

Los fines de semana son cuando Laura disfruta más escuchar el programa pues lo hace en un contexto familiar. Su padre es quien enciende el radio, es por él que Laura se inició como escucha asidua a la transmisión. A su madre es la única integrante de la familiar que no le agrada el programa. De todos modos con ella no comparte esta dinámica familiar, pues su madre trabaja los sábados por la mañana y no se encuentra en casa cuando se trasmite *¡Ya Párate!* Laura está en casa los sábados con su padre y sus hermanos.

Laura antes escuchaba el programa entre semana de camino a la escuela. En el trayecto iba acompañada de su padre quien era el que sintonizaba la estación de “Los 40 Principales”. En los últimos días se va sola a la escuela. Toma taxi para llegar al colegio, solo oye el programa si el taxista está escuchando la

transmisión. Donde sí lo escucha es en su casa mientras se alista para salir a la escuela.

La rutina que comentó Laura en la segunda entrevista, es que programaba su despertador en la función de activarse con la estación de radio de “Los 40 Principales”. Escucha en su cama por unos minutos el programa, ya que le cuesta trabajo despertarse. Le atraen los comentarios de los conductores y eso hace que se logre despertar. Una vez levantada deja el radio encendido mientras se cambia, asea y desayuna. El tiempo aproximado en que escucha la emisión radiofónica es de siete a siete treinta.

5.6.2 Opinión del programa

Laura tiene aproximadamente dos años de ser radio escucha asidua del programa. Le gusta la emisión radiofónica, ya que se divierte, se ríe, se distrae y se olvida de las problemáticas sociales actuales. Le atrae que inviten a artistas de cine y den datos curiosos o cápsulas informativas. En cuanto a la opinión de los conductores Laura siente que Tamara Vargas es como la conductora más seria de todos.

También hace sus bromas y todo, pero es así como que más responsable en el aspecto de “tenemos un programa, no se dispersen tanto.” Es quien anda aterrizando a los demás.

Para Laura “La Garra” es un personaje chistoso que tiene como misión el atraer a más público. Del trabajo de Omar Chaparro opina que:

De ese hombre me encantan todas sus tonterías, los personajes que saca. “La Licenciada”, es de mis favoritos. Porque es bien lépera, sale con cada mamada, que tú te quedas... ¡Ay! vas con tus hermanos y tu

así... momento incómodo. Así como que se quedan... y hacen sus inferencias pero pss...

Aun cuando pasa momentos incómodos con sus hermanos por los comentarios subidos de tono de Chaparro, ella lo sigue escuchando. Identifica que los mensajes son groseros y no son aptos para niños.

En la segunda entrevista reitera su gusto por el personaje de “La Licenciada”. Otra cosa que identificó durante el periodo de reflexión entre las entrevistas, fue la funcionalidad de los gritos de los conductores diciendo “Buenos días”. Le sirve para iniciar la jornada diaria con ánimos.

En términos generales su opinión no se vio tan trastocada, ya que los sigue viendo como divertidos, relajados y groseros. El único cambio es que ahora concuerda con su madre, al decir que el programa es popular, común y vulgar, ya que no aporta nada nuevo y está lleno de alburas de baja moral. Laura piensa que el uso de un lenguaje vulgar es una estrategia de mercadotecnia, esta idea se refuerza con el postulado de De Anda (2003), el autor en su tipología de perfiles programáticos en radio, menciona que los programas matutinos, como el “morning show” está dirigido a las clases media y baja. La música que programan es alegre y los comerciales son de corta duración.

5.6.3 Experiencia y consumo cultural

Uno de los usos que Laura le da al programa es motivacional. Lo ocupa para despertar y tener ganas de iniciar el día. Su impulso inicial del día es escuchar las ocurrencias de los conductores y eso le ayuda a dejar la cama e incorporarse a su rutina.

En ocasiones uso lo escuchado como motivo para iniciar las charlas familiares. Un ejemplo de ello es cuando en el programa “el tema del día³⁴” trata de los apodos. Laura comenta que:

La plática surgió a raíz de lo que estaban comentando en el programa. El otro día estaban “creo” hablando de los apodos y nosotros platicamos de los apodos que le habían puesto a mi mamá, a mis hermanos, los apodos que nos habíamos puesto entre todos y así.

En la anterior cita se logra ver cómo los contenidos del programa detonan los recuerdos y se genera una interacción familiar que involucra a todos sus integrantes.

Un juego que tiene con su hermano es adivinar el título de canciones y quién la canta. Laura narra una experiencia de cómo usa lúdicamente la información del programa y cómo la convirtió en un mediador de aprendizaje al darse cuenta del título de una canción.

Jugando con mi hermano, le ponía una canción y le decía: adivina qué canción es. Él me puso el inicio de Crazy, pero él me dijo: “te vas a confundir y no vas a saber decir”, y yo “ajá, mentira, yo me la sé”, pone la de Crazy, y yo la confundí en el intro, no me había dado cuenta que el intro es idéntico al de Roller in the deep, entonces, me la pone y yo le digo “Roller in the deep”, y dice “no es cierto, es la de Crazy”, y yo así de “¿Cuál es esa canción?” Y ya cuando la escuché dije “¡Ah no pues sí!” “En donde la has escuchado”... y no me quiso decir... Así pasaron varios días y no me quiso decir, y ya después oyendo el programa ya empieza a decir “La Garra” y empieza la

³⁴ El día en que se transmitió ese tema fue anterior a las fechas que se grabaron para fines de esta investigación.

canción y yo de “ah, entonces sí era”. Tanto que me había estado molestando mi hermano por lo mismo, era por la canción.

El programa le funcionó para verificar que su hermano estaba en lo correcto con el título de la canción. Otro rasgo que se logra ver en la anterior cita es que el juego que tiene Laura con su hermano es igual al del Rock Tender que hacen los conductores del programa. De esta manera la joven da doble uso a lo escuchado en la emisión de radio.

En la entrevista dos Laura reitera el uso del programa para despertarse. Siguió programando su despertador para que se activara en la función de radio. Las risas y el grito característico de “La Garra” de “días” la hacen incorporarse de forma más agradable y rápida. Otro uso que recordó fue el tomar la información de la emisión radiofónica para poder terminar una relación de pareja, que tenía y no sabía cómo terminarla. Los conductores abordaron el tema y dieron tips para finiquitar los noviazgos, datos que ella aplicó en su noviazgo. –Tema que más adelante se analizará.-

5.6.4 Patrones de identificación juvenil

La identificación juvenil que tiene Laura en relación con el programa es sobre todo con el tema del día, considera que son cosas cercanas a su vida cotidiana y son tratados desde la visión de los jóvenes. Siente que la emisión radiofónica no está del todo dirigida a jóvenes, que tiene tintes de posturas de adultos. Tal como lo menciona Rojek (2005), los jóvenes comparten rasgos afines a pesar de la heterogeneidad de tienen las juventudes.

Con Tamara se identifica en el sentido de la responsabilidad, de poner el orden en medio del caos y en el liderazgo del grupo. Con “La Garra” en la libertad, ser extravertido, divertido y el tener una personalidad muy definida. Ella cree que estos dos conductores son con los que logra tener más identificación, pues tienen

características que comparten. Estas particularidades son para ella fundamentales para equilibrar su comportamiento.

Para la segunda entrevista, ratificó que el programa sí está dirigido a jóvenes, pero para ella la juventud es un grupo heterogéneo que cumple con algunas similitudes. Las características que deben tener para pertenecer a este segmento social es tener entre 14 a 23 años, ser estudiante en su mayoría y la clase social es el distintivo para el rol a seguir. Esta definición es muy apegada a la que da el Instituto Mexicano de la Juventud en el Programa de Mediano Plazo 2008-2012. Lo que en realidad le importa a Laura es la postura ante la vida si cómo joven se es crítico o se moverá como la masa lo determine. Para ser un joven crítico se tiene que evaluar la información que dan de lo contrario se es parte de la masa. Apunta que como radio escucha uno delimita cuál es la postura ante lo que expresan los conductores.

5.6.5 Recepción de estereotipo de género

Para Laura el trato que tienen los conductores es igual para todos. No distingue tratos preferenciales por ser de diferente género. No considera que el programa refleje lo que realmente son los roles de género. Laura desde su identidad homosexual comenta que:

No, es que de hecho soy gay, no. Entonces pues tú distingues las cosas como son y cómo lo ve la sociedad. Entonces tienes que vivir como que en el punto medio donde... hay armonía no, porque pues tampoco para la gente es muy fácil que estén los niños en un parque jugando y estén dos chavos besándose. Para algunos papás es ofensivo. Tú tienes como que mediar y llevarla leve, tranquila.

En el comentario anterior Laura denota cierta madurez que le permite una mejor adaptación social y no enrolarse con personajes como el de “La Garra”. Al

contrario le parece gracioso y no se siente ofendida por la representación estereotipada de los gays.

Para la segunda entrevista su opinión del manejo del lenguaje con referencia a los gays le pareció contradictoria y de doble moral. Comenta que lo transmitido en el programa es solo una muestra de la cultura mexicana ante la homosexualidad. Ella ha observado que entre los hombres por muy machos o fuertes que sean juegan a “jotear” y eso le parece discordante. Laura cree que el programa no le ha ayudado a su construcción identitaria de género. Considera que cada persona se construye sola, en contribución con los factores externos, en este caso el programa no es un factor decisivo para ella. Acepta que tal vez el programa le enriquezca, le dé consejos pero está en ella ponerlos en práctica o no. La opinión de Laura concuerda con las etapas de interiorización de García- Mina (2003). Para la autora la interiorización de género se da en tres etapas, en la simbolización cultural de lo femenino y lo masculino, posteriormente en la integración de las normas y finaliza con la construcción personal de la identificación de género. Este esquema se empata con lo comentado por Laura. Al final cada persona crea su propia identidad, construida por su historia de vida y de los patrones socioculturales a los que pertenece.

5.6.6 Recepción de violencia performativa

Laura no detecta violencia en el programa. Ha notado bromas pesadas, pero no las toma como violencia pues es un acuerdo que tienen como compañeros. El hecho de que se hagan bromas entre ellos no le parece violencia. Incluir a “La Garra” y considerarlo uno más de ellos la hace creer que son inclusivos.

Tiene claro que el programa es un producto de la industria del entretenimiento y que uno de sus objetivos es vender para poder tener ganancias. Lo que le sorprende es el nivel de osadía de Facundo, no cree que tenga la necesidad de llegar tan lejos en sus bromas o en sus juegos.

Para la segunda entrevista Laura identificó que el personaje de “La Licenciada” interpretado por Omar Chaparro, si es un tanto violento pues calla a los demás y en ocasiones les dice palabras groseras. El hecho de que los conductores se expresen con palabras altisonantes, le sigue pareciendo a la joven que lo hacen sin el afán de ofender. A continuación se presenta parte de su comentario.

Siempre lo molestaban y yo decía “qué poca madre” pero el chavo pues platica bien y es sana, siento que es en sana confianza ¿no? Y dicen de todo pero son cuates no siento que vaya más allá.

Al parecer no le es extraordinario el vocabulario de los conductores pues ella de alguna manera se expresa igual. La diferencia es que ella así se expresa en la vida cotidiana y los conductores están dentro de un show transmitido a nivel nacional. Laura está consciente de que el programa es un espectáculo el cual tiene que vender y según ella la estrategia es apegarse a lo más común y popular.

Después de tener el periodo de reflexión, Laura consideró que el programa puede llegar a ser un tanto ofensivo con las demás personas que no están dentro de la emisión de radio. Laura encontró como ofensivas las interpretaciones de Omar Chaparro con el personajes de “La Licenciada” Un ejemplo transmitido el 7 de marzo de 2012 es el siguiente.

O³⁵: Mucho gusto Poncho, soy la Licenciada Pamela Juanjo productora de este programa, quiero; ¿te puedo decir algo?

A³⁶: Sí.

O: Siempre, desde que te vi con Caifanes, tienes un cabello.

F: Usted cual Caifanes Licenciada, usted nunca estuvo en esos...

³⁵ Omar Chaparro hace sus intervenciones en esta cita desde su personaje de “La Licenciada”

³⁶ Alfonso André. Baterista de varios grupos de rock en español.

O: (Altanera) Me perdonas, yo compré mi cassette...

F: Usted sus discos de tribal y ondas de esas.

O: (Grita e impone su voz) Yo compré mi cassette de Caifanes cuando salió en los noventas.

A: Sí, salieron varios.

O: (Afirma) No me digan que no, (canta) “veo a través del vaso”.

G: ja, ja, ja.

La violencia performativa puede observarse en las intenciones de los mensajes de Chaparro, aun cuando pasa por gracioso, gritar, ser altanero y ser impositivo, son características de violencia. Desde la visión de Laura bromear a otras personas que no son de la producción puede herirlas y faltarles al respeto. Sin embargo ella no considera como falta grave este tipo de actitudes.

Laura reflexionó sobre las actitudes expuestas por los conductores, aun cuando no son mensajes explícitos también tiene carga de significados. De manera específica se refiere a Facundo cuándo no asiste al programa o llega tarde.

Facundo siempre me ha gustado pero luego decían no iba al programa porque se había quedado dormido y yo así, “qué irresponsabilidad”. Pues no vas a dejar tu chamba nada más porque te quedaste dormido.

Este tipo de comportamientos le parecen a Laura como falta de respeto al público y de seriedad ante el trabajo. Es pertinente resaltar cómo la joven muestra un grado de madurez ante la responsabilidad laboral de los comunicadores, ya que en su análisis personal llegó a sentirse ofendida por la razón de la ausencia del conductor. Está consciente que este tipo de detalles pueden pasar inadvertidos por el grueso de los escuchas. Son datos que no se tienden a reflexionar y que en algunos casos, si no se es crítico o maduro, se pueden llegar a considerar como osadía, acto gracioso, de irreverencia o patrón de comportamiento a imitar.

Reglero (2012), en la entrevista con Facundo, le pregunta si es verdad que en la etapa dónde la esposa del conductor estaba de productora del programa tenían problemas maritales a causa de trabajar juntos. El conductor responde que sí, sobre todo cuando Facundo estaba en casa dormido y decía: “No voy a ir al programa... no voy, estoy crudo y no quiero ir” (Reglero, 2012, p. 21). Esmeralda Palacios, su esposa y productora se molestaba y no le permitía faltar al programa pues no había pedido permiso. Con esto se puede confirmar que la percepción de Laura sobre la actitud del conductor ante el trabajo es acorde con lo que comenta el autor en el libro.

5.6.7 Modos de interacción social

Laura comparte con su familia la dinámica de escuchar *¡Ya Párate!* Su padre es quien sintoniza la estación de radio y en algunas ocasiones sus hermanos se encuentran presentes mientras escuchan el programa. Los sábados por la mañana se encuentran todos en casa, excepto la madre de Laura. La familia escucha la emisión de radio durante los preparativos y durante el desayuno. La joven comenta que mientras la familia disfruta de esta actividad sabatina:

Nos ponemos a platicar lo que nos haya pasado con respecto al tema.

Los temas de conversación son generados por el programa, la familia retoma algunos tópicos abordados por los conductores y la familia de Laura charla sobre sus propias experiencias. Otro momento, donde la información recibida del programa le permite a Laura interactuar en su contexto familiar es cuando juega con su hermano a adivinar canciones. Ellos adoptan la dinámica del juego del Rock Tender. *¡Ya Párate!* también les aporta un bagaje musical que posteriormente propicia entre los hermanos una interacción lúdica. Laura comparte el gusto con sus hermanos de ser escucha de radio, lo que propicia tener actividades afines.

5.6.8 Líderes de opinión juvenil

Uno de los intereses de Laura son los estrenos cinematográficos. A ella le gustaría profesionalizarse en el cine y el arte digital. En el programa de vez en cuando dan la cartelera del cine y hacen recomendaciones. La joven identifica a Facundo como el encargado de dar estos datos. Para ella son interesantes los comentarios de los conductores sobre sus experiencias personales de trabajo en pre-producción, producción y post-producción de cine. Puesto que los conductores son informantes de primera fuente.

Laura no cree que el programa sea parte de su formación, sin embargo resalta su gusto porque con él tiene acceso a cosas nuevas. Por ejemplo:

...algunas canciones que tal vez no conozco, pero pss está chido porque si está padre la canción pues aprendes no y ya puedes ser fan de algo nuevo...

En este caso podemos ver cómo el programa da pautas a los escuchas de lo que tienen que escuchar y de los que se pueden hacer seguidores. También se observa cómo la joven no está consciente de que está aprendiendo datos al escuchar *¡Ya Párate!* Esta postura de la joven hace recordar a Buen Abad (2006), en su disertación sobre el papel de los monopolios al crear personas con determinados gustos estéticos, el crearles nuevas necesidades y formar individuos acríticos que puedan consumir lo ofrecido por ellos. Tal es el caso de Televisa que crea en Laura un gusto musical y le determina de quien se debe convertir en fan. El mediador de este proceso es el programa *¡Ya Párate!* a través de sus conductores que se convierten en líderes de opinión. Otro factor importante para que se dé este fenómeno es que los escuchas aparentemente no prestan atención a lo transmitido en radio. Así se da de manera “natural” la creación de fieles seguidores de un producto mediático. Esto sucede porque los contenidos pasan como pensamiento cotidiano, que no tiene reflexión científica.

En algunas ocasiones la emisión de radio es fuente de noticias del medio del espectáculo. Laura recordó cuando los conductores comentaron que el cantante Ricky Martin aceptó públicamente su homosexualidad y cuando platicaron del vestido de carne de Lady Gaga. La joven se quedó incrédula ante las dos noticias, es por ello que luego corroboró las notas en la internet. En esta ocasión los conductores no fueron líderes de opinión pues Laura no creyó en las notas a tal grado de que buscó otras fuentes de información, sin embargo contribuyeron como informantes.

Para la segunda entrevista Laura recordó una ocasión que comentaron en el programa sobre las maneras de terminar una relación. Expresaron diferentes formas de comunicarle a la pareja la decisión de la separación. En ese momento la joven se encontraba en esa situación. Lo comenta de la siguiente manera:

Una vez estaba escuchando formas de terminar a tu novio, las peores maneras de terminar a tu novio y entonces dicen, no pues por un inbox en Facebook y yo “a qué poca madre”. Si se va ver muy mala onda, ya no lo hice así ya utilicé otro método, pero ya no así. El Facundo dijo: “que poca que hagan eso, ese tipo de cosas ¡No! Pues mejor de frente y ya ahí muere”, y yo dije; “no pues sí”. Sí tomé en cuenta algunas palabras que utilicé en el momento que lo dije, vamos a vernos en un parque y platicamos y sabes que no me siento tan a gusto como antes y así, creo que lo mejor, pues separarnos y conocer más gente y bla bla.

La joven reconoce que si retomó los comentarios de los conductores, en particular los de Facundo. Al reflexionar lo que dicen los conductores y al estar de acuerdo con ellos se valida la opinión de los comunicadores. Laura no sólo concuerda con las ideas de Facundo, sino que retoma sus palabras en situaciones importantes en su vida de pareja. Este es un caso de cómo se puede ejemplificar a

un líder de opinión. Aquí se puede tomar a Facundo como un líder de opinión porque Laura se ve influenciada por los comentarios del conductor.

5.6.9 Intercomunicación con los conductores

A Laura le agrada que el público esté en contacto con el programa. Logra reconocer a los escuchas que son constantes en sus llamadas telefónicas. También le gusta que los conductores sean quienes correspondan a las llamadas de los escuchas asiduos. Esta dinámica le parece a Laura que le da un toque de familiaridad, afianzando los lazos afectivos.

La joven intenta junto con sus hermanos comunicarse con los conductores para pedir canciones o comentar algo sobre “el tema del día”. Las ocasiones que lo han intentado no lo han logrado. Laura no cree estar ligada con el programa o con los conductores vía las redes sociales sin embargo comenta:

...como que no me ha llamado tanto la atención, pero si lo sigo en twitter a “La Garra”, Omar Chaparro, a “Ya Párate”, ah y al Facundo.

Aun cuando no está pendiente de lo que publican en el twitter, si los tiene incluidos en sus contactos. Al que sigue con mayor frecuencia es a Facundo sobre todo en el periodo donde el conductor hizo el reto de usar el mismo pantalón durante un mes. Laura todos los días veía las publicaciones de Facundo. Le causaban risa las vicisitudes que reportó el conductor al realizar este desafío.

En la segunda entrevista Laura admite seguir en twitter a Omar Chaparro, “La Garra” y a Facundo. Algunas veces publicó en la red social su comentario sobre “el tema del día” que abordaron en “*Ya Párate*”. La identificación con el tema la hizo sentirse motivada para estar en contacto con los conductores. La red social también le funciona para saber dónde serán las presentaciones de los shows de cada conductor.

En alguna temporada el hermano de Laura le pedía que se comunicaran al programa para solicitar una canción. Laura lo narra así:

A mi hermano le gusta estar de “vamos a llamarle, vamos a llamar para que pongan una canción”... ¡pero aquí está la canción! No, no que la pongan en el radio. No entró la llamada, creo estaba saturado no sé.

Este tipo de contacto denota la necesidad de los escuchas por ser parte activa de la programación. Como se mencionó en el apartado de audiencia en los medios masivos de comunicación, las llamadas pasan por filtros que establece la radiodifusora, para poder controlar lo transmitido.

5.6.10 Aprendizaje situado

5.6.10.1 Contenido radiofónico como mediador

A Laura le gustaría estudiar arte digital enfocada al cine. Es por ello que le atrae el programa cuando los conductores cuentan de sus experiencias en las grabaciones de películas, comerciales y programas televisivos. La joven no se da cuenta que *¡Ya Párate!* es un mediador para su construcción profesional. Pues los datos escuchados fortalecen sus conocimientos sobre el área a estudiar.

Laura al oír la música que programan en *¡Ya Párate!* se aprende el nombre de las piezas y el intérprete. Estos datos le sirven para jugar con su hermano a adivinar las canciones. Los datos no sólo le funcionan para interactuar con su hermano, también le contribuyen a su educación informal, pues acrecienta su bagaje cultural. Por otra parte la transmisión se convierte en un mediador en su construcción de identidad como joven, porque para la joven la música programada es de gusto juvenil.

Para la segunda entrevista, Laura dijo que algunos comentarios escuchados en la emisión radiofónica le permitieron darse cuenta de cómo no es la manera ideal de terminar una relación de pareja. En apartados anteriores ya comenté esta anécdota de las formas de terminar con el noviazgo. En esa situación se denota cómo el programa y los comentarios de Facundo jugaron un papel de mediador en la reflexión de Laura. Los mensajes del conductor propiciaron que la joven reconsidere su manera de ver el cómo se debe terminar una relación. Desde la perspectiva de Bodrova y Leong (2004), los mensajes de Facundo son un mediador pues brindan un soporte en el proceso de adquisición de aprendizaje de Laura.

De manera general, Laura cree que la manera de interactuar entre los conductores es un tanto agresiva. Lo interesante es cuando ella asume que tiene la misma manera de relacionarse con algunos de sus amigos y familiares. Después de darse cuenta vio que no es la mejor manera de convivir con los demás.

5.6.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

La incursión profesional en ocasiones se da desde temprana edad. Laura ya tiene clara su predilección por el arte digital enfocado al cine; estudios profesionales que está a punto de iniciar. De alguna forma el programa le ayuda a poder definir y tener más conocimiento del medio. En este caso los mensajes de Facundo con respecto a sus vivencias dentro del mundo del cine, publicitario y televisivo le aportan a Laura saberes que le pueden ser útiles en su futura profesión.

La iniciación como nuevo adulto se da, entre otros rubros, cuando las personas toman conciencia de que ciertos comentarios son no aptos para niños. Como lo comenta Laura cuando escucha el programa en compañía de sus hermanos y “La Licenciada” dice palabras altisonantes, se generan un momento de tensión familiar durante el episodio. Se puede ver como Laura nota que los contenidos del programa no son lo ideal para que escuchen sus hermanos. Le

incomoda la situación, pues le queda la incertidumbre de saber si entendieron la doble intención del comentario.

Otras de las cosas que aprende de la transmisión son las canciones y sus intérpretes. Laura lo comenta como una experiencia agradable, el de jugar con su hermano al “Rock Tender”. La experiencia fue emotiva y significativa pues compartió con su hermano menor la relación lúdica. Le dejó como aprendizaje identificar la canción y aprender algo de su hermano. Por lo tanto disfrutó una experiencia formativa.

En la segunda entrevista Laura hizo unas reflexiones ya como un adulto responsable. Fue acerca de los comentarios sobre el desempeño laboral de Facundo. Los conductores han externado que en ocasiones Facundo falta a la radio porque se queda dormido. Esta actitud ante el trabajo para Laura es una irresponsabilidad, pues no puede un adulto hacer eso ante una responsabilidad laboral.

La reflexión que hace la joven sobre su experiencia formativa al ser radioescucha de *¡Ya Párate!* es la siguiente:

No diría que me ayuda, siento que cualquier tipo de estímulo que sea, te enriquece siempre, ni bien ni mal, simplemente te enriquece porque tienes una experiencia o sea luego sale con que “ya dínos cuál fue tu peor vergüenza” y luego escuchas cada cosa que dices: “cómo les pasa eso” o sea en cierto punto pues te enriquece no, escarmientas en cabeza ajena un poco.

De primera instancia ella no considera que el programa le aporte algo a su formación, pero admite que le enriquece en sus experiencias de vida. Aquí se logra ver cómo hace la distinción entre el saber cotidiano y el saber académico,

dándole mayor peso al segundo. Al final menciona que se puede aprender de las experiencias de los demás.

El análisis que Laura hizo sobre su experiencia formativa en función del programa fue desde que terminó la primera entrevista. Salió pensando sobre lo que se le preguntó. El resultado de ello fue el que la joven está más atenta a ver qué es lo que está aprendiendo de la radio, sobre la violencia performativa y sobre los conductores como líderes de opinión.

5.6.11 Experiencia compartida

La experiencia es doblemente compartida. En primer lugar al escuchar el programa en familia hace que Laura comparta la experiencia de ser radioescucha. En segundo lugar porque le da la oportunidad de platicar los contenidos del programa con su padre y hermanos. Un ejemplo fue cuando en el programa hablaron de los apodos. La familia recordó los sobrenombres que se han puesto entre ellos. Los mote que mencionaban los conductores y eran oportunos la familia decía a cuál de los integrantes le podía quedar. Por ejemplo esta frase se la dijeron a “La Garra” en el programa del 7 de marzo de 2012.

T: Y luego, dice: mi frase es: “están viendo que *La Garra* grita y todavía le pellizcan la nalguita”.

La cita anterior es cuando Tamara Vargas comenta un mensaje de un radio escucha. En la frase se refieren a uno de los conductores para armar la oración de manera jocosa. Es similar a lo que sucede en la dinámica familiar de Laura, identifican las características del apodo para ver a cual integrante le va mejor.

En ocasiones también ocupa lo que oye con sus compañeros y amigos. Con esta información ella trata de enriquecer la conversación. Los chistes le funcionan

para amenizar la charla. En la segunda entrevista no mencionó nada sobre este rubro.

