



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
SUBDIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE POSGRADO**

**La influencia del lenguaje utilizado en la radio regional
sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios
estudiantes de comunicación**

TESIS
PRESENTADA EN CUMPLIMIENTO PARCIAL
DE LOS REQUISITOS PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

ERIKA SALINAS GARZA

MONTERREY, N. L., NOVIEMBRE DE 2007

HOJA DE APROBACIÓN

Tesis

La influencia del lenguaje utilizado en la radio regional sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de comunicación

Director de Tesis

Dr. Arturo González López

RESUMEN

Lic. Erika Salinas Garza

Fecha: Noviembre de 2007

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Título: LA INFLUENCIA DEL LENGUAJE UTILIZADO EN LA RADIO REGIONAL
SOBRE LA FORMA DE HABLAR DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN**

Número de Páginas: 149

**Candidata al grado de Maestría
en Ciencias de la Comunicación**

Propósito y método de estudio:

El propósito de esta investigación es dar a conocer a la gente, pero en especial a los jóvenes, cuál es la situación que posee actualmente la Radio en la ciudad de Monterrey; por medio de encuestas se puede identificar cuáles son las preferencias que los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación tienen ante los ofrecimientos de la radio regiomontana. Así mismo se pueden analizar los diferentes tipos de lenguaje que pueden llegar a utilizar y cómo por medio de las nuevas tecnologías ellos van adaptando diferentes formas de comunicación que se puede llegar a incorporar un nuevo idioma.

El método de investigación que se utiliza en el presente trabajo está dentro de la categoría de Investigación Cualitativa, acercándose al conocimiento técnico y práctico del lenguaje en los jóvenes universitarios, en especial aquellos cuya vocación es la de la comunicación como carrera profesional.

Conclusiones y contribuciones:

El lenguaje es más que todo cambiante conforme se va desarrollando la vida. Cambia sobretodo el utilizado por los jóvenes que día a día están en contacto con nuevas tecnologías, que hacen que surjan nuevos términos dentro de su vocabulario. Por tal motivo no se puede decir que el lenguaje se está deformando, simplemente el lenguaje está cambiando constantemente, logrando una evolución. Por tanto el léxico que está utilizando actualmente quizá en un futuro sea aceptado dentro de la sociedad y más aún agregado a un diccionario formal.

Los jóvenes tienen un papel muy importante dentro de la propuesta de esta tesis, ellos al estar en contacto con las nuevas tecnologías, conviven diariamente con términos nuevos que se derivan de dichas tecnologías, pues ellos pueden ser una especie de monitores que se encarguen de estar al pendiente de algún nuevo término para adecuarlo a nuestro idioma. En cuanto a la radio se refiere, los locutores deben estar consientes que son líderes de opinión, por lo tanto deben de cuidar más su vocabulario, especialmente los que se encuentran en horarios en los que toda la familia los puede escuchar.

Firma del asesor

Dr. Arturo González López

A Dios

A mis padres

José Luis Salinas Salinas y

Eglantina Garza Cortés

A mi esposo

Juan Carlos Castro Gutiérrez

A toda mi familia y

familia política

A mis amigas Vero, Zuzy, Pity y Jessy

Agradecimiento

A Dios por permitirme seguir mi camino en la vida y llegar hasta este punto. GRACIAS.

A Juan Carlos por su amor, apoyo y comprensión. GRACIAS

A mis maestros por su enseñanza. GRACIAS

A mi asesor de tesis Dr. Arturo González López por toda su ayuda apoyo y enseñanza. GRACIAS

A la familia Mendoza Alfaro por su ayuda. GRACIAS

Y a toda la gente que me ayudó para que esto se hiciera posible, alumnos, maestros, amigos, trabajadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. GRACIAS

Índice de contenido

	Página
Portada	i
Hoja de aprobación	ii
Resumen	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Índice de Contenido	vi
Lista de gráficos	vii

Capítulo I NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

1.1. Introducción	9
1.2. Planteamiento del problema	11
1.2.1. Preguntas de Investigación	12
1.3. Objetivos	13
1.3.1. Objetivo General	13
1.3.2. Objetivos Específicos	13
1.4. Hipótesis	14
1.5. Propósito de la Investigación	15
1.5.1. Importancia y Justificación del Estudio	15
1.5.2. Supuestos básicos	16
1.5.3. Limitaciones y Delimitaciones	22
1.5.4. Definiciones de Términos	23

Capítulo II REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Las teorías del lenguaje	32
2.1.1. Teoría Onomatopéyica	32
2.1.2. Teoría de las Interjecciones	32
2.1.3. Teoría de Chomsky o del dispositivo de adquisición del lenguaje	34
2.1.4. Teoría de Bruner o de la Solución de Problemas	35
2.1.5. Teoría Genética de Piaget	36
2.1.6. Teoría de Vygtsky o de las influencias socioculturales	37
2.2. El lenguaje en el entorno social	39
2.2.1. El lenguaje en la familia	39
2.2.2. El lenguaje en la escuela	41

2.2.3. El lenguaje de los jóvenes con los amigos	45
2.3. El lenguaje y los medios	48
2.3.1. El lenguaje científico de los comunicadores	50
2.3.2. El lenguaje de los medios impresos	55
2.3.3. Los medios electrónicos y su lenguaje	59
2.3.4. El lenguaje en la radio	64
2.4. La cultura y los jóvenes universitarios	67
2.4.1. El joven universitario	73
2.4.2. El joven y la joven regiomontana	74
2.4.3. El lenguaje tecnológico	77
2.5. La evolución y/o transformación del lenguaje	80
2.5.1. El nuevo idioma de los jóvenes	84
2.6. La radio y sus aportaciones al lenguaje	88
2.6.1. La radio actual	91
2.6.2. La radio en Internet	94

Capítulo III MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS

3.1. Metodología de Investigación	98
3.1.1. Estrategia metodológica	99
3.1.2. Elaboración muestral	101
3.1.3. Ejecución y análisis de datos	104
3.2. Esquema analítico	104
3.2.1. Variables de análisis	107
3.3. Ejecución del modelo analítico	108
3.3.1. Encuesta aplicada	108

Capítulo IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la Investigación analítica	110
4.2. Conclusiones por objetivos	130
4.3. Verificación de Hipótesis	136

Capítulo V CONCLUSIONES

5.1. Visiones a futuro	142
5.2. Conclusiones y propuestas	143
5.2.1. Aplicaciones de la Tesis	145
5.2.2. Hipótesis plausibles	146

Referencias

Lista de gráficos

1. Distribución de Encuestados por Edades
2. Distribución de Encuestados por Sexo
3. Universidades Participantes
4. Estaciones de Radio preferidas
5. Horario de Preferencia
6. Motivo para escuchar la radio
7. Locutor preferido
8. Relación locutor – programa
9. Identificación con el locutor
10. Vocabulario utilizado por el locutor
11. Identificación con el Vocabulario del locutor
12. Influencia de amistad en la radio
13. Significado de Cultura en los jóvenes
14. Relación: Hogar-Preferencia Radiofónica
15. Estaciones escuchadas en el hogar
16. Gusto por el locutor
17. Vocabulario ofensivo
18. Aceptación del cambio de vocabulario en locutores
19. Identificación con el sobrenombre del locutor
20. Sugerencias de cambios en los locutores

Capítulo 1

Naturaleza y Dimensión del Estudio

1.1. Introducción

El lenguaje verbal es dinámico y cambiante; sin embargo, en la actualidad la tecnología utilizada por los jóvenes en especial los estudiantes de Comunicación han hecho que éste (el lenguaje) se haya ido deformando gradualmente hasta el grado de ir adoptando formas o estilos de hablar; tanto de su entorno social, como de los medios de comunicación (principalmente la radio), con los que están expuestos diariamente.

En mi experiencia como docente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, he percibido que los estudiantes de Comunicación, fácilmente adquieren para su vocabulario frases o palabras mencionadas en la diferente programación de la radio; por tal motivo considero conveniente evaluar si realmente el universo a estudiar se deja influenciar por este medio de comunicación.

Las emisoras de radio al estar constantemente compitiendo por un **rating** hacen todo lo posible por tener la mayor audiencia en sus programas, independientemente que con ellos promuevan un léxico deprimente, un doble sentido, palabras soeces, etc.; lo importante para

estas emisoras, es llegar a tener la mayor audiencia, para con ello lograr mayor puntaje de **raiting** y que de esta forma sean reconocidos como las mejores estaciones de radio a nivel local.

Los locutores que trabajan en las radiodifusoras regiomontanas juegan un papel importante para la sociedad en general; pues en ellos, recae la responsabilidad de informar, educar, entretener, etc.; pero, al ser los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación quienes consumen con mayor frecuencia este medio la mayoría de la programación va dirigida hacia ellos (jóvenes), ya que al trasladarse a su escuela, al estar trabajando en la computadora, al reunirse con amigos o simplemente por el hecho de poseer un poco más de tiempo libre, se convierten en los mayores consumidores de dicho medio y de esta manera se vuelven los actores principales dentro de este trabajo, debido a que, lo importante es investigar si realmente el léxico utilizado por los locutores de las diferentes estaciones de radio influye en la forma de hablar de los jóvenes estudiantes de Comunicación.

La muestra de este trabajo está enfocada como anteriormente se menciona, hacia los estudiantes de Comunicación de la ciudad de Monterrey y su área metropolitana; para lo cual, se visita las diferentes universidades, tanto privadas como pública en la que se imparte la carrera antes referida.

1.2. Planteamiento del Problema

Debido a la deformación que el lenguaje utilizado por los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación ha venido sufriendo con el paso del tiempo y probablemente provocado por la influencia que tienen sobre el público (en especial los jóvenes) el léxico utilizado en la radio regia¹; es necesario valorar si realmente este, posee predominio sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios. Por el enfoque que tomará el trabajo se cree pertinente realizar una investigación de tipo mixto, ya que en esta modalidad se pueden encontrar los dos tipos de vertientes; realizando primeramente encuestas se maneja en este apartado, la investigación de tipo cuantitativa, para de esta forma ahondar más sobre los puntos importantes que nos interesan para nuestro trabajo, ya que se encuentran los resultados bases; posteriormente, con lo que se arroje en dicha vertiente se termina de trabajar la segunda parte de la investigación de manera cualitativa y en esta parte del trabajo se evalúa si se cumplen o se rechazan las hipótesis u objetivos a tratar.

¹ REGIA: Término abreviado del gentilicio regiomontano, originario de la ciudad de Monterrey o su área metropolitana, utilizado comúnmente para designar a los organismos que provienen de dicha ciudad.

1.2.1. Preguntas de Investigación

Pregunta Central:

¿Cómo influye el lenguaje utilizado en la radio regiomontana sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación?

Preguntas Subordinadas:

¿Por qué el joven estudiante de Comunicación adopta la manera de hablar del locutor que escucha?

¿Qué tipo de lenguaje utilizan las estaciones regiomontanas?

¿La estación de radio que escucha el estudiante de Comunicación influye en el léxico que utiliza diariamente?

¿Cuáles son las estaciones de radio más escuchadas por los jóvenes estudiantes de Comunicación?

¿El lenguaje utilizado actualmente se está evolucionando o se está deformando?

¿Influye la cultura de los estudiantes de Comunicación en su forma de hablar?

¿Qué locutores de radio además conducen un programa de televisión?

¿Cuáles son los locutores de la radio regiomontana más escuchados por los estudiantes de Comunicación?

¿Los estudiantes de Comunicación escuchan los diferentes programas de radio por la música que se programa en los mismos o por el locutor?

¿Influye la cultura que tienen los estudiantes de Comunicación en los tipos de programas de radio que escuchan?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Evaluar la influencia del lenguaje utilizado en la radio regional sobre la forma de hablar de los jóvenes estudiantes de Comunicación.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Comparar si el léxico que los estudiantes de Comunicación utilizan diariamente, es similar al de los locutores de los programas de radio que escuchan y establecer su influencia sobre éste.
- Establecer qué tipo de lenguaje utilizan los locutores de las estaciones regionales.
- Indagar cuáles son las estaciones de radio y los locutores más escuchados por los jóvenes estudiantes de Comunicación.
- Explicar si el lenguaje utilizado actualmente se está evolucionando o se está deformando.
- Determinar si la cultura de los estudiantes de Comunicación influye en los tipos de programas de radio que escuchan y en su forma de hablar.
- Indagar qué locutores de radio además conducen un programa de televisión.
- Valorar si los estudiantes de Comunicación escuchan los diferentes programas de radio por la música que se programa en los mismos o por el locutor que los conduce.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General

El lenguaje utilizado en las radiodifusoras regias modifica la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación.

Hipótesis Específicas

- El léxico que los estudiantes de Comunicación manejan es similar al de los locutores de los programas de radio que escuchan; consecuentemente posee una gran influencia sobre éste.
- El lenguaje que utilizan los trabajadores del micrófono de las estaciones regiomontanas no es el adecuado.
- Los jóvenes estudiantes de Comunicación tienen cierta preferencia por algunas estaciones de radio; así como, por ciertos locutores.
- El lenguaje utilizado actualmente se está deformando.
- La cultura que poseen los estudiantes de Comunicación influye en los tipos de programa que escuchan y en su forma de hablar.
- Los estudiantes de Comunicación escuchan los diferentes programas de radio por la afinidad o identificación que sienten con el locutor.
- Los locutores de mayor audiencia, además del programa de radio conducen programa de televisión.
- Los estudiantes de Comunicación escuchan los programas de radios por la música que programan.

1.5. Propósito de la Investigación

Considero conveniente el valorar el lenguaje de los jóvenes estudiantes de Comunicación, pues éste es la herramienta básica dentro de su vida profesional; por lo cual es significativo apreciar qué tipo de léxico es el que utilizan al interrelacionarse en su medio social y estudiantil; e identificar si la radio influye en su forma de hablar.

En base a ello es conveniente hacer conciencia con ellos de lo importante que es utilizar el lenguaje de manera adecuada al interactuar con los demás pues de una u otra forma es parte de su presencia en el lugar donde interactúan.

En un futuro los estudiantes de Comunicación dejarán de serlo y llegarán a ser profesionistas y en este momento de su vida se requiere el tener un léxico adecuado; con esta investigación podrán ubicarse y entender que lo mejor para ellos es empezar a utilizar un lenguaje que los identifique como profesionistas.

1.5.1. Importancia y Justificación del Estudio

Los medios de Comunicación es especial la radio han venido cambiando la forma de expresarse ante su público; sobre todo en las estaciones enfocadas a los jóvenes, es aquí donde ellos toman como base

en su vocabulario diario todas las frases o palabras que los trabajadores del micrófono externan en sus programas.

Actualmente la sociedad en la que vivimos requiere de un mayor nivel de estudio para llegar a ser alguien, además de esto el lenguaje juega un papel importante dentro de las relaciones humanas, en especial en los estudiantes de Comunicación, éste muestra realmente cómo es la persona con la que se interactúa, por tal motivo considero oportuno realizar esta investigación y de esta forma hacer del conocimiento público la degradación que ha ido sufriendo el lenguaje gracias a la influencia de la radio en los jóvenes estudiantes de Comunicación.

1.5.2. Supuestos Básicos

Los medios de Comunicación en especial la radio, tienen una gran influencia sobre el público; en este caso los radioescuchas, existen algunas teorías que apoyan la hipótesis de esta investigación. Y entre ellas se encuentran las siguientes.

Para Jean Piaget, quien afirma que el desarrollo de la inteligencia consta de dos procesos esenciales e interdependientes: la *"adaptación"* y la *"organización"*.

Es decir; al estar en contacto el niño con información nueva debe encontrar un equilibrio y asimilación entre la información que ya tiene y los elementos nuevos que recibe y acomodar los componentes; ya sea,

reformulando o modificando su estructura mental existente. La inteligencia se desarrolla, así, por la asimilación de la realidad y la acomodación a la misma.

Así, durante la etapa sensorio-motora, el niño adquiere estructuras simples que permiten acceder a una etapa preoperatorio de inteligencia intuitiva, hasta llegar a la etapa de las operaciones formales, en la que el sujeto llega a manejar el pensamiento científico.

Para el desarrollo y construcción de las estructuras cognitivas, es necesario, además, que entren en juego la maduración física, la experiencia o interacción con el medio y la equilibración o autorregulación, puesto que las nuevas estructuras sólo se construyen mediante la superación de una serie de inconsistencias, desequilibrios o perturbaciones.

El aprendizaje dependerá, por tanto, del grado de desarrollo, y habrá de estar en relación con el nivel operativo: el aprendizaje se sirve y depende del desarrollo, y no al revés.

De tal manera que Piaget en base a lo anterior afirma que según la maduración que los estudiantes de Comunicación tengan es el grado en que influirá en su forma de hablar, el lenguaje que utilizan los locutores regios que escuchan.

En cambio para Vygotsky el ser humano se caracteriza por una *sociabilidad primaria*.

Los análisis teóricos llevaron a Vygotsky a defender tesis bastante visionarias sobre la sociabilidad precoz del niño y a deducir de ellas las consecuencias respecto de la teoría del desarrollo del niño. Vygotsky (1982-1984, Vol. IV, pág.. 281) escribía en 1932): "Por mediación de los demás, por mediación del adulto, el niño se entrega a sus actividades. Todo absolutamente en el comportamiento del niño está fundido, arraigado en lo social." Y prosigue: "De este modo, las relaciones del niño con la realidad son, desde el comienzo, relaciones sociales. En este sentido, podría decirse del niño de pecho que es un ser social en el más alto grado."

La sociabilidad del niño es el punto de partida de sus interacciones sociales con el medio que lo rodea.

Para el desarrollo del niño, especialmente en su primera infancia, lo que reviste importancia primordial son las interacciones asimétricas, es decir las interacciones con los adultos portadores de todos los mensajes de la cultura.

En este tipo de interacción el papel esencial corresponde a los signos, a los distintos sistemas semióticos, que, desde el punto de vista genético, tienen primero una función de comunicación y luego una función individual: comienzan a ser utilizados como instrumentos de organización y de control del comportamiento individual.

La investigación de Vygotsky demuestra que, aún en este caso, la herencia no es una condición suficiente, sino que es también necesaria la contribución del medio social en forma de un tipo de aprendizaje muy concreto. Al analizar el papel que desempeña la cultura en el desarrollo individual, Vygotsky expone ideas análogas.

En el conjunto de las adquisiciones de la cultura, centra su análisis en aquellas que tienen por objeto controlar los procesos mentales y el comportamiento del hombre. Se trata de los diferentes instrumentos y técnicas (incluso tecnologías) que el hombre asimila y orienta hacia sí mismo para influir en sus propias funciones mentales. Se crea así un sistema gigantesco de "estímulos artificiales y exteriores" mediante los cuales el hombre domina sus propios estados interiores.

Vygotsky asevera que entre mayor sea la relación de los estudiantes de Comunicación con el medio ambiente; es decir, entre más contacto tenga con la radio y los locutores que trabajan en ella mayor será la influencia que tenga sobre su forma de hablar; además el hecho de que los adultos con los que se relacionan posean mayor grado de cultura no implica que ellos la tengan pues cada joven la adquiere en base a su experiencia.

Por otro lado Bruner asevera que el aprendizaje es un proceso activo en el cual los jóvenes construyen nuevas ideas o conceptos basándose en su conocimiento corriente o pasado. El joven selecciona y transforma información, construye hipótesis, y toma decisiones, confiando en una

estructura cognitiva para hacerlo. La estructura cognitiva (es decir, esquema, los modelos mentales) provee significado y organización a las experiencias y permite al individuo "ir más allá de la información dada".

Tal como la instrucción es de preocupación, el locutor debería tratar y fomentar a sus radioescuchas a descubrir principios por sí mismos. El locutor y el radioescucha deberían comprometerse en un diálogo activo (es decir, aprendizaje socrático). La tarea del trabajador del micrófono es traducir la información para que ésta pueda ser aprendida en un formato apropiado al estado actual de comprensión de los jóvenes radioescuchas. El currículum debería organizarse como una espiral para que los estudiantes continuamente construyan sobre lo que ellos ya han aprendido.

Según la teoría de Bruner el joven se deja o no influenciar en base a las ideas que construye o lo que toma de su medio ambiente; tanto, de lo pasado como de lo que adquiere en el presente. De tal forma que los jóvenes radioescuchas son los que toman la decisión de dejarse o no influenciar por el léxico que utilizan los locutores de la radio regia. Además éstos según lo expresado por Bruner tienen la obligación de proporcionar información útil, en un formato adecuado y de mejor comprensión para los jóvenes.

Por último, está la teoría sostenida por Noam Chomsky y por el estructuralismo contemporáneo, teoría de carácter RACIONALISTA. Para esta teoría, existen unos *universales lingüísticos* innatos y unas estructuras básicas que aparecen de golpe. Chomsky afirma que "la adquisición de la

lengua es en gran parte asunto de maduración de una capacidad lingüística innata, maduración que es guiada por factores internos, por una *forma de lenguaje innata* que se agudiza, diferencia y alcanza una realización específica a través de la experiencia”.

Sinteticemos en tres los argumentos de esta teoría:

1. El niño aprende su lengua nativa con extraordinaria facilidad y rapidez, y emite y comprende, de manera ilimitada, mensajes que nunca antes había escuchado.
2. Existe en el niño, por lo tanto, una “gramática interiorizada”, una *estructura profunda* que lo habilita para hacer un uso creativo del lenguaje.
3. Esto explica la existencia de unos *universales lingüísticos*, comunes a todas las lenguas.

Chomsky asevera que los jóvenes adquieren su lengua nativa en base a la maduración o por factores internos; así que, según Chomsky la maduración del joven influye o no en su forma de hablar, y es así como a través de la experiencia eligen verse o no influenciados de lo que escuchan en la radio.

Tengamos en cuenta que Saussure consideraba la lengua como la parte social del lenguaje y que, por lo tanto, el niño la iba asimilando poco a poco, como una apropiación de algo procedente del exterior.

De tal forma que Saussure confirma en su teoría que el lenguaje que los jóvenes poseen se adquieren poco a poco de acuerdo a lo que éstos obtienen del exterior; es decir, que si escuchan determinada estación de radio el joven tomará de ahí su forma de hablar.

Skinner, el más notable de los psicólogos conductistas, trató de explicar la adquisición del lenguaje como un mecanismo basado en contingencias de refuerzo que operan sobre el sujeto para propiciar respuestas positivas.

Para Skinner los jóvenes adquieren su lenguaje según las eventualidades con las que va teniendo contacto; por tal motivo cuando llegar a tener un acercamiento en cierta radiodifusora ellos deciden de acuerdo a lo que escuchan si adquieren o no la forma de hablar de los locutores que ahí trabajan.

1.5.3. Limitaciones y Delimitaciones

Limitaciones: La principal limitación que se puede presentar en esta investigación es que se realiza en un período vacacional y que por éste motivo se tenga que alargar el lapso de tiempo en el que se tenía contemplada terminarla.

Delimitación: El estudio se realizará únicamente con estudiantes de Comunicación tanto de universidades privadas como públicas.

1.5.4. Definición de Términos

Radio: es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío.

Emisoras: Aparato productor de las ondas hercianas emitidas por la estación de origen. Empresa dedicada a la radiodifusión o televisión.

Raiting: Porcentaje de la audiencia que está viendo un programa o anuncio en concreto, comparado con el total de la audiencia potencial - siendo éste el total de los hogares de esa zona que poseen aparatos de recepción, estén o no encendidos.

Audiencia: Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación.

Léxico: Vocabulario, conjunto de las palabras de un idioma, o de las que pertenecen al uso de una región, a una actividad determinada, a un campo semántico dado, etc.

Locutores: Personas que hablan ante el micrófono, en las estaciones de radiotelefonía, para dar avisos, noticias, programas, etc.

Radiodifusoras: Conjunto de los procedimientos o instalaciones destinados a esta emisión. Empresa dedicada a hacer estas emisiones.

Regiomontanas: Natural de Monterrey, ciudad de México, capital del Estado de Nuevo León. Perteneciente o relativo a alguna de estas ciudades.

Universitarios: Profesor, graduado o estudiante de universidad.

Universidad: Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. Según las épocas y países puede comprender colegios, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.

Programación: Conjunto de los programas de radio o televisión.

Capítulo II

Revisión de la Literatura

El lenguaje, nos dicen los filósofos, es el espejo del espíritu. Aristóteles vio en él el elemento distintivo del ser humano. Descartes lo consideró la llave para acceder a la inteligencia humana y, por ende, a la existencia de Dios.

Los filósofos analíticos del siglo XX consideran que la palabra es el único campo legítimo de estudio para la filosofía, porque sólo a través de él se puede conocer al ser humano y a su realidad.

El medio fundamental de la comunicación humana es el lenguaje oral, -la voz y el habla,- que le permiten al individuo expresar y comprender ideas, pensamientos, sentimientos, conocimientos y actividades.

El lenguaje es una forma de comunicación que se va transformando conforme pasa el tiempo, va evolucionando, se va adaptando a la manera de hablar de la gente; en especial los jóvenes, quiénes debido a la edad y etapa evolutiva son los más influenciados por su entorno social para iniciar dichos cambios de tal forma que con el paso del tiempo se adaptan a él.

El lenguaje no es sólo un medio de comunicación, sino, también es la herramienta a través de cual pensamos. Así mientras más completo y correcto sea, mejor vamos a entender y resolver problemas de la vida diaria.

Un lenguaje rico desarrolla nuestra capacidad de análisis porque nos permite tener más categorías para organizar el mundo que nos rodea y esto ayuda a que entendamos conceptos abstractos.

Alberto Espejo ² afirma: "La realidad actual sitúa al hombre frente a innumerables tipos de códigos, que se distinguen entre sí por la mayor o menor especialización de su manejo (por ejemplo, el código Morse frente a la lengua), por la naturaleza perceptiva de las señales (auditivas, visuales, motoras, audiovisuales), por el pequeño o gran número de sus señales verbigracia, (el bastón blanco de los ciegos) por la aceptación social inmediata o lenta que hace la comunidad de sus señales (por ejemplo, el vocabulario técnico especializado y la lengua cotidiana "de onda"), por el grado de apertura o cierre de los códigos (por ejemplo, el lenguaje oral que constantemente incorpora nuevos signos a su repertorio de señales y el número fijo de señales del código de tránsito), etc." (ESPEJO, 1975: 36) Por tal motivo se confirma que el lenguaje es de suma importancia en la vida cotidiana y completamente dinámico, pues conforme va pasando el tiempo la forma de hablar de la gente va cambiando de acuerdo a las necesidades de los hablantes, además de acuerdo a sus necesidades adoptan y adaptan nuevas maneras y artefactos dentro de su léxico.

² Espejo Alberto. (Lenguaje, pensamiento y realidad. Edit. Trillas. México) 1975 : 36

Todos nos valemos de él y el éxito o el fracaso que tengamos, en los distintos aspectos de nuestras vidas, dependerá, en gran parte, de la forma en que lo usemos. En nuestra mente, pueden anidar ideas ricas, diferentes, exclusivas, pero de nada servirán, si no somos capaces de transmitirlos. Los seres humanos no siempre tenemos conciencia de esto.

Aprender un lenguaje es aprender a comunicarse con efectividad; es saber transmitir a los demás nuestros pensamientos y de esta forma es lograr comprender las ideas, sentimientos y pensamientos de nuestros semejantes.

En ocasiones se confunde el buen lenguaje con el lenguaje complicado. La mayoría de los adultos cree que cuanto más rebuscadas sean las expresiones que usa, más difíciles las palabras, más largos los textos, mejor es su utilización del idioma. Y esto no radica ahí, el buen idioma no se mide por la cantidad, sino por la efectividad que se tiene al manejarlo. Nuestro deber como usuarios de una lengua es respetarla: hablar y escribir con corrección, para que de esta forma nuestro lenguaje e idioma no se vea alterado y se pierda poco a poco el hablar con propiedad.

Hoy en día parece ser que esta obligación se está olvidando particularmente por los medios de comunicación, en especial la radio; base de estudio de esta investigación, quienes se encargan de implementar nuevos términos; y de ésta forma hacen llamativo el programa ante su público, el cual, al estar en contacto directo con dicho medio se familiarizan con el léxico utilizado ahí; lo adoptan en su vocabulario y lo hacen suyo.

Siendo los jóvenes los más influenciados por esta situación. Para lograr que el vocabulario en los jóvenes no se deforme hay que trabajar, de manera conjunta estimulando a los jóvenes y la población en general a leer y a utilizar nuestro idioma de manera correcta.

Nada se aprende sin dedicación y, en el caso del idioma, día a día nos enfrentamos con dudas. La sociedad juzga implacablemente el buen uso del lenguaje. Un examen, un empleo, un ascenso... pueden perderse por un error de expresión, de ortografía, de comprensibilidad. El lenguaje importa cualquiera sea nuestro nivel cultural. Según cómo lo usemos, se cerrarán o abrirán puertas.

Los jóvenes universitarios, deben tomar conciencia de esto y dedicar tiempo, afán y estudio, para mejorar su expresión; pues gracias a él en un futuro se podrán desempeñar en cualquier ámbito en especial el laboral.

Gloria Escobar Soriano ³ afirma que "Una de las características más importantes del ser humano es el lenguaje. Por medio de él las personas expresan sus ideas, emociones y sentimientos". (ESCOBAR: En línea)

Sino fuera por el lenguaje como menciona Escobar no estaría a nuestro alcance la manera de expresar lo que pensamos; es decir, por medio de él podemos decir a ciencia cierta cómo es que nos sentimos con

³ Gloria Escobar Soriano; docente de la UCA y periodista del periódico "La Prensa" en Nicaragua <http://www-ni.laprensa.com.ni/archivo/2004/mayo/13/opinion/>

respecto a las experiencias que vivimos, como estamos física y anémicamente, por medio del lenguaje, así mismo podemos exteriorizar fielmente nuestra manera de pensar con tal o cual tema de interés social o personal.

Para una comunidad civilizada es imperativo que sus miembros conozcan y aprendan su lengua o idioma, porque a través del habla cada persona refleja su personalidad y la de la comunidad a la que pertenece.

Existen muchas causas para el empobrecimiento del lenguaje. Considero que la indiferencia al estudio del idioma, el uso indebido del Internet, el celular y el correo electrónico; pero en especial los medios masivos de comunicación; como la radio, son una de las principales causas de su deterioro.

En general existe una indiferencia por el estudio del español. Erróneamente una gran mayoría del estudiantado piensa que sabe español por lo que ha aprendido desde su niñez en la familia y puede comunicarse con las demás personas.

Cuando ingresa a la escuela, muestra una actitud displicente en los cursos del lenguaje y literatura. No lee, no se esfuerza por apropiarse de estos conocimientos, los cuales ampliará y reforzará a lo largo de su vida con el estudio de otras disciplinas.

Luego cuando ingresa a la Universidad este tipo de estudiante refleja una pobreza del idioma, lo cual dificulta su aprendizaje y hace muy exiguo su vocabulario.

Otro motivo por el cual los estudiantes no tienen un lenguaje profesional se debe a que la mayoría de los jóvenes están en contacto con los medios de comunicación y éstos a su vez, se inclinan más hacia poseer un *raiting* más alto y llegar a ser "los mejores", no importando que con esto el vocabulario de los radioescuchas se vea deteriorado; pues al escuchar a determinado locutor adopta sus modismos y los implementa en su léxico.

El lenguaje en los jóvenes está cambiando constantemente, especialmente por el uso de las nuevas tecnologías de Comunicación, la radio es un medio utilizado por ellos habitualmente; debido al mal uso de las expresiones estiladas por los locutores contagian a los estudiantes y para desgracia de muchos hacen suya la forma de hablar de dicho locutor; en un futuro, ese lenguaje utilizado por los jóvenes universitarios se verá tan deteriorado, y un ejemplo de ello es, que no llegan a estructurar frases completas sin recurrir a los modismos o el uso de palabras coloquiales.

En un nivel de estudios superiores; los estudiantes para vergüenza de muchos, no han aprendido a redactar; pues, utilizan palabras inadecuadas en sus composiciones; esto gracias a que no leen y parece no interesarles instruirse en el tema del lenguaje.

Llegan a terminar su carrera universitaria y se enfrenta a la vida laboral, sin ninguna base específica que les permita tener un desempeño óptimo en el trabajo; pues, ellos no desarrollaron efectivamente su lenguaje y siguen utilizando las frases y modismos que han hecho parte de su vida diaria desde estudiantes.

Pasa el tiempo y debido a que la base de la lectura y del buen uso del lenguaje viene desde el hogar el universitario no desarrolla ningún avance en el uso del lenguaje, sigue comunicándose de manera ordinaria y con las mismas palabras que cuando estudiaba, de tal forma, que no es fructífera su carrera laboral.

El lenguaje es de suma importancia para todo ser humano, en especial los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación; pues con él se desarrollan laboralmente hablando, el poseer un lenguaje adecuado no significa utilizar frases extrañas, sino, saber utilizarlas adecuadamente en el lugar adecuado.

Para Jean Piaget ⁴ "el lenguaje es visto como un instrumento de la capacidad cognoscitiva y afectiva del individuo, lo que indica que el conocimiento lingüístico que el niño posee depende de su conocimiento del mundo". Es decir Piaget afirma que conforme el niño o individuo conoce su medio ambiente, es como se va a desarrollar dentro del mismo.

⁴ Jean Piaget, psicólogo famoso por sus aportes en el campo de la psicología evolutiva, sus estudios sobre la infancia y su teoría del desarrollo cognitivo.

De tal forma como los jóvenes conozcan su medio ambiente o convivan en él es como ellos se van a desarrollar dentro del mismo, si ellos sólo conocen o se identifican con el léxico coloquial, ellos, para toda su vida, tanto laboral como personal, utilizarán este tipo de vocabulario.

2.1 Las Teorías del Lenguaje

Para poder iniciar más profundamente a tratar el tema y explicar si el lenguaje utilizado actualmente se está evolucionando o se está deformando; como se trata en uno de los objetivos, lo más conveniente es que se inicie por mencionar las diferentes Teorías del Lenguaje, cómo han sido aplicadas, por quiénes y de qué forma han contribuido al mismo hasta la actualidad.

2.1.1. Teoría Onomatopéyica

Dentro del libro "Lenguaje, pensamiento y realidad" Alberto Espejo indica "que las palabras nacieron por la imitación que hacía el hombre de los ruidos cercanos, es decir, por la onomatopeya, símbolo acústico de los objetos que producen ruidos naturales: animales, agua viento, movimiento telúrico, etc." (ESPEJO, 1975:43)

Esta teoría formulada por los sabios de la época, indica de manera muy aterrizada que por cuestiones de imitación a los ruidos naturales, los primeros hombres inician el lenguaje. Actualmente algunos expertos en

Psicología coinciden con ésta teoría al aseverar que el lenguaje de los bebés se inicia de forma natural; al ellos imitar su primer entorno social, la familia, es decir, que el bebé al escuchar el sonido de un automóvil se familiariza con éste y se inicia en el lenguaje tratando de realizar el mismo sonido que ha escuchado, o sea, que empieza a hacer sonido como si él fuera un coche, de esta forma se da a entender ante los demás, pues debido a su corta edad aún le es complicado construir palabras, o frases estructuradas y entablar una conversación con los demás, como lo hacemos los adultos.

2.1.2 Teoría de Las Interjecciones

Otra Teoría que se menciona en el libro de Alberto Espejo es la Teoría de las Interjecciones que afirma lo siguiente: "el lenguaje nació de los sonidos emitidos espontáneamente por el hombre para expresar sus contenidos emocionales: hambre, furia, dolor, placer, etc." (ESPEJO, 1975:43)

Esta otra teoría, también propuesta por los sabios de hace varios siglos, no la podemos desechar, pues la forma en que presenta el inicio del lenguaje también es presentada de forma coherente, el ser humano, como afirman expertos en Lingüística se inicia por la imitación y los sonidos espontáneos que emitió al iniciar su etapa de supervivencia, de tal manera que nos hace pensar que el hombre de aquella época al tener un sentimiento cualquiera; por ejemplo dolor, lo más probable es que haya expresado el mismo con un grito o un gemido para que de esta forma los demás pobladores o seres humanos con los que convivía se dieran por

enterados de los sucedido, hecho que analizándolo no parece nada descabellado, pues cuál es la reacción de nosotros al golpearnos por accidente, al tocar algún recipiente caliente, al asustarnos o simplemente de dolor...gritamos.

2.1.3 Teoría de Chomsky o del dispositivo de adquisición del lenguaje.

Por otro lado Chomsky⁵ propone la existencia de una "caja negra" innata, un "dispositivo para la adquisición del lenguaje" o LAD (por sus siglas en inglés), capaz de recibir el *input* lingüístico y, a partir de él, derivar las reglas gramaticales universales. Este *input* es muy imperfecto; sin embargo, el niño es capaz de generar de él una gramática que concibe oraciones bien estructuradas y que determina cuál es la forma en que deben usarse y comprenderse éstas. La naturaleza de este LAD no es conocida, pero es bastante aceptada la idea de que el hombre tiene una tendencia innata para aprender el lenguaje.

Chomsky con su teoría lo que trata de dar a entender es que por simple hecho de ser humano ya tenemos la capacidad de estructurar oraciones y que los demás las entiendan y nos podamos comunicar con ellos; es decir, a los perritos nadie los enseña a levantar la patita para realizar sus necesidades y lo hace; exactamente pasa lo mismo con nosotros, nadie no dijo habla, pero por instinto o por esa "caja negra" de la que habla Chomsky, tenemos la capacidad de realizarlo.

⁵ Centro del Desarrollo Infoanto Juvenil (CERIL) http://www.ceril.cl/P33_lenguaje.htm

2.1.4 La teoría de Bruner o de la solución de problemas.

Bruner⁶ sugiere a su vez que el niño aprende a usar el lenguaje para "comunicarse en el contexto de la solución de problemas". De acuerdo con Bruner, el niño necesita dos fuerzas para lograr el aprendizaje del uso del lenguaje, una de ellas es equivalente al LAD de Chomsky, la otra fuerza sería la presencia de un ambiente de apoyo que facilite el aprendizaje del lenguaje.