5.6.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

En la primera entrevista, Laura no recordó ningún momento donde hubiera tomado alguna decisión partiendo de lo escuchado en radio. En la segunda entrevista comentó que la manera en la que se toman los mensajes depende de cada persona. Lo externa de la siguiente manera:

Todo depende de que tan crítico seas ¿No? o sea si tú te vas a mover como parte de la masa, pues tú tienes que saber cómo, porque te vas a volver como masa, el chiste es que seas crítico y ver que realmente, como te lo dicen, si no evalúas la razón o las razones de la información que te den... Es como, cada persona se construya así misma obviamente los factores externos en algún momento te van a tocar, si te enriquecen, te da o puede dar aportes o algún consejo, está en ti, si tú lo llevas a cabo o simplemente lo dejas pasar y ya.

La posición crítica de Laura es clara en el sentido de evaluar los comentarios. El razonamiento que tiene sobre su posicionamiento social de individuo o masa, hace recordar a De Anda (2003), en el apartado donde explica que aun cuando los medios masivos sirven para influir en los radioescuchas, no siempre sucede esto, pues la audiencia no siempre se comporta como “masa”, pues algunos reaccionan a lo escuchado.

Una de las anécdotas - antes citada- más representativas que Laura recordó es sobre las formas de terminar un relación de pareja. El programa contribuyó a tomar la decisión y a la manera en que actuó en el rompimiento de pareja. Las ideas de Facundo ayudaron a modificar la conducta de Laura. No solo

por decir que terminar un noviazgo en las redes sociales no es lo ideal, sino que, le dio pautas de cómo terminar una relación. Laura utilizó la idea para hablar con su pareja y algunas de las palabras que Facundo dijo para que el rompimiento no fuera tan difícil.

Casi al término de la entrevista y en tono de burla mencionó que ya no le gusta la canción Crazy, de tanto escucharla ya no la tolera. Este dato remite a Buen Abad (2006), sobre el concepto de saturación semántica que es la repetición de un contenido hasta interiorizarlo. Por otra parte la joven tiene una vivencia desagradable que le genera una experiencia según los términos de Dewey (1997). Lo último que comentó Laura es que ya no escucha el programa como antes lo hacía, pues reflexionó mucho sobre la carga de violencia que tiene la emisión radiofónica y está más sensible a este tema. Cree que ya no escuchará tanto el programa pues ahora está más alerta a lo que escucha.

5.7 Carlos, joven estudiante del Colegio Preparatorio de Xalapa

El Colegio Preparatorio de Xalapa forma parte del sector público. Se ubica en el centro de la ciudad. Atiende a alumnos de nivel socioeconómico medio. La institución fue fundada en 1843 y varios de sus exalumnos llegarían a ser gobernadores del Estado, poetas, funcionarios de justicia e historiadores, entre otras profesionistas. La escuela oferta el nivel medio superior en la modalidad escolarizada de lunes a viernes en los turnos matutino y vespertino, los días sábados en el sistema semi escolarizado en ambos turnos. Todos los grupos son mixtos. Los alumnos no cuentan con actividades extracurriculares ofrecidas por la escuela. Son grupos de 40 alumnos aproximadamente y con un ajustado horario de clases.

El edificio en el que se encuentra actualmente la escuela es considerado patrimonio cultural de la ciudad. Cuenta con un centro de cómputo, laboratorios de física y química, espacio para las clases de dibujo y un salón diseñado a manera

de museo de historia natural en el cual tiene animales disecados, colección de rocas y el esqueleto de un ballenato. Su biblioteca es la más antigua de la ciudad de Xalapa y su acervo bibliográfico contiene primeras ediciones y libros de colección. Desde hace varios años el colegio es sede de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil. Las zonas comunes son la cafetería y la explanada central. No tiene un espacio para estacionamiento.

Un indicador importante a nivel local sobre el reconocimiento social de la institución, es el índice de aceptación de estudiantes a la Universidad Veracruzana. De acuerdo con Ortega, Rosales y Jácome (2011); de los 293 egresados de este bachillerato que intentaron ingresar a la UV, 244 fueron aceptados (siete no se presentaron) en el 2011. El área con puntaje evaluatorio más alto fue el de razonamiento lógico matemático y el área de técnicas de la información el más bajo.

Carlos es un joven de 18 años de edad. Estudia el sexto semestre en el Colegio Preparatorio Xalapa en el turno vespertino. Su ciudad de origen es Coatepec. Se identifica con el género masculino. No tiene trabajo remunerado. La fotografía es su pasatiempo favorito, no asiste a ninguna actividad religiosa, deportiva ni política. En ocasiones participa en eventos altruistas. Sus amistades más cercanas son ex compañeros de secundaria y amigos mayores de otras escuelas.

Su casa y colonia cuentan con todos los servicios y están ubicadas en Coatepec, ciudad colindante con la capital del estado. El tiempo de recorrido de su casa a la escuela varía dependiendo del medio de transporte, como él comenta:

Si vengo yo manejando, cuando yo traigo carro me hago quince minutos más o menos y si me vengo en camión, media hora.

Carlos vive con sus padres y su hermano menor. Su padre es arquitecto y su madre educadora. El hermano de Carlos estudia la secundaria. Los medios de comunicación que consume la familia son la televisión, las revistas, el periódico y la

internet. Los canales de televisión que ven son variados, la preferencia depende del integrante de la familia, por ejemplo, su padre ve los noticiarios y programas en el canal dos de Televisa, el trece de Tv Azteca, Unicable y CNN. Su hermano ve caricaturas o documentales de su interés por las tardes. Su madre ve telenovelas por las tardes o noches. La familia se reúne los fines de semana a ver películas, en especial los domingos los dedican a actividades en conjunto.

5.7.1 Rutina

Carlos, por ser estudiante del turno vespertino, tiene mayor oportunidad de escuchar el programa *“Ya Párate”*. Él escucha todos los días la transmisión radial, desde las siete hasta el final del programa a las once de la mañana. El sábado es el único día que no lo escucha ya que es repetición. Los lugares donde se encuentra cuando oye el programa son el automóvil cuando va a dejar a su hermano menor a la escuela, en la vía pública cuando tiene alguna encomienda de su madre y en su casa en compañía de su madre. Los medios que usa para sintonizar la emisión son el auto estéreo cuando va manejando, el celular conectado a la internet cuando está en la vía pública y el radio cuando está en su casa.

Con gran gusto, Carlos comentó sobre el consumo del programa.

...se me ha hecho costumbre hacerlo, prendo el carro, prendo la radio y ya depende, si ponen una canción de mi agrado le subo, después cuando están hablando le bajo pero voy pendiente a lo que dicen.

Esta descripción ejemplifica la caracterización de la vida cotidiana que hace Lindón (2000), quien menciona que las prácticas son las que dan sentido a la significación individual en la construcción del día a día. El joven le da significado a las cosas en su vida cotidiana dependiendo de su rutina, en otras palabras, Carlos

tiene su rutina en su automóvil, el poner la radio es parte del estar listo para partir, el subir y bajar el volumen es una característica extra al disfrute de lo escuchado.

El entrevistado tiene predilección por la sección de Grover Arango, considera que es la parte culta del programa. La sección radica en charlar sobre libros, español superior o comentar al aire experiencias culturales del conductor. Se le asigna así, una identidad al conductor como una persona conocedora y asidua consumidora de arte. En la característica que Carlos hace énfasis es:

Me doy cuenta que lo interrumpen mucho, demasiado siento que se estresa (se refiere a Grover) y como tiene el tiempo contado, a veces no sé, lo interrumpen demasiado.

Carlos Menciona que él no escucha la música que está de moda pero le agrada la que la estación programa. En capítulos anteriores se describe el perfil de audiencias de la radiodifusora donde se resalta el enfoque juvenil y la programación musical exitosa del momento. Vemos aquí una contradicción entre la opinión del joven sobre la música de moda y la programación musical del programa. Esta situación recuerda la observación de O’Neill (en Schramm, 1979) sobre el discurso, quien nos previene que se pueden encontrar inconsistencias que den pie a vislumbrar posturas ideológicas cotidianas. En este caso la lógica cotidiana a la que atiende el comentario es en función de las edades de los conductores que son los que proponen piezas musicales y que en algunos casos son canciones de hace varios años. Es por ello que el entrevistado no las percibe como “lo que está de moda”.

5.7.2 Opinión del programa

Una de las primeras opiniones que Carlos, el entrevistado, expresa sobre el programa es que la intervención de Grover es la parte “culto”. En la primera entrevista hecha a Carlos, opinó que *¡Ya Párate!* es un buen programa. Le parecía divertido, chistoso, culto e interesante, lo cual ayudaba a pasar mejor el

rato en medio del tráfico de la ciudad. El dinamismo de la transmisión para él radica en que no todos los días son iguales lo cual le agrada mucho. Una vez más se refleja cómo se cumple la meta de los conductores de ofrecer entretenimiento.

En general, a Carlos le gusta la música que programan, el ambiente que se genera entre los conductores y la manera en que se comunican el joven lo describe como:

 Tonterías que dicen, cómo hablan.

Le provoca risa el personaje de “La Garra”, por su actuación como gay. Lo cómico para él, es la representación estereotipada del gay y su preferencia sexual. Sobre Tamara no hay nada que no le guste, opina que es el punto de equilibrio por ser la representación femenina. Resalta el trabajo de Omar por su interpretación de la “Licenciada” personaje autoritario y regañón que pelea mucho con “La Garra”.

Dejar pasar unos días con la consigna de reflexionar sobre los tópicos de la entrevista realizada, nos dio como resultado una segunda práctica sobre su consumo cultural. Se obtuvieron resultados muy similares a los primeros. La opinión de Carlos sobre el programa se mantuvo igual. No pudo mencionar alguna predilección o favoritismo por alguno de los conductores titulares. Solo resaltó que de las secciones, la de Grover es su favorita.

5.7.3 Experiencia y consumo cultural

Respecto a la parte emotiva, el programa contribuye a que Carlos se encuentre de buen humor.

 ...porque pues voy a las risas en el carro y voy divertido y tengo ese entusiasmo de felicidad.

Esto confirma que se cumple en su totalidad el objetivo principal de “*Ya Párate*”, que según Vargas (2012) es hacer pasar al escucha una mañana agradable. Lograr despertar una emoción es factor indispensable para poder afirmar que el radio escucha tiene una experiencia. De acuerdo a Dewey (1997), la calidad de las experiencias depende de lo agradable o desagradable que estas pueden llegar a ser.

Para este joven, el programa también representa una fuente confiable de información útil para él. Carlos afirma que:

Hay veces que es donde me informo de las cosas, como los cuatro estas conectados a internet, ven lo que está a la vanguardia, ellos saben de esas cosas, ven cosas en el twitter, lo dicen, investigan a fondo y ya te lo afirman, hay cosas que es donde me entero ahí.

En esta cita se logra ver cómo el consumo cultural radiofónico comprende, si bien de manera indirecta, el de internet, twitter, diarios y revistas electrónicas son las fuentes que posteriormente se convierten en contenidos radiofónicos. Si bien la primera intención de Carlos para sintonizar el programa es amenizar sus actividades cotidianas, lo escuchado le es útil para informarse de las noticias. Este fue el caso de un temblor que se sintió en la Ciudad de México. Él se enteró de la nota mucho antes que los demás medios de difusión la publicaran.

La utilidad que el joven le da a su consumo radiofónico no solo se queda en la esfera privada también permea en su educación formal. Un ejemplo de ello fue cuando en su clase Mundo Contemporáneo trataron un tema y él pudo aportar su punto de vista, basado en información obtenida del programa y posteriormente consultada en twitter. La experiencia no quedó solo en la charla con sus compañeros. También ha compartido la información con su maestro de la misma materia, quién se sorprendió de la nota ya que él desconocía la información. El

consumo radiofónico también provoca de alguna manera la interacción social, rubro que más adelante será analizado.

Las experiencias formativas no emanan únicamente de aprendizajes académicos. El acto de aprender o conocer algo se da en cualquier entorno social. Carlos afirma

Tal vez si he aprendido algo del programa, las cosas que nos transmiten ellos, la información que es cultura general o sea que está pasando todos los días pues es un medio de información más que te sirve de apoyo.

Es evidente que el consumo radiofónico puede ser parte de su aprendizaje situado. Los conductores se convierten en esos personajes sociales que ayudan a los iniciados a insertarse a la sociedad como entes individuales.

5.7.4 Patrones de identificación juvenil

Para Carlos, el hecho de que el programa aborde temas de sexualidad, política y de cultura general le hace identificarse como joven, pues son temas que le interesan. El entrevistado está consciente de que, a fin de llamar la atención de los escuchas, los conductores los abordan con un lenguaje accesible y de forma divertida. No presta atención en cómo se da su identificación juvenil con el programa o con alguno de los conductores. Él toma como afición el escuchar el programa sin percatarse de cómo este se hace parte de sus experiencias como joven.

En la segunda entrevista, Carlos considera que el programa está dirigido a toda la familia. Él llega a esta conclusión porque:

“me ha tocado escuchar cuando habla una señora y le pasa a la abuelita, le pasa a la nieta y así”.

Con ello observamos que la interpretación de Carlos se basa en el consumo y circulación de este bien cultural.

Los parámetros de identificación que tiene Carlos con cada conductor son diferentes. Con Facundo y Omar Chaparro se identifica por los gustos musicales, a los tres les agrada el género musical de rock. El mismo joven dice que los conductores tienen buenos gustos musicales, haciendo mención de que al compartir la predilección él también pertenece a ese selecto grupo. A “La Garra” también le gusta el rock, el joven hace la anotación.

Pero es como que más, más antigua.

Tal característica cronológicamente no hace a “La Garra” ser parte de la juventud pero, Carlos sí se identifica con él por el gusto musical.

El eslabón identitario con Tamara Vargas radica en la ciudad de procedencia, ya que los dos son veracruzanos. La conductora vivió unos años en la ciudad de Xalapa y actualmente radica en el puerto de Veracruz. Carlos comenta:

Habla de Veracruz, del café de Veracruz, malecón, me acuerdo de palabras que dice ella, el puerto, solo eso y hay algo de eso que... se siente un poco de orgullo de Tamara la veracruzana y yo soy veracruzano y xalapeño.

5.7.5 Recepción de estereotipo de género

El estereotipo es una imagen trillada. Es también una simplificación en la caracterización de un grupo social que solo incluye características extremadamente comunes a este. En este caso se entenderá como estereotipo de género a las características tipificadas como propias de los géneros, pueden ser por su función

social, lenguaje corporal, ideología o maneras de expresarse. La visión que se presenta es en función de los datos encontrados en las entrevistas de los jóvenes.

Los patrones de género que proyectan los conductores son finalmente información que puede o no ser significativa para los jóvenes. Pero si les ofrecen estereotipos de conductas y tipos de personalidades, las cuales contribuyen a la construcción de su capital cultural y a su estructuración de interacciones sociales.

La imagen que tiene Carlos sobre Tamara es de una mujer jalapeña, que es madre y trabaja desde su casa. En sus palabras:

Aparte de que es mamá, le pusieran la estación en su casa (desde su embarazo a la fecha) y que le dicen los otros locutores nada más duro seis meses, porque ya no puede.

Esta cita denota cómo el joven tipifica como débil a las mujeres por su condición de maternidad. Esto puede ser influencia del programa mismo, ya que lo que recuerda es cómo los demás locutores le recriminan a Tamara que no pueda trabajar fuera de su casa debido a su embarazo o a la corta edad de su hija.

Por otra parte, Carlos contrarresta esta apreciación de vulnerabilidad con otra de poder y control. Él opina que:

Se admira bastante y me gusta mucho ese toque femenino que le da al programa, otra opinión más a lo que dan los hombres, ella lo da y como que Tamara los controla.

Carlos recuerda, una ocasión

Facundo estaba molestando a una muchacha que había hablado por teléfono y Tamara le dijo: “Ya Facundo” y lo paró y Facundo se calmó.

Así, el joven acepta cierta admiración por ella, al ser capaz de desempeñar dos roles sociales muy demandantes. También distingue distintos puntos de vista que tienen los hombres y las mujeres. Para él, una característica del rol femenino es tener un poder de decisión más fuerte que los hombres, dicho control es aceptado y legitimado por los mismos hombres.

Si bien el programa no dice de manera literal cómo se deben comportar los hombres si da pautas de comportamiento. Por ejemplo el joven entrevistado mencionó:

Ellos la respetan (se refiere a Tamara). Nunca le han faltado al respeto ni nada de eso y eso también me gusta. Nunca he escuchado a Facundo si le dice alguna grosería o algo de ese tipo, pues digo, “ah entonces a las mujeres no se le debe tratar así”, no lo tomo como tip pero sólo hago mis conclusiones.

Observamos aquí una evidencia de cómo la radio también da modelos de comportamiento con los que los escuchas se identifican e incorporan a su sistema de creencias. La interiorización cognitiva se logra una vez que Carlos reflexionó sobre los mensajes recibidos de los conductores.

El personaje de “La Garra” le representa a Carlos una estrategia para captar audiencia con diferentes orientaciones sexuales. La apertura hacia estos temas le gusta pues para él no se debería de hacer distinciones de género. Lo interesante de la respuesta del joven es el argumento que da cuando se le pide

Un ejemplo de esta apertura.

Me ha tocado cuando hablan con un homosexual y hablan como si no pasara nada y eso me agrada porque es otra persona igual que nosotros.

Notemos que la elección del modo subjuntivo en “*como si no pasara nada*” expresa una realidad hipotética, e implica que en realidad “sí pasa algo” para Carlos. Así, su discurso revela que Carlos está tratando de resignificar en su sistema de creencias. Modificando algunos sedimentos sociales, como lo serían el trato a los gays, machismo, masculinidad, entre otros.

Como resultado de su proceso de reflexión, Carlos reportó en su segunda entrevista que él encuentra una gama de diversidad de roles de género. Dos hombres, una mujer y un hombre representando un personaje homosexual. La apertura que el programa tiene con la comunidad gay y lésbica no le parece malo.

Soy de mente abierta, o sea soy un poco homofóbico con los hombres, con las mujeres no, tengo amigas lesbianas y no tengo problema.

El comentario revela su proceso de incorporación a su sistema de creencias de una nueva estructura social donde se acepta abiertamente a la comunidad lésbico gay. Aunque afirma aceptar a mujeres lesbianas, aún conserva cierto rechazo a los hombres homosexuales. Posiblemente porque ellos atentan contra su ideal de identidad masculina, lo que aún no sabe cómo resolver ni cómo reaccionar.

Carlos también habló sobre la diferencia entre ser homosexual y ser “maricón”. El primero es el que respeta las preferencias de los demás hombres y el segundo es quien actúa, habla de manera amanerada y trata de seducir a hombres heterosexuales. En el caso de “La Garra”, el joven cree que entra en la tipología de maricón, el personaje trata de coquetear con los hombres que llaman al programa. Este suceso provoca risas en Carlos, lo que contradice su apertura de pensamiento y respeto hacia las diferencias que había manifestado. Tales contradicciones son comunes en el pensamiento cotidiano. Maffesoli (1997) apunta que la vida

cotidiana es desordenada, contradictoria y pícara. Estos últimos adjetivos resultan pertinentes para la clasificación que hace Carlos de los gays.

Así, el programa estaría funcionando como mediador y andamio para esta reestructuración de su comportamiento hacia los gays. Es mediador porque los conductores le muestran, si bien involuntariamente, una manera de comunicación con personas de identidad sexual alternativa. El programa es un andamio por ser un apoyo en su proceso de aprendizaje social y de convivencia con otras personas diferentes al joven.

5.7.6 Recepción de violencia performativa

Durante la primera entrevista que se realizó con Carlos acerca de violencia performativa, él afirmaba que:

Se llevan algo pesado entre los hombres, pero con Tamara, Facundo un poco, no le da ese respeto a Tamara, pero no creo que sea violento.

Aun cuando él cree que Facundo no es respetuoso con Tamara, no piensa que ello sea motivo para considerar que el programa emita contenidos violentos.

Las interrupciones, no permitir que los demás terminen de decir su idea o no dejar escuchar son comportamientos comunes en Facundo y “La Garra”. Pueden hacer este tipo de acciones entre ellos mismos, con los invitados o con los escuchas que se comunican vía telefónica. De primera instancia, este acto podría pasar como un mal hábito inconsciente; sin embargo llega a ser molesto para los mismos interlocutores y para él como escucha. Carlos siente que de alguna manera coartan la libertad de expresión, ya que los conductores no lo hacen de manera involuntaria, sino con intención y lo hacen pasar como un hecho gracioso.

Esta situación se ajusta a la definición de Juris (2005) sobre violencia performativa, quien afirma que es una interacción simbólica donde está en lucha el poder de tomar la palabra. Los conductores retoman esquemas existentes como las charlas coloquiales y construyen un nuevo discurso con toques violentos disfrazado de humor irreverente.

Carlos opina que el programa no es violento, pero le divierte cómo discuten entre ellos, cómo Omar Chaparro en su personaje de “La licenciada” regaña y ridiculiza a los demás y cómo Facundo intimida a las mujeres que se comunican al programa.

En la segunda entrevista, a pesar de haber reflexionado al respecto, Carlos no identifica elementos que considere violentos. Él recuerda las constantes interrupciones en la sección de Grover, las discusiones entre Facundo, Omar Chaparro y “La Garra” pero no las percibe agresivas.

5.7.7 Modos de interacción social

El programa se ha convertido en un medio de interacción social. Es motivo de comunicación entre pares y con personas de diferentes edades. El consumo cultural de los estudiantes se ve reflejado en las experiencias compartidas que tiene en diferentes situaciones de su vida diaria. Para Carlos, escuchar el programa es una actividad rutinaria que en ciertos momentos comparte con su hermano y con su madre. Esto les da pauta para que en la hora de la comida platiquen sobre lo escuchado, o sobre lo que su familia no escuchó pero él sí. También discute la información que escucha en *¡Ya Párate!* con sus compañeros de escuela y con algunos maestros, sólo que a ellos no les dice que esa información la escuchó en el programa, ya que él no considere al programa como fuente digna o confiable de información para ser incluida en sus actividades académicas.

“El tema del día” es la sección que da pie a la charla familiar. El joven narra cómo cierto día que estaba escuchando el programa con su madre, se trató de *las frases que dice tu mamá*.

Nos reímos mucho porque en realidad si eran frases que decía.

Con este ejemplo es pertinente remitirse a Dewey (1997), para tipificar esta experiencia como agradable, que le permite a joven identificar, reflexionar y conocer algo sobre la relación que tiene con su madre, por lo cual se convierte en una experiencia formativa. Él afirma que ambos se rieron del choteo, es decir, fue graciosa la desacralización del discurso materno para los dos, lo que momentáneamente los une en ese acto irreverente.

Para la segunda entrevista el joven no recordó alguna experiencia donde hubiera compartido lo escuchado en el programa. Puede ser que sea un consumo desechable o, en términos de Dewey (1997), una experiencia no educativa, por no ligarse con un conocimiento previo o posterior.

5.7.8 Líderes de opinión juvenil

Aun cuando el programa no tiene una finalidad periodística explícita, sí contiene algunas noticias y datos que los jóvenes usan posteriormente. Lo relevante para la presente investigación es saber si los jóvenes toman la información emitida por los conductores como veraces, si estos fungen como líderes de opinión y si este consumo cultural se convierte en experiencias formativas para los entrevistados.

La opinión de Carlos al respecto es la siguiente:

Por las noticias que dicen hay veces que es donde me informo de las cosas, los cuatro están conectados a internet, ellos saben de esas cosas y ven cosas en el twitter y lo dicen e investigan a fondo y ya te lo afirman hay cosas que es donde me entero.

Él supone que la información que sale al aire ha sido investigada “a fondo”; lo que les confiere credibilidad a los conductores y los posiciona como líderes de opinión.³⁷ Me remito nuevamente a Weber, en (Smith y Paterson, 1990), quien, en su definición de líder de opinión, afirma que estos pueden llegar a ser influencia social sobre su entorno cultural. El caso de Carlos, ejemplifica esta postura teórica en la que lo que los conductores afirman ejerce cierto influjo en la opinión del escucha.

El hecho de que los conductores pertenezcan al *star system* de la radio y la televisión hace suponer a Carlos que son personas formadas académicamente³⁸ para estas labores. Para él, los actores se desenvuelven en la esfera de la ‘alta cultura’ al convivir con técnicos, productores teatrales y televisivos y otros actores. Esto a su vez los hace ser personas “más cultas”. Con esto en mente, Carlos interpreta su registro coloquial como una deferencia que ellos hacen con su audiencia:

Me he dado cuenta que hablan como si estuviera hablando con una persona normal porque si fuera en otro lado, sería diferente, como que se alejarían un poco más o cosas de ese tipo, yo siento que es por donde están ellos.

Esta lectura nos ayuda a explicar por qué el estudiante los toma como líderes de opinión, pues por un lado se puede identificar con ellos como sus iguales y por otro lado le representan personajes “cultos”. De ser así, es el mismo esquema del aprendizaje situado, donde los iniciados toman como guías a personas que son afines a ellos pero que poseen experiencia social.

³⁷ El joven acepta que generalmente no cuestiona o reflexiona sobre la veracidad de los contenidos. Sólo a veces los buscan en twitter o por casualidad los encuentra en otros medios de comunicación.

³⁸ En apartados anteriores se describe el perfil profesional de cada conductor titular. Solo dos de ellos tiene un grado académico como licenciados, ninguno dentro del ámbito radiofónico. De Facundo no se encontró el dato de su formación. Mario Cuevas tiene trayectoria en la radiodifusión pero no se encontró la información de su formación profesional.

El estereotipo de joven rebelde e irreverente es el más proyectado por los locutores. La imagen de joven que va en contra de los estándares sociales les parece atractiva a algunos de sus seguidores jóvenes. La preferencia de la audiencia se puede dar ya sea por la curiosidad de saber qué es lo que hacen los conductores, por saber qué pasa con sus aventuras, por tener la representación en el otro de las cosas que los jóvenes escuchas no se atreven a hacer o simplemente por estar al tanto de las ocurrencias que hacen en el programa.

Un ejemplo de ello es cuando Facundo afirmó no haberse cambiado el pantalón en un mes. El conductor reportó sus vivencias vía twitter y en el programa de radio³⁹. Carlos hace referencia a esta conducta:

No sé, creo que a mí también me hubiera gustado hacer ese reto, pero creo que yo no lo hubiera cumplido, no me gusta estar con la misma ropa todo un mes o un cierto tiempo. Me acuerdo mucho de eso, porque hasta en twitter ponía: “Día uno sin cambiarme”, y todavía al final dijo que “el pantalón aguantaba otro mes” y dije “no creo”. Bueno quien sabe no, depende qué hace no, si se pone a cortar el pasto a pintar no creo que aguante.

El joven acepta que le gustaría haber hecho eso, pero no se atreve. Una posible lectura de su afinidad por Facundo es la sublimación de sus actos como una posible liberación de sus impulsos rebeldes. Al final de la cita Carlos reflexiona sobre la limpieza del pantalón. Supone que está en función de lo que se haga con él y como ejemplo, piensa en actividades más cercanas a su rutina que a las del conductor. Esta relación sugiere que él estableció una identificación con el conductor como si fuera uno de sus pares.

³⁹ El reto de Facundo de no cambiarse el pantalón en un mes fue anterior a las grabaciones que se hicieron para el análisis de este estudio.

5.7.9 Intercomunicación con los conductores

En nuestros días las redes sociales y los medios de comunicación donde pueden salir al aire los escuchas se han convertido en espacios de interacción social. El motivo que los reúne de manera virtual es que tienen un gusto afín. Digo virtual ya que no comparten un mismo tiempo ni espacio. En la mayoría de los casos nunca saben en realidad con quién se da este intercambio de información. El anonimato o las falsas identidades son comunes en estos circuitos comunicativos.

El twitter es el medio por el cual Carlos está en contacto con el programa y con los conductores. No sigue a ningún conductor en particular. El ve cuál es el tema del día y publica su aportación en el hashtag. Para él, es lamentable que no le contesten o que no pasen sus comentarios al aire. Cuando no publica en el hashtag “del tema del día” lo hace directo al programa. Sus notas van en relación con agradecerles por hacerlo reír, subirle el ánimo y hacerlo pasar un rato agradable. En la segunda entrevista, Carlos confirma la información anterior y no informa de cambios en su interacción con el programa y conductores a través de las redes sociales.

5.7.10 Aprendizaje situado.

5.7.10.1 Contenido radiofónico como mediador.

Como ya se ha mencionado el aprendizaje se adquiere en cualquier momento de la vida. En ocasiones existen apoyos que favorecen la adquisición del conocimiento. Algunos se aplican durante mayor tiempo y otros como los mediadores por un tiempo más breve. En este caso el consumo radiofónico se convierte en un mediador para Carlos. A continuación se ejemplifica cómo para Carlos el contenido de radio puede servir de mediador entre sus conocimientos previos y los nuevos.

Carlos reconoce que, si bien se informa de los acontecimientos actuales por medio del programa, no recuerda una ocasión específica en la que haya puesto en práctica ese conocimiento:

Tal vez si he aprendido algo, tal vez no como persona, pero las cosas que nos transmiten ellos es cultura general y que está pasando todos los días pues es un medio de información más, que te sirve de apoyo. No solamente hablan de tonterías.

Notamos que Carlos hace la distinción entre tipos de conocimientos. Jerarquiza en primer lugar a los conocimientos de cultura general y en segundo lugar a los saberes del desarrollo humano. Cree que son más importantes los primeros, porque son los que utiliza con mayor frecuencia, sin percatarse que los otros saberes también los usa a diario. Finalmente los dos tipos de conocimiento son adquiridos de entre otros muchos medios; por lo que el programa de radio le proporciona una experiencia pedagógica alterna, ya que es una práctica cotidiana que resulta en aprendizaje.

Al ser una fuente de información, Carlos considera el programa como un apoyo en su desarrollo. Ello ejemplifica la postura vigotskyana sobre el uso de los mediadores en el proceso de aprendizaje. En este caso, el joven usa lo escuchado como mediador de su aprendizaje. Al final de la cita, el joven clasifica los contenidos del programa y los separa en graciosos o “tonterías” que para él poco aportan a su aprendizaje y los informativos que contribuyen en mayor medida a su proceso formativo. Esta distinción es errónea porque se puede aprender de ambos, probablemente esta percepción viene de la poca importancia que él le da a lo cómico, incluso lo llama tonterías.

Una anécdota significativa para Carlos fue cuando aplicó lo escuchado en *¡Ya Párate!* como un mediador en la identificación de una obra literaria. El caso es que cierto día en su escuela se presentó una compañía de teatro representando una adaptación de “Aura” de Carlos Fuentes. Él había leído esta novela para la

clase de literatura hacía algunos años. Sin embargo, él no relacionó que se trataba de la misma historia, hasta que en una emisión del programa, Grover comenta el texto de Fuentes y el joven se da cuenta que se trata de la misma historia que había visto en la obra de teatro y leído en la clase de literatura. En este ejemplo nuevamente el programa se convierte en un mediador del aprendizaje. Pues fue utilizado como apoyo para tomar conciencia de lo que él sabía. También se puede ver cómo vivió una experiencia educativa ya que fue agradable la situación de ver que se trataba de la misma historia y pudo con ello ligar un conocimiento nuevo con uno anterior.

En la segunda entrevista, Carlos afirma no haber aprendido nada nuevo al escuchar el programa. Sin embargo, acepta que le sirve pues se abordan temas muy variados y esa gama tan amplia de información le permite enriquecer su bagaje cultural. Observamos pues que, aunque él no lo perciba, el programa le ofrece mediadores para su aprendizaje situado al proporcionarle algunas herramientas para integrarse a la sociedad como futuro adulto.

5.7.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

Durante el proceso del aprendizaje situado tienen lugar rituales de paso. En el caso de esta investigación se enfoca a la transición de la adolescencia a la adultez. Los cambios son muchos en este periodo y las maneras de incursionar como nuevo adulto también son muy diversas. Los siguientes párrafos ejemplifican cómo Carlos se apoya en lo escuchado en el programa de radio *¡Ya Párate!* para insertarse en la sociedad como iniciado a la edad adulta.

Carlos considera que la información que transmiten en el programa es muy “global”. Con este término se refiere a que no solo hablan de un solo tema. Él nota que tener estos conocimientos, le dan mayor oportunidad para comunicarse con más personas en diferentes contextos sociales y en diversas situaciones, dando

lugar a su independencia social pues ya cuenta con temas de conversación propios de la juventud o primera etapa de la adultez.

Carlos recuerda, ente otras ocasiones, la vez que el profesor de su curso Mundo Contemporáneo pidió recopilar noticias recientes. El estudiante presentó una nota que escuchó en el programa y que sorprendió al maestro, pues él mismo desconocía esa información. El alumno se sintió al nivel de su maestro ya que Carlos también pudo enseñarle algo.

Los temas abordados en el programa que más recuerda Carlos son aquellos sobre:

Sexualidad, políticos o relacionados con lo que acontece en el momento.

Él identifica las convenciones adultas sobre cómo tratar a las mujeres, cómo comportarse en presencia de ellas y cómo convivir solo entre hombres. Un siguiente paso sería verificar si efectivamente adopta estas convenciones en su vida personal.

En otra ocasión, Carlos escuchó que Tamara leyó un twitter de “el tema del día”, el tema era *El personaje que me gustaría ser*. El joven recuerda que:

Un hombre dijo: “me gustaría ser como el amante de mi esposa porque él me quito el amor de mi vida”. Tamara y “La Garra” comentaron que “está mal esta persona”, y hay veces que siento que la gente como está muy identificada con el programa, hacen esas cosas como para que les llamen o no sé o algo así cuando llama un hombre que está mal o así. Lo tratan de cambiar, de calmar o se desahoga en el programa... pensé “pobre señor, pobre persona,

porque sí estaba anímicamente mal, al límite de decir que quiere ser el amante de su esposa, sí está cabrón”

Aquí podemos notar que Carlos considera este programa como un espacio de entretenimiento juvenil donde no se deben tratar situaciones personales. Esta identificación lo sitúa como una persona madura que ubica las convenciones sociales acerca de los espacios adecuados para externar ciertos temas. El posicionamiento del joven sobre la forma en que los conductores abordaron el tema y sobre el tema en sí, deja ver cómo Carlos ya tiene una visión de adulto con referencia a las relaciones de pareja y de su rol de género.

En la segunda entrevista el joven reitera los comentarios de la primera entrevista. El dato nuevo fue su identificación con Tamara Vargas. El ser ambos veracruzanos hace que Carlos tienda lazos afectivos con la conductora. No sólo por el lugar de origen sino también porque la conductora cursó su formación profesional en la Universidad Veracruzana y es la institución en la cual el joven le gustaría ingresar para cursar su licenciatura. Este tipo de planes pertenecen a la primera etapa de la adultez, mostrando como el joven poco a poco se va integrando al mundo desde su nueva etapa del ciclo vital.

5.7.11 Experiencia compartida

Otro suceso cotidiano son las experiencias compartidas. En este caso, la experiencia compartida fue con su madre. Los espacios donde platica con ella son en los trayectos de transporte, de la escuela a su hogar y en el momento de la comida. Entre otros muchos temas el joven le comenta a su madre las notas que le interesaron o le fueron relevantes en el programa. Las noticias que por lo general le llaman más la atención son las de la sección “notas curiosas”.

Es pertinente resaltar cómo el programa ofrece puntos de conexión que sirven como puentes en las interacciones sociales. Aquí se entrelazan la experiencia

compartida entre el joven y su madre. El programa les da la oportunidad de entablar una conversación sobre temas de los que no se hablaría de otra forma. Independientemente de la información, esta una oportunidad de relacionarse con la madre en momentos familiares íntimos, como lo es la hora de la comida.

En el entorno escolar, Carlos ha compartido la información en clase con sus compañeros y maestros. Al momento de la participación individual en el espacio áulico, el joven ha aportado su opinión basado en contenidos escuchados en el programa. En esta actividad el joven fortaleció su autoestima porque sorprendió al maestro con datos que el profesor desconocía. Esta experiencia le resultó agradable, lo que, de acuerdo a Dewey (1997), es una condición emotiva para que se genere el aprendizaje. El programa se convierte así en un andamio que le sirve al joven para anclar e hilar sus conocimientos previos con los nuevos, como parte de su aprendizaje situado.

5.7.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

Durante la segunda entrevista, Carlos reportó haber encontrado una gran diversidad de roles de género en la transmisión de radio: dos hombres, una mujer y un hombre representando un personaje homosexual. La apertura que el programa tiene con la comunidad gay y lésbica le parece aceptable.

Como ya se mencionó, Carlos presenta un proceso de incorporación a sus creencias sobre el trato con los gays y las lesbianas. Él tiene amigas lesbianas pero aún presenta cierto rechazo a los gays pues ellos sí ponen en entredicho su identidad masculina, situación ante la que no sabe cómo responder.

Desde la perspectiva de género, sabemos que la construcción de la identidad se articula, si no en su totalidad, sí principalmente por las experiencias de vida en su entorno social. Los estereotipos de género son específicos a cada

tiempo y cultura. Tradicionalmente se espera que las mujeres tengan comportamientos de sumisión, ternura y debilidad. De los hombres se espera lo opuesto. La intensidad de estos rasgos es mediada por el entorno social. Si consideramos la premisa anterior podremos entender mejor la estructura social de origen de Carlos y su transición a roles de género menos rígidos.

García- Mina (2003), distingue tres niveles en la internalización de modelos de género. El primer nivel es la creación simbólica, el segundo es el interpersonal donde se asumen los roles y normas sociales de manera individual. El tercer nivel es donde cada individuo forma su identidad partiendo de las experiencias vividas. Notamos pues que Carlos oscila entre los últimos dos niveles del proceso de internalización de una nueva estructura. En este caso, su reajuste en la convivencia con personas de otra preferencia sexual.

Por su parte, la teoría vigotskyana se enfoca a que la construcción del sujeto está determinada por el entorno social en el que éste se desenvuelve como actor. Si las estructuras conocidas de Carlos son los estereotipos tradicionales de género, son estos sedimentos ideológicos los que accionan a la hora de relacionarse con personas de otro sexo o de otra preferencia sexual. Las dificultades que experimenta el joven para relacionarse con los homosexuales se deben, en parte, a que sus moldes sociales no corresponden a esta nueva estructura que vive.

Finalmente consideramos relevante reportar que, si bien la presente investigación no tiene la intención de influir en el consumo cultural del joven ni de generarle experiencias formativas; esto sucedió parcialmente con Carlos. No cambió su opinión acerca del programa, pero su consumo cultural fue reflexionado y ahora está más atento a lo que escucha. Con estas herramientas, Carlos generó una experiencia formativa. Durante el lapso entre la primera y la segunda entrevista, el joven se acordaba de este proyecto cuando escuchaba *¡Ya Párate!* Pensaba si lo que había dicho aportaba datos importantes a la investigación, pero sobre todo dimensionó el impacto que tiene la radio en el aprendizaje. Se

sorprendió que de algo tan cotidiano como escuchar un programa radiofónico, se pudiera hacer un trabajo de investigación a nivel de posgrado. Después de terminada la primera entrevista el joven me comentó que les mandaría un tuit a los conductores para avisarles sobre el presente trabajo. Le solicité que esperara hasta nuestro segundo encuentro, petición que atendió y al término de nuestra segunda entrevista, me comentó con mucho agrado, que les diría a los conductores -vía las redes sociales- que en Xalapa se hacía una investigación dónde están involucrados jóvenes xalapeños y una conductora veracruzana con un programa de transmisión nacional e internacional.

5.8 Lorena, joven estudiante del Colegio Preparatorio de Xalapa

Lorena es estudiante de sexto semestre en el Colegio Preparatorio de Xalapa en el turno vespertino. Tiene 17 años. Se identifica con el género femenino. Es originaria de la Ciudad de México, desde hace cuatro años vive en Xalapa. No tiene ocupación laboral remunerada. Asiste a clases de inglés y es miembro de un club social y deportivo. Su casa cuenta con todos los servicios. Se ubica en una colonia popular retirada de su centro escolar.

Sus padres están divorciados y ella vive con su madre. Es hija única y comparte con su madre el gusto por cocinar, actividad que hacen juntas con frecuencia. Lorena comenta que antes de que su madre ingresara a trabajar como abogada solían salir a correr y ver películas juntas. La televisión es el medio de comunicación más consumido en su familia. Su madre ve telenovelas por las noches. Por las mañanas, ven juntas el noticiario de Carmen Aristegui en el canal 52MX. Los canales que sintoniza con mayor frecuencia la estudiante son MTV y VH1. El periódico La Jornada, la revista Proceso son las publicaciones periodísticas que se leen en su casa.

Sus amigos más cercanos son sus pares de escuela, también tiene contacto frecuente con sus ex compañeros de secundaria. Lorena comenta que pese a que todos estudian en escuelas diferentes aún se frecuentan con regularidad. Sus ex

compañeros asisten a bachilleratos diferentes, algunos van en la mañana, otros por la tarde, una parte va a escuelas privadas y los demás a instituciones públicas.

5.8.1 Rutina

Lorena asiste por la tardes a la escuela. Por las mañanas se encuentra sola en su casa. Ella es quien sintoniza de martes a viernes el programa de radio *¡Ya Párate!* Como se desvela la noche anterior no se despierta temprano, es por ello que escucha la recta final del programa. Sintoniza la emisión en la radio y en su celular. El programa la acompaña mientras ella realiza sus actividades diarias como el aseo personal, desayunar y hacer su tarea.

Antes que su madre retomara sus actividades laborales compartían el hábito de escuchar el programa juntas. Encender la radio para escuchar el programa lo hacía cualquiera de las dos, en la mayoría de las ocasiones era su madre quien lo hacía. Era parte de la rutina diaria, ya que la joven no asistía a la escuela en el turno vespertino y su madre aun no tenía actividades laborales por las mañanas. Lo podían escuchar en su casa o en el automóvil durante el trayecto a sus actividades diarias. El horario en que sintonizaban la emisión de radio era aproximadamente de 8:30 a 10 de la mañana. Ella extraña al programa cuando no lo puede oír. Los días que no lo puede escuchar siente la necesidad de algo que la haga divertirse, que la haga reír.

La rutina que cuenta Lorena la tiene muy presente pues hace escasos dos meses a la fecha de la entrevista, ella se encontraba en una dinámica familiar muy apegada con su madre. Al parecer le afectó el alejamiento de ella, la separación fue a raíz del ingreso al campo laboral de su madre y del divorcio con su ex padrastro. Otra característica que se notó en la entrevista son las aparentes contradicciones en el discurso, superficialmente son una falta de compromiso con lo que dice, ya que cuida mucho las apariencias y agradar a los demás, bajo un toque de niña mimada de clase acomodada.

5.8.2 Opinión del programa

La opinión del programa que tiene Lorena es muy buena. Le gusta mucho escucharlo y cree que pasa un rato agradable mientras lo sintoniza. Lo que más le agrada son las “tonterías” que dicen, le divierten y la hacen reír. También identifica que en *¡Ya Párate!* se entera de noticias tanto internacionales, como nacionales, de entretenimiento, de espectáculos y de tecnología. En pláticas con sus amigos ha comentado sobre el programa:

No sé, decimos muchas tonterías entonces pss es de “ah oye güey”, “que crees escuché esto” y ja, ja, ja ah “¡no manches!” “¿En serio? Sí”... “escúchalo es muy bueno”.

También opina que el programa es:

Desmadre, risas, si como un ambiente de fiesta, como que me ponen de buenas. Por ejemplo, luego estoy así como que bajoneada o enojada, y ya es así de “ja, ja, ja”, me río con ellos.

Dichos comentarios reflejan el disfrute de la joven al ser escucha asidua de *¡Ya Párate!* La opinión a la que ella llega no es solo racional, también es emocional. No cree que pueda aprender algo académico o que le contribuya a su formación, pero si obtiene noticias que le ayudan a estar al día o saber datos curiosos que le permiten tener tema de conversación e integrarse socialmente.

La opinión que ella tiene de los conductores es variada. Iniciaré por describir su sentir por Facundo, para ella es un buen conductor, entretenido, divertido y con una personalidad muy definida. De “La Garra” piensa que tiene una voz agradable, es ingenioso, excéntrico y le gusta su manera de expresarse. Sobre Omar Chaparro considera no ser su fan, en momentos le aburre y lo que más rescata del trabajo del conductor es su personaje de “La Licenciada”. En relación con Tamara

Vargas comenta que es la que da el punto de equilibrio entre los cuatro conductores y que es una mujer ocurrente e inteligente.

Por otro lado a Lorena le gustaría ver cómo son las transmisiones del programa, propone que se hagan transmisiones vía internet en tiempo real. Hacer un enlace con web cam con los tres puntos donde se encuentran los conductores, en cabina en el D.F., en Guadalajara con “La Garra” y en el Puerto de Veracruz con Tamara Vargas. Esta idea la toma del noticiario de Carmen Aristegui que transmite simultáneamente para radio y para televisión restringida.

5.8.3 Experiencia y consumo cultural

La respuesta de Lorena al preguntarle directamente sobre la utilidad en su vida cotidiana de lo escuchado en el programa, ella respondió que no lo ocupa. Su respuesta la enfocó a los consejos que emiten sobre relaciones de pareja. Esos comentarios de los conductores son los que ella considera en un tono de seriedad. Los demás mensajes no los considera de utilidad.

Después ella comenta que usa lo que escucha en el programa, aunque al inicio se negó a aceptar que le es útil. Se expresa así:

Pues, yo creo que sí, o sea como que sí y no, porque luego es así de “ahí que te pueden enseñar”, ese programa como tal, pero luego es así de: “¡Ah no sé qué película ver!” o cosas así y es de “ah, pss oí que esa estaba buena no, ah, pss vamos”, o igual con lo de las noticias y eso, es cómo una forma diferente y útil de estar al tanto de eso...

Reconoce que el programa es una fuente de información noticiosa. Ella usa los datos emitidos por el programa en su entorno cotidiano, como lo sería la elección de la película a ver. Otro uso que le da Lorena a los contenidos

radiofónicos es para despertar de una manera agradable, el programa la hace reír, le causan gracia las ocurrencias de los conductores, la divierten las diferentes interpretaciones de los personajes y admite que le gustan las burlas que se hacen entre ellos.

La dimensión emotiva Dewey (1997) la considera necesaria para que un suceso de la vida cotidiana se convierta en experiencia, como se da con Lorena en función de su consumo radiofónico. Retomo la idea comentada por Lorena en el apartado de opinión del programa, para ejemplificar, cómo la joven al escuchar el programa cambia su estado de ánimo. Muestra de que ella tiene una experiencia, la dotar una actividad cotidiana de cierta emoción.

El objetivo del programa es ofrecer un rato de diversión a los escuchas según Vargas (2012), con Lorena como escucha lo cumplen y en algunos casos rebasan el objetivo principal, ya que no solo la hacen pasar un buen rato sino que logran invertir sus estados de ánimo. Pasar del enojo o tristeza a la felicidad.

Lorena también usa lo escuchado en el programa cuando platica con sus amigos o en las clases de su escuela. Ella lo comenta así:

Luego sale al tema en alguna clase o con algunos amigos, “¿Oye escuchaste esto?”... “Oye qué onda, yo escuché ahí... -Que dijeron tal, tal y tal no”.

En la anterior cita vemos el reflejo del uso del lenguaje común entre los jóvenes, que según Panofsky, John- Steiner, y Blackwell, (1990) es una manera de comunicación espontánea e irreflexiva. Bruner (1989) menciona que las experiencias son comunicadas a través del lenguaje y que el mensaje crea realidades cotidianas similares, como es el caso de Lorena y sus amigos. En este ejemplo el programa es usado como tema de conversación, dejando ver cómo el consumo del programa va más allá del momento en que Lorena lo escucha. Los

jóvenes están atentos no solo a los mensajes emitidos, también ponen atención en quién lo dice y cómo lo dicen. Como se mencionó en el apartado anterior Lorena opina que es muy buena la emisión radiofónica, al punto de recomendarla con sus amistades.

Lorena emplea lo escuchado en la transmisión de radio en el salón de clases. Recuerda cuando trabajaron el tema del racismo y discriminación en una de sus clases. Salió a flote el programa de *Top Year* donde dijeron que sería horrible imaginar que un día al despertarte te dieras cuenta que eres mexicano. Ella pudo participar en clase dando su opinión sobre el tema partiendo de lo que escuchó en *¡Ya Párate!*, nuevamente el consumo cultural del programa permea la vida cotidiana de Lorena, no solo en espacios informales, también en ámbitos educativos formales.

En la segunda entrevista, no recordó algo que le haya interesado en esos días que dijeran en el programa. Puede ser que su consumo fue desechable, o sea que no generó experiencias educativas. La opinión de Lorena se mantuvo en el aspecto de que el programa le ofrecía pasar buenos momentos. Logran que ella pueda de alguna manera desestresarse y evadir su situación cotidiana como joven estudiante del turno vespertino. Me refiero a tenerse que despertar temprano, hacer tarea, desayunar sola, entre otros ejemplos. Retomo a Heller (1987) cuando menciona que la edad, la actividad principal y el estado civil por mencionar algunas, delimitan el tipo de rutinas diarias. Por su lado Lindón, (2000) dice que la vida cotidiana es significada por el propio individuo. La vida personal del sujeto y su contexto social determina el significado de la cotidianidad. Esto sirve para la autorregulación de la persona dentro de su ámbito social.

5.8.4 Patrones de identificación juvenil

Lorena como joven, se siente identificada con el programa. “El tema del día” es dónde encuentra lazos en los que ella se logra conectar, pues abordan temáticas

cercanas a su vida cotidiana y a su contexto juvenil. Los comentarios jocosos de los conductores también hacen que ella tenga mayor identificación con ellos. Pues hacen uso del lenguaje de manera muy similar a como lo hace la estudiante con sus amigos. La cita que a continuación se presenta ejemplifica como los conductores abordan temas juveniles. El 27 de marzo de 2012 Tamara Vargas, Facundo y “La Garra” contestaron un test titulado: *¿Qué tan buen amigo eres?* y esto es parte de sus comentarios.

T: Su mejor amigo cumple años y organizará una fiesta...

G: “A”... llevo las caguamas.

T: ...pero sin darte cuenta ya habías quedado de salir con tu pareja esa noche. A) le dices a tu amigo que llegarás a la fiesta un poco tarde después de haber cumplido con el otro compromiso, B) cancelas la salida con tu pareja para acudir desde temprano a la celebración de tu amigo, C) sales con tu pareja toda la noche y solo le hablas a tu amigo para felicitarlo mucho.

F: “A”

G: Pérate (sic) por qué no hay una donde mejor me llevo mi pareja al cumpleaños de mi amigo.

F: Pero no les caen bien. (Tamara ríe).

G: Ahh... no, yo cancelo, primero están los amigos.

La inicial intervención de “La Garra” sin saber el final de la pregunta es sobre la aportación de una bebida alcohólica para la reunión, este tipo de comentarios y de predilección en bebidas es pertinente en el contexto juvenil. Las respuestas que dieron los conductores fueron en función de la preferencia de los amigos sobre la pareja. Es probable que sea así pues en la juventud la relación de pareja está en la etapa del noviazgo y no les representa tanto compromiso como el matrimonio.

La joven en una primera instancia menciona tener mayor identificación con los tres conductores que con Tamara Vargas, aun cuando es la única mujer en el

programa. Conforme transcurre la entrevista, Lorena comenta que si tiene una identificación de género con la conductora, pues en ocasiones, cuando escucha el programa ella piensa que también le ha pasado lo mismo que platican en la emisión de radio. Ha considerado las alternativas que externan los conductores del programa en particular la de Tamara Vargas, sobre todo como posibles salidas, respuestas o conductas a las problemáticas cotidianas

Un ejemplo de cómo Lorena se identifica con “El tema del día” que abordan en *¡Ya Párate!* es el siguiente:

El tema era algo así de lo sexual o algo así y les preguntaron algo del *mi primer amor* y pues fue así de “pérame (sic), sí estuve como que llorando un tiempo, pero ya después se me pasó”

Fue una experiencia no grata al recordar algo doloroso. Lorena se identificó con lo comentado en el programa, de tal manera que detonó una situación de remembranzas. Se acordó de una parte de su vida. Tal como lo dice Estrada (2002), la percepción de la vida cotidiana es fragmentada, cada persona la interpreta, la dota de significado y depende de sus experiencias individuales.

La joven al escuchar lo expuesto por los conductores sobre características generales de los jóvenes, de cómo son sus pautas de comportamiento y de roles de género coincide con las opiniones. Ella comenta esto:

Digo no todos son iguales pero pss hay cosas como que sí de “¡Ah!, no manches, si es cierto, que a mí también me pasa lo mismo.” Pero, o sea, así esas pautas pues sí es así como de “aguas ¿no?”. Si las tengo presentes pero no es así de “¡Ah no!, no hago esto porque ahí dijeron que no”. O “¡Tú eres así! porque así lo dijeron.”

Este es otro ejemplo de cómo Lorena se identifica con la emisión de radio. Valida el discurso de los conductores al momento de verse reflejada en los

mensajes emitidos. Aun cuando está consciente de no tomarlos al pie de la letra, si los considera como opciones de comportamiento.

Para la segunda entrevista la joven ya logra ver con mayor claridad su predilección identitaria con dos de los conductores. El primero es con “La Garra”. Con él se asemeja al ser los dos excéntricos, ocurrentes e ingeniosos en sus comentarios. En segundo lugar, pero no menos importante con Tamara Vargas. Con ella se identifica porque externa los gustos más comunes de las mujeres. Habla de las predilecciones o disparidades con el género masculino. Siempre desde una visión femenina, y eso es lo que atrae a Lorena, pues se siente parte del grupo.

5.8.5 Recepción de estereotipo de género

Los referentes que toma Lorena para construir sus patrones de género son muy diversos. En este apartado me enfocaré en cómo el programa radiofónico contribuye a la elaboración de estereotipos de género. Iniciaré cuando la joven acepta que la emisión le aporta ideas de cómo deberían ser los hombres. Ella cree que no todas las personas son iguales. Cada una tiene sus particularidades, pero que también existen cosas que son similares para todos. A ella le parece interesante la opinión que dan los conductores hombres sobre su propio género, pues es una visión de las cosas ajena a ella. En los puntos externados por los conductores la joven encuentra lazos afines que, cuando los reflexiona, los valida y los acepta como verdad.