Lo que para Bruner significa que el niño aprende a utilizar su lenguaje en base al apoyo que se le proporcione por parte de las personas que conviven con él dentro de la familia; considero que esta teoría es afín por el hecho que el niño es igual al entorno con el que se desarrolla, por tal motivo si el infante crece en un ambiente de palabras obscenas, gritos, y faltas de respeto, su forma de referirse hacia los demás al crecer, será de la misma manera con faltas de respeto; en cambio, si el niño se desarrolla en un ambiente de respeto, ayuda mutua y utilizando palabras de cortesía, como son, "por favor" y "gracias" al momento de relacionarse con personas ajenas a su familia su léxico será como fue educado en casa.

Los niños ya tienen la herramientas sólo hay que enseñarlos a usarlas de la forma correcta.

⁶ Centro del Desarrollo Infoanto Juvenil (CERIL) http://www.ceril.cl/P33_lenguaje.htm

2.1.5 La Teoría Genética de Piaget.

Para Piaget⁷, el desarrollo de la inteligencia consta de dos procesos esenciales e interdependientes: la "adaptación" y la "organización". Mediante la adaptación (entrada de la información), se consigue un equilibrio entre la asimilación de los elementos del ambiente (integración de los elementos nuevos y de las nuevas experiencias a las estructuras previas) y la acomodación de dichos elementos a través de la modificación o reformulación de los esquemas y estructuras mentales existentes.

En teoría, el equilibrio de una estructura se conseguiría cuando las acomodaciones anteriores pudieran permitir la asimilación de algo nuevo sin que dicha estructura se modificara. Pero, justamente, para avanzar en el nivel de inteligencia, el desarrollo requiere del "desequilibrio" para que puedan modificarse las estructuras intelectuales. La inteligencia se desarrolla, por la asimilación de la realidad y la acomodación a la misma. La organización, por su parte, es la función que sirve para estructurar la información en las unidades que van a configurar los esquemas de conocimiento.

La Teoría Genética de este psicólogo, no es propiamente una teoría sobre el aprendizaje, ya que no llega a dar cuenta de los procesos que utilizan los sujetos en la resolución de tareas, pero influye en muchos de los modelos instruccionales de inspiración cognitiva, debido sobre todo a su

⁷ Teoría Genética de Jean Piaget
http://www.educarchile.cl/web_wizzard/visualiza.asp?id_proyecto=3&id_pagina=303

modo personal de entender la inteligencia, centrado en el análisis que hace de la evolución de las estructuras cognitivas a lo largo del desarrollo del niño y al papel activo que otorga al alumno en la construcción del conocimiento.

Piaget distingue al niño de acuerdo a la etapa del crecimiento que está viviendo; es decir, de acuerdo a la edad que el niño tenga es como Piaget lo menciona dentro de su teoría, y afirma que para desarrollar la inteligencia del niño, éste primero distingue sus vivencias pasadas y en base a ellas actúa en el presente, por lo tanto, lo que el niño vive de más pequeño, lo enseña a que en el momento en que ya ha crecido no vuelva a cometer los errores de antes; por ejemplo: si el niño se cayó y se golpeó bajando unas escalera, en un futuro al descender de cualquier escalera lo hará con mucha precaución.

Es aquí donde se relaciona lo que afirma Piaget en su teoría acerca de que el niño primero asimila y posteriormente se acomoda a la misma según la situación que esté viviendo.

2.1.6 Teoría de Vygotsky o de las influencias socioculturales.

Para Vygotsky⁸ la reciprocidad entre el individuo y la sociedad, siendo definida ésta tanto histórica como culturalmente, es muy importante. El contexto de cambio y desarrollo es el principal foco de atención, dado que ahí es donde podemos buscar las influencias sociales que promueven el progreso cognitivo y lingüístico. Para Vygotsky el habla es,

⁸Centro del Desarrollo Infoanto Juvenil (CERIL) http://www.ceril.cl/P33_lenguaje.htm

fundamentalmente, un producto social. El lenguaje precederá al pensamiento e influiría en la naturaleza de éste: los niveles de funcionamiento intelectual dependerían de un lenguaje más abstracto. Además, habla y acción están íntimamente unidas: mientras más compleja es la conducta y más indirecta la meta, más importante es el rol de la lengua.

Dentro de ésta teoría su autor maneja muy coordinadamente los mensajes que trata de exponer, explica detenidamente, cómo es que el pensamiento tiene relación con el habla, indudablemente según se puede verificar en la vida diaria. El ser humano según piensa, es la forma en que participa con sus interlocutores; si una persona posee una educación avanzada, tiene el buen hábito de la lectura y le gusta estar en constante actualización, su forma de pensar será diferente y se comunicará de manera distinta; es decir, al momento de relacionarse con sus semejantes pensará más minuciosamente para comunicarse con un estilo propio y que las personas que están en su entorno capten realmente lo que les quiere informar en su discurso verbal; en cambio si ésta persona no posee ningún tipo de educación y aunado a eso no le agrada informarse acerca del vocabulario a pesar que la forma de pensar según afirma Vygotsky es connatural al lenguaje deberá tener un cierto estudio para que pueda gozar de una sintaxis adecuada.

2.2. El lenguaje en el entorno social

El entorno social influye básicamente en la manera en que se utiliza el lenguaje. La humanidad conforme va transcurriendo el tiempo, y en base a algunos factores como la modernidad, la tecnología, la moda, la ecuación, etc., que se presentan, van cambiando la forma de hablar de la población en general. El lenguaje influye de acuerdo a la idiosincrasia que poseen los habitantes, el tipo de entorno social en el que relacionan las personas llega a tener un peso tan grande dentro de la forma de hablar, que aunado a que por naturaleza el ser humano tiende a imitar su entorno y si en él no se tiene buen léxico, pues éste adoptará el que esté en uso en el momento de la relación.

2.2.1. El lenguaje en la familia

Se puede decir que el seno familiar es el primer contacto que los niños tienen con el mundo real y asimismo con el lenguaje; en base a cómo esté compuesto, los niños aprenden a hablar de determinada forma; en la cual, influyen algunos aspectos, como el grado de estudios de las personas que rodean al niño, el cómo se dirigen con él durante su crecimiento, qué tipo de lenguaje es utilizado por los integrantes de la familia en el momento en que se relacionen con el niño, de que manera lo persuaden para hablar apropiadamente, etc.

Los niños, son esponjas, por llamarlo de alguna forma, que durante su crecimiento van aprendiendo todo y de todo lo que los rodea, si dentro del

seno familiar, los niños conviven con gente adulta, que tienen un nivel cultural alto, ellos tratarán de educar a los pequeños de tal forma que se desarrollen correctamente ante las normas que la sociedad en la que viven exige. Dentro de la familia los infantes pasan los primeros años de su existencia; años que serán fundamentales en su vida futura; pues, dentro de éstos, ellos se desarrollan y aprenden las reglas básicas de educación y del lenguaje; si por el contrario el niño convive con gente que no tiene ningún nivel cultural serán más viable que crezca sin la más mínima enseñanza acerca de cómo hay que hablar adecuadamente; es decir, sin gritos, palabras soeces, utilizando las palabras adecuadas ante los demás.

Otro aspecto importante que hay que manejar es que si las personas que están cerca del niño aun y que tengan la cultura o educación adecuada, pasan por alto, el educar al niños de manera correcta y en lugar de esto se dirigen cerca de él como si fuera un adulto más y no cuidan su léxico delante de los niños, ellos aprenderán rápidamente a hablar de la misma forma que conversan sus familiares; es decir, si delante del infante, un adulto se refiere a otro de una manera grosera, el niño por su naturaleza de imitar lo que ve, pronto se dirigirá a los demás de la misma forma; y él lo realizará de un modo natural, pues sus padres o hermanos es el modo de dirigirse entre ellos y lo tomará como que es lo normal o natural dentro de su familia.

Un factor importante es el ligado a las interacciones padres – hijos. El niño se comunica de muchas formas (mímica, voces, sollozos, sonrisas, etc.). Esta aptitud es particularmente importante en la medida que se prefigura en

la función social del lenguaje. Desde las primeras semanas de vida, la madre considera a su bebé como un interlocutor al que atribuye intenciones de comunicación. La madre es muy receptiva a este tipo de comportamientos y responde a ellos de manera verbal y/o gestual; con esto queda por asentado que entre la madre y el bebé existe una plática, pues el bebé empieza una especie de "conversación" de acuerdo a sus posibilidades y de ahí inicia su precario pero muy funcional lenguaje verbal.

Expertos en materia de Psicología afirman que desde que somos pequeños aprendemos a socializar, relacionarnos o a tener un juicio social por imitación; por imitación de los padres, de los hermanos, de los maestros y conforme vamos creciendo esa imitación continúa hasta que llegamos a una edad adulta en la que tenemos un criterio suficientemente formado para tomar las decisiones de cómo es que quieres dirigirte ante los demás o cuál va a ser la manera de comportante ante la sociedad.

El niño, una vez creciendo, inicia su propio lenguaje verbal en base a lo que ha escuchado dentro de su casa, con la relación que tiene con sus padres o hermanos y de esta forma empieza su vida social, que ya posteriormente seguirá en la escuela o colegio.

2.2.2 El lenguaje en la escuela

El tipo de lenguaje que los niños utilizan normalmente o de manera coloquial, si bien lo adquieren en la escuela y como imitación de sus compañeros, también es cierto que lo siguen obteniendo de la forma que

hablan en su casa, hay que recordar que algunos expertos en niños, aseguran que los primeros seis años de vida de un niño son elementales dentro de su desarrollo; es decir, si el infante pasa los primeros seis años de su vida rodeado de malas palabras y sin ningún tipo de educación, lo más seguro es que en un tiempo, ese niño no entienda lo que son las reglas de buena educación como por ejemplo: que no utilice palabras tan esenciales en la vida diaria como; "gracias", "por favor", "por nada", que al llegar algún lugar no salude, que grite, etc.

No hay que olvidar que el ser humano es un ente pensante, que por más que pase el tiempo, nunca en el transcurso de su vida deja de aprender; no por el hecho de que los niños asistan a determinada escuela significa que dentro de la casa se ha terminado el tiempo de educarlos; al contrario, hay que poner más atención, pues ellos inician otra etapa en la que podrán interrelacionarse con más niños de su edad y es deber de los adultos que lo tienen a su cargo, ayudarlos a aterrizar todas sus ideas de forma correcta y concreta al menos en lo que se refiere al lenguaje, para de esta forma forjar un adulto de bien.

Conforme van creciendo, van adquiriendo su propio vocabulario, y es influenciado por su relación con los demás compañeros del colegio, club o lugares donde ellos se relacionen además de la casa.

Los niños, igual que cuando nacen y se desenvuelven de acuerdo a como los tratan en la casa, cuando están en edad escolar, según su relación con los demás compañeros del club o colegio al que pertenecen

empiezan a imitar sus palabras por naturaleza del ser humano y de ahí, es como se dirigen hacia los demás; es decir, si hay un niño que en su vocabulario utiliza muchas maldiciones, el niño al convivir con él va adoptando su forma de hablar, es tanta la influencia de unos infantes sobre otros, que llegan a hablar de tal forma que identificas de inmediato, con le simple hecho de escucharlos con cual de los demás niños se reúnen. Este hecho se da de igual forma, cuando un chico es muy correcto para hablar y empieza a reunirse con otro en un momento dado, ese otro joven empieza a hablar correctamente.

De esta forma es lo que podemos iniciar una especie de rapport⁹ (RICARDO ROS 2007: LINEA) (la relación) es uno de los ingredientes imprescindibles para establecer una comunicación efectiva con los demás. Utilizamos la palabra "acomparar" para describir el proceso de acercarnos al modelo del mundo de la otra persona. Este proceso, utilizado de forma intuitiva por muchísimas personas, puede ser aprendido y practicado para mejorar la comunicación.

Una buena forma para practicar el rapport es entendiéndolo mejor y adoptándolo al estar en relación con otra persona he aquí algunas técnica para practicarlos:¹⁰ (CONSINERGIA 2007: LINEA)

Lograr el rapport es muy sencillo: Copie la postura, los gestos, la actitud, el estado de ánimo, las palabras que el otro repite con frecuencia.

⁹ <http://www.pnl.net.com/chasq/a/10>

¹⁰ <http://consinergia.blogspot.com/2007/07/que-es-el-rapport.html>

Claro, hágalo con sutileza, para que no sea notado (sería contraproducente).

También podemos hacer rapport con el significado de las palabras y con la manera de pronunciarlas.

Si la persona que tenemos delante en la entrevista habla despacio, debemos hablar también l-e-n-t-a-m-e-n-te-, si habla rápido tenemos que igualar su ritmo. Luego liderarlo y cambiar el ritmo, si fuera necesario.

Además de la palabra y la postura corporal, otro elemento de la comunicación que podemos igualar para influenciar positivamente a nuestro entrevistador es el tono de voz. Podemos adecuar el tono, velocidad, volumen y ritmo de la voz al hablar.

En el lapso en que los niños van obteniendo un desarrollo escolar empiezan a conocer palabras nuevas; mismas que encuentran en los libros de texto o por afición a la lectura van haciendo uso de ellas, hablando apropiadamente y adecuando su léxico de acuerdo al lugar en el que se encuentra; se puede decir que van tomando conciencia de lo que hablan ante los demás receptores. Y se da el caso entonces que el niño que anteriormente no hilaba un párrafo completo ahora posee la facilidad para realizar declaraciones más complejas y estructuradas.

2.2.3 El lenguaje de los jóvenes con los amigos

Los jóvenes imitan el lenguaje de su entorno social, es decir la forma de hablar de los amigos, e incluso de los medios de comunicación con los que interactúan juegan un papel muy importante en el léxico de los jóvenes. Indudablemente los jóvenes hablan en una forma con su familia o en la escuela y de otra manera muy diferente al estar en relación con los amigos, es una especie de identificación con ellos y para ser aceptados en éste círculo de amistades tienes que poseer en común algunas cualidades y entre ellas está el lenguaje, por ésta razón, ellos adoptan algunos modismos, o palabras que son las que con mayor frecuencia se pronuncian en dicho círculo; por ejemplo la palabras “wey” en la que si analizamos alguna conversación de los jóvenes no terminan de estructurar una frase completa sin pronunciar y en varias ocasiones ésta palabra.

Según el punto de vista de algunos expertos, el ser humano tiende a imitar su entorno social; por ejemplo: en la etapa de la niñez alrededor de los 4 y hasta los 6 años, posteriormente esto disminuye un poco entre las edad de 8 ó 9 años y durante la etapa de la juventud el lenguaje en los seres humanos se ve influenciado por las amistades que poseen; en las edades de la adolescencia, 12, 13 y 16 años, incluso por la manera en que son educados los jóvenes, en la que hay mucha permisividad, gratificación excesiva, en la que ha faltado los límites, los adolescentes experimentan una vida de confort en general (no digo que en todos los casos, hay sus excepciones) sin embargo; esta vida de confort que se les ha dado a través de la educación, pues le ha llevado a prolongar esa adolescencia, y

mantenerse muy cómodos sin tener que tomar toda la responsabilidad de una vida adulta y todavía a los 18 años, en la actualidad se ha prolongado la adolescencia, jóvenes adultos todavía tienen un comportamiento de adolescentes; en la cual sigue ésta imitación o influencia, de su entorno.

Otra razón importante por la que los jóvenes imiten, o de alguna forma modifiquen su vocabulario, es por la moda, ellos son los más influenciados en cuanto a la moda; es decir, si los jóvenes utilizan determinada forma de vestir inmediatamente optan por vestir de ésta forma, así será definitivamente más que aceptado en el círculo de amistades en la que quiere pertenecer y si ahí la mejor forma de hablar es la de utilizar palabras altisonantes o soeces ellos, con el hecho de poseer el sentido de pertenencia las adoptarán.

No sirve sólo para entender la lengua materna, en nuestro caso el castellano, sino también para desarrollar la potencialidad de aprender otros idiomas, comprender los logaritmos matemáticos o reflexionar sobre la metafísica. "El lenguaje es como los ladrillos con los que se construye todo lo demás", explica la psicóloga educacional, Alicia Halcartergaray¹¹.

Pero, ¿existe un lenguaje de los jóvenes?. Sabemos que "el joven enfrenta demandas académicas, familiares, interpersonales y personales. Está en proceso de comprender su mundo interno y desarrollar su identidad. Para armonizar todos estos mundos necesita recursos lingüísticos", explica la

¹¹ Psicóloga educacional, <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/article-71012.html>

profesional. En el proceso de cambio del adolescente, un lenguaje desarrollado le ayuda a poner etiquetas y nombres a lo que le pasa, a entender las propias emociones. En este sentido "el lenguaje es como un bisturí que permite hacer cortes más precisos de la realidad", ejemplifica la psicóloga.

En su búsqueda de la propia identidad es natural un alejamiento de los padres, lo que en parte se expresa en el uso de un lenguaje distinto en comparación al que los adultos intervienen con sus semejantes. El problema ocurre cuando los modismos y expresiones propias limitan el desarrollo de un lenguaje más elaborado, expresa Halcartegaray.

Los jóvenes empiezan a tener problemas cuando al querer comunicarse no encuentran las palabras adecuadas para expresar sus sentimientos, pues por períodos extensos de tiempos han hecho uso de modismos inadecuados, que los han hecho perder el sentido real de las palabras que pretenden expresar o que debe utilizar.

Por otra parte para Emilio Echavarren¹² en su ponencia titulada "El lenguaje de los jóvenes", ha defendido la forma de hablar de la juventud como una jerga que permite a los adolescentes, por un lado "diferenciarse de sus padres y del mundo adulto, así como crear vínculos de protección y cohesión entre sus iguales".

¹² Catedrático de Literatura Hispánica del instituto pamplonés Plaza de la Cruz, <http://www.unav.es/fcom/noticias/2006/11/09cicom05.htm>

Echavarren ha hecho hincapié en que los jóvenes de todas las generaciones han hablado de diferente forma que sus padres: "Los jóvenes no hablan peor que sus padres, simplemente hablan de otra manera. Y lo utilizan como un elemento más para diferenciarse como ropa o la música que escuchan también es diferente a la que escuchaban sus padres", ha señalado.

De tal forma que podemos afirmar que los jóvenes pueden identificarse en la etapa que están viviendo, así en un futuro cuando ellos hayan crecido adoptarán otro lenguaje obligados por la situación laboral que desempeñe o el círculo social en el que se desenvuelvan; por lo tanto ésta forma de hablar de ellos es algo propio de la edad y pasajero.

2.3. El lenguaje y los medios

Los medios juegan un papel muy importante en cuanto al lenguaje se refiere, pues con ellos, la mayor parte de la gente y durante casi todo el día, tienen interacción, en cualquier lugar podemos encontrar una televisión o radio encendida, por otro lado el periódico al alcance de la mayoría de las personas, incluso actualmente se da acceso a ellos por medio del Internet; dando como resultado el obtener noticia e información no sólo del país sino de varias partes del mundo, ahora lo que hay que investigar es, si el lenguaje utilizado por los medios es el adecuado para la educación que están recibiendo los jóvenes y los niños actualmente.

Algunos medios se preocupan porque sus trabajadores mantengan un léxico adecuado ante las personas que los sintonizan; sin embargo, hoy por hoy una de las razones importantes por lo que la mayoría de ellos se dejan llevar es únicamente por el tan apreciado "rating". Otra razón por la que los medios olvidan lo importante que es la forma de hablar o redactar, es la publicidad; que a fin de cuentas, gracias a ella es como sobreviven.