Para el caso de los estereotipos de los gays, mencionó que el programa sí le ayuda a ver las diferencias de género, pero no le es muy significativo, ya que:

Soy muy tolerante, o sea mis mejores amigas son lesbianas, entonces nunca he tenido así como una repulsión hacia ese tema, o sea, a mí

me da lo mismo hombre-mujer, hombre-hombre, mujer-mujer, es lo mismo.

En su contexto social inmediato ella convive con personas de preferencia sexual diferente. Es por ello que, al parecer, el personaje de “La Garra” no le llama la atención por su condición de género, pero si le es atractivo por su manera excéntrica de ser. Lorena no toma esta característica como generalizada en los gays. Según Pérez (2000), el sistema de significación se da dentro de una cultura específica. Dotar de significado a algo se efectúa como redes subjetivas. Ayudan a establecer, entre otras cosas, los valores y las reglas sociales. La significación que hace Lorena cuenta con características propias de su vida cotidiana y están delimitadas por su entorno social.

Para este mismo ejemplo recordemos a García- Mina (2003) en los tres momentos en que se da la identificación de género. Primero es la simbolización de los modelos de género, después es la integración al modelo social y por último es la creación de la identidad de género. Probablemente para Lorena el molde social ya está formado de tal manera que ya están incluidas las personas de preferencia sexual diferente, siendo así, parte de su vida cotidiana y de su esquema “normal”.

Parte de su construcción del género femenino, eminentemente lo hace más con la conductora. Ello lo efectúa cuando Tamara Vargas externa comentarios sobre los gustos, preferencias que tienen las mujeres, con las cosas que no agradan a las mujeres y cuando platica sus actividades cotidianas propias de su rol de género. En el programa del 29 de marzo de 2012 otra radio escucha al igual que Lorena, también se identifica con Tamara por cuestiones de género. Aquí la muestra.

Re: Tamara tu hija y mi hija casi tienen la misma edad.

T: Neta por eso estamos muy felices las dos.

G: Júntense para que...

Re: Cuando dijiste que estabas embarazada yo también estaba embarazada, lloré cuando tu dijiste que estabas embarazada.

T: ja, ja, ja. Yo también lloré.

La maternidad es el lazo que une a la conductora con algunas de las radioescuchas. Ya sea porque se ven reflejadas o por proyecciones personales. En la cita se evoca a una mención de la conductora realizada anteriormente al día de la llamada de la oyente. Donde se comentó en el programa la noticia del embarazo de Tamara, dato que refleja cómo la conductora comparte sus vivencias personales y de género con la audiencia.

Para la segunda entrevista Lorena reitera que el programa le da pautas del comportamiento según al género perteneciente. Ella no toma como ley a seguir lo escuchado en la emisión radiofónica, lo reflexiona y si lo cree pertinente, lo considera para incorporarlo en su sistema de creencias.

5.8.6 Recepción de violencia performativa

Lorena comentó que el programa no le parece violento, que la manera en la cual conviven los conductores solo es un tanto pesada, pero como es de común acuerdo no le parece que sea ofensiva. Sobre todo en la relación que tienen con la conductora, la respetan más por su estatus de género.

En el apartado anterior de experiencia y consumo cultural, ella mencionó que escucha el programa para despertarse y tener un inicio del día agradable. Ella comenta que las cosas que la despiertan son:

Las tonterías que dicen, o sea porque me divierten, pues luego así las tonterías que dicen. Este luego sus palabras que sacan así medio raras, las burlas que se hacen entre ellos.

Pero a la vez no le gusta que:

Como que se pasan de la raya, pues sí es así como que luego ya es mucho desmadre.

En el primer comentario ella hace alusión a las burlas entre los conductores sin identificar que el hacer mofa de los demás es un acto de violencia performativa. En la segunda cita la joven denota que tiene límites en la manera de convivir con los demás. Aun cuando los parámetros de convivencia sean laxos, ella si espera que se tenga un grado de respeto. Por violencia performativa me refiero como lo menciona Juris (2005) al patrón cultural que tiene intención simbólico-expresiva de trastocar la paz. Se manifiesta en representaciones sociales simbólicas tales como chistes, bromas, burlas, entre otros.

En el ejemplo que comenta Lorena acerca de las burlas, es en una ocasión que entró una llamada telefónica la cual enlazaron en el programa. Los conductores realizaron chistes sobre lo que decía el radioescucha y mofa de la manera en que hablaba, pues de repente tartamudeaba. Esta actitud de los conductores no le agradó a la joven pues nuevamente sintió que se excedieron en el trato. Sobre todo porque era un radioescucha que aparentemente tenía problemas de lenguaje y que no estaba en el mismo nivel que los conductores.

De nueva cuenta hay una contradicción, característica propia del pensamiento cotidiano. Lorena dijo que no le agradan las burlas, pero conforme pasa la entrevista mencionó que le ocasionaba gracia todo lo que decían los conductores sobre la complexión de Agustín Carstens y su función en el campo de las finanzas nacionales e internacionales. En este sentido la joven comenta lo siguiente:

No sé, me encanta escuchar las tragedias de las demás personas (Risas) lo lamento... pero sí.

El hecho que se ría de un chiste no quiere decir que ella esté de acuerdo con las burlas, pero ella admite que ese tipo de comentarios son lo que más le atrae del programa, legitimando así los emitidos por los conductores.

Lorena mencionó algo significativo para ver cómo la joven incorpora los mensajes del programa a su vida cotidiana y a sus experiencias formativas. Dijo que:

No, no creo [que sean violentos], o sea como que me da la sensación de que todos se llevan bien que es un ambiente sano en realidad, relajadón... No violentos, bueno o sea violentos así en la forma que se expresan ¿no? -Pero no son... ya me acostumbré.

Ella escucha el programa con la intención de pasar un rato agradable, sin percatarse en algunas ocasiones que se acostumbró a escuchar mensajes violentos. Retomo nuevamente a Juris (2005) para resaltar cómo la violencia performativa se puede dar en el lenguaje oral de manera simbólica, por ejemplo en las burlas, ridiculización o en los chistes. El que Lorena se haya acostumbrado a los mensajes que contienen violencia performativa, Buen Abad (2006) lo denominó saturación semántica. Es la repetición constante de mensajes por parte de los medios de comunicación que provoca la familiarización del contenido hasta el punto de considerarlo “normal”. Tal es el caso de Lorena que ya los integró a su sistema de creencias cotidiano.

En la segunda entrevista reitera su postura de no haber encontrado indicios de violencia. Ella piensa que la dinámica de los conductores ya no es solo laboral, considera que es similar a la de una familia. La convivencia relajada, platicar generalidades, saltar de un tema a otro en la charla, la camaradería o la defensa del linaje son algunas de las características por lo cual ella formula la analogía. Donde ella entiende que en una familia pueden “llevarse pesado”, pero no ser violentos.

5.8.7 Modos de interacción social

Lorena comenta que vive con su madre, es con ella con quien compartía el gusto por escuchar juntas la radio. Por lo general su madre era quien encendía la radio, sintonizando *¡Ya Párate!* Ahora que la estudiante lo escucha sola, tiene la oportunidad posteriormente de comentar con su madre lo escuchado en él y de preguntarle sobre las dudas que le surgen sobre las noticias que dan en el programa.

La interacción que tiene con su madre en función del programa no es del todo relajada. Aun cuando a las dos les agrada la emisión de radio, su madre no comparte los códigos sociales de los jóvenes. Por ejemplo cuando los conductores hablan en doble sentido o usan las muletillas que usan los jóvenes la señora no entiende del todo lo que quisieron decir los conductores y la joven sí. Situación que a Lorena le da risa porque su madre no entiende lo escuchado en el programa. Aquí, la joven vivencia lo que Dewey (1997) llama una experiencia agradable que la hace afianzar su identidad juvenil. Para Rice (1997), la identidad son todas las características que distinguen un ser de otro, se puede manifestar desde el físico hasta lo ideológico. En el caso de Lorena el manejo del lenguaje la hace ser diferente a su madre y ubica a la joven en el periodo de la juventud, por tener rasgos de lenguaje que su contexto sociocultural ya determinó como propio de los jóvenes.

La información que recibe Lorena del programa no solo le permite interactuar con su madre. También lo hace con su mejor amiga de la escuela, que igualmente es radioescucha del programa de radio. Platican los datos que escucharon que les hayan parecido interesantes o chistosos. El programa se convierte en un lazo de interacción entre pares donde su audiencia se identifica como jóvenes.

5.8.8 Líderes de opinión juvenil

La información noticiosa que recibe Lorena por parte del programa en ocasiones es corroborada. Le pregunta a su madre sobre las noticias y/o por la noche la ve en el noticiario televisivo. En otros casos no la verifica en otros medios. Solo busca cotejar o ampliar la información de las notas que le haya generado curiosidad de saber más del tema. La entrevistada dice que a veces:

Si me llama la atención sí, si no pues ya nada más me quedo con lo que escucho que dicen ellos.

Se puede ver cómo la joven en cierta medida toma lo que dicen los conductores como eje de partida para su información del mundo actual. El programa es la fuente noticiosa principal que tiene Lorena. De los datos escuchados ella inicia su búsqueda de ampliación de noticias.

Después de haber transcurrido un tiempo se entrevistó de nueva cuenta a Lorena para ver si tomaba a los conductores como líderes de opinión. En ese momento no logró recordar ninguna información escuchada en el programa. Probablemente su consumo durante este tiempo fue desechable, en otras palabras no fue significativo.

El liderazgo de opinión no solo se ve reflejado en la credibilidad periodística. Para este estudio, dar elementos que contribuyan a que los escuchas se formen un criterio propio se considera parte del liderazgo de opinión. Como en el caso de Lorena que se identifica con el personaje de “La Licenciada” que interprete Omar Chaparro. El punto de enganche es porque ella desea estudiar la licenciatura en Derecho. Ella ve en el personaje características que considera debe de tener un abogado, tales como la manera de hablar, las intenciones e inflexiones de la voz, por mencionar algunas.

5.8.9 Intercomunicación con los conductores

Lorena no ha intentado comunicarse con la emisión de radio vía telefónica, ya que tiene recuerdos de una mala experiencia de su infancia, cuando gastó mucho dinero en participar en los juegos televisivos. Vía twitter sigue al programa, a Tamara Vargas y a “La Garra” para:

(...) Por ejemplo luego que suben este... luego que no sé cómo se llama una canción y eso. Pues voy así al usuario y ya. Porque siempre ponen, y ahora: “está sonando” o “ahora está con nosotros”. Que luego suben fotos y pues ya las veo.

Este medio le permite estar en contacto más cercano con los dos conductores de mayor predilección y estar al tanto de lo que pasa mientras se transmite la emisión radiofónica. Ha mandado tuits con “El tema del día”, en un mismo programa ha mandado varias aportaciones las cuales no han salido al aire ni han sido comentadas en el twitter.

Para la segunda entrevista, Lorena cuenta que los días posteriores a la última plática presentaron mayor actividad en el twitter. En ocasiones está más atenta a lo publicado sobre el programa por este medio, que por lo que se transmite en la radio. A últimas fechas por no contar con celular bajo su actividad en la red social.

5.8.10 Aprendizaje situado

5.8.10.1 Contenido radiofónico como mediador

El programa de radio no solo le aporta a Lorena ratos agradables. Aunque aparentemente no recuerda ejemplos de los tópicos que se le preguntaron y dice que no cree aprender nada del programa. Ella admite que la emisión radial no solo

la hace reír, también escucha lo que dicen. En más de una vez ha reflexionado sobre lo que externan los conductores. No siempre está de acuerdo con ellos, pero eso no incrementa o disminuye su predilección por escucharlos. De nueva cuenta retomo a Estrada (2002), para resaltar que la percepción de la vida cotidiana es fragmentada. En Lorena el hecho de que reflexione lo que oye, la lleva a ser una radioescucha más crítica de su consumo cultural.

A Lorena le ayuda escuchar el programa, porque los comentarios de los conductores le funcionaron para poder visualizar las cosas desde la mirada de los hombres y desde la de las mujeres. Dándose cuenta donde están los puntos de convergencia y divergencia. En ocasiones los conductores dan consejos al sexo opuesto, ella los toma como tips para mejorar sus relaciones personales. Espera tener presentes las recomendaciones que escucha en el programa sobre las relaciones de pareja para cuando tenga novio. Para Pérez (2003), los medios masivos de comunicación transmiten estereotipos de patrones de vida. Los escuchas pueden tomar los moldes sociales como una herramienta para su integración a la sociedad. Tal es el caso de Lorena que escucha de los conductores los estereotipos de género y los considera para incorporarlos a su vida personal.

En el caso de patrones de convivencia con la comunidad lésbico gay, el programa según Lorena, si ayuda a ver las cosas diferentes, a ser más tolerante e inclusivo. La joven cree que para ella no ha sido muy significativo el programa en este rubro pues en sus amistades cercanas hay dos lesbiana, por ello está acostumbrada a tratar con personas de diferente preferencia sexual. Respecto a lo que ha aprendido del programa, comentó:

Pues, yo creo que a convivir con los demás así como que de una manera más relajada.

En la anterior cita se logra ver cómo la joven no está del todo consciente sobre las repercusiones que tiene la emisión radiofónica en su formación. Desde la

visión vigotskiana, el proceso de construcción como ente social no solo se refiere en moldear lo que ya se sabe, también en la forma de interacción social. Es un proceso ontogenético donde muchas veces el individuo no se percata de la adquisición de saberes. El hecho que un programa como *¡Ya Párate!* contribuya a que Lorena moldee sus conductas, se entendería mejor con el postulado de Pérez (2000) cuando argumenta que los intercambios humanos están bajo las instituciones culturales que estructuran de alguna forma la significación social. Para este caso, el programa de radio es el que moldea parte de las experiencias formativas de Lorena.

Lorena aprendió del programa no solo los contenidos, sino también la forma de expresarse. Me refiero al uso del lenguaje. Ella incorporó a su manera de hablar la manera peculiar y excéntrica de “La Garra”, tal vez no sea idéntica pero si retoma las inflexiones de la voz. El programa también funciona como un mediador para su estructura de lenguaje hablado, o sea toma como modelo las frases o entonaciones de la voz, esto la hace identificarse con el programa. El perfil del programa es juvenil por lo tanto la joven se identifica como joven al escuchar la transmisión de radio.

Uno de los aportes de la emisión radiofónica en la joven es en alguna medida sobre su formación de rol de género. Lorena se percató del trato diferenciado que le dan a Tamara Vargas dentro de un contexto donde la mayoría son varones y ella es la única mujer. Lorena comenta lo siguiente:

Siendo mujer y estando ahí, con puros hombres o sea sí echa relajo y sí sabe y sí “mete su cuchara” pero como que todos la respetan. Como que ella es así una mujer y como que todos la protegen.

Para ella las mujeres deben de ser protegidas por los hombres, tener cierto límite de participación social y los hombres las deben respetar por su condición de

género y no por ser un ser una persona más. Sigue una estructura costumbrista de género que es reforzada por del programa de radio.

Para la segunda entrevista la postura de Lorena fue más vaga que en la primera. Se rescatan las siguientes ideas a las cuales llegó durante el periodo de reflexión, sobre el programa como mediador. En cierta medida mostró desencanto por el programa, lo cual hace que ya no tenga tanta repercusión los comentarios de los conductores sobre su formación. Descubrió que no le gusta la sección donde hablan de los videojuegos. Pensó que en un futuro le agradecería ser abogada, pero que no se expresará como el personaje de Omar Chaparro de “La Licenciada”. En estos días ha escuchado con mayor frecuencia la repetición de lo mejor de la semana en los sábados. La joven piensa que aun cuando pasan lo más gracioso o lo más relevante no es lo mismo que escuchar el programa completo entre semana. Reitera nuevamente que la emisión le ha ayudado a ver de distinta forma diversas circunstancias. Puede visualizar cómo los gustos cambian desde las posturas masculina y femenina. Cómo las interpretaciones de un mismo acto pueden ser analizadas desde diferentes posiciones. Esta manera de concebir la realidad hace que se modifique su identidad como joven y como mujer. También le contribuye a no construir generalidades, pues cada persona es diferente.

Un comentario final que la estudiante dijo con respecto a ser participante en la presente investigación fue:

Lo escuché y es así de “Ah”, y me acordé de ti. Creo que cada que lo escuche me voy a acordar de ti. Es así de: “¡Ah mira!” Y ya voy a poder decir “¡Ah mira lo que dice está bien!”

La acotación nos permite ver que efectivamente recordó su participación en el presente estudio y la petición de reflexionar sobre su consumo cultural. Sin tener la pretensión como investigadora de llegar al nivel de propiciar en Lorena una

constante crítica sobre sus experiencias formativas en función el programa de radio se llegó a él.

5.8.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

La transformación de gustos e intereses son algunos de los cambios que se viven en la adolescencia. La integración social de los jóvenes en el mundo de los adultos se da por varias vías. En el caso de Lorena usa el programa como un mediador de su aprendizaje. Por ejemplo el prestar atención a temas de corte político. La joven recordó que en el programa escuchó sobre el papel que desempeñó Agustín Carstens en las finanzas y política nacional, internacional. Ella entendió los chistes y enriqueció su información gracias a los comentarios de los conductores.

La autorregulación es una manera de ajustarse a las reglas sociales. Lorena sintió que los conductores transgredieron la línea del respeto al hacer mofa de los comentarios y de la forma de expresión de un radio escucha que se comunicó con ellos vía telefónica. Este sentir es porque su autorregulación tiene un límite de respeto diferente a la de los conductores. El tener cuidado con lo que se dice y cómo se dice es un indicio de un proceso de maduración en Lorena.

Los aportes que da la transmisión de radio en estudio son de diferentes ámbitos. Al igual de cómo se genera el aprendizaje situado. La joven al inicio de la entrevista dijo que no creía aprender nada del programa, posteriormente dijo que:

...del relajo que echan, todo eso, pues luego así como que vas aprendiendo algo no, y pues lo hacen en juego, Pero si, si sacan algunas noticias importantes, datos curiosos y todo eso... a la par que estas escuchando todo lo que dicen, todo de lo que te ríes, te pone a pensar luego así, te vas enterando de algunas cosas.

Se puede entender de la anterior cita que Lorena no está consciente de su proceso educativo informal. Parto desde Moll y Greenberg (1990), en su descripción de la educación informal, ya que es asistemática, desordenada y no se evalúa. También se puede interpretar el comentario de Lorena como si no considera valiosos los aprendizajes que obtiene de ser escucha del *¡Ya Párate!* Para ello los autores antes mencionados, sustentan que la acreditación de los aprendizajes en un proceso educativo informal, se desarrolla en la medida en que la aplicación de saberes fue adecuada o no. Si el evento de aplicación fue agradable o desagradable y si pudo ligar lo aprendido con un conocimiento previo se convierte en una experiencia significativa (Dewey, 1997). Esto le permite ampliar sus recursos personales para integrarse de mejor manera a la sociedad.

El programa de radio no es de corte educativo, no tiene como fin último formar al escucha como un mejor ser humano. Tampoco tiene como objetivo brindar herramientas a la audiencia para su uso académico. Sin embargo, en el caso de Lorena si se dio la inserción en su vida escolar. El hecho de haber escuchado una crítica que se hizo en *¡Ya Párate!*, sobre un programa televisivo le dio información para poder participar en clase, aportar datos y su reflexión personal sobre el tema.

En la segunda oportunidad de entrevistar a Lorena reiteró que no cree aprender mucho del programa. Reflexiona que lo más importante que ella toma de la emisión son los datos curiosos y las noticias.

5.8.11 Experiencia compartida

La persona con quien Lorena comparte más la experiencia de escuchar el programa y con quien más comenta lo escuchado es con su madre como ya se expuso anteriormente.

La escuela es otro entorno donde platica la información adquirida en *¡Ya Párate!* Por lo general comparte con su mejor amiga lo que oyó en el radio. En clase ha externado comentarios generados de lo escuchado en la emisión radiofónica. Al respecto dijo:

Luego sale al tema en alguna clase o con algunos amigos de: “¿Oye escuchaste esto?... Oye qué onda, yo escuché ahí... Que dijeron tal, tal y tal no...”

Cuando participa en clase comparte los datos con el maestro, los amigos y los compañeros. No en todas las clases dice que lo escuchó en el programa, pero cuando esta con sus amistades si lo dicen abiertamente.

Para la entrevista posterior Lorena se dio cuenta que escuchar el programa le sirve para tener temas de conversación. También para estar al día de las notas, las cuales posteriormente comenta con sus amigos. Usa lo escuchado en el programa como mediador y herramienta para socializar. En la teoría vigotskyana una de las etapas del aprendizaje es platicar la información que se tiene. En seguida de tener esa experiencia ya se pueden usar de forma independiente los saberes. En el caso de Lorena después de comentar lo escuchado en el programa ya puede aplicar su aprendizaje en otros contextos. Pues cuando lo compartió en clase los demás aportaron ideas sobre el tema que enriquecieron la visión de la joven.

5.8.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

En el programa ella escucha las reseñas de películas, los comentarios de las visitas de actores extranjeros a nuestro país o de las entrevistas a actores. Esa información le permite elegir y proponer a su círculo de amistades cual será la película que verán en su próxima asistencia al cine.

La decisión de la elección de la película a ver, puede ser muy trivial y cotidiana, sin embargo en este caso tiene mayores repercusiones pues es un reflejo de cómo los conductores influyen en la toma de decisión y ejecución de ellas. Desde el postulado vigotskyano decidir es parte de la internalización de la información que se da de forma personal.

5.9 Roberto, joven estudiante de la Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo

La institución educativa Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo pertenece al sector público. Se ubica en una colonia popular de la ciudad de Xalapa. Su oferta académica es en el nivel medio superior, bajo la modalidad escolarizada en los turnos matutino y vespertino, con una población estudiantil mixta. La escuela no ofrece actividades extracurriculares.

Las instalaciones de la institución se encuentran en un predio extenso con grandes jardines y explanadas. Los edificios son de dos pisos y dan la apariencia de no haber recibido mantenimiento recientemente. Tiene un pequeño centro de cómputo y una limitada biblioteca. Tiene canchas de fútbol y de basquetbol. La cafetería no cuenta con variedad de productos. El estacionamiento solo es para el personal administrativo y docente.

La población estudiantil es, en su mayoría, de nivel medio bajo y bajo. Casi todos los alumnos llegan a la escuela en transporte público. Las calle colindantes la escuela esta sin pavimentar y en tiempos de lluvia se tornan lodosas. Algunas de las calles de la periferia están pavimentadas pero se encuentran en mal estado.

Esta institución atiende a 20 alumnos en sexto semestre y 44 en quinto semestre, de un total de 249 alumnos matriculados. El ingreso a la Universidad Veracruzana como indicador sobresaliente de reconocimiento social en la ciudad de Xalapa fue en 2011 según los datos de Ortega, Rosales y Jácome, 82

aspirantes, 5 no se presentaron al examen de ingreso, 27 fueron aceptados, el área de mayor rendimiento académico en la evaluación fue razonamiento verbal y el más bajo es técnicas de la comunicación. Cabe mencionar que el índice de mayor aprovechamiento está a 26 puntos por debajo del Colegio Preparatorio de Xalapa, siendo que este mismo rubro para el colegio no es el más alto.

Roberto es un joven xalapeño de 19 años de edad. Estudia el sexto semestre en la escuela Preparatoria Unidad y Trabajo en el turno vespertino. Se identifica con el género masculino. El deporte que practica los fines de semana es el fútbol. Es integrante de dos equipos: el de su colonia y el de la escuela. No tiene actividades políticas ni religiosas. Las amistades de Roberto son sus compañeros de escuela. Con ellos salen a fiestas y a jugar fútbol dos horas por semana. Trabaja acompañando a su abuela vendiendo productos casa por casa, sin embargo esta labor no le es remunerada económicamente. Su casa, se ubica en una colonia popular, la cual cuenta con todo los servicios.

El joven vive con su madre, un hermano menor, sus tíos, cuatro primos y sus abuelos. Los ingresos familiares los aportan su madre, tío y abuelos.

Los medios de comunicación que se consumen en la casa de Roberto son televisión, revistas y periódicos. Su abuelo compra todos los días el periódico el Diario de Xalapa. En cuanto a la televisión el joven comenta que:

Como tenemos Sky vemos de todo. Mi primo como está chiquito, todo el tiempo nos tiene con las caricaturas.

Las revistas que leen son variadas, por ejemplo su abuelo compra el Muy Interesante y su tía adquiere el Tv Notas.

5.9.1 Rutina

La periodicidad con que Roberto escucha el programa es de tres a cuatro días por semana, de nueve a once de la mañana, aproximadamente. Los sábados no sintoniza la estación. El joven escucha el programa en el automóvil, acompañado

de su abuela, madre y hermano. Oyen la radio mientras se trasladan a los lugares donde hacen sus labores como vendedores de puerta en puerta. Roberto inició a oír el programa porque su madre se lo recomendó, para ella es divertido y hace que se ponga muy alegre. Quien enciende el radio es el joven, si no está sintonizada la frecuencia del 98.5 de FM él la busca. Extraña el programa cuando por situaciones laborales o por quehaceres familiares no lo puede escuchar.

Los momentos en que Roberto oye el programa, va en el automóvil en compañía de su familia. En ocasiones no puede escuchar lo que dicen los conductores por la plática de los pasajeros. La anécdota la cuenta así:

Mi abuela luego va hablando y yo ni caso le hago, estoy más enfocado en el programa que en lo que me dice mi abuela, luego hasta les digo “a ver cállate”, “cállate deja escuchar” luego está hablando y digo “¡Ah! Ya no me dejaste escuchar qué dijo” y ellos están a las carcajadas (se refiere a los conductores) y yo quisiera reírme.

En la segunda entrevista Roberto escuchó el programa a partir de las diez de la mañana. Unos días fue en el automóvil, cuando iba a trabajar con su abuela. Las otras ocasiones fueron en su casa. A veces se sentaba a escuchar el programa para ponerle mayor atención. El motivo por el cual dejaba de oírlo, se debe a que su madre le pedía ayuda en las labores del hogar. Le agrada escuchar el programa aunque sea solo un momento. El joven busca la oportunidad de sintonizar la emisión radiofónica. Cuando va a trabajar comparte la experiencia con su abuela y con su hermano. A todos les parece buena la programación de *¡Ya Párate!*

5.9.2 Opinión del programa

La primera opinión que tiene Roberto sobre el programa se remite, entre otras cosas, al tipo de convivencia que se da entre los conductores.

Su tipo de amistad, la comunicación que tienen es muy buena. Es que todo es muy bueno.

Roberto es un fiel seguidor del programa. No le gustaría que le hicieran ninguna modificación. Lo hacen sentir en un ambiente de confianza, como si estuviera en compañía de sus amigos, aunque está consciente de que es un medio masivo de comunicación. Le sorprende que las personas llamen para exponer sus vivencias que pueden llegar a ser un tanto vergonzosas. En la segunda oportunidad de entrevistarle la opinión de Roberto continúa siendo la misma. Le gusta todo y para él es perfecto el programa *¡Ya Párate!*

5.9.3 Experiencia y consumo cultural

Uno de los referentes que le ofrece el programa a Roberto es diferenciar espacios y situaciones dónde él pueda platicar con los demás tal cual lo hacen los conductores. Él ha usado la misma dinámica de comunicación que en el programa con sus amigos, siempre y cuando no estén presentes los padres o algún adulto cerca. Este tipo de distinción conductual deliberada Vigotsky en (Bodrova y Loeng, 2004), la denominan funciones mentales superiores; pues como adulto tiene conductas intencionales y mediadas que están determinadas por su contexto social.

La principal utilidad que Roberto da a escuchar *¡Ya Párate!* es para pasar un rato agradable. El comenta que cuando está desmotivado o triste pone el programa y se siente mucho mejor.

Pase lo que pase debes de estar feliz, disfrutar tu vida.

Con este comentario se ve cumplido el objetivo del programa. Vargas (2012) lo describe así:

Es que la gente se despierte de buenas, que lo primero que escuche sea algo divertido, que inicien su día de manera relajada.

En el caso del joven se ve sobrepasado el objetivo inicial de la emisión de radio, ya que no solo hace pasar un buen rato a Roberto, llega al grado de invertir su estado de ánimo de triste a feliz.

Las bromas son para Roberto de lo más atractivo que tiene el programa. En conjunto con su mejor amigo de la escuela han usado las bromas escuchadas en la emisión de radio para divertirse un poco. No las hacen totalmente igual pero si es una especie de guía para formular bromas en su ambiente escolar. En especial tiene un compañero que es blanco de sus comentarios por su color de piel.

El joven cree que de manera general los temas que abordan en las llamadas telefónicas, los puede utilizar para saber qué hacer en caso de que él se encuentre en esa situación. Hasta la fecha de la entrevista no había utilizado los datos escuchados en el programa. Pero el joven dice que los tiene presentes por si se le presenta la necesidad de echar mano de ellos. En la segunda entrevista Roberto dice que no usó la información escuchada en *¡Ya Párate!*, sin embargo algunos de los siguientes rubros a analizar son parte del consumo cultural. Para esta investigación, es pertinente desglosarlos para poder observar de manera integral el consumo cultural del joven y por consecuencia sus experiencias formativas.

5.9.4 Patrones de identificación juvenil

Roberto se identifica con la transmisión porque él cree que la música programada es del gusto juvenil, además los conductores usan el mismo tipo de lenguaje que el joven emplea con sus amistades. La edad es la característica principal para que Roberto considere a una persona joven.

Facundo es el conductor con quien Roberto se identifica más, dice tener su lado bueno y su lado grosero, al igual que Facundo. Para el joven el programa es

una especie de guía de vida. Toma lo escuchado como referente, en el caso de la identificación juvenil lo hace con Facundo:

Porque a través de él [se refiere a Facundo], es que también nos puede servir como una experiencia el programa, porque al igual no nos ha pasado pero nos puede suceder...

La anterior cita deja ver cómo el joven refiere al conductor como el medio para formular sus parámetros de lo bueno y lo malo, tomando las palabras altisonantes como lo malo. Él identifica que el uso de picardías es algo socialmente permitido entre los jóvenes. La representación del joven pícaro Roberto la encuentra en Facundo. El ejemplo coincide con Matza (1961), quien hace referencia a cómo los medios de comunicación decretan los estereotipos juveniles.

En la segunda entrevista Roberto expresó que el programa no solo es para jóvenes, también es para adultos; él cree que algunos de los contenidos son enfocados con mayor madurez. Consideró que es para jóvenes pues:

Se basa más en los jóvenes porque no tienen leyes ni normas y no exige nada y eso permite que en los jóvenes exista más diversión, echar mucho relajo y ya vez que en los adultos eso ya no se da.

Según la tipología de Rojek (2005), sobre las características de las etapas evolutivas, la juventud se distingue por ser un periodo de construcción identitaria, poca responsabilidad, dependencia económica y emocional. El tiempo que destinan al ocio depende de su situación económica y laboral. A diferencia de la adultez donde ya son personas responsables, independientes y los tiempos de ocio son reducidos a causa de sus actividades laborales y familiares.

El margen de edad que Roberto considera para ser joven, es no ser mayor de 25 y no menor de 15 años. Nuevamente comparamos este parámetro de edades con los del Instituto Mexicano de la Juventud en el Programa de Mediano

Plazo 2008-2012 establece que en México se considera el rango de edad de 15 a 24 años de edad para ser joven. Aunque de manera cualitativa Rice (1997), la delimita la identidad juvenil por tener características propias de esa etapa evolutiva, puede ser la manera de hablar, de vestir, entre muchas otras.

5.9.5 Recepción de estereotipo de género.

Para Roberto el ambiente que se genera en la charla de los conductores es muy pesado. No cree prudente que una mujer deba estar acompañándolos y menos ser partícipe de ese tipo de comunicación. Una de las características que él tiene en su representación de las mujeres es que ellas no pueden decir palabras altisonantes. Mientras se encuentre una dama no es correcto que los hombres se expresen de esta manera. Si solo se encuentran hombres entonces sí se pueden emplear estas palabras. Para ejemplificar el tipo de lenguaje que manejan los conductores, se presenta un mensaje en doble sentido expresado el 27 de marzo de 2012.

F: Yo pensé que no libraba el lunes.

G: Te la viste muy dura.

F: Sí me la vi dura.

G: Pues ¿qué andabas haciendo?

F: Estaba acá.

G: Seguramente estabas viendo un video de Shakira.

Cuando se mencionó ese comentario Tamara se encontraba presente y pasó por alto lo dicho por sus compañeros. Enfocados en el programa a Roberto no le agrada que Tamara esté escuchando la plática cuando los conductores usan palabras obscenas o alburas. Cree que es una falta grave de respeto. Esta situación le incomoda a Roberto. Lo pone en una encrucijada pues si él fuera el productor de la emisión de radio, les pediría a los conductores moderaran su manera de comportarse pero como radioescucha preferiría que la conductora se retirara del aire.

La opinión anterior de los estereotipos de género concuerda con García-Mina (2003), en las características que le da la sociedad a cada género, ya que el modelo sociológico de lo masculino es ser agresivo, independiente y emprendedor por poner algunos ejemplos. El modelo de lo femenino radica en la dependencia, sumisión, miedo, debilidad, buenas costumbres, entre otras. Roberto ve a Tamara bajo este mismo esquema que da la autora y a los conductores con el modelo de lo masculino, no es más que un reflejo de su construcción de género con influencias sociales.

Con respecto al personaje interpretado por Mario Cuevas, Roberto no ve ninguna falta a la moral por representar a un gay. No cree estar en la posición de hacer una crítica a las personas de preferencia sexual diferente. El joven relaciona a “La Garra” con uno de sus mejores amigos. Es por ello que no lo ve fuera de lo común ni ve el motivo por el cual se tenga que hacer un trato diferente con ellos. En la segunda entrevista ratificó su postura de no hacer distinciones con los gays y de su rechazo a que las mujeres digan, escuchen o sean partícipes de pláticas con palabras altisonantes.

5.9.6 Recepción de violencia performativa

Lo que más le gusta a Roberto del programa es el sentido del humor que manejan los conductores y las bromas que hacen. Disfruta mucho escuchar las llamadas telefónicas de los radioescuchas, le causa risa que los conductores les cuelguen el teléfono cuando les aburre o no les conviene lo que platica el radioescucha. Esto nos remite al apartado de audiencia en los medios masivos de comunicación. En él se comenta cómo los medios pertenecientes a los monopolios no tienen interés en tender líneas reales de opinión con su público. Pues todos los mensajes emitidos son a conveniencia de la empresa. El joven no se percató que colgar el teléfono y no permitir la libertad de expresión son faltas de respeto y de violencia performativa.

El exceso de palabras altisonantes es el detonante que identifica Roberto para saber si ya sobrepasaron el límite de lo permitido. A su parecer los conductores lo exceden con mucha frecuencia. Una vez más resalta su desagrado por la presencia de Tamara Vargas ante un ambiente con tantas faltas de respeto. El que ella esté en medio y participe en charlas de este tipo le parece de mal gusto. Me remito a Juris (2005), para rescatar su postulado de la incorporación de violencia en los medios de comunicación para ganar audiencia. Una de las manifestaciones de violencia se puede dar en el discurso auditivo, por ejemplo con gritos, burlas, insultos, entre muchos otros. Desde esta perspectiva si hay violencia auditiva y performativa en el discurso de los conductores. El decir groserías es una dinámica en la que todos participan y están de acuerdo.

Roberto no identifica violencia performativa dentro del programa. En específico con el personaje de “La Garra” no considera que sean violentos o agresivos con él por su condición de gay. En la segunda entrevista, después de transcurridos días de reflexión, el joven sigue pensando que el programa no es violento, ni con sus radioescuchas, ni en la interacción de los conductores. Juris (2005), define la violencia performativa como la interacción significativa que construye realidades sociales partiendo de patrones ya existentes. Desde la anterior conceptualización de violencia, se puede suponer que Roberto no considere al programa como violento pues probablemente su contexto cotidiano se den patrones violentos similares, y de esta manera el joven ya lo tiene tan interiorizado que no lo percibe.

5.9.7 Modos de interacción social

Como se describió anteriormente Roberto escucha el programa en la mayoría de las veces en compañía de su familia. La dinámica de compartir el gusto por el programa de radio le permite interactuar con los integrantes de su familia, sin

importar las diferentes edades y fortaleciendo los lazos emocionales. El joven comenta lo siguiente:

Mi mamá nos lo recomendó, nos dijo, “porque está muy bueno” y yo dije “pues vamos hacer el intento de escucharlo” y ya este no sé cómo a los tres o cuatro días lo estábamos escuchando... y las carcajadas.

A veces mi hermano me dice “pon la estación para escucharla” y le digo; “bueno vamos a buscarla”.

Escuchar el programa juntos, la recomendación por parte de la madre de Roberto para oír el programa y la interacción con su hermano al sintonizar *¡Ya Párate!* le permite llegar a tener experiencias agradables, pues está con sus seres queridos.

Otra integrante de la familia que escucha el programa es su prima. La interacción social se da en primer lugar porque los dos escuchan juntos la transmisión. Su prima como es estudiante del turno matutino, escucha *¡Ya Párate!* solo cuándo se le hace tarde para entrar a la escuela y se tiene que regresar a casa de Roberto. Como en la casa del joven esta encendido el radio pues ella involuntariamente también atiende a lo transmitido. En segundo lugar se da la interacción social cuando los jóvenes platican sobre lo que oyen, por lo general a los dos les agrada el programa y dependiendo de lo que digan los conductores, los primos comentan sus experiencias y se mofan entre ellos.

Para la segunda entrevista Roberto mencionó cómo el programa le permite establecer lazos con los integrantes de su familia. Con su hermano comenta sobre las osadías que hacen los conductores. Los hermanos concuerdan que son locuras que no tiene sentido realizarlas. “Las notas curiosas” son los contenidos que ayudan al joven para poder interactuar con su abuela. Ella le da su opinión como

persona mayor y él le aporta su visión como joven. Más adelante se amplía esta dinámica familiar.

5.9.8 Líderes de opinión juvenil

En general Roberto considera que el programa es alegre y de corte juvenil. La alegría es una de las características que debería tener todo joven según la perspectiva juvenil de Roberto. Es por ello que considera al programa hecho y dirigido para este sector de la población. Una de las motivaciones por la cual oye *¡Ya Párate!* es escuchar consejos para que nadie arruine su día y permanecer contento todo el tiempo.

Con el locutor que se identifica más es con Facundo, pues en él se ve reflejado como un ser de conductas duales. El joven actúa igual que el conductor, de manera formal cuando la ocasión así lo amerita y relajado cuando las circunstancias se lo permiten. En el apartado teórico de líder de opinión, se describió lo que implica ser un líder. En función de este caso, podemos ver como Facundo si logra serlo para Roberto. El liderazgo no implica que el líder sea el prototipo de ser humano, solo que se le reconoce su influencia en su los demás. Tal es el caso de Facundo hacia Roberto.

Roberto toma como modelos las bromas que hacen en el programa, él junto con sus amigos las reproducen en su contexto escolar. Dejando ver de nueva cuenta como los conductores se convierte líder, ya que ofrecen información y los jóvenes la toman para su vida cotidiana. Padierna (2007) lo explica como que todo conocimiento modifica las conductas y las prácticas cotidianas. Otro ejemplo de cómo Roberto legitima el liderazgo de los conductores es al momento de tomar la emisión como guía vivencial. Pues las experiencias que comentan los conductores le funcionan al joven para que no le suceda lo mismo. Es un medio preventivo y reflexivo de experiencias ajenas.

En la segunda entrevista Roberto fue conciso y contundente en su respuestas cuando se le pregunta sobre el liderazgo de los conductores. Tomo la cita textual por su relevancia en este apartado.

Ellos me pueden dar solución a problemas que surgen.

No menciona a algún conductor en específico, tampoco delimita las problemáticas a las que se refiere, pero el hecho de que él tome los comentarios de los conductores como soluciones a sus problemas, deja ver cómo el alcance de las opiniones emitidas son de gran influencia en el radioescucha. En este caso los conductores se convierten en líderes de opinión juvenil. Desde la definición que da la Enciclopedia de la Comunicación (1994), en su acepción de que un líder de opinión es aquel comunicador cuya opinión pesa en su audiencia.

5.9.9 Intercomunicación con los conductores

Roberto nunca ha intentado comunicarse con los conductores. No sigue en las redes sociales a ningún conductor, ni al programa, ni a la radiodifusora. El joven comenta que le gustaría estar en contacto con los conductores, pero:

No, me daría mucha pena, como soy penoso el cien por ciento. Casi todos los días me gustaría llamarlos. No les llamo porque no me da tiempo, porque salgo con mi mamá desde las nueve y ya no regreso a la casa, como hasta la una y media. El motivo de esa llamada, sería pedirles consejos para ser como ellos, que todo el tiempo andan alegres y nadie, nadie les arruina su día.

A Roberto le gustaría establecer un vínculo que estrecharía los lazos afectivos hacia los conductores. Para la segunda entrevista aún no se contactaba con ningún participante de la emisión radiofónica.

5.9.10 Aprendizaje situado

5.9.10.1 Contenido radiofónico como mediador

Escuchar el programa le ha servido a Roberto a distinguir y usar dos tipos de discurso. El que se ocupa en situaciones formales, como por ejemplo, en la escuela, entre adultos, por mencionar algunos. El otro es de manera informal, usa palabras altisonantes, bromea, hace mofa de los demás, por dar unas muestras. Esto en compañía de sus amigos, en la calle, con sus hermanos, entre otros. Se presenta a continuación un fragmento de la entrevista con un invitado al programa para ver cómo es el discurso formal entre los conductores. Se transmitió el 7 de marzo de 2012.

G: ¡Hola!

O: Garra tú que eres acá fan del rock en español.

G: Pero claro.

O: Alfonso André.

G: Claro.

A⁴⁰: ¿Qué onda como estamos?

G: Hola, bienvenido.

A: Gracias, ¿dónde estás tú?

G: Yo estoy en Guadalajara.

A: Ah chido... vamos para allá el diez, vamos a estar tocando en el *Festival todos somos rock*.

F: *Todos somos rock*... quién más está ahí ¿sabes?

A: Molotov y Genitallica y no me acuerdo bien... ah Café Tacvba, claro que también están.

El discurso que manejan es formal, los conductores respetan las intervenciones de los demás, la entrevista se da en un tono de cordialidad y respeto al invitado. A diferencia de la siguiente cita donde el discurso es informal.

⁴⁰ Alfonso André. Baterista de varios grupos de rock en español.

Los conductores hacen chistes, retan a la autoridad del programa y sus intervenciones se empalman unas con otras. Se transmitió en la misma fecha que la anterior cita.

T: La frase de mi amigo Germán Antonio es: “agujero aunque sea de caballero”.

G: Cómo...

T: ja, ja, ja.

G: ¿Cómo dijiste Tamara?

T: Bueno no dice nada gacho, voy a leerlo otra vez.

G: Otra vez.

T: Señor productor no te vayas a poner histérico.

G: Uy no si se agüita cada vez que le digo que me ando haciendo popó... pero “agujero aunque sea de caballero”... aunque hay otro que dice: “hoyo aunque sea de pollo”.

T: ja, ja, ja.

Nos deja ver que *¡Ya Párate!* le da pautas de límites laxos en las pláticas entre amigos. Por otro lado el joven también escuchó como entablar una conversación formal, lo que para él sería entre adultos.

La sección de notas curiosas es la que según Roberto le aporta más información valiosa. En ocasiones cuándo dan algún dato relevante o dicen alguna palabra que desconoce, el joven la busca en otras fuentes. Las más recurrentes son: diccionarios y la internet. Así el programa se convierte en un mediador del aprendizaje del joven.

La infidelidad es un tema recurrente en la entrevista con Roberto, le funciona para poder ejemplificar sus opiniones. Como en el siguiente caso; *¡Ya Párate!* le ayudó a darse cuenta que es determinante su postura ante la infidelidad, en el sentido de no disculpar a su pareja. Él opina que lo mejor es terminar la relación,

posteriormente reflexionar sobre su conducta y arrepentirse de las malas acciones. Bajo esta manera de pensar nos remite a las funciones mentales superiores tal como Vigotsky en (Bodrova y Loeng, 2004), las determinó como la conducta deliberada, intencionada y mediada que tiene los adultos dependiendo de su contexto social. En el caso de Roberto se puede aplicar el esquema, pues se apoya en el programa de radio, reflexiona su conducta y ve que no fue la correcta. Ambos esquemas tienen etapas similares, por lo cual la emisión radiofónica se transforma en un mediador que le permite a Roberto utilizar sus funciones mentales superiores.

En la segunda entrevista Roberto mencionó que le sirve escuchar el programa, y que además de divertirse, aprende. El entrevistado retoma un caso transmitido en la sección de notas curiosas para explicar su punto de vista. A continuación se presenta la transcripción de esta parte del programa transmitido el 27 de marzo de 2012.

T: ¿Tú te amputarías un pie para cobrar un seguro?... Un austriaco se amputa un pie... Sí. Se amputa un pie para no volver a trabajar... Este hombre tiene 56 años, tenía una cita con la oficina de empleos en el Estado Federado de Estiria en el sur de Austria, ante la cual decidió pss cortarse el pie izquierdo desde el tobillo. En torno a las 6 de la mañana el hombre bajó al sótano de su casa y tiró el ensangrentado miembro a una caldera, luego se arrastró hacia un teléfono y llamo a una ambulancia que acudió al lugar de los hechos en pocos minutos y que apenas pudo estabilizar la situación ante la enorme pérdida de sangre que había sufrido el hombre.

F: ¡Ahh sí, qué güey!

T: El hombre...

F: Primero hablas a la ambulancia.

T: Sí.

F: Y ya luego te lo cortas.

El joven menciona que lo escuchado le sirve para:

Ya ve lo del tipo éste que se corta el pie para ya no hacer nada el resto de su vida, está bien mal ese tipo, eso me ayuda a que no debo ser flojo y debo echarle ganas ¿No?, jamás haría eso... No debo ser así como él... Pues también fue un tanto estúpido, digo ay qué tipo ¿No?, tan más tonto, está mal del cerebro, super mal. Porque o sea, se corta el pie y después llama a la ambulancia. Tenía que hacer primero llamar a la ambulancia y después cortarse el pie, porque se estaba desangrando y se estaba muriendo.

Roberto aprendió a no cometer actos que lo lastimen y mucho menos por evitar sus responsabilidades. Además se dio cuenta que para hacer cualquier acción que implique riesgo se debe de ser precavido y pensar bien en la logística de lo que se pretende hacer.

5.9.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

En el aprendizaje situado según Lave y Wenger (2003), es necesario ayudar al joven para su introducción al mundo adulto. En este caso el programa juega el papel de apoyo para la iniciación de Roberto como adulto. El joven acepta que la emisión radiofónica le sirve de guía, el escuchar otras experiencias lo hace ser más precavido. Un ejemplo de la iniciación de Roberto como nuevo adulto puede verse en el tema de la infidelidad. La incursión en las relaciones de pareja formales es propia de la etapa evolutiva que vive el entrevistado. Roberto comenta lo siguiente:

Como estoy bien enfocado en la infidelidad, porque al igual o lo hice o me va suceder, y eso pues me puede ayudar para una reconciliación.

Del programa no solo retoma las experiencias ajenas como medidas precautorias, también como posibles soluciones a su problemática. Desde la postura de Dewey (1997), puede tener una vivencia desagradable en su integración

como nuevo adulto, que se convierta en una experiencia. Tal es el caso de la experiencia formativa de Roberto al vivir una infidelidad.

Una muestra agradable de cómo Roberto se apoya en *¡Ya Párate!* para su construcción de experiencias, es el comentario sobre las diferentes maneras de comunicación. El joven estableció sus límites en la forma de expresarse en diversos contextos.

Puedo platicar como ellos, en mi casa o en casa ajena, pero siempre y cuando no estén los papás de mis amigos, pueden estar hermanos o hermanas y si llevan ese mismo tipo de relajó, pues si se puede.

Nuevamente retomo a Dewey (1997), para ver que en este ejemplo la experiencia fue agradable. El joven reconoce que puede tener la misma dinámica de comunicación tal como los hacen los conductores solo cuando está entre amigos y que no estén adultos presentes.

En la segunda entrevista Roberto hace alusión a su incorporación al mundo adulto tomando a Facundo como persona con la que se identifica. El conductor se vuelve su referente de la imagen de un adulto libre, pues nadie le pone límites al hacer las bromas, retos y ocurrencias que transmite en los medios de comunicación. Para Roberto la libertad la vive cuando sale a fiestas y su madre no le prohíbe tomar bebidas embriagantes, ni fumar.

Para esta entrevista el joven reflexionó sobre su consumo cultural en relación con *¡Ya Párate!* Llegó a la conclusión de que el programa le ayuda a él y a su madre a estar felices. Aun cuando su madre esté de mal humor el escuchar la emisión la hace cambiar su estado de ánimo. Ese acontecimiento hace que Roberto piense que:

Pase lo que pase debo de llevar la sonrisa enfrente no puedo ponerme triste ni andarme así, hay que vivir la vida.

Esta reflexión y el cambio de ánimo de su madre hacen que Roberto tenga experiencias formativas, ya que son agradables y le facilitan la adquisición de conocimientos en una forma fluida, gracias a su actitud positiva.

5.9.11 Experiencia compartida

Escuchar el programa le permite a Roberto compartir lo percibido con diferentes integrantes de su familia. Tiene mayor afinidad con su prima y su hermano pues la diferencia de edad es de solo unos años. Lo encuentran divertido y los temas que abordan son de su agrado. Con su prima y su mejor amigo es con quienes Roberto expone sus comentarios y es a ellos a quienes les pregunta sus dudas generadas de lo que oye en el programa. No recuerda ninguna conversación que hayan tenido entre ellos, probablemente ese consumo es desechable, pues no fue anclado ni significativo. Con su madre tiene un doble enlace pues lo escucha en su compañía y ella fue quien le recomendó escuchar *¡Ya Párate!* Roberto no recordó ninguna anécdota de experiencias compartidas con alguna de las personas antes mencionadas.

Retomo, el caso comentado en la segunda entrevista de la persona que se cortó el pie para ser indemnizada. Roberto coincidió con su hermano que era una locura hacer ese tipo de cosas. Con su abuela también lo conversó, ella le expuso su punto de vista como adulto, para ella fue una desfachatez hacer eso solo por no trabajar y ser dependiente económico. Pues cortarse el pie no sólo tiene repercusiones de manutención, sino de salud y de una nueva condición de vida. Como se puede ver la emisión radiofónica le permite a Roberto compartir la experiencia con personas de diferentes edades.

5.9.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

A Roberto le agradecería que el programa se transmitiera en televisión, haciendo los cambios pertinentes del formato televisivo. Lo que si espera que se mantuviera son las bromas, de tal manera que las pasaran íntegras. Pues esa es la parte que más disfruta, no importando que se repitan en ambas transmisiones. Así le darían la oportunidad de verlas en televisión en caso de que no pudiera oírlas en radio. Como cuando va en el automóvil en compañía de su familia y no puede poner la atención que él quisiera.

Se puede apreciar que decide poner más atención a los comentarios de los conductores que a los de su abuela. Como la voz de su abuela no le permite escuchar el programa le pide de manera descortés que guarde silencio. El joven acciona de manera un tanto violenta, faltándole al respeto a una persona mayor solo por escuchar una picardía de los conductores de *¡Ya Párate!*

De manera reiterativa retomo el ejemplo del joven que se amputó un pie. En la segunda entrevista, Roberto se basa en este caso para expresar su decisión de enfrentar el futuro de la manera opuesta al caso emitido en *¡Ya Párate!*

No me gusta, ni quiero ser así como este tipo, no manches, al contrario, tengo que echarle ganas. Seguir estudiando, hasta obtener mi carrera y después trabajar.

El fin de la entrevista no es corroborar si en verdad hace las acciones necesarias para lograr esta meta. Pero si es rescatable ver cómo la emisión radiofónica le aporta pautas de lo que no le gustaría ser y eso le permite poder planear y visualizar un futuro diferente.

5.10 Luisa, joven estudiante de la Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo

Luisa es una joven de 21 años, originaria de la ciudad de Xalapa. Estudia el sexto semestre del bachillerato en la escuela Preparatoria Unidad y Trabajo en el turno vespertino. El género con el que se siente identificada es femenino. No realiza ninguna actividad laboral remunerada, ni deportiva, política, ni religiosa. Vive en una colonia popular, muy cerca de la escuela. Su casa y barrio cuentan con todos los servicios.

Los padres de Luisa están separados, su padre vive en Estados Unidos de América. Ella vive con su madre y su hermana mayor. Comparten el mismo domicilio con su tía y sus primas, pero en viviendas diferentes. La entrevistada comenta que la aportación económica de la familia se realiza de la siguiente manera:

 Mi mamá es ama de casa y no trabaja porque ahora si nos mantiene mi papá (se ríe) no, no trabaja y mi papá está en el extranjero, trabaja en un restaurant y en oficina.

La radio, la televisión, las revistas y la internet son los medios de comunicación que consume con mayor frecuencia su familia. Ella ve el canal trece y siete de Tv Azteca. Resalta que la radio es el medio que más consume, sobre todo por las mañanas y fines de semana. Comparte con su prima el gusto por escuchar el programa de radio *¡Ya Párate!* Los amigos que más frecuenta son sus compañeros de clase y algunos egresados de su escuela. Con ellos acude a fiestas, conciertos y a tomar café.

5.10.1 Rutina

En la primera entrevista Luisa comentó que escucha el programa de lunes a viernes. Cuando no puede escucharlo entre semana procura oír la repetición el

sábado. A las 8 de la mañana ella enciende el radio, directo en la estación de “Los 40 Principales”. Por lo regular apaga el radio hasta las doce del día. Lo escucha en casa acompañada de su madre, a quien le agrada mucho el programa. Las actividades domésticas y tareas escolares son parte de su rutina matutina diaria. La joven escuchó por primera vez *¡Ya Párate!* en casa de su tía. Cuando se dio cuenta que en el programa está Omar Chaparro, quedó prendada de la emisión radiofónica. Al día siguiente ella buscó el cuadrante radiofónico en el radio de su casa. De ese primer día, ya hace tres años aproximadamente.