Algunas personas ven en los medios de comunicación una especie de educador y consideran que el simple hecho de aparecer ahí, ya está expresado correctamente, y es aquí en este tipo de actitudes en la que se confunde al espectador, de tal forma que el público inicia un vocabulario incorrecto; pero, pensando que está utilizando el adecuado pues lo escuchó u observó en los medios de comunicación.

Ana María Peppino¹³ (UAM, 2000: EN LÍNEA) señala: En los últimos dos decenios los medios de comunicación masiva (en adelante MCM) han reforzado en forma considerable su influencia en el mercado de los mensajes culturales, y los estudiosos del fenómeno de la comunicación señalan con frecuencia que han desplazado en gran medida a los aparatos hegemónicos tradicionales, como la familia, la escuela, la iglesia, el sindicato, el partido político, etc. (mediaciones institucionales). Por ello, una didáctica del lenguaje de los MCM proporciona al sujeto sometido a su influencia los elementos necesarios para desentrañar la información bajo la información; es decir, al concientizar al decodificador acerca de los

¹³ Ana María Peppino Barale es licenciada en comunicación y doctora en estudios latinoamericanos, y se especializa en el tema de la radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. <http://www.difusioncultural.uam.mx/revista/feb2000/peppino.html#b>

lenguajes propios de cada medio se le proporciona una herramienta intelectual (facultad de entender) que le ayuda a comprender la doble carga significativa de los mensajes. El hecho común de que no exista una preparación adecuada y sistemática para contrarrestar la presencia diaria de múltiples mensajes provenientes de los medios masivos, resta al receptor capacidad crítica para enfrentarse a esquemas persuasivos, utilizados para construir y articular las funciones de reproducción de ciertos valores que se pretende imponer.

Los receptores de los Medios de Comunicación necesitan estar en contacto permanente con las nuevas formas de utilizar los vocablos, para que de esta manera los medios de comunicación no puedan cambiar el léxico de su receptores; sin embargo la gente ha ido perdiendo poco a poco el interés por la lectura y con ello da fácil acceso a que todo el tipo de vocabulario utilizado en los medios, sea considerado como correcto y sea adoptado en su forma coloquial de hablar e incluso enseñado a los pequeños de la casa cómo la forma en que él pueda comunicarse y ser entendido por los demás.

2.3.1. El lenguaje científico de los comunicadores

El lenguaje de los comunicadores actualmente deja mucho que desear, en especial porque en ellos están puestos todos los ojos de su auditorio y los toman como ejemplo para acrecentar su vocabulario.

“El lenguaje del periodismo se ha convertido, dijo en el seminario el profesor y académico Lázaro Carreter¹⁴(CARRETER, 2005: EN LÍNEA), en una jerga para iniciados que choca con los hábitos de los lectores y que sólo es inteligible para unos pocos; dedujo que el periodismo no acierta en su objetivo de comunicarse directamente con la mayoría de los ciudadanos y sugirió que ese carácter jergal del léxico usado en la información periodística puede ser la causa de que descienda la afición a la lectura en las sociedad. Grave acusación y responsabilidad, de ser cierta. Pero el problema del lenguaje informativo no puede afrontarse recriminando exclusiva o principalmente a los informadores. Sea cual sea su cultura y preparación gramatical, los periodistas no son la causa de que en la sociedad industrial, basada en la división del trabajo y en la especialización de funciones, se hable como se habla o se escriba como se escribe. Los periodistas son mensajeros o transmisores del habla ajena, la de aquellos cuya opinión o cuya palabra tiene relevancia social. (...) Antes que acusar a los periodistas habría que señalar a quienes verdaderamente hablan mal y, en especial, interrogarse acerca del tipo de instrucción sobre la lengua que se ofrece en la enseñanza obligatoria y en la de segundo grado. (...) Seguramente encontraríamos numerosas ideas y, sobre todo, mil posibilidades para mejorar, ahora y en el futuro, la utilización de nuestra lengua, incluso en los periódicos”.

El profesor Carreter afirma que puede darse el caso que los medios de comunicación no sean los únicos culpables de que el lenguaje en la

¹⁴ Lingüística, crítico, literario, ensayista, académico y exdirector de la Real Academia Española (RAE). <http://www2.uil.es/publicaciones/latina/200532martinezalbertos.pdf>

población vaya en decremento sino que desde que los niños son pequeños se le debe inculcar el habla correctamente; sin embargo, sí podemos afirmar que en la mayoría de ellos no existe un léxico adecuado ante su público. En este mismo apartado se menciona que los periodistas son sólo mensajeros y como tal estoy de acuerdo en que en ocasiones no estén utilizando el lenguaje como su forma habitual de comunicación, sino como una especie de herramienta en la que únicamente se concretan a transmitir la información como fue recavada en sus fuentes y a la vez ellos traten de hablar con propiedad¹⁵(VERDERBER, 2005:58); significa elegir un lenguaje y código que se adapten a las necesidades, intereses, información y actitudes de los oyentes para evitar que el lenguaje los excluya. Mediante un lenguaje apropiado comunicamos nuestro respeto y aceptación hacia aquellos que son diferentes de nosotros; es decir dentro de su medio para que el público en general los comprenda.

Por otra parte Miguel Limón Rojas¹⁶(CVC, 2007: EN LÍNEA) afirma: “hoy los medios de comunicación participan activa y destacadamente en la conformación de nuestra lengua y, por lo tanto, son una fuente de educación y de cultura accesible a las grandes masas, aun a las analfabetas. De ahí su enorme responsabilidad y la imperiosa necesidad de hacer compatibles los diversos intereses que en ellos participan con la obligación ineludible de servir al desarrollo humano. Por eso el interés de este congreso en propiciar una mayor vinculación de todos aquellos que

¹⁵ Verderber Rudolhp. (Comunícate. Edit. Thomson. México) 2005 : 58

¹⁶ Licenciado por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y fungió Secretario de Educación Pública de 1995-2000.
<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/clausura/mlr.htm#Arriba>

desde la escuela o la academia, y desde los medios impresos o electrónicos, mantienen vivo el español, lo enseñan a los grandes conglomerados y lo desarrollan para las nuevas generaciones. Por eso nuestra lengua es responsabilidad de todos. Como aquí se ha dicho, ya no sirven acusaciones mutuas sino el diálogo, la colaboración y la búsqueda de soluciones adecuadas para todos y formuladas entre todos”.

Como lo menciona Limón Rojas¹⁷(CVC, 2007: EN LÍNEA): “la lengua está en constante cambio por tal motivo es cuestión de toda la población y responsabilidad de la misma tratar que el lenguaje no se demerite y que con los medios de comunicación se vayan haciendo lazos más fuertes, de tal manera que el léxico vaya cambiando poco a poco desde la escuela y hasta los medios de comunicación; otra razón importante para que este cambio se dé de forma inmediata se debe a que los medios son y serán fuente de educación para aquellas poblaciones que no tienen gran acceso a la misma por su situación social. Desgraciadamente en México hoy en día, sigue existiendo el analfabetismo en algunas comunidades remotas; sin embargo, si tienen acceso a algunos de los medios de comunicación; si en ellos se utilizan un lenguaje inapropiado, estas poblaciones lo tomarán e implementarán dentro de su vocabulario habitual; pero, si como medio de comunicación toman la responsabilidad de educar a la población, en lugar de desinformar, será una vía factible para que estos pobladores acrecienten su acervo cultura y su léxico”.

¹⁷ Licenciado por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y fungió Secretario de Educación Pública de 1995-2000.
<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/clausura/mlr.htm#Arriba>

Por su parte Sergio Sarmiento¹⁸ asevera: en México, quiérase o no, ha surgido también un dialecto convencional del español, que es el que se utiliza usualmente en los medios de comunicación. El hecho que los medios nacionales estén concentrados en buena medida en la ciudad de México, le ha dado a este español convencional mexicano algunos de los tonos e inflexiones característicos de la capital.

Es verdad que en buena medida el uso del lenguaje en estos medios es muy pobre. Pero no más pobre de lo que usualmente encontramos en las calles de nuestras ciudades. Es difícil argumentar que los medios están deteriorando los usos lingüísticos de nuestro país. Más bien puede argumentarse que es el bajo nivel educativo de nuestra sociedad el que se manifiesta en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación tienen la obligación de mejorar su uso de la lengua, no por mantener purismos académicos que poco sentido tienen en nuestros días, sino por la importancia de lograr una comunicación más eficaz. Así como los productores de televisión o de radio buscan todos los días instrumentos técnicos para mejorar sus transmisiones y sus programas, así los comunicadores deben estar en constante búsqueda de instrumentos lingüísticos que les permitan comunicar mejor. El criterio, sin embargo, debe

¹⁸Licenciado en Filosofía de la Universidad York de Toronto, Canadá. Periodista y escritor.

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/television/ponencias/sarmien.htm>

ser la claridad de expresión que se traduce finalmente en una mayor claridad de pensamiento.

Es un vano sueño pensar que los medios de comunicación puedan transformar por sí solos los usos lingüísticos de un país como el nuestro. Más iluso es considerar que esta transformación puede imponer a la mayoría usos académicos que, a pesar de ser obsesión de los puristas del lenguaje, son ajenos a la enorme mayoría de la población.

Muchas de las exigencias que se hacen a los medios en materia del uso de la lengua son más producto de intentos por conservar purismos académicos que de la necesidad de imponer una nueva claridad en el lenguaje. Esto nos señala que el esfuerzo está mal encaminado.

Si es verdad que el lenguaje es un espejo de nuestro espíritu, de nuestra inteligencia, mal haremos en insistir en encadenarlo a los dictámenes de una Academia establecida en otro continente y para servir a otro pueblo. En cambio, debemos usar todo nuestro esfuerzo por lograr que esas laberínticas frases sin principio ni fin aparente, que denotan falta de claridad en el pensamiento, sean desterradas definitivamente de los medios. Hoy más que nunca los mexicanos necesitamos que en nuestros medios de comunicación y en nuestra vida cotidiana reencontremos las virtudes de la claridad en la expresión.

2.3.2 El lenguaje en los medios impresos

El hábito de la lectura dentro de la sociedad mexicana para desgracia de muchos está en declive, por no mencionar que la mayoría de los habitantes en México no disfrutan del leer como método para educarse, mucho menos como un pasatiempo, en algunos casos remotos, los mexicanos prefieren la lectura como base de información que desean obtener acerca de la vida cotidiana y encuentran en el periódico o revistas informativas su modo de estar al día en cuanto a los sucesos que ocurren en su entorno social.

Según Figueroa¹⁹(FIGUERA, 1999:150): "Al periódico se le ha identificado como el libro de las multitudes, por su extraordinario acceso a sectores muy amplios de la sociedad y quizá por una tradición que lo hace decano de los medios". Así mismo afirma: "Con la información de lo que ocurre en la vida cotidiana, el diario es compendio de los acontecimientos de la vida individual y social".

El lenguaje periodístico es un fenómeno social que repercute en casi todas las esferas de la sociedad. Los mensajes de los vehículos electrónicos son diferentes de los mensajes del periodismo impreso a causa de determinados factores ajenos a los propios medios que les influyen. Como resultado de un conjunto de datos técnicos, políticos, culturales, etc., el mensaje periodístico ofrece características diferenciales suficientemente acusadas según utilice como canal la prensa o bien la radio o la televisión.

¹⁹ Figueroa Romeo (Cómo hacer publicidad, Edit. Pearson Educación. México) 1999 : 150

A diferencia de otros medios, como la televisión, en la prensa diaria el receptor se dirige a ella con un "interés activo", saber, conocer, estar al día de un determinado acontecimiento, etc. no busca distraerse, emocionarse o entretenerse. Este interés activo se manifiesta en varios aspectos, así el lector lee a la velocidad que se le antoja, comienza por donde más le gusta, se detiene en aquellas secciones que son de su interés. En definitiva, la prensa escrita permite al receptor "dominar" el medio, más que ser "invadido" por éste.

El medio impreso llega a formar parte de la vida diaria de los lectores, por el hecho de que en él se maneja un lenguaje más intelectual que llega a ser una especie de diccionario aplicado a su léxico, que a la vez los incita a cambiar su forma de dirigirse ante los demás. Los mensajes periodísticos llegan a reelaborar ideas de sus receptores como lo externa la Dra. Pastora Moreno Espinosa²⁰ en su publicación denominada Fundamentos del lenguaje de los Mass Media: "el medio no sólo es un sistema de distribución de mensajes sino también un sistema de organización de mensajes, y la organización de mensajes preexistentes se convierte, a su vez, en un nuevo mensaje. Al organizar el mensaje el medio lo reelabora... lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría o modo de percibir, de interpretar..." (MORENO: En línea)

²⁰ Profesora Titular de Redacción Periodística. Universidad de Sevilla.
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/1/129pastora.htm>

El periódico es, en realidad, un nido de lenguajes, una especie de permanente diccionario de actualidad donde se cobija toda habla por efímera y fugaz que sea. Cada uno de esos lenguajes tiene sus normas y el lenguaje informativo normas muy particulares y trabajosamente elaboradas. Pero todos los textos que aparecen en un periódico, por distintos que sean entre sí, han de tener en común algunas características exclusivas y generales, exclusivas porque son especialmente exigidas por el periódico y generales porque afectan a todos los textos que en él aparezcan.

De tal forma que se puede pensar que los medios impresos son considerados más prudentes en cuanto al vocabulario utilizado en ellos; es decir, el lenguaje con el que están escritas las notas que se imprimen en estos medios es de carácter más intelectual y asimismo en la mayoría de ellos (a excepción de los medios sensacionalistas) utilizan un léxico menos coloquial, de tal forma que no incitan al deterioro del mismo.

Dentro de las revistas, otro medio impreso muy leído actualmente, utiliza un lenguaje exclusivo para los lectores hacia los que van dirigidos; por ejemplo, si la revista es de modas y va dirigida a amas de casa, utiliza un lenguaje propio de ese mercado, si la revista es de mecánica y va dirigida a este tipo de sector utilizará un léxico un tanto más especializado haciendo uso de las jergas propias de este tema.

Como lo afirma Biagi²¹(BIAGI, 2006:72): “Las revistas son muy especializadas, dirigidas a pequeños grupos de lectores donde la publicidad va enviada a ellos...” “Las revistas reflejan la cultura circundante de una

²¹ Biagi Shirley. (Impacto de los Medios. Edit. Thomson. México) 2006 : 72

sociedad y sus características. A medida que las necesidades y los estilos de vida cambian, las revistas también van cambiando.”

2.3.3 Los medios electrónicos y su lenguaje

No cabe duda que actualmente los medios electrónicos son el boom dentro de cualquier sociedad desde la televisión que a pesar de no ser un invento nuevo sigue teniendo su lugar de entretenimiento en la sociedad, hasta lo más actual en medios masivos de comunicación que es la Internet y gracias a ella se tiene acceso a cualquier tipo de información en poco tiempo y de diferentes partes del mundo.

Echaverren, profesor de Plaza de la Cruz ha apuntado que “los adolescentes son hijos de su tiempo y nuestros jóvenes nacieron con la televisión encendida en el cuarto de estar de sus casa” así en el actual lenguaje juvenil si que predominan muchos gestos de gran plasticidad, o entonaciones muy expresivas heredadas de una cultura televisiva.

No obstante, Echavarren²² aseguró que los jóvenes son inmunes a la insistencia de añadir arrobas en el género de los sustantivos, o duplicar términos, son reticentes a los políticos de los “niños y las niñas o los vascos y las vascas”. Hablan de una forma diferente pero primando la sensatez y la economía lingüística. “ Aunque si que es cierto que los sms (mensajes enviados vía celular) e Internet tienen un influjo más preocupante que a

²² Catedrático de Literatura Hispánica del instituto pamplonés Plaza de la Cruz, <http://www.unav.es/fcom/noticias/2006/11/09cicom05.htm>

veces se traslada otros usos, abusando de abreviaturas, eliminando mayúsculas o haciendo una ortografía fonológica”.

El periódico “El mundo” de España en una de sus secciones virtuales denominada “El navegante.com”²³(EL MUNDO, 2002: EN LÍNEA) se afirma lo siguiente: Los medios de comunicación electrónicos o digitales son los que presentan un mayor «desaliño» en los distintos niveles del lenguaje, tanto en el ortográfico como en la tipografía y la sintaxis, lo que puede deberse a la inmediatez y rapidez en la elaboración y envío de las informaciones.

Asimismo continúa su artículo diciendo: A pesar de los fallos observados en los medios que operan en Internet y, aunque en el español periodístico se perciben errores en correcciones, “priman los aspectos positivos como el enriquecimiento del léxico con neologismos continuos, con extranjerismos necesarios y con palabras de gran relieve literario en artículos de opinión y crónicas”, explicó.

Más adelante en una de las conclusiones se subraya que el lenguaje de los medios es ahora “la principal referencia en la que se fija la Real Académica Española (RAE) para efectuar cambios y añadir normas en muchos niveles de la lengua”, y que “muchos fenómenos considerados incorrectos hasta no hace mucho, hoy están legitimados en el último Diccionario de la RAE (2001)”.

Para poder hablar más concretamente de los diferentes medios electrónicos existentes en la actualidad empezaron por dividirlos conforme

²³ <http://www.elmundo.es/navegante/2002/05/10/esociedad/1021045311.html>

han ido haciendo su aparición y lo más lógico es iniciar con la televisión análoga invento que inicia como una gran revolución y haciendo creer a propios y extraños que desaparecerían los medios impresos como el periódico; sin embargo se utilizó y se sigue utilizando como una forma de apoyo para este medio.

En 1884, Paul Nipkow, a los 24 años patentó su "telescopio eléctrico" en Alemania. El disco sentó las bases para el desarrollo que registró la televisión en los años veinte. (BIAGI, 2006:155). De esta forma se inicia la televisión de forma comercial dentro de Alemania, posteriormente algunos años más tarde haría su aparición en México, teniendo la función de informar, entretener y hacer de conocimiento de los mexicanos de los hechos sucedidos en diferentes partes del mundo.

Asimismo para poder entender la televisión Biagi (BIAGI, 2006:154) nos ofrece un párrafo: "Para poder entender por qué recibimos la programación que nos llega es importante recordar que la existencia de la televisión comercial se debe; primordialmente a que es un medio de publicidad. La programación gira en torno a la publicidad y los anuncios es lo que se envía al público. Desde su inicio la televisión fue creada con el propósito de ofrecer un público a los anunciantes.

La televisión desde sus inicios ha tenido la intención de hacer pensar a sus espectadores lo que ella o los anunciantes quieren, de tal forma que las personas que consumen televisión (que hoy en día es la mayoría de la gente), van a adoptar el lenguaje o la forma en que se dirigen los

presentadores de la televisión, como anteriormente se menciona el ser humanos, es un ente que por naturaleza tiende a imitar lo que encuentra en su entorno; es decir, las personas que consumen televisión, tenderán a dirigirse hacia los demás de la manera en que ellos perciben de acuerdo a lo que observan diariamente en la televisión y por ende adoptarán su lenguaje.

Posteriormente con el paso del tiempo, los empresarios televisivos se dieron a la tarea de realizar adaptaciones a la televisión para no perder terreno en cuanto a sus consumidores y no perderlos debido a que la señal de la televisión por la ubicación de sus hogares, la zona montañosa, o el hecho de que la televisión se empezó a volver un tanto aburrida por la falta de diversidad en cuanto a la programación y se inicia lo que conocemos como la televisión por cable o televisión de paga.

Y de la siguiente forma es como se inicia la televisión por cable: "...los pequeños poblados también querían disfrutar de este nuevo invento; es así como quizá la pequeña población de Astoria en el estado de Oregon y un pequeño poblado de Pennsylvania, llamada Lannsford, en los Estados Unidos se disputan el inicio del cable. Lo cierto es que debido a las montañas que rodean esta zona, los poblados recibían bastante mal las señales. Jhon Walson, comerciante de electrodomésticos, ante la mala calidad de recepción de las señales de televisión, se le ocurrió en 1949, instalar una antena de modo que cada familia podía conectar su receptor de televisión con el cable de la misma manera como lo utilizaba la red eléctrica, de gas o de agua". (GONZÁLEZ, 2007: 25)

Así es como los pequeños poblados de Estados Unidos iniciaron lo que hoy conocemos como la televisión por cable, luego de un tiempo se empieza a extender por todo el mundo y tiene su llegada México en donde la principal empresa dedicada a este ramo es Cablevisión, y en la cual se ofrecen una gran diversidad de opciones para los televidentes según los gustos que estos posean y es así como se inician los canales especializados en los diferentes públicos; por ejemplo: un canal especial para los niños y en cual se ofrece un programación dirigida a ellos en base a programas educativos, caricaturas, películas, etc.

La era de la digitalización se asomó a nuestro tiempo y es cuando surge una nueva versión o forma de utilizar la televisión; es decir, "la televisión digital pertenece a la última generación de medios audiovisuales. Su diferencia radica en la utilización de técnicas de comprensión digital que permite transmitir varios canales en el mismo ancho de banda que ocuparía un solo canal analógico y porque las señales digitales se pueden mezclar fácilmente con otras, pudiendo así transmitir aplicaciones multimedia. (GONZÁLEZ 2007: 60)

La Televisión Interactiva (TVi) (GONZÁLEZ 2007: 67), como así le llamaremos desde ahora, es aquella donde el espectador tiene participación activa, no sólo con el aparato receptor, sino con el intercomunicador, que puede ser la misma plataforma digital –ya sea satélite, cable o terrenal-, o bien, con algún anunciante, productor, presentador, etc., de forma simultánea o alterna.

Es decir con una calidad de imagen y sonido superior al del sistema analógico, la televisión interactiva viene a revolucionar a los medios audiovisuales, pues puede ser utilizada para realizar transmisiones en escuelas o empresas; las cuales tienen un nivel alto de tecnología y lo transmiten hacia sus competencias, el lenguaje que se utiliza en la mismas, como en el caso anterior de la televisión análoga depende de las personas que trabajen para ellas, es decir si estamos hablando de una televisión digital dirigida a las empresas para tener contacto directo con otra empresa, pues es un hecho que el lenguaje utilizado en dichas conversaciones serán de un nivel apropiado para la misma; es decir el utilizado dentro de las empresas, si la utilización de palabras soeces.

2.3.4 El lenguaje en la radio

En un mundo bombardeado por los medios de comunicación (HAUSMAN, 2001: 2), pareciera inconcebible que un solo medio pudiera percibir ganancias sin contratiempos en la salvaje batalla que se libra durante varias horas al día.

La audiencia de la radio siguen en aumentando. Las cifras más recientes muestran que el ciudadano estadounidense promedio pasa más de mil horas al año escuchando la radio. Esto equivale a casi tres horas al día, más tiempo del que el consumidor de medios de comunicación promedio dedica a ver la programación de estaciones de televisión

afiliadas a una cadena, y diez veces más que el tiempo dedicado a leer revistas.

Y aunque los nuevos medios de comunicación tienen una oferta atractiva, tan sólo piense en el siguiente comentario bastante revelador sobre la fuerza de la radio: "Trate de navegar por Internet en su automóvil"

La Radio es un medio de comunicación que en la actualidad es muy usada por la gente, y como en el párrafo anterior atinadamente se menciona, es muy cómodo estar en el automóvil y dirigirse al trabajo o a la casa y escuchar la radio mientras manejas, debido a su facilidad para ser utilizada y lo convencional que es este aparato, la mayoría de la gente puede tener acceso a ella, y utilizarla como una forma de entretenimiento o de información cuando no hay otra oportunidad para estarlo.

La radio "no está limitada por lo que puede mostrar a la vista. Mediante la combinación de efectos de sonido, música, diálogos e incluso, silencio el escritor puede desarrollar una estampa en la mente de su auditorio, que sólo la imaginación del radioescucha puede limitar. El radioescucha sólo oye lo que el escritor o el director quiere que perciba. Los miembros del auditorio "ven" una idea en su imaginación. El escritor de radio puede crear esta imagen mental con mayor eficacia que lo puede conseguir quien redacta en otro medio porque en la radio la imaginación no está limitada por la vista". (HILLIARD, 2000: 7)

A través de la radio, los radioescuchas pueden tener acceso a muchos lugares por medio de su imaginación y este es el medio de comunicación en el que el lenguaje o la forma de hablar de los presentadores juegan un papel muy importante, pues gracias a él es como se llega a la gente que lo está escuchando, y que posee otra forma de hacerlo; por ejemplo en la televisión el lenguaje es importante; pero, por medio de la comunicación no verbal que se utiliza se puede dejar un mensaje más completo a los telespectadores, a diferencia que en la radio, es sólo lo que escuchan y no se puede recurrir a otra forma de comunicación que no sea la verbal; debido a esto es muy importante el tipo de léxico con el que los presentadores se dirigen hacia sus radioescuchas, pues por simple hecho de estar al frente de los micrófonos los locutores tienen una gran responsabilidad, debido a que las personas que los siguen o escuchan tienden a imitarlos en su forma de hablar.

Dentro de las emisiones de radio día a día el lenguaje se va deteriorando y para algunos esto es algo muy natural y hasta cierto punto aceptable como lo afirma Cristina Romo en un artículo denominado "El lenguaje seductor de la Radio", publicado en Internet a través del Centro Virtual Cervantes (CVC, 1999 : EN LÍNEA). Porque el lenguaje radiofónico no tiene límites, y exige eso, que no se le limite, ya que el medio está abierto para que a través de él transiten y se muevan con libertad las palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida. Todo lo que puede ser expresado con palabras puede ser transmitido por radio, ¿y qué cosas no pueden ser expresadas con palabras o transformadas en sonidos?

Por esto indignan tanto los improvisados hablantes, los que tienen, con frecuencia, el vocabulario más reducido; los que son incapaces de buscar y encontrar todas las posibilidades de la lengua; quienes se conforman con las formas de expresión más trilladas, quienes tienen tomados, ocupados, los micrófonos de la mayor parte de las cabinas de las emisoras, por lo menos en este país.

Frases que no resisten el más mínimo análisis, son pronunciadas día a día, minuto a minuto a través de la radio. No es raro escuchar: «Los responsables huyeron sin lograr su detención».

Con lo cual afirma lo anterior: los locutores de radio en su mayoría han deteriorado el mensaje que se transmite a través de ella, y van adecuando el mensaje de acuerdo a los radioescuchas sin importar que el discurso que se está manejando dentro de los programas sea el adecuado o no para ser escuchado por el público.

2.4. La cultura y los jóvenes universitarios

Los humanos somos seres sociales por naturaleza, de tal forma que pertenecemos a una sociedad que se rige por medio de tradiciones, costumbres, religión, que adoptamos en nuestro hogar con el paso del tiempo. Esto es lo que se refiere a la cultura.

La cultura de cualquier grupo humano se basa en tres elementos: ideas, costumbres y objetos. Todos ellos permiten a las personas tener una visión del mundo y ubicarse en él.

Las ideas comunes son los elementos que sostienen a los diferentes grupos sociales, pues facilitan que las personas se relacionen entre sí a partir de compartir perspectivas sobre el funcionamiento del mundo, y no sólo que las compartan sino que las establezcan: qué consideran positivo y qué negativo, cuál es su ideal de belleza —el estereotipo mexicano es, por ejemplo, muy diferente del japonés—, etcétera.

Estas ideas sobre el mundo se materializan en forma de costumbres, mismas que incluyen reglas sobre la comida, la vestimenta, las actividades económicas, los hábitos de higiene y la convivencia.

Una definición de cultura en uso antropológico es “La totalidad de conductas aprendidas en cualquier época en toda la humanidad, formas de vivir compartidas por varias sociedades entre las que hay alguna interacción, patrones de conducta específicos en una sociedad en particular y las formas especiales de comportamiento características de los segmentos de una sociedad grande y organizada de una manera compleja”. (Mc ENTEE, 1998: 142)

Para Mc Entee cultura se refiere en general a todo el comportamiento que puede tener un individuo dentro de la sociedad a la que pertenece, la cultura se adquiere desde el nacimiento del ser humano y conforme se va

desarrollando se van arraigando o afianzando de una manera más penetrante las costumbres adquiridas en el grupo social al que pertenece.

Por su parte Bate "la premisa fundamental en que se sustenta nuestra exposición es la afirmación de que, en la materialidad objetiva del ser social, todas las actividades y relaciones sociales, así como los objetos que involucran todas las prácticas humanas presentan en cada sociedad o grupo social, una concreción fenoménica que ostenta formas propiamente culturales. Es decir la cultura existe materialmente, objetivamente en relación con la conciencia social, como conjunto de manifestaciones fenoménicas concretas del ser social". (BATE, 1984: 40)

Para Bate la cultura se forma dentro de la sociedad y no sólo se refiere a las actividades sino que involucra toda práctica humana hecha dentro de la misma sociedad, es decir todo a lo que los habitantes de determinado pueblo se dedican, ya sea en su oficios o estudios, todo lo que se refiere a la vida diaria está dentro de lo denominado cultura.

Por otra parte Tylor define a la cultura como: "un complejo total que incluye dentro de sí el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y otras capacidades adquiridas por el hombre como miembro de la sociedad." (CALDERON, 1984: 28)

Cuando Tylor habla de capacidades adquiridas por el hombre, confiere al aprendizaje todo su valor. Todo aquello que sucede dentro de

un grupo y es característicamente humano puede comprenderse dentro de la cultura.

Los jóvenes son seres humanos pertenecientes a las diferentes sociedades y por lo tanto ellos adquieren cultura dentro de éstas, con las actividades o relaciones que desarrollan a lo largo de su vida, como lo refiere Bate, según como ellos cumplen los diferentes roles dentro de la sociedad a la que pertenecen ellos es como van desarrollando la cultura que poseen.

Según el punto de vista de algunos psicólogos la cultura en general se adquiere desde que se inician las relaciones con tu familia, es decir, en el hogar, posteriormente conforme se desarrolla y crece el joven adquiere algo más de cultura de la escuela en la que estudia y por último el entorno social en el que se desenvuelve y la convivencia con amigos lo hace terminar de reafirmar o adquirir más cultura.

Esto es la cultura que los jóvenes tienen se va adquiriendo con el paso del tiempo y la relación que ellos puedan tener con su entorno, si a un niño se le acostumbra desde pequeño a escuchar o leer determinado tipo de música o lectura con el paso del tiempo va reafirmando su interés y lo sigue poniendo en práctica de tal forma que crece con esa costumbre y es así como se va formando el joven en cuanto a cultura.

Por tal motivo, por ejemplo no se va a comportar igual un joven que tiene estudios universitarios a uno que no estudio absolutamente nada y aún

así puede ser que dos jóvenes que posean estudios universitarios; pero, de diferentes universidades, sea totalmente distinto la cultura que ha adquirido.

Para algunos antropólogos también la cultura es obtenida en el seno familiar y en base a las relaciones que se puedan ejercer a lo largo de su desarrollo con diferentes individuos; sin embargo para José Herrero (HERRERO, 2002: EN LINEA) la cultura tiene ciertas características universales:

- a. Compuesta por categorías: Las taxonomías están en sus cabezas. Las categorías y taxonomías (formas de clasificación de la realidad) ayudan a la gente a no confundirse dentro del grupo.
- b. Cultura es siempre un Código Simbólico: Los de esa cultura comparten esos mismos símbolos (entre ellos la lengua) lo que les permite comunicarse eficazmente entre ellos.
- c. La cultura es un sistema arbitral: no hay reglas que obliguen a elegir un modelo; cada cultura ostenta su propio modelo de comportamiento cultural.
- d. Es aprendida: No es genética, no es interiorizada por instinto; una persona es el profesor (enseñador) de otra (en muchos de los casos la madre, el padre, el tío, etc).
- e. Es compartida: es necesario que todos los miembros tengan los mismos patrones de cultura para poder vivir juntos, por eso se comparte la cultura a través de la infancia, cuando se está introduciendo a los niños en la sociedad, es decir, se les está socializando (un proceso de socialización).

- f. Es todo un sistema integrado: donde cada una de las partes de esa cultura está interrelacionada con, y afectando a las otras partes de la cultura.
- g. Tiene una gran capacidad de adaptabilidad: está siempre cambiando y dispuesta ha acometer nuevos cambios.
- h. La cultura existe (está) en diferentes niveles de conocimiento: nivel implícito, nivel explícito.
- i. No es lo mismo la "idea propia de Cultura" que la "cultura real vivida": una cosa es lo que la gente dice qué es su cultura, y otra muy distinta es lo que ellos están pensando, en base a su modelo ideal de lo que deberían hacer, sobre lo que están haciendo.
- j. La primera y principal función de la cultura es adaptarse al grupo. Conseguir la continuidad a través de los individuos nuevos, juntarse al grupo.

Desde que nacen los seres humanos van desarrollando la cultura, aunque el término en sí para ser utilizado no tiene edad, Serena Nanda (NANDA, 1980: 41) afirma: "La edad es también un criterio universal de especialización cultural, aun cuando en la mayoría de las sociedades la especialización por edad no sean tan importante como lo es en los Estados Unidos. En nuestra sociedad, el grado en que las especialidades culturales, lenguaje, música y conducta, son asociadas con gente entre las edades 12 a 20 años ha llevado al término CULTURA DE JUVENTUD".

De acuerdo a lo anterior queda asentado que entonces en la edad de la juventud la mayoría de los seres humanos terminas de obtener la cultura,

así que entre estas edades los jóvenes de acuerdo con su entorno social toman de él lo necesario para terminar de pulir su cultura o cambiarla de ser necesario para ellos.

La cultura es considerada, pues, como un entorno artificial que va creando el hombre, para lo cual utiliza máquinas y lenguajes. En relación a los medios tecnológicos, se puede abordar el concepto de cultura tecnológica, como una parte importante de la cultura compartida en las sociedades avanzadas.

2.4.1 El joven universitario

Los jóvenes universitarios son personas comprendidas entre los dieciséis y veinticuatro años de edad que hoy en día forman parte de una generación que ha crecido con la música, la televisión, y la rápida explosión de la informática y la tecnología.

Esta generación es calificada por algunos científicos como la primera verdaderamente expuesta a la multidifusión y al multiculturalismo. Por lo que ésta vive en una sociedad donde el potencial individual para el éxito depende del acceso a la tecnología.

Más que otras generaciones, ésta siente la creciente brecha entre aquellos que tienen acceso a los recursos y los que no lo tienen debido a su pobreza, falta de escuela o a la discriminación.

Hoy día, muchos jóvenes alargan las etapas de transición. Se demoran más en casarse; esperan más tiempo para tener sus hijos; las distancias geográficas son más grandes; tardan más en incorporarse al campo laboral y es común tener una segunda o tercera carrera.

Cuando todos estos factores se toman en consideración, es fácil entender por qué muchos jóvenes piensan que la vida actual es diferente.

Las tareas del joven moderno deben ser vistas desde una perspectiva diferente.

Los estudiantes universitarios manifiestan interés y preocupación en muchos aspectos, mismos que se pueden agrupar en cuatro áreas: identidad personal, relaciones, trabajo y vida espiritual.

Aunque estas tareas siguen siendo las mismas que en el pasado, esta generación es diferente por dos razones: a) las tareas son emprendidas dentro de un tiempo más largo, b) sienten mayor necesidad de apoyo familiar e instrucciones cívicas para el cumplimiento de las mismas.

2.4.2 El joven y la joven regiomontana

El estado de Nuevo León es una de las principales e importantes entidades económicas del País. A principios del siglo XX inicia lo que sería una de las características más sobresalientes de la región, la industria.

Cuando México, en los años setenta, entra en una crisis radical, resultado del exagerado endeudamiento externo y un repentino incremento de las tasas de interés a nivel internacional, buscó la dar solución a esta crisis. El gobierno, algunos empresarios e instituciones internacionales instrumentaron en el país un nuevo modelo de acumulación centrado en la liberalización (desregulación y privatización) de la economía y apertura hacia el exterior. Esta estrategia no tardo en reimpulsar el proceso industrializador que giraría en torno a la industria maquiladora para la exportación desde los años ochenta hasta la fecha.

El área de Monterrey se beneficio con este nuevo modelo económico al absorber una cantidad considerable de dichas empresas y al atraer algunas de las trasnacionales más grandes del ramo.

Las diversas fases de desarrollo económico dibujan cambios radicales en las formas y estilos de vida de la población nuevoleonesa en el transcurso del presente siglo, ligados a la reconfiguración de la estructura económica, sobretodo durante este segundo auge industrializador a partir de la maquila, siendo esta última el sector de la producción donde más se emplea actualmente la fuerza de trabajo juvenil.

La población de Nuevo León en 60% tiene una edad menor de 30 años²⁴, es una población de jóvenes y niños igual que el resto del país. Los adultos de la tercera edad apenas si representan 7.16% de la población, dato que tal vez pudiera ser indicativo de que los habitantes actuales

²⁴ Dato proporcionado por el Instituto de la Juventud a fecha de 2003.

muchos podrían ser migrantes de otros estados. Por otra parte, 82% de la población esta concentrada en siete municipios que conforman el Área Metropolitana del estado: Apodaca, Monterrey, San Nicolás, San Pedro, Santa Catarina, Guadalupe y Escobedo.

En una investigación realizada por el Instituto de la Juventud de Nuevo León, el joven regiomontano se auto define trabajador, feliz de ser mexicano pero sobretodo de ser regiomontano. Obviamente existe una diferencia de género, la mujer, por ejemplo, busca su identidad como mujer y su felicidad radica en el estado socioeconómico en el que se desenvuelva.

La prioridad actual de los jóvenes regiomontanos no es la de casarse como había sido hasta hace unos años. Buscan desarrollo personal, profesional y económico.

La confianza generada por los medios de comunicación es sorprendente, según la información obtenida por el Instituto de la Juventud, el 34% y 40.7%, son los medios los responsables más importantes de comunicación que se encargan de difundir y legitimar el capital cultural de los jóvenes²⁵.

Los datos son muy obvios y es la televisión la que goza de una mayor confianza, seguida por la radio; esto como un reflejo de la transformación en las formas de "saber" que cada sociedad privilegia acorde a diferentes

²⁵ Información obtenida de la Encuesta Nacional de Juventud 2000.
<http://www.imjuventud.gob.mx>

momentos históricos. Las nuevas generaciones obtienen su información del mundo audiovisual dejando atrás el saber por medio de la escritura.