Durante el periodo entre la primera y la segunda entrevista, la frecuencia con que la joven escucha el programa es de tres días a la semana. De nueve a diez de la mañana aproximadamente. No ha oído la repetición los sábados. Mientras escuchó el programa tuvo actividades diversas como: arreglarse para salir, desayunar o hacer tarea. Estos días compartió la experiencia con su prima de oír juntas la emisión radiofónica. Las jóvenes comparten la misma dirección, pero viven en casas independientes. Es por ello que durante un mismo día se visitan con mucha frecuencia. Su prima sintoniza el programa en el radio de su casa a un volumen excesivamente alto. Es por ello que en ocasiones Luisa no tiene la necesidad de encender su radio. Su relación familiar es de mucha confianza, en ocasiones Luisa va la casa de su tía y enciende el radio si es que no lo está o pasa lo mismo con su prima en casa de Luisa. Si el reproductor de música tiene otra frecuencia radiofónica o tiene un algún disco compacto, cualquiera de las dos jóvenes sintonizan *¡Ya Párate!*

5.10.2 Opinión del programa

A Luisa le encanta *¡Ya Párate!* le parece interesante y bueno. Ella cree que la emisión está bien, pues le gusta a la gente y ha durado mucho tiempo. Se basa en la suposición de que la audiencia no es solo a nivel nacional, ya que la emisión ha tenido contacto con público del extranjero. Desde la opinión de De Anda (2003), los medios algunas veces afectan intencionalmente las opiniones de su audiencia. Como pareciera que pasa con Luisa, ella supone que el hecho de ser un programa

muy escuchado es sinónimo de un programa de calidad. Lo cual no tiene que ser forzosamente así.

En general el escuchar *¡Ya Párate!* le produce un estado de ánimo agradable, le sube la autoestima y la hace reír un par de horas. Lo que más le agrada a Luisa de la programación es cuando Omar Chaparro interpreta su amplia gama de personajes, también le fascina que los conductores canten en la cabina de la estación. Su opinión sobre Tamara Vargas es que es la conductora con mayor nivel cultural, pues ella si maneja un gama amplia de temas de conversación que son relevantes. No le gusta que falte alguno de los conductores, en especial Facundo y Chaparro. Una ilusión de la joven es que un día la producción transmita desde un lugar público para que ella pueda asistir sin tener que entrar a una dinámica de pases o control de boletos. La otra esperanza es que emitieran una convocatoria a nivel nacional para invitar a fans a la transmisión en vivo a la cabina de radio.

En la segunda entrevista Luisa reitera la petición a la producción de invitar o convocar a jóvenes que estén interesados en la realización de radio y a fans del programa. La joven opina que la transmisión diaria de *¡Ya Párate!* debería durar más tiempo, por lo menos una hora más, ya que es muy bueno.

5.10.3 Experiencia y consumo cultural

Los usos que Luisa le da a lo escuchado en *¡Ya Párate!* son diversos. La joven acepta que la emisión le sirve para reflexionar sobre sus problemáticas familiares. La primera anécdota que nos comenta es:

Era un diez de mayo, yo me había peleado días antes con mi mamá y no nos hablábamos, entonces ellos dieron una reflexión y empezaron a hablar de sus mamás y llego al punto de que hicieron que yo reflexionara y dije: “si es cierto y estoy mal en esto” porque si, o sea empezaron hablar de un tema que era parecido al mío entonces si me

ayudó a reflexionar y ver que si estaba yo mal en eso, entonces si me han ayudado los temas que sacan ahí.

Luisa usa los tips o comentarios emitidos por los conductores como alternativas de solución a sus problemáticas, por lo cual el programa de radio es parte de su consumo cultural cotidiano. De acuerdo con García (1995) y Toussaint (2010) el consumo cultural es la apropiación de los bienes culturales. En otras palabras es la manera de usar lo que la sociedad produce. La apropiación de un bien simbólico puede llegar a crear experiencias formativas.

La segunda idea que comentó la joven sobre las sugerencias que dan los conductores. Ella en ocasiones, cuando se lo solicita, ha utilizado esas recomendaciones para dar consejos a sus amigos y familiares. Esta vivencia se convierte en una experiencia formativa pues el suceso de ayudar la construye - entre otras cosas- como sujeto social.

Un uso más que Luisa da a lo percibido en el programa es pasar un rato divertido, el reír, escuchar mensajes graciosos y bromas le hacen iniciar su día de una manera amena. Para la joven el escuchar la emisión radiofónica significa:

... tiempo de relajación, porque como me relajo con ellos, si estoy así súper estresada voy y lo prendo y con lo que digan y empiezo a las risas, me relajo y estoy totalmente tranquila, o sea es un momento así de cinco minutos para mí, un momento de relajación, mucha relajación.

El programa provoca risas a la joven y reírse hace que Luisa saque el estrés acumulado. Mientras escucha la emisión radiofónica, es un momento de plenitud que sobrepasa los objetivos comentados por Vargas (2021), de divertir y hacer que la audiencia pase un rato ameno.

Por otro lado, pero no menos importante. Luisa usa los contenidos de *¡Ya Párate!* para subir su estado de ánimo. Ella retoma los comentarios de los conductores para no dejarse vencer por las adversidades que se le puedan presentar en su vida cotidiana. Al darles un uso y significado a los contenidos radiofónicos escuchados se vuelven significativos.

Para la segunda entrevista la joven mencionó de nueva cuenta que el programa la hace pasar un grato momento. Como el siguiente:

Estuvieron platicando del tema “me dio pena y lo hice” yo también había cosas que me daban pena y lo hacía yo, y me ponía como tomate y empecé a recordar muchas cosas... porque yo recordaba y mi prima me decía “¿Qué recuerdas?” y yo, “te acuerdas cuando hice eso”, así y entonces, si empezaba yo a recordar como al momento si me chiveaba y yo de: “ya cállate no sigas” y mi prima: “es que estuvo bueno”.

Luisa usó “el tema del día” para conversar con su prima sobre sus propias experiencias. Recordaron momentos significativos, divertidos y un tanto penosos. Un ejemplo de lo que se transmitió en el programa sobre el tema “me dio pena pero lo hice” es el caso de un radioescucha que llamó por teléfono el 29 de marzo de 2012.

Re: En tercero de primaria me sentaba con una niña que era la que a mí me gustaba. Ese día la maestra se enojó muchísimo porque estaba harta que todos los niños le pidieran permiso para ir al baño, pero cuando la maestra decidió que ya no iba dejar salir a los niños al baño, a mí empezó a dar unas ganas de hacer pipí pero horribles. Entonces la niña que me gustaba que estaba al lado de mí y empezó a verme que estaba temblando ya de desesperación, la niña me dice: “si quieres hazte pipi y te presto mi sweater para que te tapes” y como

me lo pidió la niña que me gustaba y ella me protegía. Pues me hice pipi.

G: Te orinaste y le manchaste el sweater de pipi.

Re: Deja tú, me prestó el sweater, me hice pipi y todavía la nena se acerca con la maestra y le dice así muy en silencio: “maestra de le permiso a Fede que se salga, que se vaya a su casa porque se hizo pipi” y la maestra en voz alta: “¡Cómo que te hiciste pipi!”

La joven al igual que el radioescucha, generaron remembranzas que fueron agradables, penosas y les dejaron una huella emocional. Para Luisa, este tipo de anécdotas son parte de su consumo cultural pues son de utilidad para recordar y compartir con su prima parte de sus propias experiencias personales.

Los conductores antes de terminar el programa dicen cuál será el tema del día siguiente. Si la cuestión es atractiva para las primas y alguna de ellas no puede oír la transmisión o no se despierta desde las siete de la mañana. Se ponen de acuerdo para ver quien graba el programa en audio cintas, para que después la otra la escuche. Las jóvenes tienen cassettes especiales para hacer las grabaciones, han llegado a tener registro de varios días consecutivos del programa.

En ocasiones los conductores mencionan noticias actuales que son relevantes. Para Luisa ese tipo de datos son de gran utilidad pues le permite estar enterada de su contexto social, al mismo tiempo de tomar conciencia de cómo esos sucesos le impactan en su vida cotidiana. La entrevistada no recordó ninguna nota escuchada, es por ello que no se logra dar continuidad para ver el uso que le da.

5.10.4 Patrones de identificación juvenil

Luisa se siente identificada con el programa porque los temas son cercanos a su realidad juvenil, además, los contenidos, la música y el formato son divertidos. Según ella la programación es actual, representa a los jóvenes de hoy en día. La

entrevistada considera que los conductores no son jóvenes pero saben cómo interactuar con este sector de la población.

Saben qué hacen los jóvenes de ahora, saben cómo se tratan, siendo que ya ellos como grandes, saben cómo se trataban a cómo era antes y ahora ellos ya saben cómo interactuar con la gente de ahora. Saben cómo hablar, cómo interactuar, más que nada hablarles y darles los temas a modo de que también no se oiga tan fuerte, pero que también no se oiga tan duro, porque luego dan temas de sexualidad y lo tocan en un punto de que no ocultan palabras. Lo dicen así como va, eso es lo que me gusta porque no ocultan palabras, siendo que si a tus papás les preguntas algo una palabra te la cambian por otra y te enredan más y ellos no, ellos te hablan con lo que es y como es.

En el comentario anterior Luisa deja en claro que para ella los conductores ya no son unos jóvenes, pero que sus estrategias discursivas son eficaces para entablar un lazo de conexión con los jóvenes. La sexualidad es un tema de interés para las juventudes pues en esta etapa se presentan cambios físicos, sociales y emocionales. Para algunos jóvenes no encuentran en sus padres la confianza o los conocimientos suficientes para hablar de estos temas. Desde la perspectiva de Luisa los conductores entienden las inquietudes, dudas, saben del tema y dominan el lenguaje juvenil.

Para la segunda entrevista Luisa reconsideró su concepción de los jóvenes. Se percató que hay diferentes tipos de jóvenes, pero que en la mayoría comparten ciertas características como ser relajientos, rebeldes, fiesteros, libertinos, entre otros. Ella da como ejemplo a Facundo como el típico joven actual. La entrevistada piensa que los jóvenes de hoy en día no son iguales a los de antaño. Cree que antes los jóvenes eran atentos, comprensivos, leales, tranquilos, hogareños, respetuosos, por mencionar algunas características. Rice (1997) menciona que la representación de lo juvenil es una construcción social que depende de la época histórica, que por lo general es heterogénea y estereotipada.

5.10.5 Recepción de estereotipo de género

La recepción que tiene Luisa con respecto a los estereotipos de género que recibe como radioescucha de *¡Ya Párate!* son desde lo axiológico. Como mujer ella percibe el trato hacia Tamara Vargas como muy respetuoso, el estar rodeada de hombres la hace ser vulnerable a un trato descortés, para la joven cree que esto no sucede porque el ambiente del programa es respetuoso.

Si ellos fomentan el respeto hacia la mujer, entonces por qué la mujer no se va dar a respetar.

La entrevistada señala que el trato respetuoso no solo se da del hombre hacia la mujer, también la mujer debe darse a respetar y tener consideraciones con ellos. En la misma línea axiológica ella observa que es igual con el personaje de “La Garra”. Todos lo tratan como a cualquier persona, no tiene un trato diferente con él por representar una persona de preferencia sexual diferente. Según Luisa este tipo de trato ya debería ser “normal”, no se tiene porque excluirlos o verlos mal. En su opinión el programa es inclusivo con la comunidad lésbico-gay.

Durante la segunda oportunidad de entrevistar a Luisa, tenía más clara la idea de cómo ella observa el trato de género en la emisión radiofónica. Con el rol masculino menciona lo siguiente:

Un hombre no debe de ser, que provoque, ni golpee a la mujer. Porque si hay mucho, me ha tocado ver cuando en el radio empiezan y que cuando el hombre le pega a la mujer o cuando el hombre se las cree de todas. Entonces si hay veces que escucho en el radio, que hablan “que haría una mujer si se encuentra un hombre que es tierno, cariñoso, respetuoso”, entonces llego a la conclusión de que “¿dónde hay de esos?” de “yo no he encontrado de esos”. Entonces si dan una

descripción de un hombre que yo, que toda mujer que lo escucha dice “¡Yo quiero uno!” Pero ya no, ya no lo encuentras tan fácilmente.

Luisa distingue dos estereotipos de hombres, el violento que no respeta a la mujer, que para ella es el que se encuentra con mayor facilidad en la población y el hombre protector que según la joven, toda mujer espera tener, para su desgracia este segundo tipo de hombre no abunda en la sociedad actual.

El programa desde la visión de la joven le da mucha información para hacer su propia construcción de género sobre el rol femenino. Pero no pudo recordar o dar algún ejemplo de datos transmitidos en *¡Ya Párate!* esto hace pensar que no está consciente de lo que escucha. En la última cita se logra ver cómo en la identificación de tipos de hombres que ella hace. Está indirectamente formando su gusto y predilección por el tipo de hombre que prefiere, esto lo hace desde su rol femenino. Luisa deja ver que como mujer espera sentirse protegida por su pareja. Esto nos remite a las características estereotipadas de roles de género que menciona García- Mina (2003).

5.10.6 Recepción de violencia performativa

La primera opinión de Luisa sobre su percepción de violencia dentro del programa es que ella no encuentra ningún indicio que le haga suponer que los conductores sean violentos. Ya más adelantada la entrevista comentó que en ocasiones ella se desespera por el trato que tienen con el personaje de “La Garra”, la anécdota⁴¹ es la siguiente:

Sí, una vez en el radio, no me acuerdo de qué tema estaban hablando y si todos empezaron así como a atacarlo y él respondió muy agresivo y hasta salió del aire y ya después le hablaron por teléfono al aire que no era intencional y que lo disculpara.

⁴¹ Se remite a una transmisión anterior al periodo de análisis de la presente investigación.

Luisa se exaspera por dos cosas, la primera es porque “La Garra” tarda en defenderse de los ataques que le hacen los demás. Cuando lo hace es porque el conductor ya se encuentra molesto y reacciona de manera agresiva. La segunda causa es que los demás conductores transgredan la línea del respeto y del nivel de tolerancia de “La Garra”. La causa que la joven recuerda son la causa de las agresiones es por la condición homosexual del personaje. La reacción del público en las redes sociales no se hizo esperar, expresando que ya no fueran tan pesados con el conductor y publicando que los demás conductores no lo hicieron con mala intención, que solo querían pasar un rato ameno, nunca con el propósito de hacer enojar a “La Garra”. Luisa disculpó a los conductores cuando se dio cuenta que esa es la dinámica de común acuerdo entre ellos.

De nueva cuenta, en la segunda entrevista Luisa no ve elementos de violencia en el programa. Pero mencionó que le hace reír cuando platican con algún invitado o radioescucha, pues entre Facundo, “La Garra” y Omar Chaparro hacen burlas, chistes o comentarios de lo que dicen los invitados. En ocasiones las mofas llegan a ser más divertidas o relevantes que el comentario del participante.

Las bromas que más disfruta Luisa son las de Omar Chaparro cuando realiza llamadas telefónicas haciéndose pasar por personal de alguna empresa funeraria. Estas llamadas por lo general no son a personas que sean radio escuchas del programa. El otro motivo de la llamada que divierte a la joven, es cuando el mismo conductor se comunica con algún artista abordando cualquier tema bochornoso y le hace burla de sus respuestas o de algún dato representativo de su trayectoria en el espectáculo. A manera de muestra, se presenta un fragmento de la emisión del 22 de marzo de 2012 donde Facundo hizo una broma a una radioescucha.

Re: Bueno.

F: Alí.

Re: ¿Qué paso?

F: Buenos días. Alí ¿te estás despertando?

Re: No, voy llegando a la escuela.

F: Y ¿Cómo te vestiste?

Re: ¿Cómo que cómo me vestí?

F: O sea ¿estás acá sexy? O ¿te fuiste toda guanga?

Re: ¿Por qué?

F: Porque me morboseas.

F: ¿Con quién estoy hablando?

F: Con un amigo de tu novio. Ayer tu novio no estaba estudiando.

Re: ¿En dónde estaba?

F: En una fiesta, con unas viejas y con nosotros.

Re: Ah, ok. No te conozco, la verdad.

F: No pero te conviene conocerme, porque me gustas.

Re: ¿Con quién estoy hablando?

F: No es cierto. Alí, hablamos los yaparateanos. Omar, Facundo Tamara y “La Garra”.

En el ejemplo si se encuentra violencia, el conductor acosa sexualmente a la joven y le miente en relación con el paradero del novio. La oyente responde con preguntas y se escucha desconcertada, pues no entiende la razón de la llamada. Me remito al apartado de violencia en medios de comunicación en donde se describe que la violencia tiene dos participantes. El agredido y el agresor, para este ejemplo el primer rol lo cumple la persona a la cual se le llamada por teléfono y el rol del agresor es Facundo pues ejerce poder sobre el otro, para hacer chistes o burlarse de él.

5.10.7 Modos de interacción social

Ser radio escucha de *¡Ya Párate!* le permite a Luisa poder interactuar con los integrantes de su familia. Cuando a la joven le surge una duda sobre lo comentado por los conductores, en primera instancia le pregunta a su madre, si ella no sabe la respuesta o si a las dos les quedan interrogantes acuden juntas al internet a buscar la contestación a sus cuestionamientos. Su prima es la segunda persona de su familia con la que tiene mayor interacción a causa del programa, con ella charla sobre los recuerdos que evocan a causa de los temas tratados en la emisión.

Hay días en que Luisa desayuna en un ambiente familiar, comparte los alimentos con su madre, tíos y primos. De fondo esta sintonizado *¡Ya Párate!*, de cuando en cuando, la familia hace comentarios de lo escuchado en la emisión radiofónica. Lo que más disfruta Luisa de la dinámicas es que todos aportan su opinión sobre el tema, se da una gama interesante de puntos de vista, pues son personas de distintas edades, ocupaciones, roles y géneros. La joven considera importante tener estos espacios de convivencia familiar.

Otro espacio donde ser escucha de *¡Ya Párate!* le permitió a Luisa interactuar es en el salón de clases. La anécdota fue con su maestro. Ella lo narra así:

Hace como dos semestres lo escuché, dieron una información y por casualidad llegó el maestro de Ética y valores y estaba hablando de lo mismo. Ya metí mi cucharota. [El maestro dijo:] “es que tu oyes mucho un programa de radio, yo también lo escuché, yo también escucho mucho ese programa y me intereso”.

En la anterior cita se refleja al maestro como parte de la audiencia de la emisión radiofónica, la joven no recordó la opinión de su maestro con respecto a los contenidos. No aprendió el contenido de la clase pero sí a usar la información como consumo cultural y probablemente esta dinámica la incorporó a su sistema de creencias para resolver situaciones escolares inmediatas. Es rescatable ver que

el maestro usó lo escuchado como material didáctico. Luisa al no recordar el postulado del docente no se sabe si su posicionamiento ante el programa sea crítico o no. Por haber escuchado el programa Luisa pudo participar en clase, interactuar con sus compañeros y con su maestro.

En la segunda entrevista Luisa mencionó nuevamente que la información recibida por el programa le otorgó la posibilidad de interactuar con su prima, lo cuenta de la siguiente manera:

Esta vez estuvimos alegando mucho de las canciones, porque hay canciones que ella sí conoce y yo no. Ella tiene veinticuatro años. Luego ella se ponía a cantarlas y yo “eso no se vale”, entonces ella sale con “yo las conozco y está también y tú ni sabes de que están hablando”

La conversación de las primas tiene datos que nos permiten ver cómo interactúan. El programa probablemente propicie este tipo de dinámicas de competencia, pues en el caso de las jóvenes y de la sección del “Rock tender” ese valor radica en reconocer el repertorio musical popular.

¡Ya Párate! emite contenidos variados que le ayudan a Luisa para tener tema de conversación en su entorno escolar y así poder interactuar con sus pares. Sus compañeros también son escuchas de la emisión. Así que todos pueden aportar algo a la conversación. Luisa no es la excepción y desde luego tiene algo que decir en la charla. En ocasiones la información recibida del programa es el motivo por el cual Luisa tiene interacción con sus compañeros de grupo.

En especial con su mejor amiga. Juntas les mandan mensajes en las redes sociales a los conductores del programa. Por las mañanas mientras hacen su tarea y escuchan el programa, las amigas permanecen conectadas en el chat del facebook, por este medio comparten sus opiniones sobre lo que pasa en *¡Ya*

Párate! Entre ellas llegan a sus propias conclusiones del tema del día. Esto puede ser un ejemplo de cómo los jóvenes se han tecnologizado. Según Juris (2005), en la actualidad los jóvenes usan las redes sociales como medio de comunicación con las personas más allegadas.

5.10.8 Líderes de opinión juvenil

Con Tamara Vargas es con quien Luisa tiene mayor identificación, ya que la joven reconoce que la conductora tiene un larga trayectoria académica y laboral características que le permiten cumplir el propósito de tener un trabajo exitoso. Este caso es un ejemplo de superación profesional para Luisa, el cual tiene proyectado cumplir de igual manera.

La joven reconoce que ha atendido a los comentarios que hacen los conductores en el programa. Retomo nuevamente la cita usada en el apartado de Experiencia y consumo cultural donde cuenta la reconciliación con su madre después de reflexionar lo escuchado en el programa. En este se observa como Luisa legitima la opinión de los conductores al reflexionar, concordar y validar los comentarios. Al avalar y seguir los cometarios emitidos en el programa, los conductores se consideran líderes de opinión juvenil.

Luisa asistió hace un tiempo a una conferencia impartida por Omar Chaparro sobre drogadicción. Le tocó estar en una butaca muy cerca y de frente al ponente. La ubicación propició que ella sintiera que el conductor le hablara de manera personal. En otra ocasión lo fue a ver a su show en el Puerto de Veracruz. Estas dos experiencias favorecen a que Luisa le dé mayor veracidad a los comentarios expresados por Chaparro. Se siente más cercana a él y pone mayor atención a lo que él expresa.

Para la segunda entrevista, Luisa compartió uno de sus proyectos de la clase de Teoría de la comunicación. Su maestro les encargó por equipos hacer un

programa de radio, abordando un tema relevante de la historia universal, a su equipo le tocó la segunda guerra mundial. Para el equipo el tema es un tanto difícil de manejar en un formato de radio, ya que sus referentes radiofónicos son escasos. Dos de los jóvenes escuchan radio y solo Luisa es quien está más consciente de cómo se hace una emisión radiofónica. Ella es quien coordinará el trabajo final. Se basará en el formato “*Ya Párate*”, en la forma de expresarse, las secciones y los roles de cada conductor. De nueva cuenta el programa es parte de la cultura mediática de Luisa, pues incorpora la emisión radiofónica en su vida cotidiana y académica.

5.10.9 Intercomunicación con los conductores

Hace como dos años, Luisa llamó por celular al programa para que Facundo felicitara a su madre por el día de su cumpleaños. La experiencia de la llamada fue así:

Primero me preguntaron mi nombre y que para qué era la llamada y ya les dije que quería mandar una felicitación, pero quería que uno de los integrantes lo hiciera entonces, me la tomaron directo al aire, directo me pasaron y como a mi mamá le encanta Facundo entonces él fue, me contestó Tamara pero él fue el que me hizo el favor de mandarle la felicitación.

Me remito al apartado de Audiencia en los medios masivos de comunicación. Se comentó que los monopolios de la comunicación, no están realmente interesados en la opinión de la audiencia. Pues sus líneas de comunicación siempre pasan por filtros, tal es el caso de las llamadas telefónicas. La producción previamente a enlazar la llamada con los conductores interroga al escucha para ver si los mensajes son pertinentes a los fines que busca la emisión y la empresa.

Luisa sigue vía twitter a Tamara y Omar Chaparro. Todos los días revisa las publicaciones de los conductores. Para la segunda entrevista la joven ratificó que diariamente revisa las publicaciones de los conductores en la red social. Durante el

periodo entre las dos entrevistas, planeó con su prima hacer una llamada telefónica. La llamada la quería hacer su prima y contar su anécdota pero con el nombre de Luisa. No entró la llamada. A Luisa le dio pena que sus compañeros de escuela la escucharan.

5.10.10 Aprendizaje situado

5.10.10.1 Contenido radiofónico como mediador

Esta investigación está ubicada en el ámbito de la educación informal porque la radio aporta datos que para la audiencia pueden o no ser aprendizajes. En el caso de que sí lo sean, este aprendizaje no es sistematizado. Como lo apunta Smith (2009), se aprenden habilidades, valores, actitudes y conocimientos de la vida cotidiana en la interacción con el medio al que se pertenece. Como le sucede a Luisa cuando:

En la escuela si lo dan, pero también, a veces a medias, no lo dan completamente, tú buscas información y lo que encontraste ni modo y con eso te quedas y por otros medios no. Porque al menos la radio, con ellos dicen lo que es y cómo va y en la escuela no. Hay veces que un tema de sexualidad te quedas a medias. No dicen el tema completo o si lo dicen completo los maestros tienen miedo a que los alumnos lo mal interpreten, lo lleven a cabo, pero dejan el tema a medias ya no lo tocan muy profundo.

En ocasiones la educación informal tiene mayor peso que la educación formal. En algunos casos los aprendizajes llegan a entenderse mejor en contextos extra- escolares que dentro del espacio áulico.

Retomo nuevamente el comentario de la joven, donde expresó cómo el programa le ayudó para la resolución del conflicto que tenía con su madre. La emisión radiofónica ha servido a Luisa para darse cuenta de su actitud no era la

adecuada en la relación con su madre. Su reflexión fue basada en los contenidos transmitidos en el programa. Se observa cómo los mensajes emitidos se convierten en mediadores en la adquisición de conocimiento. Pues son intermediarios entre el cambio conductual y el estímulo externo.

La segunda entrevista aportó información sobre como el programa ayuda a Luisa en su formación. Como primer dato la joven aceptó que “*Ya Párate*” le da pautas para mejorar su comunicación con los demás. Cómo ser más expresiva, tener temas de conversación, ser extrovertida y poder expandir sus conocimientos sobre ciertos temas. Ella recupera estas cualidades para ya no quedarse callada cuando platica en grupo.

Al igual que en la primera entrevista mencionó que la emisión radiofónica le ha ayudado a darse cuenta que su comportamiento y sistema de creencias estaban equivocados. Cuenta la anécdota de que su familia estaba separada y cómo el programa la hizo pensar.

En estos días, pues recordé lo que nos pasó, si me sirvió porque, en mi familia hay dos familias separadas tanto la familia de mi mamá como la familia de mi papá. Entonces si hay momentos en que empiezan en el programa de que “es momento de reconciliarte, momento de perdonarse” cualquier cosa entonces sí llega el punto de que no pues si lo voy hacer ¿No?, si ha llegado al punto de que si estoy peleada con alguien y empiezo a recapacitar de que “¿No? Yo tuve la culpa o sí él tuvo la culpa”, llega el momento de que si estuve en un error “¡discúlpame!”.

La anterior cita se usará en diferentes apartados del estudio del caso de Luisa. En este momento se pretende verlo desde cómo la emisión le funciona como mediador en la adquisición de sus aprendizajes. Se resalta que la joven se dio cuenta y aprendió que no es lo adecuado o al menos no es lo mejor, permanecer

peleado con los demás, en especial con personas de la familia. Los comentarios de los conductores le propiciaron un momento de reflexión y de toma de decisiones.