2.4.3 El Lenguaje tecnológico

En la actualidad los jóvenes nacen y se hacen por medio del uso de la tecnología, ya sea por medio del celular, la computadora, los juegos de videos, etc.

Anteriormente los celulares eran para uso exclusivo de los adultos, los ejecutivos, la gente con solvencia económica, etc., las computadoras sólo eran manejadas por trabajadores de empresas y asimismo por empresarios y qué pensar en tener una en casa, eran demasiado inalcanzables económicamente. La computadora se ha vuelto un requisito para todo estudiante y no sólo la computadora, sino también la impresora, scanner, fax y sin olvidar el *ipod*. Día a día es más común ver que la gente en general que posea todo este tipo de herramientas y la utilice en su vida diaria, y para los jóvenes se puede decir que son indispensables y dependientes de ellas y que sin éstas no hay se puede tener una vida laboral o estudiantil activa.

Hace algunos días platicando con varios jóvenes escuche sobre qué era lo que hacían fuera de la universidad me comentaba uno de ellos: "yo llego a mi casa prendo la *compu*, como y terminando me voy a mi cuarto, me pongo a *checar* el correo, mis materias en línea, y navego un buen rato, ya sabes meto a *you tube*, al *fotolog*, firmo algunos de mis amigos, y después busco videos padres o me pongo a subir videos que yo haya

guardado con mi *cel*, bajo música que le agrego al *ipod*, guardo mi tareas en la *USB*, ahhh pero todo este tiempo entre todo estas actividades estuve conectado al *msn* y por este medio estuve platicando con mi amigos, ya como a las 10:30 de la noche me bajo a ver que hizo mi mamá de cenar, ceno me tiro ver T.V. un rato y después a dormir”.

Otro de los jóvenes que estaba ahí afirmó hacer exactamente lo mismo; realmente me quedé impactada de todo lo que escuchaba, no podía creer que ya los jóvenes no salen a la calle de compras, al cine, al boliche, etc. Me asustó tanto sedentarismo en los jóvenes y pensé para mí, si nosotros que cuando teníamos la edad de ellos acostumbrábamos reunirnos en la plaza, jugar básquet, andar en bicicleta, en fin toda la tarde era calle y el único lugar donde te quedabas sentado por más de una hora seguida era el cine, lugar al que sólo podíamos asistir una vez cada quince días por cuestiones económicas, y ahora pasados algunos años padecemos de sobre peso, diabetes, colesterol, no quiero saber de lo que padecerán estos jóvenes que desde los 15 años ya están frente a la *compu* toda la tarde y en ocasiones parte de la noche.

Dentro del entorno social de los jóvenes el hecho de tener un celular es una especie de requisito para ser aceptado o de alguna forma estar a la moda, además de que no puede faltar el tener un *mail* o *fotolog* dado de alta en el que los amigos te puedan enviar mensajes o fotografías y estar en contacto con ellos, como anteriormente se menciona.

Es un hecho que el lenguaje tiene que estar en constante cambio, pues la lengua es dinámica, sino de otra forma estuviéramos hablando de lenguas muertas; sin embargo, los jóvenes por estar en contacto, directo con tanta tecnología han ido cambiando su lengua en base a ellas; sin embargo, siguen teniendo su léxico propio en base a toda su relación con los demás jóvenes, con los medios, e indiscutiblemente con la tecnología con la que ellos están en contacto.

Día a día y poco a poco se van dando pequeños cambios dentro del lenguaje; los cuales, se van adoptando y haciendo suyos e implementando dentro de su círculo social y de ésta forma se llegan a ser aceptados por todos los jóvenes; por ejemplo: no hace mucho tiempo todavía a lo que hoy los jóvenes conocen como antro, nosotros los adultos jóvenes los conocíamos como disco, pero se va dando el cambio con el tiempo y no llegan a pasar muchas generaciones sin que se conocen en el entorno social de ellos.

Los jóvenes son muy creativos al momento de estar cambiando o adecuando sus comentarios o formas de hablar para con los demás, un motivo especial del por qué cambia y adecuan su lenguaje según especialistas es principalmente para identificarse en su círculo de amistades y ser aceptado en él; otra razón importante es por que desean diferenciarse de los adultos y no sólo en su lenguaje sino también en su forma de vestir, costumbre; pero sobre todo como antes se menciona en el lenguaje y para ellos ésta una forma muy conveniente y adecuada de hacerlo.

Este tipo de lenguaje es muy perecedero, rara vez podremos ver en un diccionario este tipo de términos utilizados por los jóvenes, además que como está cambiando constantemente es un tanto impredecible y no se pueden asentar los conceptos que lo conformarían.

El lenguaje que se ha utilizado y se seguirá utilizando por los jóvenes, por llamarlo de alguna forma es el que los distingue de los adultos, por tal motivo ellos lo seguirán implementando en su vida diaria, es una forma de ser originales ante los demás en la sociedad, o una especie de código que sólo ellos pueden entender y comunicarse con los demás a través del mismo, sin que los adultos entiendan completamente el mensaje que ellos quieren externar ante sus amigos o el círculo social en el que se desenvuelven cotidianamente.

2.5. La evolución y/o deformación del lenguaje

El lenguaje con el paso del tiempo y conforme se van desarrollando las ciudades, los pueblos, y todo en general cambia; así como antes no existían inventos que actualmente nos hacen la vida más cómoda, así tampoco existía palabras o términos, la gente no utilizaba ciertos vocablos, podemos decir que por simple hecho de que no existir determinada cosa no se le podía nombrar; pero el lenguaje es cambiante por naturaleza, día a día y conforme pasan las generaciones va transformándose no podemos decir que nosotros hablamos igual que nuestros antepasados, en ese cambio de generación también cambia la forma de hablar; sin embargo en

la actualidad el lenguaje ha ido adquiriendo un tipo de expresiones que se puede decir que no es el adecuado para ser utilizado por los jóvenes.

El lenguaje está evolucionando, forma parte del ser humano entonces como tal evoluciona, hay palabras que mueren ya no las utilizamos. Palabras que utilizaron nuestros abuelos, probablemente y poquito menos fueron utilizadas por nuestros padres y nosotros ya no las utilizamos, menos los adolescentes. No cabe duda, el lenguaje va evolucionando, surge nuevos términos, se acuñan nuevos vocablos; pero, también dejamos de utilizar algunos de ellos, entonces definitivamente el lenguaje no es algo estático es algo que evoluciona.

Lo que se tiene que dar por un hecho, es que está evolucionado; pero, los jóvenes han estado implementando nuevos conceptos provenientes de la nueva tecnología o que se escucha en su vida diaria y para desgracia va cambiando el lenguaje dando la impresión que se está deformando o degradando.

Para el sociólogo Benigno Benavides Martínez²⁶ desde su punto de vista el lenguaje está cambiando, debido a que como comenta "evolucionar diríamos que hacia algo mejor no precisamente, la dinámica es que el lenguaje tiene una relación con el mundo y los procesos mentales, entonces esos están cambiando, están evolucionando, el lenguaje se está ajustando o está tratando de responder o interactuar con el mundo con el mundo social y con los propios procesos mentales."

²⁶ Catedrático de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León

Del tal manera que podemos decir que de acuerdo a como va creciendo o cambiando la forma de pensar del ser humano así irá cambiando el lenguaje. Sin embargo día a día los jóvenes van perdiendo el gusto por la lectura, actividad de la cual ellos pueden adquirir términos que se puede utilizar en su forma de hablar habitual, sin embargo al no tener el hábito arraigado entre una de sus actividades diarias llega a ser la principal razón por la que poco a poco ha cambiado su forma de comunicarse, llegando a utilizar modismos, anglicismos y extranjerismo que a la vez son utilizados dentro de la programación de los Medios de Comunicación, en especial la Radio han empezado a ser consumidos por los locutores que ahí trabajan y son lo que están al frente de los micrófonos, no se puede generalizar; pues, no todos los locutores son iguales, sin embargo la mayoría de ellos no respetan el lenguaje y utilizan un léxico que deja bastante que desear.

Por tal motivo cada vez se respeta menos las reglas marcadas por la Real Academia Española, que se funda en el año de 1713 donde su primera tarea fue la de fijar el idioma y sancionar los cambios que de su idioma habían hecho los hablantes a lo largo de los siglos, siguiendo algunos criterios para tener la suficiente autoridad y revocar o aceptar determinados conceptos.

Mucho se habla de que el lenguaje va en decadencia pues los medios ya no se preocupan por brindarnos una comunicación eficiente, de calidad, sino que más bien nos incitan al morbo. En parte eso es muy cierto,

pues se ha ido creando una imagen errónea para lo que fueron creados todos estos medios de comunicación y la información que nos llega ya no es del todo necesaria, pero creo que debemos de dar crédito también al ingenio de todas las personas que permiten el entretenimiento y darnos cuenta de lo sorprendente que es que ya los medios de comunicación no solo sirvan para brindarnos información , sino también para entretenernos y divertirnos, no como antes que únicamente se hacían con la finalidad de transmitir información.

Por otra parte pienso que la forma de hablar de los jóvenes en ocasiones distorsionan los significados al utilizar frases conceptos que no van de acuerdo a lo que están diciendo por ejemplo si dicen: "me fue muy bien", pero en cambio ellos utilizan términos como "*me fue muy padre*".

Estoy utilizando una expresión que está aceptada; pero, no tiene que ver exactamente con la cosa a la que yo me estoy refiriendo; entonces ahí es donde creo que hay una deformación del lenguaje, a parte, las muletillas.

En la actualidad el lenguaje no se puede decir que se está deformando; pero a la vez no podemos afirmar que está evolucionando; como anteriormente se menciona el lenguaje de acuerdo a la exposición y presión de los interlocutores va cambiando, lo que llega a ser algo curioso es que el lenguaje vaya dejando términos más científicos, para ser cambiados por otros más coloquiales.

2.5.1 El Nuevo Idioma de los Jóvenes

Diariamente con la combinación de nuevas tecnologías, el uso desmedido de los Medios de Comunicación, el uso de anglicismo o extranjerismos en sus conversaciones y la poca atención que los padres prestan a lo que los jóvenes hacen, ha venido surgiendo una nueva forma de comunicarse; se puede decir que lo podríamos llamar como un nuevo idioma adquirido por los jóvenes principalmente; sin embargo que ha envuelto a la mayoría de la gente.

Estos cambios son impulsados por palabras creadas por los jóvenes y por adultos jóvenes que se sienten con poder para codificar y etiquetar sus propias realidades con expresiones nuevas: palabras que representan las nuevas reflexiones, las nuevas búsquedas, los nuevos deseos y las nuevas ideas.

Actualmente con el espectacular desarrollo de las nuevas tecnologías está apareciendo un nuevo lenguaje, creado de una forma bastante espontánea y para ser utilizado en un ámbito muy concreto. Nos referimos, por supuesto, a Internet y a los mensajes vía celular.

Los jóvenes han creado una nueva forma de comunicación (BETTI 2006: LÍNEA) no verbal taquigráfica que ha entrado con fuerza en nuestro mundo dando vida a una nueva jerga juvenil, que podríamos definir como "los mensajes vía celular".

Una vez más, la lengua de los jóvenes se adueña de este nuevo medio y se caracteriza por ser una faceta especial de la lengua oral y coloquial, variedad a la que pertenecen rasgos como la fuerte expresividad y la capacidad de describir con pocas palabras (los *script* se limitan a 160 caracteres), conceptos que normalmente requieren un uso del léxico no indiferente.

Es curioso observar cómo, cuando nos envían un mensaje de texto a través del teléfono móvil, aparecen en él una serie de palabras muy similares a los utilizados en el idioma español, pero mutilados, es decir, carentes de raíz o despojados de sufijo, e incluso se produce la utilización de consonantes que fonéticamente tienen el mismo sonido; hablamos, por ejemplo, del uso en estos ámbitos anteriormente descritos de la letra K por la letra Q o a la inversa, pues, si bien ambas consonantes representan un mismo sonido de articulación verbal, oclusiva y sorda, su grafía es muy diferente.

Además, la utilización de este lenguaje de signos incluye una variante: la incorporación del lenguaje de símbolos, o *emoticones*, con los que se puede expresar una amplia gama de estados de ánimo del emisor o bien identificar por medio del símbolo un significado sin utilizar el significante gramatical correspondiente.

Es evidente que la practicidad de este lenguaje es innegable, y quizá no podría tacharse de perjudicial para nuestro idioma, siempre y cuando su uso se halle limitado exclusivamente al ámbito de referencia enunciado.

Vamos a reproducir un pequeño texto para que observemos cómo realmente hablamos de un nuevo idioma:

"Mñna keda t bo n mi kza pq ms padres no stán, salu2".

Esta combinación de palabras y símbolos es fácilmente comprensible por el receptor, pero existen combinaciones complejas que nos acercan más al mundo de la criptografía que al de la lingüística.

En suma, nos estamos refiriendo a un tipo de lenguaje utilizado mayoritariamente por los jóvenes, que está fundamentado en varias razones: por un lado, el manejo de un teclado incómodo (en el caso de los teléfonos celulares) con tres o más letras por función; por otro, la necesidad de acortar el contenido del mensaje para no tardar en escribirlo, y en último término, la posibilidad de ofrecer un rasgo de originalidad propio, tan buscado por los adolescentes, son factores que llevan a su utilización.

El uso correcto del idioma español debe protegerse permanentemente en cualquier circunstancia. La ortografía es un fiel reflejo de la cultura y va a la par de como saber comer, vestirse y hablar.

Es necesario señalar que la incorporación de neologismos proporciona fecundidad al idioma, siempre y cuando no estemos hablando de aquellos considerados como barbarismos o de extranjerismos que consiguen anular los correspondientes vocablos que existen en la propia

lengua para designar la misma idea o significado, ya que este último fenómeno se puede calificar como la extranjerización del castellano.

El *spanglish* (LORES, 2006: LINEA) consiste, a grandes rasgos, en la incorporación de palabras inglesas al español, es otra nueva forma de comunicarse de los jóvenes.

Este proceso de ataque a la lengua española es acompañado, como ya hemos expresado, por el creciente uso de computadoras e Internet con la consabida invención de verbos como 'formatear' o 'chatear', que toman como base una palabra inglesa pero la incorporan a la morfología española. No menos grave resulta el uso incorrecto de la lengua en los medios masivos de comunicación. Comúnmente se dice que los medios de comunicación reflejan la realidad social imperante.

Si se sigue aplaudiendo el "nuevo invento del idioma español" por la Internet, el resto llegará a ser esclavo y sirviente de aquellos que dieron el salto para instaurarlo y más que nada, ahora, que es significativo superarse en todos los sentidos para evitar que esta mala tecnología escrita, invada rincones de la verdadera calidad de la escritura. No debe cultivarse el conformismo porque parece simpático.

Algunos insisten en que hay un lenguaje cibernético por el que se comunican cientos de personas. Esa aseveración no es real. Lo que sí existe es una inmensa carencia de educación formal dentro del ciberespacio y una falta de respeto a la identidad idiomática de muchas personas que

entran a la red. Si se abren páginas de discusión, como "Foros" sobre distintos temas donde se opina –con los que son capaces de plantear ideas o contradecir a otras- se pueden encontrar expresiones chabacanas, malas palabras, gruesas faltas ortográficas, incluso de sintaxis o formas verbales mal empleadas. Simplemente, asesinan el idioma, que es la forma de cultura primordial. Aunado a este nuevo proceso o forma de hablar de los jóvenes tenemos que hablar de la mala ortografía que poseen, a pesar de ser estudiantes de Universidad no saben redactar correctamente, utilizar acentos, lo peor es que como escriben hablan y nos lleva lógicamente a un pésimo vocabulario entre ellos y para dirigirse a su mayores o gente con la que se relacionan.

2.6. La radio y su aportación al lenguaje

Para iniciar el tema el descubrimiento y la posterior medición de las ondas electromagnéticas, (MEC, ESPAÑA 2007: LINEA) también llamadas Hertzianas porque la persona que ideó el proceso para medirlas fue Heinrich Hertz en 1887, propició la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, hasta la llegada de la telegrafía sin hilos, de la mano de Guillermo Marconi, la transmisión era muy limitada.

La aportación de Marconi permitió que las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 Kilómetros de distancia. Quizá parezca muy poco, pero para aquella época fue todo un logro. Lógicamente, el sistema tenía sus imperfecciones, porque, por ejemplo, este aparato no podía transportar ni palabras ni sonidos musicales.

No será hasta ya entrado el siglo XX cuando las aportaciones de A. Fleming y R.A Fessenden permitirán la transmisión de la voz humana. A partir de ese momento se iniciaría, de verdad, la radio que hoy conocemos.

En 1916 se inaugura la primera emisora en la ciudad de Nueva York y, en el período comprendido entre 1914 y 1918, la radio se consolida en este país y en otros importantes estados europeos, como Francia y Gran Bretaña. Tal es el crecimiento del medio en Norteamérica que, en 1935, se funda la Columbia Nexus Service, una agencia de noticias encargada de distribuir la información entre las emisoras existentes en aquel momento en Estados Unidos.

El ingeniero Constantino de Tárnava, (CIRT, MÉXICO 2007: LINEA) es reconocido como el iniciador de la radio en México, ya que en 1919 instala en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, la primera estación experimental en nuestro país. En octubre de 1921 su proyecto radiofónico se consolida al inaugurar la emisora CYO, posteriormente identificada como XEH.

El primer programa radiofónico se origina la noche del 27 de septiembre de 1921, en una cabina construida en la planta baja del desaparecido Teatro Ideal en la Ciudad de México. La estación, propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como de Francisco Barra Villela.

Muy importante para el desarrollo de la radio en nuestro país fue 1923. En ese año se inauguran, entre otras, las emisoras CYL denominada "El

Universal Ilustrado, La Casa del Radio", propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Félix F. Palavicini y la CYB -hoy conocida con las siglas XEB- de la compañía cigarrera El Buen Tono.

Desde el inicio de sus transmisiones, el 18 de septiembre de 1930, XEW, La Voz de la América Latina desde México, marca una nueva etapa en la industria, por su programación, alcance y potencia. Esta estación la fundó Don Emilio Azcárraga Vidaurreta e instaló el ingeniero José Ruiz de la Herrán Ipao, convirtiéndose en toda una tradición dentro de la radio del país al impulsar a la radiodifusión comercial a su consolidación durante las dos décadas siguientes.

Radio Programas de México surge como una nueva estructura radiofónica, al unirse el primer grupo de estaciones de radio con fines comerciales en 1941, fundado por los señores Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez. A fines de la década de los cuarenta, gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión, en México comienza a experimentarse con la Frecuencia Modulada (F.M.).

Al llegar la radio como invento vino a revolucionar la vida de toda la población que tuvo acceso a ella; por principio obtuvieron una mayor comunicación, se generó la unidad familiar pues como nuevo invento, pues se reunían las familias a escuchar lo que se iba a transmitir por este medio y hasta en algunos casos se hizo una especie de microempresa, pues se aprovechaba la posesión de ella para ser rentada a otros que no tenía la posibilidad de adquirir un aparato; es decir, el dueño del radio lo colocaba

en un lugar de tal forma que pudiese ser escuchado por varias personas y estas a su vez pagaban por escuchar determinada emisión.