La finalidad de “*Ya Párate*” según Vargas (2012), no es ser un medio noticioso, no tiene la intención de dar las noticias del momento. Pero Luisa considera que el programa es fuente importante de noticias actuales, aunque para ella no siempre dan la nota completa, ya que solo mencionan lo sucedido y luego pasan a otra cosa. Con estos escasos datos Luisa cree darse cuenta de los hechos actuales. La hace pensar que se tiene que cuidar y ver al mundo desde una perspectiva más amplia.

5.10.10.2 Integración al contexto social como el nuevo adulto

La imagen de alegría que tiene Luisa sobre la juventud, es la misma que tiene sobre la adultez. Comentó que sus primas mayores que ella, ponen canciones con letras de desamor. Para la joven no cree adecuado tener esta actitud ante la vida. Ya que si sufres una mala experiencia amorosa no es recomendable dejar que el estado anímico se refleje durante toda tu vida. A Luisa no le gusta este género musical, prefiere escuchar música como la que programan en “*Ya Párate*” para estar con el mejor humor todo el día. En este caso la música que escuchan sus primas le da pauta a Luisa de lo que no le gustaría para ella en un futuro. Como lo menciona Lave y Wenger (2003), en el aprendizaje situado los iniciados buscan su identidad y su lugar dentro del nuevo contexto. La postura de la entrevistada refleja que está en su proceso de construcción como una futura adulta y el programa le contribuye con contenidos para cumplir su objetivo de felicidad.

De los conductores que más admira es Tamara, pues le representa a la mujer emprendedora, trabajadora, independiente y profesionista, que también cumple con los roles de esposa, madre, hija, compañera y amiga. Prototipo de la mujer que ella aspira ser cuando sea adulta. La joven cree que a la conductora le costó trabajo llegar a ser quien es actualmente, que no le fue fácil y que ha llegado

a ese lugar por méritos propios. Para Hernández (1998), en el aprendizaje situado es necesario contar con una persona que acompañe a transitar en el paso de la juventud a la adolescencia. En este caso lo es la conductora, pues Luisa la idealiza y sigue sus pasos para ser como la mujer que proyecta. El factor de tenacidad que representa Tamara Vargas es el factor clave para lograr las metas. Para Luisa es indispensable, pues su contexto social y económico no le favorece.

Las experiencias formativas son las vivencias de un hecho en la vida diaria que le dan forma a la construcción del sujeto. Los sucesos se generan en la práctica cotidiana, llegan a ser significativos cuando se reflexionan, se les da un uso o se les dota de significado. Son diferentes a la experiencia de vida cotidiana, ya que estas últimas son sucesos cotidianos que no son relevantes ni afectan en la formación educativa del individuo.

En una ocasión le ayudaron los comentarios de los conductores sobre “los novios celosos”. Aunado a la plática que entabló con su madre. Provocó que Luisa viviera una experiencia formativa, pues la hicieron reflexionar y terminar su relación con el novio celoso que tenía. Según Dewey (1997) las experiencias son las vivencias que pueden ser o no agradables y que permiten enlazar el conocimiento con uno nuevo o previo. Para la joven tener y terminar con un su novio celoso fue una experiencia no grata, la reflexión que efectuó la enlazo con los referentes que le dio su madre y con lo escuchado en radio. Es formativa porque fue una vivencia reflexionada que la construye como un ser social.

Otra experiencia formativa que Luisa vivió por ser radioescucha del “*Ya Párate*”, es cuando su maestro de Ética y valores comentó parte de la información que dieron los conductores en su clase. La joven se dio cuenta y el docente también se percató que ella había escuchado el mismo programa. En este caso la experiencia fue agradable ya que el compartir la preferencia por la emisión radiofónica tendió lazos entre la alumna y su maestro.

No todas las experiencias formativas de Luisa han sido agradables. “*Ya Párate*” en ocasiones transmite notas de sucesos actuales con un nivel de profundidad superficial. La joven lo comenta de la siguiente manera:

La sociedad así como estamos hoy en día, luego lo habla y sí me ayuda en la forma que luego dicen. Te están preparando para “hubo tantos muertos o pasó esto o aquello”, Entonces a mí sí me pone a pensar. Es que luego dicen que “en el futuro”, es que no, ya es nuestro presente. Entonces mi mamá si tiene mucha cautela en lo que oímos... entonces sí, sí eso me ha ayudado mucho en lo que estamos viviendo, en cómo se está formando la juventud de ahora.

La experiencia es desagradable, ya que de cierta manera los medios de comunicación te preparan para vivir en sociedades violentas y también es formativa pues los datos escuchados ayudan a la joven a constituirse como ente social. Es relevante resaltar que Luisa reflexiona sobre su propia formación como joven. Esta cita puede ejemplificar el postulado de Wagner, Hayes y Flores (2011), sobre que la repetición de un mensaje violento puede cambiar la forma de interpretación de los escuchas. Tal parece que la emisión radiofónica está preparando a Luisa para vivir en un medio violento.

El 27 de marzo de 2012 se transmitió en *¡Ya Párate!* una charla entre Tamara, Facundo y “La Garra” donde exponen sus puntos de vista sobre la pertinencia de pelearse por defender a una amiga.

G: ¿Cuántas veces Tamara te peleaste en la secundaria?

T: Nunca.

F: Que fresa eres Tamara.

T: Ya sé, que necesito un agarrón, ay sí. Ja ja.

F: ¿Cuándo te topamos con alguna morra? Con Sandra Corcuera.

T: No. con Sandrita no, menos.

F: Hacemos una pelea en Veraca, en la alberquita nueva que pusieron, para que sea como en lodo, pero acá en agua. Se arrancan las playeras.

T: No, no, no.

F: Y apostamos y todo.

T: No es de amigos.

F: Pero quien dijo que Sandra Corcuera era tu amiga.

T: No es de amigos lo que tú estás haciendo.

F: ¿Por qué?

T: Ay si apostamos y luego las echamos andar, ¿qué es eso?

La conversación transcurre en un tono de jovialidad. Si bien los conductores no lo dicen “en serio” nunca aclaran que es broma. Tal pareciera que si la conductora aceptara el encuentro violento, sus compañeros fomentarían y disfrutarían el evento. Sin embargo Tamara se niega y hace la aclaración que no es correcto lo que Facundo sugiere para provocar violencia. Esta cita puede mostrar como de alguna manera el programa de radio emite mensajes violentos.

Para la segunda entrevista, dentro de la parte académica, Luisa tiene una vivencia en su clase de Teoría de la comunicación. El docente les pidió por equipos hacer un programa de radio sobre la segunda guerra mundial. La estudiante generó experiencias formativas al ser líder del equipo de trabajo, por ser la única que escucha el radio con frecuencia y por otro lado al retomar el formato de “*Ya Párate*”. Fueron experiencias agradables, le permiten ligar conocimientos previos como radioescucha y es formativa porque son vivencias significativas que son recapacitadas, lo que le constituyen a su integración como un ser socializado.

La familia de Luisa vivió un distanciamiento. Estaban peleados y la emisión radiofónica contribuyó a generar experiencias formativas. Los comentarios de los conductores generaron una modificación en su comportamiento. La joven reflexionó una experiencia cotidiana, la dotó de significado y la convirtió en experiencia formativa pues contribuyó a su construcción como sujeto social.

5.10.11 Experiencia compartida

La experiencia de Luisa al escuchar el programa es doblemente compartida. Por un lado está la dinámica familiar, al compartir con sus tíos, sus hermanas, su madre y su prima el gusto por la emisión de radio. A su madre le pregunta las dudas que le surgen a raíz de los comentarios de los conductores. Si ambas tiene cuestionamientos se remiten a la internet a buscar las respuestas a sus interrogantes.

Una vivencia que tiene Luisa al momento de escuchar *¡Ya Párate!* es con su mejor amiga. Las dos se conectan al chat del facebook. Se mandan mensajes donde comentan su opinión de lo que está pasando en el programa. Cada una llega a su conclusión sobre lo escuchado. Este suceso es una experiencia compartida pues las jóvenes se comunican, interactúan, ponen en juego sus conocimientos previos y en cada conclusión ellas modifican su sistema de creencias.

Con su novio platica lo que escucha en la radio, en especial las ocurrencias de Omar Chaparro. La joven cuenta que en una ocasión su novio se puso celoso del conductor pues la joven solo hablaba de él y de su experiencia de verlo en la conferencia y en su show. Desde ese día ella aprendió no exacerbar su predilección por el conductor en presencia de su novio.

En la segunda entrevista Luisa reitera que es con su prima con quien platica más lo escuchado en *¡Ya Párate!*, recuerdan sus vivencias, juegan a adivinar

canciones, discuten los temas y se ríen a causa de los comentarios de los conductores. Cierta día su prima intentó llamar por teléfono a la cabina de radio. La idea era que su prima contara una historia que le había sucedido a ella pero se quería hacer pasar por Luisa. No entró la llamada, así que no pudieron lograrlo.

5.10.12 Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción

Uno de los principales motivos que Luisa tiene para escuchar *¡Ya Párate!* es pasar un rato alegre. Cuando ella se percibe triste escucha el programa y con solo escuchar la voz de los conductores se siente reconfortada. Para esos días ella decide sintonizar la emisión radiofónica ya que ella sabe de antemano que la reaniman.

La anécdota más clara que compartió Luisa sobre la influencia del programa sobre su toma de decisiones y generadora de acciones se muestra a continuación:

En lo de los novios posesivos si me ayudó muchísimo, porque ya tenía uno. Al escuchar de todo lo que empezaron a decir de cómo mujer se tiene que dar a respetar, si me ayudó muchísimo y dije “ya hasta aquí, ya no lo voy a seguir aguantando” ya no porque ya estamos en la secundaria y más adelante si sigo con él va estar peor. Entonces ese día llegué, toda así achicopaladona, prendí el radio y entonces lo empecé a escuchar y llegue a mi conclusión de que, “qué haces con él si no te respeta como mujer”, ya está llegando a un punto, que tan posesivo que era podía golpear a la mujer y llegué al punto de que mi mamá me dijo que ya no podía seguir con él, “estás oyendo [se refiere al programa de radio], y yo creo que esta información me debe de servir”.

Luisa se dio cuenta del tipo de persona que tenía como pareja. A su corta edad reflexionó sobre su futuro y de las consecuencias que podía traerle consigo permanecer en una relación así. La decisión fue terminar con su novio. Su madre le

apoyó para dar este paso, el programa fue pieza clave para que ella tuviera mayores argumentos y poder accionar después de su deliberación.

Para la segunda entrevista recordó la anécdota de la división familiar que vivió –la cita se menciona anteriormente-. El programa le ayuda a su toma de decisiones. El mensaje del programa evidentemente es reconciliatorio y lo hablan de manera general. La joven es quien aplica en su problemática personal el contenido de la emisión radiofónica. Primero lo reflexiona, posteriormente toma la decisión y al final ofrece disculpas a manera de darle solución a su conflicto.

En su entorno escolar, ella ha utilizado al programa como modelo para realizar su trabajo final de la materia de Teoría de la comunicación. De alguna manera Luisa tomó el liderazgo de su equipo y decidió que el programa de radio a presentar en clase será muy dinámico, gracioso, chistoso, cómico y bromista. Al igual que *¡Ya Párate!*

En la tabla 4 se expone la tipología de los casos estudiados en esta investigación.

Tabla 4: Tipología de los casos estudiados.

Categorías	Rutina	Opinión del programa	Experiencia y consumo cultural	Patrones de identificación juvenil	Recepción de estereotipo de género	Recepción de violencia performativa	Modos de interacción social	Líderes de opinión juvenil	Intercomunicación con los conductores	Contenido radiofónico como mediador	Integración al contexto social como el nuevo adulto	Experiencia compartida	Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción
Joven													
Oscar	Lo escucha mientras se prepara para ir a la escuela.	Considera que <i>¡Ya Párate!</i> es un producto mediático, el cual está diseñado deliberadamente con fines de lucro y estructurado para llegar al gusto de la mayoría de los jóvenes mexicanos.	No le da importancia a lo escuchado en la emisión. En apariencia su consumo es desechable, no considera que los contenidos sean valiosos.	No cree que los conductores sean jóvenes, pero se identifica con los temas juveniles que abordan en el programa.	El programa sí contribuye a reafirmar sus estereotipos de género.	Al inicio, él no visualiza violencia performativa en la forma de convivencia entre los conductores. En la segunda entrevista identificó violencia performativa en los chistes.	Escucha el programa solo y no menciona con nadie que escucha <i>¡Ya Párate!</i>	No acepta todos los mensajes como verdad absoluta. No considera que los contenidos del programa lo influyan en su manera de pensar o comportarse.	Nunca ha intentado comunicarse al programa ni le interesa hacerlo.	Se dio cuenta de que los contenidos tienen violencia performativa. No reconoce haber tenido aprendizajes significativos.	Reflexionó sobre la actitud de los conductores, no cree que sea la manera adecuada de comportamiento de un adulto.	Compartió con sus amigos los chistes escuchados en el programa.	Tomó la decisión de ya no escuchar más el programa.
Laura	Escucha <i>¡Ya Párate!</i> con su familia.	Piensa que la emisión es popular y común.	Ella reproduce la dinámica lúdica del "Rock Tender".	Se identifica con los conductores desde una visión juvenil	Cree que los estereotipos de género que maneja <i>¡Ya Párate!</i> son con la intención de ganar audiencia.	Fue muy relevante para ella en la segunda entrevista, identificar comentarios de los conductores con rasgos de violencia performativa.	Escuchar el programa en su casa le permite tener puntos de convivencia familiar.	Sí tomó como referentes los comentarios de los conductores, sobre todos los de Facundo.	Sigue en twitter a Facundo y a Omar Chaparro. Sí ha intentado llamar al programa por teléfono.	El programa le ayuda a saber los nombres de las canciones, de los artistas, los datos cinematográficos y le dan pautas de comportamiento social.	Tomó consciencia de que algunos contenidos del programa no son aptos para los niños. Reflexionó sobre las actitudes de Facundo ante el ámbito laboral.	Ocupa lo escuchado con sus amigos y con su familia.	Tomó la decisión de ser precavida con lo que escucha y disminuyó su consumo radiofónico.

Tabla 4: Tipología de los casos estudiados. (Continuación)

Categorías	Rutina	Opinión del programa	Experiencia y consumo cultural	Patrones de identificación juvenil	Recepción de estereotipo de género	Recepción de violencia performativa	Modos de interacción social	Líderes de opinión juvenil	Intercomunicación con los conductores	Contenido radiofónico como mediador	Integración al contexto social como el nuevo adulto	Experiencia compartida	Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción
Joven													
Carlos	El automóvil y su casa son los lugares donde sintoniza la frecuencia radiofónica.	Le gusta el programa, le parece chistoso, divertido, culto e interesante.	Escuchar <i>¡Ya Párate!</i> lo pone de buen humor. El programa es una fuente informativa que enriquece su bagaje cultural.	Se identifica con Tamara Vargas, al ser originarios de la misma ciudad. Admira a Grover Arango, lo considera como una persona culta de la cual aprender.	El personaje de la "La Garra" provoca en Carlos una resignificación del ser gay y su trato con ellos.	No identificó elementos de violencia performativa en los contenidos manifiestos del programa, solo resaltó las interrupciones que hacen cuando dialogan los conductores, esta característica no la consideró como grave.	En la primera entrevista comentó que compartió lo escuchado con su familia y con sus amigos. En la segunda entrevista el joven no recordó haber compartido la información.	Los datos emitidos por los conductores son verdad.	Sigue en twitter el programa.	Acepta que sí aprende del programa, incrementa su bagaje cultural, le ofrecen información que él usa para interactuar con otras personas.	Reconoce que el programa le da elementos que le permiten integrarse a la sociedad como un nuevo adulto.	Compartió la información escuchada en <i>¡Ya Párate!</i> con su madre, amigos y maestros.	Modificó su manera de convivencia con personas de otra preferencia sexual.
Lorena	Escucha el final del programa mientras desayuna.	Le gusta el programa, cree que es divertido y entretenido.	Escucha el programa para iniciar el día de buen humor. También lo usa para tomar decisiones cotidianas. En lo académico utiliza los datos aprendidos en la emisión radiofónica para participar en su clase.	Se identifica como joven por escuchar el programa, sobre todo con la sección "El tema del día", pues en algunas ocasiones se relaciona con sus vivencias y de esta manera ella se ve reflejada.	Acepta que el programa le da pautas de comportamiento o según al género perteneciente.	No encontró indicios de violencia performativa; piensa que si los conductores están de acuerdo en este tipo de convivencia, no hay agresión.	La información recibida por el programa le permite interactuar con su madre, generando experiencias agradables.	Para Lorena, ellos se vuelven líderes de opinión por ser una de sus fuentes de información noticiosa.	Sigue en twitter a Tamara Vargas y a "La Garra".	Una de las cosas que aprende al ser escucha de <i>¡Ya Párate!</i> , es la forma de expresarse y de convivir como mujer en un grupo predominantemente masculino.	Retoma algunos temas de conversación que le permiten integrarse en charlas de adultos.	Comparte la información escuchada en <i>¡Ya Párate!</i> con su madre, maestros, compañeros y con su mejor amiga.	Usa la información para tomar decisiones cotidianas, como es la elección de alguna película.

Tabla 4: Tipología de los casos estudiados. (Continuación)

Categorías	Rutina	Opinión del programa	Experiencia y consumo cultural	Patrones de identificación juvenil	Recepción de estereotipo de género	Recepción de violencia performativa	Modos de interacción social	Líderes de opinión juvenil	Intercomunicación con los conductores	Contenido radiofónico como mediador	Integración al contexto social como el nuevo adulto	Experiencia compartida	Internalización enfocada a la toma de decisión y generadora de acción
Joven													
Roberto	Escucha la emisión radiofónica acompañado de su abuela, madre y hermano. Lo oye en el automóvil durante su jornada laboral.	Para él es perfecto el programa.	Le ayuda a estrechar la relación con su madre, pues ella fue quien le recomendó oír la emisión radiofónica y ahora comparten este consumo cultural.	El programa le aporta patrones de identidad juvenil.	El programa le ayuda a reafirmar su identidad de género.	No reconoce rasgos de violencia performativa aunque menciona que la convivencia entre los conductores no es del todo respetuosa.	El joven genera con su familia códigos en común, temas de conversación y una actividad juntos.	Los conductores son líderes de opinión, pues el joven toma algunos de sus comentarios como respuestas a sus problemáticas o para realizar la planeación de su vida.	No sigue en las redes sociales a ningún conductor, ni al programa. Nunca ha intentado comunicarse vía telefónica.	El programa le ha servido para delimitar dos tipos de discurso. Los contenidos le han hecho reflexionar sobre algunos temas de pareja.	Tomó de la emisión elementos que le dan pauta a modificar su comportamiento como nuevo adulto.	Él comenta algunos datos escuchados en el programa con varios de los integrantes de la familia, busca las diferentes opiniones y así, él genera su propio punto de vista.	<i>¡Ya Párate!</i> le da pautas para decidir cómo enfrentar el futuro. No se logró corroborar que en realidad logre su meta.
Luisa	Oye el programa mientras: desayuna, se arregla, hace labores domésticas o hace tarea. Si no puede escuchar el programa pide a su prima que se lo grabe.	Le parece interesante y muy bueno.	La emisión de radio le sirve para: estar de buen humor, para reflexionar sobre problemas familiares y de pareja.	Toma elementos del programa para conformar su identidad juvenil.	El programa le da pautas de estereotipos de género.	No encontró violencia performativa en la emisión; tal vez debido a un proceso de saturación semántica, Luisa haya interiorizado como "normal" este tipo de convivencia.	El ser escucha del programa le permitió obtener saberes que ocupó en su educación formal.	Reconoce a los conductores como líderes de opinión, ya que sus comentarios le han servido para solucionar problemas personales y familiares.	Si se ha comunicado al programa y su llamada salió al aire. Sigue vía twitter a Omar Chaparro y a Tamara Vargas.	El programa le ayudó a mejorar su comunicación con los demás, a darse cuenta que algunos de sus comportamientos y su sistema de creencias estaban equivocados.	<i>¡Ya Párate!</i> le da pautas de cómo la joven quisiera ser de adulto. Toma como ejemplo a Tamara Vargas por ser una mujer emprendedora, trabajadora, alegre, independiente y profesionalista.	Principalmente comenta lo escuchado con su madre, su prima y su mejor amiga.	Luisa sí ha tomado decisiones partiendo de lo escuchado en el programa. Como por ejemplo: terminar su relación de pareja, mejorar sus relaciones familiares y en el ámbito escolar tomó de modelo el programa para la realización de una tarea.

6. CONCLUSIONES

La vida cotidiana ofrece oportunidades para desarrollar conocimientos, valores, actitudes y habilidades. En la presente investigación se reconocen otros lugares sociales como espacios formativos que coexisten con las instituciones educativas. Los procesos de aprendizaje pueden ser de diversas formas, no todos son en el contexto escolar.

Desde una visión pedagógica, enfocada en la vida cotidiana y en la educación informal; la presente tesis intentó mostrar cómo la radio contribuye en la formación de los jóvenes, pues ser radioescuchas es una práctica cotidiana que favorece la adquisición de conocimientos. Cada joven tiene sus propias experiencias formativas, dependiendo de sus características individuales y sociales. La formación se concibe como un proceso integral y permanente. Es decir, que los jóvenes están en continua construcción social en la cual intervienen diversos factores para que adquieran aprendizajes, sin importar el lugar ni la fuente de información. Tal como se muestra en la presente tesis los jóvenes generan experiencias formativas partiendo de lo escuchado en una transmisión radiofónica.

Las reflexiones que se presentan a continuación son las conclusiones a las que se llegó. Se inicia con la identificación de las respuestas a las preguntas de investigación. Posteriormente se enlistan los puntos de concordancia en los seis jóvenes, los aspectos comunes en las experiencias de los jóvenes escuchas. Se continúa con las limitantes encontradas durante el proceso investigativo y las aportaciones que da esta investigación a la disciplina. Se finaliza con las reflexiones personales y los aportes de la presente tesis a mi formación profesional.

Conforme al planteamiento del problema desarrollado en el capítulo 2, la realización de esta investigación se llevó a cabo tratando de responder las tres

preguntas de investigación, que son: Desde la perspectiva de los jóvenes de este estudio ¿de qué experiencias formativas se apropian al escuchar el programa radiofónico *¡Ya Párate!?* y ¿Cómo incorporan los jóvenes en sus experiencias formativas los contenidos del programa radiofónico *¡Ya Párate!?* Estas dos interrogantes se contestan a lo largo del análisis en los seis casos. En el apartado del análisis de contenido se dio respuesta a la pregunta ¿Cuáles son los contenidos de los mensajes explícitos del programa radiofónico?

Cada caso es muy particular, pero se encuentran coincidencias entre ellos. A continuación enlisto las conclusiones a las que se llegó partiendo de las categorías de análisis:

La opinión que los jóvenes tienen del programa:

- Es un producto mediático, el cual está diseñado deliberadamente con fines de lucro y estructurado para llegar al gusto de la mayoría de los jóvenes mexicanos.
- La emisión es popular y común.
- El programa es parte fundamental de su rutina diaria y de su educación informal.

¡Ya Párate! como consumo cultural:

- Propicia el buen humor a los escuchas.
- Enriquece el bagaje cultural de los jóvenes.
- Dos jóvenes reproducen la dinámica lúdica del “Rock Tender”, lo cual permite ver que en realidad sí toma elementos del programa de los cuales aprenden.

Los jóvenes toman como líderes de opinión a los conductores cuando:

- Consideran los comentarios como verdad irrefutable.
- Tres de los jóvenes toman al programa como una de sus fuentes de información noticiosa.
- Dos de los entrevistados toman los comentarios emitidos en la emisión radiofónica como respuestas a sus inquietudes.

- Con la información del programa dos de los jóvenes realizan la planeación de su vida.
- Los comentarios les han servido para solucionar problemas personales y familiares.
- Como lo define Clausser (en Mc Quail, 1977), los jóvenes se comportan como la audiencia que repite los contenidos. No es igual para todos los jóvenes el impacto del programa, a cada uno le afecta de manera diferente.

Estereotipo de género:

- El programa fortalece sus estereotipos de género.
- Los estereotipos de género que maneja *¡Ya Párate!* tienen la intención de ganar audiencia.
- En especial el personaje de la “La Garra” provoca en los jóvenes en estudio una resignificación del ser gay y como mejorar su trato con ellos.

Los jóvenes no identificaron rasgos de violencia performativa ya que:

- Todos los jóvenes tienen prácticas de convivencia con sus pares similares a la de los conductores.
- No consideran los gritos, las bromas, las burlas, las interrupciones, por mencionar algunos, como comportamientos y actitudes graves.
- Consideran que si los conductores están de acuerdo en este tipo de convivencia, no hay agresión, incluso lo consideran una sana relación.
- Reconocen que, si bien la manera de convivencia no es del todo respetuosa, no llega a ser violenta.
- Debido a la repetición de contenidos violentos, ya interiorizaron como “normal” este tipo de convivencia.
- En la mayoría de los entrevistados este rubro fue el que provocó mayor número de reflexiones en los jóvenes sobre su propio consumo cultural.

Los jóvenes usan lo escuchado en *¡Ya Párate!* para la toma de decisiones cuando:

- Usan la información para decisiones cotidianas, como por ejemplo la elección de alguna película.

- Toman los comentarios de los conductores como pautas para dar soluciones a sus problemas familiares.
- Los comentarios de los conductores son tomados en cuenta por los jóvenes para las decisiones de vida y carrera profesional.

A continuación resumo algunos aspectos comunes en las experiencias de los jóvenes escuchas:

Relación con su consumo. Aunque esta investigación no tenía la finalidad de cambiar el consumo cultural de los jóvenes entrevistados, esto sucedió algunas veces. En el caso Oscar y Laura se dieron procesos reflexivos de emancipación de su rol receptivo de la emisión radiofónica y, al notar algunos rasgos del programa que no les gustaron, dejaron de consumirlo o disminuyeron su tiempo de escucha. Oscar mencionó que no sintonizaría más esa frecuencia radial. Laura dijo estar más atenta a lo que escucha y que ya no lo oía tantos días a la semana. Puedo decir con satisfacción que en todos los casos se dio una experiencia formativa paralela a este estudio.

Relación con el aprendizaje. Un planteamiento inicial era que escuchar radio no es solo una actividad de ocio, sino que se aprende de los contenidos más de lo que se es consciente. Puesto que en el anclaje se engarzan los conocimientos viejos con los nuevos sin tener que hacerlo de forma voluntaria-; el andamio representa un eslabón de unión que genera experiencias formativas y es el punto de conexión en cada categoría.

En una primera instancia, los jóvenes no estaban conscientes de que, paralelamente a su actividad de entretenimiento, tomaba lugar un proceso de aprendizaje. Esto se pudo comprobar en varios casos donde fue evidente cómo los contenidos de *¡Ya Párate!* se filtran en la educación formal. De manera indirecta, los mensajes son usados en la formación escolar de los jóvenes. De tal manera que la escuela deja de ser la única fuente de conocimientos. Carlos

dimensionó el impacto de la radio en su aprendizaje y reflexionó sobre cómo los sucesos cotidianos son susceptibles de ser estudiados.

Al escuchar radio se adquiere un aprendizaje holístico, pues se da desde diversas perspectivas. Por ejemplo, en la axiológica se puede visualizar cómo Roberto reafirma sus estereotipos de género; en la emocional se refleja el caso de Luisa al terminar su relación de pareja, la cual no le era satisfactoria; finalmente, en la heurística se muestra el caso de Roberto al realizar su plan de vida.

Aunque el programa no tiene una finalidad educativa explícita y los jóvenes no reconozcan, en primera instancia que aprenden de este; pude verificar que sí tiene experiencias formativas al escuchar *¡Ya Párate!* Durante el transcurso de las entrevistas, ellos se daban cuenta de algunas cosas que aprendían, aunque muchas otras pasaron inadvertidas. Por lo regular, su consumo pasa por el sentido común y no por el pensamiento científico; lo cual no les permite tener un proceso metacognitivo.

Relación con el aprendizaje situado: El programa *¡Ya Párate!* ha contribuido al desarrollo de la identidad de los entrevistados dentro de un contexto social específico. El aprendizaje situado, al no tener niveles o grados, se tiene que estudiar de manera individual. Cada joven se sumerge a la sociedad de diversas formas, algunos más ágiles que otros, unos con mejor manejo de los lenguajes, otros con aciertos o desatinos, de tal caso que cada día son más expertos y conocedores de los significados de la vida diaria. Los jóvenes que participaron en el estudio fortalecieron habilidades sociales tales como:

- a) Formas de expresarse y de convivir con el “otro” desde un posicionamiento de género.
- b) Identificación de roles en la transición de joven a adulto.
- c) La intervención en conversaciones aportando temas de conversación, puntos de vista, información noticiosa, datos específicos, partiendo de lo escuchado en la emisión radiofónica.

- d) La integración y participación social como nuevo adulto.
- e) La comunicación en las redes sociales con el programa y/o los conductores.

Relación con la educación formal. En el Colegio Preparatorio de Xalapa y Escuela Preparatoria Unidad y Trabajo, los maestros emplearon el programa como medio didáctico para dar su clase. De manera general, este tipo de práctica docente puede tener dos lecturas. La primera es que los maestros también son radio escuchas de *¡Ya Párate!*, que posiblemente ya tienen incorporado el discurso dictado por los medios hegemónicos y que legitiman en su clase este tipo de consumo cultural. Así, ellos ofrecen al alumno información, saberes y gustos específicos. La segunda es que el docente use ejemplos del programa radiofónico para fomentar una visión crítica de este y también del propio consumo cultural de los jóvenes. En este caso, los estudiantes podrían comenzar a discernir sobre su formación y su posición frente a la oferta cultural. Al no ser parte de los objetivos del presente estudio, no se indagó más sobre el uso pedagógico que le dan los maestros a los contenidos manifiestos de la emisión radiofónica.

Relación con la vida cotidiana. En la vida cotidiana se da la continuidad de acciones que se convierten en rutinas, como es el caso de los jóvenes al escuchar *¡Ya Párate!* La rutina les “ordena” el día, es decir, ya es hora de ir a la escuela y para ello tienen acciones específicas –como oír la radio- que solo hacen los días que asisten su centro escolar. La repetición de acciones o la rutina da seguridad a las personas, pues saben qué es lo que sucederá.

Relación con la familia. Algunos jóvenes comparten el gusto por escuchar *¡Ya Párate!* Esta dinámica propicia estrechar las relaciones familiares, tener una actividad juntos, códigos en común, prácticas lúdicas familiares, temas de conversación, oportunidad de compartir puntos de vista, solo por mencionar algunas ventajas.

Limitaciones.

La primera limitación para la realización de esta tesis fue la poca literatura existente sobre la relación entre educación informal y consumo radiofónico. Como se muestra en el estado del arte, esta ha abordado básicamente las conexiones entre la educación formal, no formal y la radio comunitaria. A fin de observar el planteamiento metodológico y epistemológico que pudiera servir de guía a esta investigación; también se revisaron los trabajos sobre televisión. Los datos encontrados no fueron cercanos al objeto de estudio de la presente tesis.

Otra limitante fue que la metodología de *análisis de contenido* es poco utilizada en el campo educativo. Se encontraron pocos textos teóricos sobre esta metodología y ninguno donde estuviera puesta en práctica. Esta condición me dificultó el proceso de investigación, pues al inicio no tenía la seguridad de estar aplicando de manera correcta la metodológica. Al ser un estudio con carácter exploratorio y no tener un antecedente de estudios previos; se creó una amplia gama de categorías de análisis, en ocasiones, sin relación aparente una con la otra ya que son, por sí mismas, un tema de análisis. La intención de tener una diversidad de categorías analíticas era profundizar en el estudio de cada caso. Para la realización del marco contextual, los obstáculos encontrados fueron la escasa o nula documentación de la historia de la estación de radio “Los 40 Principales”, de *¡Ya Párate!* y de datos biográficos de los conductores.

Esta investigación indaga sobre una forma de pedagogía alterna, pues retoma espacios cotidianos como lugares donde se efectúa el proceso educativo. El analizar los consumos culturales de algunos jóvenes desde la pedagogía, nos ha llevado a conocer mejor la relación educación - medios de comunicación. Ya que esta se ha estudiado mayormente desde otras disciplinas como la sociología o la ciencia de la comunicación. En este proceso de teorización encontramos que no teníamos el vocabulario preciso en algunos casos y fue preciso definir algunos términos. Tal es el caso de “experiencias formativas” que definimos en el capítulo teórico como las vivencias en la vida cotidiana que dan forma a la construcción del sujeto.

Reflexiones personales

Varios procesos han tenido lugar a lo largo de esta investigación. Personalmente, he tomado mayor conciencia de mi propio consumo cultural. También pude identificar mis experiencias formativas, lo cual me dio una visión más sensible y precisa de lo que se puede aprender en la educación informal. Esta conciencia me permitió entender con mayor facilidad los casos de los jóvenes en el presente estudio.

Profesionalmente, he incorporado elementos de la vida cotidiana en el proceso de enseñanza-aprendizaje con el objetivo de propiciar experiencias formativas en mis estudiantes. He observado que las prácticas docentes no siempre atienden a las necesidades de los alumnos, ni toman en cuenta lo que pasa en su vida cotidiana; por lo que he prestado atención al consumo cultural de mis estudiantes de nivel superior, sobre todo al de medios de comunicación.

Algunas veces, los estudiantes tienen experiencias más significativas fuera de los centros escolares que lo vivido en sus aulas por lo que he tratado de enriquecer mi clase retomando sus consumos y prácticas. Es un tanto complicado rescatar estos saberes en clase, pues un mismo consumo le impacta de manera diferente a cada joven. Otro obstáculo es la gran cantidad de alumnos por grupo, que impide un trato personalizado. A pesar de estas problemáticas, concuerdo con Reyes (2002), en su postura de “servirse” del consumo cultural de medios para enriquecer la educación formal, pues al parecer, la educación informal es más fuerte que la formal. Así, me propongo contribuir a su formación, desarrollando una visión crítica de lo que ven, escuchan o leen. La perdurabilidad de las experiencias formativas dependerá de futuros eventos que las puedan modificar.

Me parece que precisamente, esta posición de una visión crítica de lo que consumimos en los medios de comunicación constituye la aportación fundamental de este estudio; en el sentido que, si conocemos y entendemos mejor los productos mediáticos, podemos revertir algunos efectos negativos y contribuir así a la formación de audiencias más autónomas y propositivas. En otras palabras, es

usar a los medios de comunicación para aumentar el nivel de conciencia social y fomentar el pensamiento crítico en las acciones de la vida cotidiana.

En este estudio se pretendió mostrar cómo se engarzan experiencias cotidianas en un proceso formativo integral.

7. REFERENCIAS

- Altamirano, M. (2011). *La producción radiofónica universitaria y su función social. El caso de Radio Universidad Veracruzana*. (tesis de maestría). Universidad Veracruzana, Xalapa.
- Althusser, L. (2009). *Ideología y aparatos ideológicos del estado*. México: Ediciones Quinto sol.
- Alventosa, J. (2008). *Discriminación por orientación sexual e identidad de género en el derecho español*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones.
- Baizabal, S., Pérez, M. y Viveros, J. (2008). *Bola mágica de arroz neurótica: Producción, imagen gráfica y tecnologías de la información aplicadas a un programa de radio*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Xalapa.
- Balsebre, A. (1994). *El Lenguaje radiofónico*. España: Cátedra signo e imagen.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal Ediciones.
- Bautista, R., Barrón, E., Fernández, P., Galindo, E., Méndez, J., Roquet, G. y Tapia, G. (1995). *Medios Educativos y nuevas tecnologías*. En Rueda, M. (Coord.) *Procesos de enseñanza y aprendizaje I*. México: COMIE y Universidad Veracruzana.
- Berger, P. y Luckman, T. (1978). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Bodrova, E. y Leong, D. (2004). *Herramientas de la mente*. México: SEP.

- Bonilla, J. (1995). Violencia, medios y comunicación. Otras pistas en la investigación. México: Trillas.
- Bourdieu, P. y Passeron, J.C. (1981). La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza. Barcelona: Editorial Laia.
- Buen Abad, F. (2006). Filosofía de la Comunicación. Venezuela: Ministerio de Comunicación e Información.
- Bruner, J. (1989). Acción, pensamiento y lenguaje. Madrid: Alianza Psicología.
- Bruner, J. (2001). El proceso mental en el aprendizaje. Madrid: Narcea.
- Bruner, J. (2006). Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva. España: Alianza Editorial.
- Carrasco, J. B. y Calderón, J. F. (2000). Aprendiendo a investigar en educación. Madrid: RIACP.
- Casares, D. (2001). Líderes y educación. México: Fondo de Cultura Económica y Universidad del Valle de México.
- Castells, A. (otoño, 2005). Contradicciones en la radiodifusión indigenista: los retos de una radio en lengua maya. *Códigos*. 1(2, 1), 69-81.
- Chama, G. (2005). *El uso de los medios audiovisuales para la elaboración de estrategias de aprendizaje*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- Chomsky, N. y Herman, E. (2009). Los guardianes de la libertad. Barcelona: Biblioteca de bolsillo.

Coll, C. et al (s/f). El constructivismo en el aula.

CONACULTA (2007-2012). Programa Nacional de Cultura. México.

CONACULTA (2010). Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural. México.

Cubero, R. (2005), Perspectivas constructivistas. La intervención entre el significado, la interacción y el discurso. S/P: Graó.

De Anda (2003). La radio: El despertar del gigante. México: Trillas.

De la Mota, I. (1994). Enciclopedia de la comunicación. tomo 3. México: Noriega Editores.

Delors, J., Al Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., Geremek, B., Gorham, W., Kornhauser, A., Manley, M., Padrón Quero, M., Savaé, M.A., Singh, K., Stavenhagen, R., Won Suhr, M. y Nanzhao, Z. (1996). La educación encierra un tesoro. España: Santillana y Editores UNESCO.

Del Palacio, C. (2009) *Los nuevos objetos culturales en Iberoamérica. Una aproximación desde la periferia* en Los nuevos objetos culturales en Iberoamérica. México: Universidad Veracruzana.

Dewey, J (1954). El niño y el programa escolar: Mi credo pedagógico. Buenos Aires: Losada.

Dewey, J (1957). Democracia y educación. Buenos Aires: Editorial Losada.

Dewey, J. (1997). Experience and education. Nueva York: Touchstone.

- Díaz- Barriga, F. y Hernández, G. (2002). Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. México: Mcgraw-Hill.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (2001). Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Eco, H. (1965). Apocalípticos e integrados. Barcelona: Lumen.
- Estrada, M. (2002). La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana. Sociológica, año 15, número 43, mayo-agosto.
- Evangelista, E. (2011) Sueños de la ciudad, violencia social. Estudios sociales y culturales. México: Fonca-Conaculta, Pfizer, SG, Laboratorio Social de Estudios Culturales, A Favor de los Niños, A. C. Por el Gusto de Saber A. C.
- Figueroa, L. (2003). *Radio más... la radio de los veracruzanos*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- Ferrándiz, F. y Feixa, C. (2005). *Jóvenes sin tregua*. En Ferrándiz, F. y Feixa, C. Jóvenes sin tregua. Culturas políticas de la violencia. España: Anthropos.
- Figueroa, R. (1997). ¡Qué Onda con la Radio! México: Pearson.
- García, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. México: Grijalbo.
- García, N. (2002). La globalización imaginada. México, Buenos Aires y Barcelona: Paidós.
- García Hoz, V. (1991). Iniciativas Sociales en Educación Informal. En V. García Hoz, J.M. Quintana, M. Arandilla, M. Fortuny, M. C. García Hoz, V.

- Garrido, J.L. González, F.J. Martín, S. Martín, A. Martínez, J. Moratinos, S. Peiró, A. Requejo, C. Scurati. *Iniciativas Sociales en Educación Informal*. Madrid: Ediciones Rialp.
- García-Mina, A. (2003). *Desarrollo de género en la feminidad y la masculinidad*. España: Narcea.
- García, T. (2004). *El uso de los medios de comunicación en la educación de adultos*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- Gascón, B. (1991). *La Radio en la Educación No Formal*. Barcelona: Ediciones Ceac.
- Geertz, C. (2000). *Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura*. En Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa.
- Gimeno, J. (1995). *El curriculum una reflexión sobre la práctica*. España: Morata.
- Gimeno, J. y Pérez, A. I. (1998). *Comprender y transformar la enseñanza*. España: Morata.
- González, D. (2007). *La Radio como identidad Femenina*. (tesis de licenciatura). Iberoamericana, Puebla.
- Gutiérrez, S. (2007). *La argumentación en el discurso mediático y educativo*. En P. Padierna y R. Maríñez (coordinadoras). *Educación y comunicación. Tejidos desde el análisis político del discurso*. México: Casa Juan Pablos.
- Guzmán, T. J. (1980). *Alternativas para la educación en México*. México: Gernika.
- Heller, A. (1987). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Península.

- Hernández, E. (1991). *Análisis de los usos sociales que hacen los receptores organizados de la Radio Cultural Campesina en Toriello, Ver.* (tesis de maestría). Universidad Ibero Americana.
- Hernández, E. (2001). *Guía básica para desarrollo de investigaciones y comunicación de resultados.* México: Universidad Veracruzana.
- Hernández, R. G. (1998). *Descripción del paradigma sociocultural y sus implicaciones e implicaciones educativas en: paradigmas en psicología de la educación.* España: Paidós.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L (2003). *Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hill Interamericana.
- Honoré, B. (1980). *Para la teoría de la formación.* España: Narcea.
- IBOPE, (2011). Top 10 de estaciones más escuchada por el target de Personas 16-18 años AMCM*, Top 10 de programas con mayor rating en el horario de 6:00am a 11:00 am Target Personas 16 a 18 años AMCM* y Programas de la estación “Los 40 Principales” con mayor Rat% de 16 a 18 años Target de Personas 16 a 18 años AMCM*. Durante el periodo de octubre- diciembre 2010. Manuscrito inédito.
- Instituto Mexicano de la Juventud (2008-2012) Programa de Mediano Plazo. México.
- Juris, J. (2005). *Violencia representada e imaginada.* En Ferrándiz, F. y Feixa, C. Jóvenes sin tregua. Culturas políticas de la violencia. España: Anthropos.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.* Barcelona: Paidós Comunicación.

- Lave, J. y Wenger, E. (2003). Aprendizaje situado. Participación periférica legítima. México: UNAM.
- Lindholm, C. (1997). Carisma. Análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios sociales. España: Gedisa. Editorial.
- Lindón, A. (2000). La vida cotidiana y su espacio-temporalidad. Barcelona: Anthropos.
- López, C. (2005). *El periodismo de espectáculos: de lo teórico a lo práctico*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- López, H. J. A. (1998). Cómo liberarse de la tele y sus semejantes. Ayudas para educar con el análisis de contenido. Madrid: Editorial CCS.
- Luckmann, T. (2008). Conocimiento y sociedad. Ensayos sobre acción, religión y comunicación. Madrid: Editorial Trotta.
- Maffesoli, M. (1997). Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós.
- Martín Barbero, J. (1990). De los medios a las prácticas. En Martín Barbero, J, Piccini, M., García, N. y García, J. L. La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación. México: Universidad Iberoamericana.
- Mattelart, A. (1974), La cultura como empresa multinacional. México: Serie popular Era.
- Matza, D. (1961). Subterranean Traditions of Youth. The Annals of the American Academy of Political and Social Science.

- Mc Quail, D. (1997). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. México: Paidós.
- Mejía, B. F. (2007). Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996). México: Revista de Comunicación y Cultura año 1 edición 1 UPAEP.
- Meléndez, C. A. (1984). La educación y la comunicación en México. En: revista Perfiles educativos, No. 5. México: CISE-UNAM.
- Mier, R. (1987). Radiofonías: hacia una semiótica itinerante. México: UAM.
- Moll, J.C. (1990). *Creación de zona de posibilidades: combinación de contextos sociales para la enseñanza*. En Moll, J. C. (Comp). Vigotsky y la educación. Buenos Aires: Aique.
- Moreno, E. (s/m,1999). La radio de formato musical: Concepto y elementos fundamentales. *Comunicación y sociedad*, XII (1,1999), 89-111.
- Ortega, J., Rosales, O., y Jácome, N. (2011). Sistema de consulta del perfil de ingreso. Aspirantes a ingresar a la UV. Xalapa, México: Instituto de Investigaciones en Educación, U.V. (Software)
- Pacho. (2000). *Los primitivos modernos*. En Martínez, C. (Comp.) Cultura contra cultura. México: Plaza & Janés.
- Padierna, P. (2007). *Pensar la educación desde los movimientos sociales*. En P. Padierna y R. Maríñez (coordinadoras). Educación y comunicación. Tejidos desde el análisis político del discurso. México: Casa Juan Pablos.
- Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. (2001). Desarrollo humano. Colombia: Mc Graw Hill.

Panofsky, C., John- Steiner, V. y Blackwell, P. (1990). *Desarrollo de los conocimientos científicos y discurso*. En Moll, L. C. (Comp). Vigotsky y la educación. Buenos Aires: Aique.

Peppino, A. (1991). *Radiodifusión educativa*. Colección Ensayo, núm. 36, México: UAM-A.

Pérez, A. I. (2000). La cultura escolar en la sociedad neoliberal. Madrid: Morata.

Pérez, A. I. (2003). La cultura institucional de la escuela. De la organización instrumental al desarrollo sociocultural. México: UPV.

Pérez, A. I. (2009). *¿Competencias o pensamiento práctico? La construcción de los significados de representación y de acción*. En Gimeno, J. Educar por competencias. ¿Qué hay de nuevo?. Madrid: Morata.

Puig , J. Ma. y Trilla, J. (1987). La pedagogía de Ocio. Barcelona: Laertes.

Ramos, J.M. (otoño, 2005). Más allá de la recepción: presencia simbólica de la radio indigenista en los jornaleros migrantes. *Códigos*. 1(2, 1), 83-93.

Reyes, J. (2002). El empleo de la historieta como recurso didáctico para la enseñanza del español en la escuela secundaria. Sinaloa: Segundo congreso de imagen y pedagogía.

Reglero, I. (2012). ¡Ya Párate! los primeros diez años. México: Punto de lectura.

Rice, F. (1997). Desarrollo humano. Estudio del ciclo vital. México. Prentice Hall.

- Rodríguez, C y El Gazi, J. (otoño, 2005). La poética de la radio indígena en Colombia. *Códigos*. 1(2, 1), 17-34.
- Rogoff, B. (1993). *Lo individual y el contexto sociocultural*. En B. Rogoff. Aprendizajes del pensamiento. El desarrollo cognitivo en el contexto social. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- Rojek, C. (2005). *Leisure Theory. Principles and Practice*. Londres: Palgrave, Macmillan.
- Rojek, C. (2007). *Cultural Studies*. Cambridge: Polity Press.
- Romaní, S. y Vílchez, R. (2008). Embarazo, hábitos de lectura y consumo de radio y televisión en adolescentes peruanas: explorando relaciones de asociación. La habana: ACIMED.
- Romo, C. (1991). *Ondas, canales y mensajes: un perfil de la radio en México*. Guadalajara: ITESO.
- Rosas, N. (1985). *La radio como instrumento de educación alternativa*. México: UNAM.
- Ruiz, M. (2009). *Otra educación. Aprendizajes sociales y producción de saberes*. México: Universidad Iberoamericana y CREFAL.
- Ruiz, N. (2004). *Va por la paz...concierto Exa Veracruz 2003*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- Ruiz, J. I. (1989). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deustu.
- S/A (26 de febrero de 2012). Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. Recuperado de <http://www.rtc.gob.mx/>

S/A (15 de marzo de 2012). Recuperado de <http://www.los40.com.mx/nota.aspx?id=131764>)

S/A (11 de mayo de 2012). Recuperado de http://www.avanradio.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=60

S/A (16 de octubre de 2013). Recuperado de <http://xeb.imer.gob.mx/acerca-de-la-xeb>

Schramm, W. (1979). *La naturaleza de la comunicación masiva*. En O'Neil, W (compilador). *Polémicas sobre educación*. México: Editorial Conceptos, S.A.

Silvestre, N., Solé, M. R., Pérez, M. y Jordan, M (1996). *Psicología evolutiva. Adolescencia, edad adulta y vejez*. Barcelona: Ediciones Ceac.

Smith, P. y Paterson, M. (1990). *Liderazgo, organizaciones y cultura. Un modelo de dirección de sucesos*. Madrid: Editores Pirámide, S.A.

Smith, M. (2009). Non-formal education. The encyclopedia of informal education. Recuperado de <http://www.infed.org/biblio/b-nonfor.htm>.

Stake, R. (1998). *Investigación con estudio de casos*. España: Morata.

Stela, M. y Martínez, G. (1990). *La experiencia de Radio Cultural Campesina en la difusión de la historia regional*. México: UNAM.

Thompson (1990), *Ideology and modern cultura. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. California: Stanford University Press.

Torres, H. (2003). *Nueva tecnologías de comunicación en la educación a nivel superior: caso específico la Universidad Veracruzana*. (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.

- Toussaint, F. (Coord.) (2010). Los medios en la educación, la cultura y la política. México: UNAM y Bonilla Artigas editores.
- Valles, M. S. (1997). Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid: Síntesis.
- Vargas, T. (9 de mayo de 2012). Entrevista de Martínez, P. [cinta de audio].
- Velazco, A. (1982). *Experiencia radiofónica en Huayacocotla, Ver.* (tesis de licenciatura) Guadalajara, México: ITESO.
- Victorio, M. (2004). *La producción de noticias de Avanzradio Veracruz.* (tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana, Veracruz.
- Villalobos, J. (1990). *La enseñanza de la recepción crítica en el contexto rural: la experiencia de XEYT, radio cultural campesina.* En Charles y Orozco (comps.) Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. México: Trillas.
- Wagner, W., Hayes, N. y Flores, F. (2011), El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales. España-México: Anthropos, CINVESTAV, CRIM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades y UNAM.

8. APÉNDICES

Apéndice A

Guía de entrevista a los jóvenes.

Datos socio demográficos

1. Edad.
2. Semestre.
3. Sexo.
4. Ocupación laboral del joven.
5. Lugar de origen.
6. Actividades extra curriculares.

Escuela:

1. Tipo de escuela: modalidad, escolarizado.
2. Turno.
3. Descripción del contexto socio-económico de la institución.
4. Número de matriculados.
5. Instalaciones. (estética y urbanidad)
6. Servicios escolares.
7. Actividades “culturales” de la escuela.
8. Ubicación del plantel.
9. Tipo de población estudiantil.
10. Reconocimiento social de la institución.

Familia.

1. Tipo de familia. Con quiénes vive.
2. Integrantes de la familia.
3. Lugar que ocupa entre los hermanos.
Contexto económico familiar.
4. Ocupación de los padres y de los parientes que viven en la misma casa.

5. Actividades de diversión de la familia.
6. Medios de información que consumen.

Espacios de socioafinidad.

a) Barrio.

1. Colonia en la que vive.
2. Servicios con los que cuenta la casa.
3. Servicios con los que cuenta la colonia.
4. Cómo son sus amigos de barrio. La relación entre amigos.
5. Algunas actividades dentro de su comunidad o con sus amigos.

b) Grupos deportivos, religiosos, recreativos, ex compañeros u otros.

Descripción de la rutina cuando escucha el programa de radio.

1. Días en que lo escucha.
2. El horario.
3. Motivo de sintonizar el programa de estudio.
4. Con quién lo escucha. Socio afectividad.
5. Por qué medio lo escucha.
6. Medio por el cual se comunica con el programa, si es que lo ha intentado.
7. Quién enciende el radio para escuchar el programa.
8. Actividades que realiza mientras escucha el programa.
9. Qué importancia da a lo escuchado.

Experiencia formativa al escuchar el programa.

1. Desde cuándo escucha el programa.
2. Por qué escucha el programa.
3. Qué es lo que más le gusta y lo que menos le agrada del programa.
4. Qué opina sobre cada uno de los locutores.
5. A cuál de los locutores prefieres y por qué.
6. Cuál de los locutores le agrada menos y por qué.

7. Con cuál de los locutores se identifica y por qué.
8. Qué opina sobre el personaje de “La Garra”.
9. Con quiénes, en su caso, comenta lo escuchado del programa.
10. Confronta lo escuchado con otras fuentes.
11. Qué usos da a lo que escucha.
12. Para qué le es útil escuchar este programa.
13. Qué te ha impactado del programa.
14. Qué experiencias has tenido que le hayan hecho recordar algo del programa.
15. Cómo calificarías al programa.
16. Consideras que programa te ha ayudado a la construcción de cómo deben ser las mujeres, los gays, los hombres, los jóvenes.
17. Qué te gustaría que tuviera el programa que no tiene actualmente.
18. Cuando no lo escuchas el programa lo extrañas.
19. Ha cambiado tu opinión sobre el programa a raíz de la primera entrevista.
20. Para ti qué es la violencia.
21. Por qué crees es chistoso el programa.

Apéndice B

Guion de entrevista a Tamara Vargas para recabar datos históricos del programa
¡Ya Párate!

1. Cuál es el antecedente de la estación, cuál estación estaba antes.
2. Dónde inició el programa.
3. Cuáles eran los propósitos del programa.
4. A quiénes estaba dirigido el programa.
5. Quiénes iniciaron como locutores.
6. Cómo se fueron incorporando.
7. Quiénes han sido los productores.
8. Cómo te incorporaste al programa
9. Cómo eligieron a los conductores.

10. Ha cambiado el perfil del programa. Cuáles han sido esos cambios.
11. Cuáles son los criterios que siguen en la toma de decisiones para las reestructuras del programa.
12. Cuáles son tus funciones en el programa.
13. Tiene funciones específicas.
14. Cómo definieron sus roles.
15. Cómo es la relación entre los conductores. Fuera y dentro del programa.
16. Cómo visualizas al público del programa.
17. Cuál es tu opinión del programa.
18. Cuáles crees que sean las aportaciones del programa a su audiencia.
19. Cuál crees que sea el rol de “La Garra” en el programa.
20. Quién programa la música.
21. Cuáles son los criterios para la selección de los invitados.
22. Cuándo están fuera del aire se llevan igual -o más pesado.
23. Cómo hacen los enlaces con Veracruz y Guadalajara.