Pasó el tiempo y la popularidad del invento logró que muchas familias lo pudieran adquirir y de esta forma dejaron de asistir a los lugares de renta, la comunicación mundial se hizo presente y por este medio se enteraban de noticias de todo el planeta, además de tener programas de entretenimiento como las famosas radionovelas, posteriormente se hace presente la música que hasta la fecha es la parte más importante de la mayoría de las estaciones de Radio.

2.6.1 La Radio Actual

La radio en México es un medio de comunicación que a pesar que la tecnología ha ido en aumento vertiginoso sigue siendo de gran utilidad, actualmente la gente sigue escuchando la radio, a pesar de la tecnología que pueda seguir surgiendo.

Aún así la Radio -y los Medios en general-, están en situación mucho más peligrosa debido a la furia y a la velocidad con la que la innovación técnica se precipita sobre el sector de la Comunicación, pulverizando las estructuras tradicionales.

La radio (MILENIO. 2007: LINEA) de 1996 es muy distinta a la actual, sobre todo en nuestro país y en América Latina. Si bien el cambio más evidente se nota en la parte tecnológica, también implicó un cambio en la

concepción de lo que es la producción y el medio radiofónico. Ha traído aires nuevos al proceso de concepción de nuevos lenguajes, conceptos y producciones desconocidos aquí.

Para desgracia de muchos los nuevos lenguajes, lejos de ayudar a la superación del léxico de la gente que tiene acceso a ella, dista mucho de ser la mejor, al contrario se ha dado la situación de que los locutores o trabajadores de la radio han ido desvirtuando el lenguaje y por cuestiones de "moda" han hecho uso del doble sentido y las palabras soeces, dentro de sus emisiones, sin importar la hora o la audiencia que los están escuchando en ese momento.

Existen en el país 1332 emisoras de radio, (OIE, ESPAÑA. 2007: LINEA) 853 en Amplitud Modulada (AM) y 479 en Frecuencia Modulada (FM). La banda AM cuenta con 758 estaciones concesionadas y 95 permisionadas. La banda FM tiene 380 estaciones concesionadas y 99 permisionadas.

En México todas las estaciones comerciales de radio requieren una concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Por su parte, las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requieren un permiso de dicha Secretaría.

Las audiencias radiofónicas en México (RLCS 1998: LINEA) son fundamentalmente las clases populares, medias y, para emisiones

especiales, profesionales o empresarios que suelen enterarse de la información del día durante los traslados de la casa al trabajo.

Pese a la existencia de decenas de periódicos y revistas tanto en la capital del país y las principales ciudades de la provincia y a datos estadísticos sobre la lectura que presentan nuestros organismos gubernamentales en la UNESCO, el caso es que ni la certificación de tirajes es confiable ni es claro que los mexicanos sean consumidores asiduos de medios impresos.

Muchos de los mexicanos, se enteran fundamentalmente por la radio y la televisión. En ese sentido, las posiciones de la radio y la prensa, como difusores de la noticia más actual e inmediata.

A pesar de la digitalización la Radio sigue y seguirá siendo el medio de comunicación por excelencia de muchos mexicanos. Para desgracia de muchos la radio ha ido implementando dentro de su programación un lenguaje un tanto agresivo, que por cuestiones de actualidad y modernidad, se puede decir que un tanto aceptado por los radioescuchas; sin embargo hay gente que piensa que los locutores deberían ser un poco más prudentes al emitir sus mensajes.

Actualmente el vocabulario utilizado por ciertos locutores, no es el adecuado y si deja mucho que desear en cuanto cultura se puede decir, la música se programa; pero a la vez la forma de hablar de los trabajadores de

la Radio se considera un tanto inadecuada para el papel que está jugando dentro de los medios de comunicación.

Debido a que el lenguaje utilizado por el medio es verbal no hay marcha atrás después de haber dicho algo, si éste comentario estuvo fuera de lugar o mal empleado para las audiencia ya no puede hacer que la gente lo olvide; quizá podrá ofrece una disculpa; sin embargo, el comentario estará en la mente de quien lo haya escuchado.

La Radio es un medio que tiene la libertad de se usada por cualquier persona, es simple requisito que se puede tener para escucharla es imaginar todo lo que en ella se dice; pues en comparación con la televisión por ejemplo en este tipo de medio tiene que tener el cien por ciento de tu atención incluyendo la vista puesta en ella de otra forma no podrás terminar de entender todo lo que te quiere transmitir, a lo contrario en la radio la prendes y lo único que pasa es que tienes que escuchar e imaginar.

2.6.2 La Radio en Internet

La radio es un medio versátil, cómodo, barato y una opción rápida de información y entretenimiento, que actualmente tiene una transformación tecnológica, tanto en sus procesos de producción como en la transmisión y recepción. Testigo de ello es, por ejemplo, el nacimiento de la radiodifusión sonora digital, la utilización del satélite y el uso de la Internet para contar con un canal más de difusión.

La radio tiene un hueco especial en Internet. En la actualidad, hay más de 4.000 emisoras que transmiten a través de ese medio, en su mayor parte ligadas a emisoras de radio convencionales, aunque hay empresas que han creado emisoras específicas.

La Radio ha supuesto un cambio significativo en el modo en el que se transmiten las emisiones en este medio; y con esto a dado pie a que surjan estaciones a través del Internet y otras que sólo lo hace exclusivamente por medio de la Red.

Otras cadenas dedican demasiados recursos de los posibles a que sus estaciones estén en este medio; además de que tiene programas que se escuchan de forma directa a través de la red y ofrecen otros servicios adicionales como lo que llaman radio a la carta, que consiste en programar la música de la elección de su audiencia, esto por medio de un correo electrónico que se envía.

Por lo demás la "radionet" (RLC 2001: LINEA) también es digital. Hay muchos y muy poderosos argumentos para decidirse por la Red.

1. No hay necesidad de concesión administrativa alguna. El acceso es libre y el costo reducidísimo, así irrisorio, siempre en función de la programación.
2. La emisora en la red se libera también y sobre todo del modelo económico, ligado exclusivamente a la comercialización de la

audiencia sobre zonas geográficas definidas. La "radionet" no conoce fronteras en cuanto a difusión, desde el primer día.

3. Las emisoras en la red cuentan ya con un mercado potencial amplio y en expansión constante. Este año (2001), por primera vez en la historia en EEUU, el número de hogares con ordenador y acceso a Internet supera en diez puntos al número de suscriptores de periódicos. (52% frente al 42%).

4. En conjunto el mercado de los ordenadores en el mundo muestra una evolución imponente.

5. Estos datos perfilan para la Radio en la red una audiencia potencial importante, en crecimiento acelerado, audiencia que han construido otros y cuyos beneficios recogemos nosotros.

6. Desde el área DAB se argumenta que el sonido que llega a los ordenadores no es precisamente el mejor; que es un sonido que está más próximo a la onda corta que al DAB. Esta es una observación del pasado próximo.

7. Porque el Sonicbox iM "baja" la señal digital de la radionet y la transmite en la banda de 900 Mhz hasta su equipo de música. Por supuesto digital y estéreo, como el DAB, con su misma calidad, pero a precio sin competencia posible. Y con todos los servicios ofertados por Internet.

8. Frente a esta situación los técnicos no se ponen totalmente de acuerdo sobre la bondad técnica del DAB, cada día aparecen nuevos intereses ajenos por completo al sistema y que inducen a pensar que este tipo de radio digital es mantenido con respiración asistida.

Como se podrá constatar es mucho más fácil y menos costoso, además de que por medio de la Radio por Internet es posible llegar prácticamente a cualquier parte del mundo, lo único que se requiere es poseer una computadora, bocinas y acceso a Internet, para persona que viajan por cuestiones de negocios o escuela, es muy reconfortante escuchar noticias de su país por medio de la radio en Internet y poder tener acceso de una forma muy sencilla y práctica.

Capítulo III

Métodos y procedimientos

3.1. Metodología de la Investigación

En la realización de cualquier trabajo científico, todo investigador puede recurrir a diversos caminos metodológicos. Su empleo está sujeto en función del objeto de conocimiento que cada uno requiere para alcanzar los objetivos propuestos. Algunos estudiosos pueden desarrollar esquemas de investigación distintos para un mismo problema, cualquiera que sea el caso, los lineamientos o reglas metodológicas que pretendan seguir deberán estar debidamente sustentadas dentro de un esquema más general.

Para obtener información sobre un problema, dentro de la investigación científica es necesario seleccionar los métodos y técnicas adecuados, dependiendo de la naturaleza del fenómeno, los objetivos de estudio y la perspectiva de análisis.

La visión general de esta tesis no prescribe métodos establecidos, sino que da pautas para organizar y articular los conocimientos como consecuencia de los objetivos descritos y que permitan su significado y funcionabilidad.

El presente trabajo está dentro de la categoría de Investigación Cualitativa, acercándose al conocimiento técnico y práctico del lenguaje

en los jóvenes universitarios, en especial aquellos cuya vocación es la de la comunicación como carrera profesional.

Las fases que se han establecido como metodología de la investigación son las siguientes:

1. Identificación del tema y depuración del planteamiento
2. Selección de estrategias metodológicas
3. Decisión de la muestra y corpus de estudio
4. Ejecución en campo
5. Análisis
6. Presentación del Informe

3.1.1 Estrategia metodológica

Una vez planteado y depurado de manera consciente los objetivos y haciendo uso neto de las técnicas cualitativas de investigación, se tomó como referente una estrategia metodológica entre las técnicas de uso documental y de estudio de caso; en otras palabras, se hace uso de fuentes documentales, entrevistas y análisis del campo de estudio.

“Las estrategias metodológicas constituyen un elemento clave en el diseño de los estudios cualitativos”. (VALLES, 2000:101)

El uso de información disponible constituye un paso obligado en la investigación social, por lo que para la realización de este estudio se recurrió a un corpus clasificado de la siguiente manera:

A. Documentos escritos:

A1. Bibliografía: referente a Lenguaje, Medios de Comunicación, Radio, Cultura, Datos demográficos del Área Metropolitana de la Ciudad de Monterrey (México).

A2. Prensa escrita: Periódicos y revistas temáticas.

B. Documentación audiovisual:

B1. Informes y notas actualizadas en Internet

B2. Programas radiofónicos locales

C. Datos primarios:

C1. Entrevistas personales con especialistas en las siguientes áreas:

1. Comunicación
2. Sociología
3. Pedagogía
4. Filosofía
5. Psicología
6. Antropología

C2. Aplicación de encuestas

A pesar de estar basada en un guión previo, es considerado modelo cualitativo, ya que el entrevistador ha ordenado y formulado las preguntas con libertad a lo largo del encuentro.

3.1.2 Elaboración muestral

Las decisiones muestrales tomadas para la elaboración de este estudio se han basado en un diseño emergente, sencillo, reducido a pocos contextos y casos, apoyándose en un grupo de personas expertas²⁷ en materias como lenguaje, sociología, filosofía y comunicación que podían dar información relevante para los objetivos de estudio y que han sido seleccionadas porque ocupan una posición especial dentro del universo de estudio.

La fórmula cualitativa para el cálculo del tamaño muestral contiene como ingredientes clave la noción, principio o estrategia de la “saturación” (VALLES 2000:214) esto quiere decir que el investigador juzga cuánta información es pertinente para el cumplimiento de los objetivos, no llegando a la saturación continua de información.

Se ha tratado que la diversidad de datos obtenidos sean los suficientes para el cumplimiento de los objetivos planteados. Con la elaboración de entrevistas interesa recoger el flujo de información particular de el entrevistado, además de conocer aspectos no previsible en el guión, que se incorpora a éste si se considera relevante.

²⁷ Golden menciona a entrevistados claves como “informantes” más que entrevistados, dado el papel que desempeñan en las investigaciones de campo. Proporcionan información “sobre las situaciones locales donde se realiza el estudio”. Los representativos, dan información directamente relevante, pero se trata de información más general, poseída por un número amplio de personas de una condición social o características sociodemográficas similares (Valles 2000:212-213)

1.6.2.1. Tipología del entrevistado

La selección de entrevistados se siguió por medio de una clasificación elaborada anticipadamente con el objetivo de cubrir la gama más amplia de las variables de estudio, distribuyendo a los entrevistados respecto a su función, acercamiento y experiencia en el lenguaje como forma de comunicación. La tipología del entrevistado toma los siguientes conceptos:

1. **Comunicólogos.** Estudiosos del modelo de comunicación. Analiza profundamente su entorno, su mirada tiene que ser reveladora y llegar más allá, donde no lo hace el conocimiento ordinario y sí el científico.
2. **Comunicadores.** Presentes en las prácticas que propician sistemas, estructuras y ecologías de comunicación. Realizan un trabajo social para informar, expresar y convencer, evocando realidades, convocando a la formación de comunidades de significado o provocando a la transformación de las condiciones de existencia.
3. **Lingüistas.** Persona que se dedica a la investigación lingüística. se ocupa de descubrir y entender la naturaleza y las leyes que gobiernan el lenguaje.
4. **Psicólogos.** persona que estudia el comportamiento humano en sus diferentes ámbitos desde un enfoque científico.
5. **Sociólogos.** Estudiosos de los fenómenos que surgen en la sociedad, la acción social, la relación social y los grupos que la conforman, por lo tanto el efecto que tienen en el comportamiento individual y social, y los cambios en éstas.

6. **Pedagogo.** Se ocupan de la educación como fenómeno típicamente social y específicamente humano. Es por tanto una ciencia de carácter psicosocial que tiene por objeto el estudio de la educación con el fin de conocerlo y perfeccionarlo.

1.6.2.2. Guión de la entrevista

1. El lenguaje utilizado en la actualidad por los jóvenes.
2. Influencia del lenguaje utilizado en la radio sobre la forma de hablar de los jóvenes.
3. Factores causantes de que el ser humano imite la forma de hablar de su entorno social.
4. Influencia sobre el léxico utilizado por los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación.
5. Lenguaje utilizado por los locutores de la radio
6. Vocabulario de los locutores de las estaciones de radio.
7. Capacitación de los locutores de radio.
8. Relación locutor – radioescucha.
9. Deformación o evolución del lenguaje.
10. La cultura de los jóvenes.
11. Cualidades del comunicador de radio.
12. Influencia de la amistad sobre el comportamiento del joven.
13. Influencia del lugar de estudio sobre el comportamiento y gusto del joven.
14. Sobrenombres o “motes” de los locutores.
15. La radio regiomontana.

3.1.3 Ejecución y análisis de datos

Expresado de manera sencilla el proceso de tratamiento analítico de las entrevistas siguió las siguientes pautas:

1. Se leyó la reproducción de cada entrevista, delimitando y subrayando los fragmentos textuales que se referían a cada una de las secciones, indicando con un código la sección correspondiente.
2. Se reunieron los fragmentos de una misma sección y se analizó el contexto.
3. El material reunido en cada sección se reclasificó en fragmentos, lo que se denomina en el estudio cualitativo como "integración local".
4. Una vez hecha la integración local, se han organizado todas las secciones de manera coherente de acuerdo con una línea o secuencia argumental.

La presentación de los resultados va inmersa en el contenido de esta tesis, además de servir como referente directo para la comprobación y/o refutación de las hipótesis planteadas.

3.2. Esquema analítico

La comunicación ha llegado a ser un campo animado de investigación y teoría, ya que es un proceso social fundamental. El interés de psicólogos, sociólogos, antropólogos, políticos, científicos, economistas,

matemáticos, historiadores, filósofos y lingüistas hacen suponer que se trata de un estudio auxiliar que de una propia ciencia, sin embargo, y teniendo como base principal la investigación de medios y la comprensión del comportamiento del hombre y la sociedad, hacen que su estudio sea una parte fundamental en el desarrollo cultural, económico y social en la actualidad.

La comunicación es parte inherente a la esencia del ser humano, y su forma más representativa es **el lenguaje**.

Como bien sabemos, la comunicación es un proceso, es un ciclo, es una manifestación; el lenguaje es el instrumento con el que llevamos a cabo dicha acción.

Nos podemos cuestionar si es correcto o no nuestro lenguaje. Hay estudios y científicos dedicados en decirnos cómo es "correcto" utilizarlo, su significado ante un determinado grupo social o bien su contexto semántico.

En esta investigación se ha querido como una forma de reflexión. No pretendo cambiar la forma de pensar de los lectores, pero sí quisiera compartir mis observaciones, mi experiencia personal dentro y fuera de un salón de clases, así como mis aplicaciones científicas para "provocar un poco de conciencia sobre "algo" que hacemos de manera natural, como el respirar; que sabemos que está ahí como parte fundamental de la vida, pero es tan "común" que no ponemos atención a cómo lo hacemos, y lo

importante que es para nuestra forma de ser, estar y sentir". (GONZALEZ, 2007:Ponencia)

El tema central de esta reflexión tiene dos variables que por sí solas son foco de análisis y reflexión: LENGUAJE y la RADIO. Por una parte nos preguntamos qué es el lenguaje e indiscutiblemente y como lo mencionaba antes, existen diferentes y muy complejas definiciones de lo que es la más sofisticada forma de comunicación del ser humano.

"El estudio del lenguaje y de la teoría lingüística es complejo, porque compleja es la comunicación humana y lo referido a ella, dado que la lengua, además de ser sistema, es actividad tanto mental como comunicativa, es historia, es cultura; el lenguaje es el medio del que el hombre se sirve para relacionarse en su comunidad, con el mundo, es decir, el medio para lograr la relaciones humanas". (GONZALEZ, 2007: Ponencia)

El lenguaje presenta su auténtico y verdadero sentido en la comunicación; su función primordial es la interacción comunicativa. En palabras de Lafont (1993: 188), "el uso del lenguaje orientado al entendimiento es el uso original del lenguaje".

El estudio del lenguaje como instrumento de comunicación²⁸ constituye un ámbito del conocimiento al que se puede tener acceso mediante diversas perspectivas: filosóficas, sociológicas, psicológicas, tecnológicas, etc. En este estudio se ha querido proponer y desarrollar un

²⁸ No puede ser de otra manera

nuevo modelo de análisis, considerando los objetivos y la propia naturaleza del problema.

El objetivo es conocer cómo influye el lenguaje utilizado en la radio regionmontana sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación.

3.2.1 Variables del análisis

La misión de este estudio es mostrar los rasgos y características específicas del lenguaje utilizado por los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación, en especial la influencia radiofónica, por lo que se abordan tres variables:

En primer lugar, y como es obvio, **el lenguaje**. La posibilidad de conocer, analizar, comprobar su evolución y aplicación dentro de los estudiantes de licenciatura en Comunicación.

El aspecto **cultural** es la segunda variable a tratar en este estudio. Las constantes transformaciones culturales y sociales son los principales protagonistas en la evolución lingüística de los jóvenes. Las nuevas tecnologías han borrado fronteras y creado nuevos códigos de comunicación.

La última variable es uno de los medio de comunicación con mayor influencia en la sociedad menor de 30 años. **La radio**.

Con estas variables, se enmarcan los géneros, aspectos y formas claves de análisis para el cumplimiento de nuestros objetivos.

3.3. Ejecución del modelo analítico

Se tomó como muestra representativa 130 estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de cinco universidades altamente reconocidas en nuestra localidad. Teniendo como base el instrumento cuantitativo por excelencia, la encuesta.

La encuesta nos ha permitido obtener información relevante consiguiendo con ello cubrir nuestros objetivos.

3.3.1 Encuesta aplicada

Variables de información general

Edad
Sexo: F M
Fecha
Universidad

Preguntas:

1. ¿Qué estación de radio es tu preferida?

2. ¿Cuál programa u horario de dicha estación te gusta escuchar?

3. ¿Por qué escuchas esta estación?

4. ¿Qué locutor te gusta de esta estación?

5. ¿Conoces el nombre de éste locutor?

SÍ NO

6. ¿Por qué razón te identificas con el locutor que te gusta?

7. ¿Según tu punto de vista; el vocabulario que utilizan los locutores de radio es el adecuado?

SÍ NO

¿Por qué?

8. ¿Consideras que tu vocabulario es similar al del locutor que te gusta escuchar?

SÍ NO

9. ¿Crees que tus amigos tengan influencia para que escuches determinada estación de radio?

SÍ NO

10. ¿Qué es cultura para ti?

11. ¿Consideras que la cultura que recibes en tu casa influye para que escuches determinada estación de radio?

SÍ NO

12. ¿Qué estación de radio escuchan en tu casa?

13. ¿Por qué te gusta escuchar determinado locutor?

14. ¿Consideras que el vocabulario que manejan los locutores es ofensivo?

SÍ NO

¿Por qué?

15. ¿Cambiarías el vocabulario que utilizan en la actualidad los locutores?

SÍ NO

¿Por qué?

16. ¿El hecho de que el locutor tenga un sobrenombre hace que te identifiques con él?

SÍ NO

¿Por qué?

17. ¿Qué cambiarías de los locutores de la radio actual?

Capítulo IV

Análisis de resultados

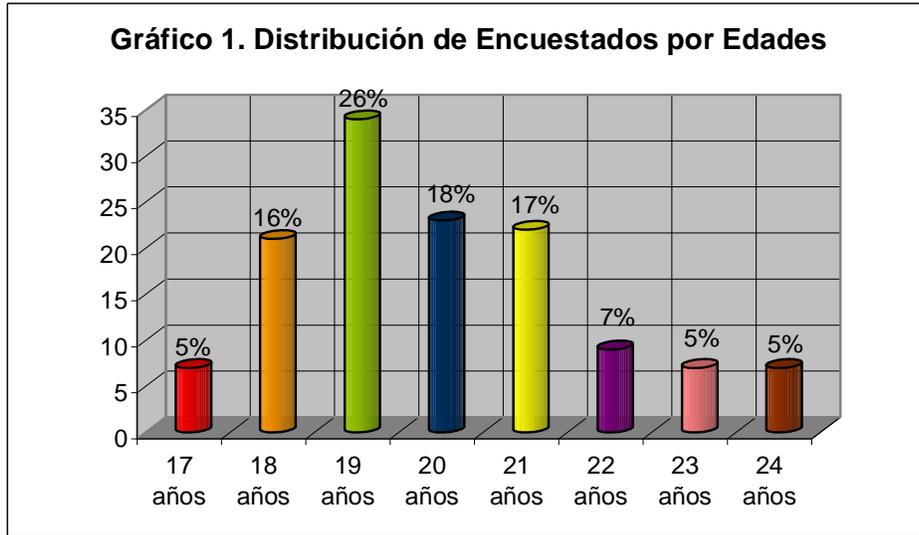
4.1. Resultados de la investigación analítica

La encuesta de investigación fue aplicada a 130 estudiantes de Comunicación de diferentes universidades de la ciudad de Monterrey, en el estado de Nuevo León, participaron en el análisis cinco de las Universidades más reconocidas en la localidad. La diferencia de número de alumnos entre las diferentes instituciones se debió al acceso que se pudo tener en ellas; por ejemplo se trató de ingresar a la Universidad Tecnológica de México (UNITEC) sin tener acceso debido a que los directivos de la misma rechazaron la idea de aplicar encuestas entre su estudiantado. La mayoría de las universidades sólo permitieron aplicar encuestas en los pasillos de las mismas a los alumnos que accedieran, sin tener que interrumpir sus clases. Razón por la cual son diferentes los números de alumnos que se encuestaron.

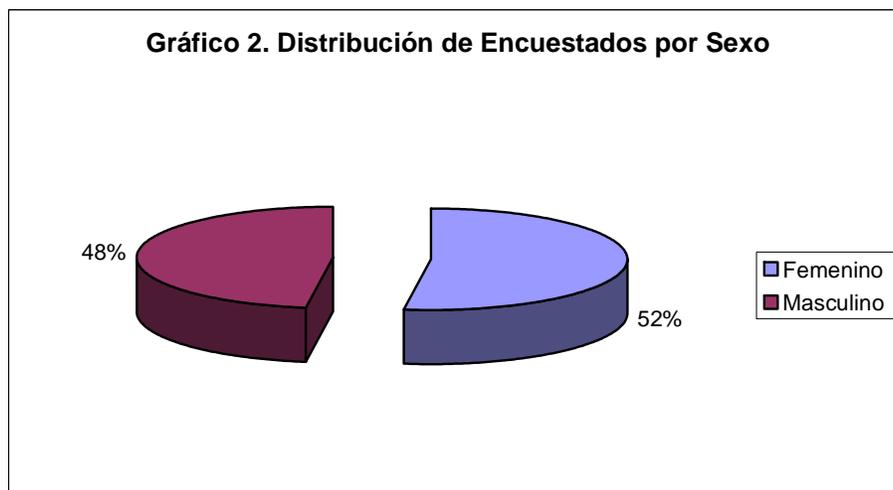
La fecha en la que se aplicó la encuesta se encuentra oscilando entre los días 15 al 30 de agosto de 2007, esto por cuestiones de tiempo en cada una de las universidades.

La primera variable a analizar, la edad de nuestra muestra aleatoria; obteniendo un rango de edades, entre los 17 y 24 años; este cuestionamiento se realizó para ubicar el modo de pensar, madurez, forma de actuar, etc. de los estudiantes que como se muestra en el gráfico 1 arrojó

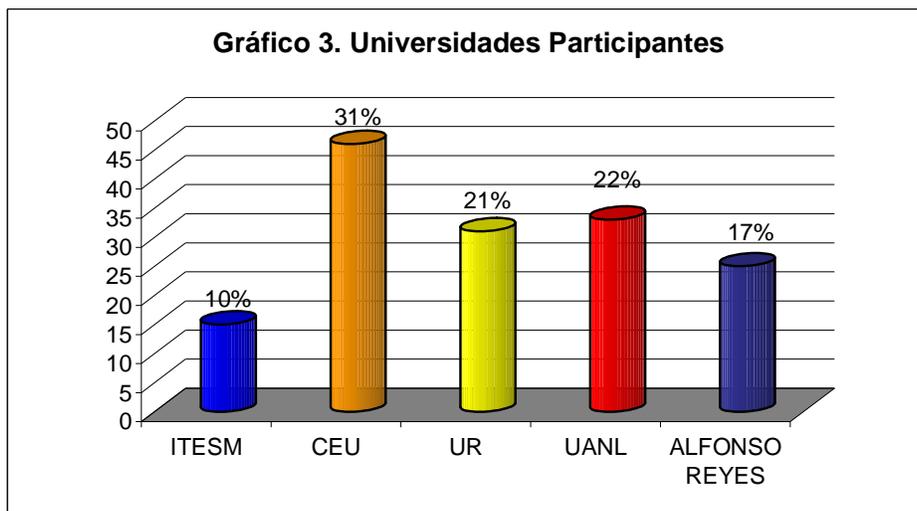
que un 26% de los encuestados tienen la edad de 19 años, seguido de un 18% de 20 años, 17% de 21 años, 16% de 18 años, 7% de 22 años y las edades de 17, 23, y 24 años obtuvieron el 5% cada una de ellas.



Para la segunda cuestión que interesaba saber, pues también puede influir en el modo de pensar de los encuestados, es el sexo de cada uno de ellos dejando ver en el gráfico 2 que el 52% de las cuestionadas fueron mujeres y el 48% restantes fueron varones a los que se les aplicaron las encuestas.

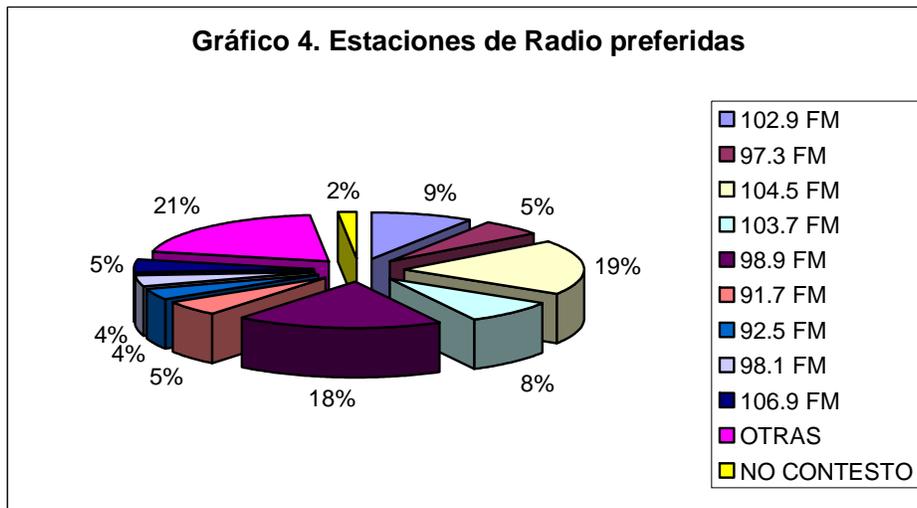


Como ya se mencionó anteriormente las universidades en las que se aplicó el método de evaluación fueron de acuerdo al acceso que se obtuvo por parte de las mismas, así como la disponibilidad de tiempo y ayuda de los alumnos; en el gráfico 3 se muestran las diferentes Universidades que se visitaron siendo el Centro de Estudios Universitarios (CEU) el que logró el mayor número de participantes con un 31%, seguido de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) con un 22%, la Universidad Regiomontana (UR) con un 21%, la Universidad Alfonso Reyes con 17% y quedando en último lugar el Instituto de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) con un 10%.



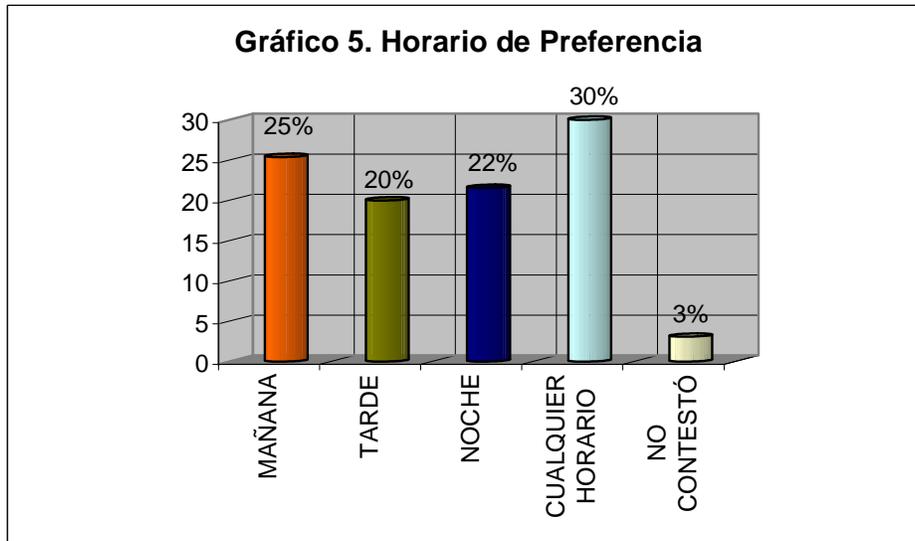
Lo primero que se necesitaba investigar era qué tipo de música o estación escuchaban, por tal motivo se realizó la pregunta: ¿qué estación de Radio es tu preferida?, esto para tener una idea de cuales eran las preferencias que los chicos tienen al encender la radio, obteniendo una gran abanico de respuestas por mencionar algunas estaciones de las

mencionaron de FM son: 93.3, 92.5, 98.1, 98.9, 102.9, 97.3, 104.5, 105.3, entre otras y de AM 690, asentando primeramente como ya era de esperar que la mayoría de los estudiantes escucha estaciones de Frecuencia Modulada, y de ella la mayoría son de música pop. Debido a la gran diversidad de respuestas el 21% de las respuestas se dirigieron Dentro de las que llegaron a despuntar se pueden mencionar con un 19% 104.5 FM, 18% 98.9 FM, 102.9 FM el 9%, el 8% 103.7 FM, 91.7FM, 97.3 FM y 106.9 de FM el 5% cada una, el 4% lo obtuvieron la 92.5 FM y la 98.1FM y el 2% no contestó.



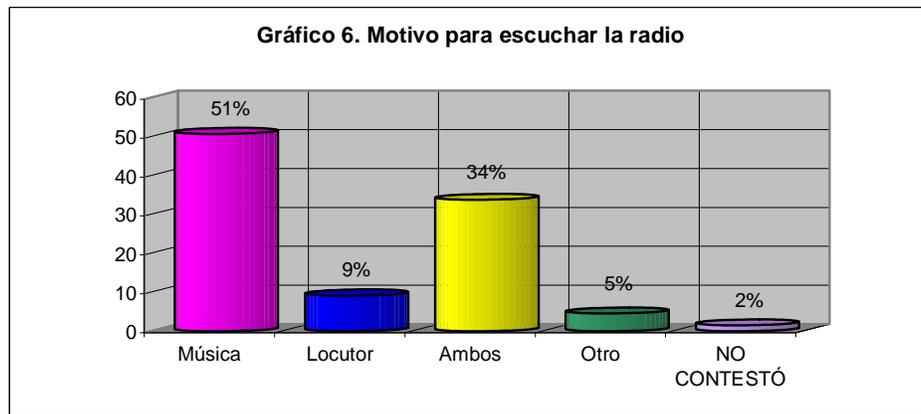
Dentro de la pregunta 2 se examinó ¿Cuál programa u horario de dicha estación te gusta escuchar? En donde los estudiantes se enfocaron como muestra el gráfico 5 a contestar guiándose más por la cuestión del horario y no tanto un programa en específico en donde la respuesta de cualquier hora escucho la radio fue la que mayor porcentaje tuvo con un 30%, seguida de un 25% en el cual los jóvenes prefieren escuchar radio por las mañanas; es decir cuando se están preparando para dirigirse a la facultad o al trabajo y en el recorrido a estos lugares también escuchan

radio. Un 22% escucha radio por las noches ya al estar en la tranquilidad de su cuarto y antes dormir; por otra parte 20% lo hace en las tardes como compañía en las diferentes actividades que realizan, el 3% restante prefirió no contesta esta cuestión.

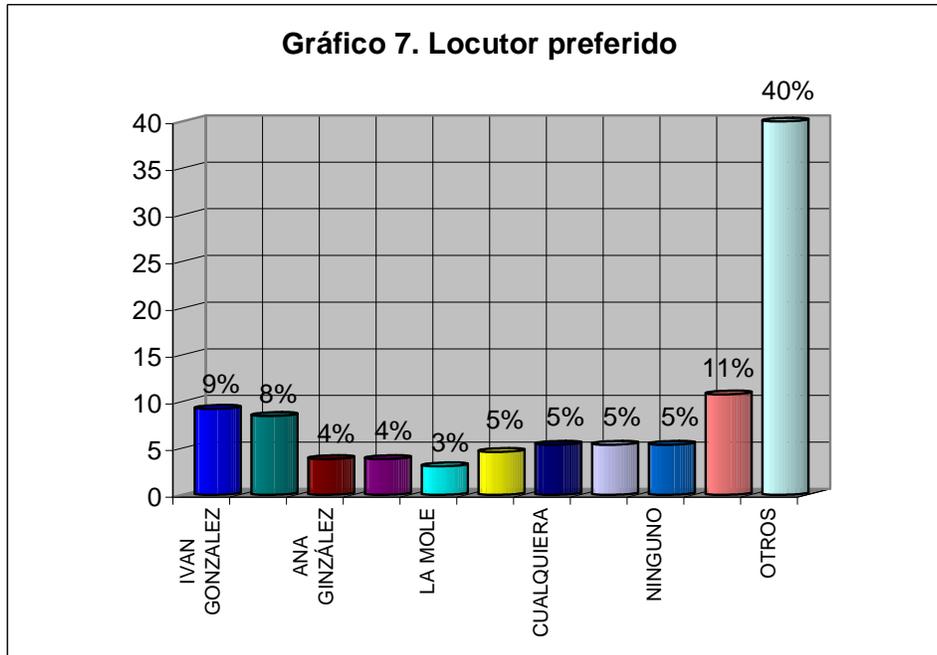


¿Por qué escuchas esta estación? es el cuestionamiento número 3 dentro de la encuesta y se encuentra reflejada en el gráfico 6 y creo importante saber el motivo o la razón por la cual se escucha determinada estación, debido a que la investigación se dirige a saber si el vocabulario que los estudiantes utiliza lo obtienen o reflejan el que se utiliza actualmente en la radio, por este porqué creo pertinente saber el motivo para escuchar determinada estación, para sorpresa, los encuestados aseguraron escuchar radio por la música con un 51% que ahí se programa y no por el locutor que consiguió un 9%,; sin embargo para el 34% de los encuestados asegura escucha radio por ambas cuestiones, como lo refleja el gráfico 6, un 5%

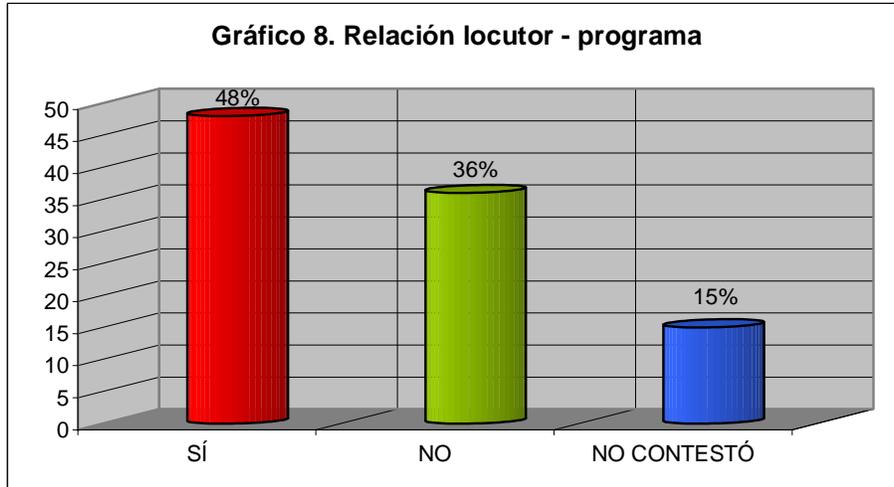
refirió que otras razones son los que lo lleva a escuchar radio y un 2% no contestó esta pregunta.



Ya para enfocar el análisis más hacia los locutores y ubicar en base a esto el tipo de lenguaje utilizan, se les preguntó a los estudiantes ¿Qué locutor te gusta de esta estación? de esta forma al realizar una exploración de radio se podría saber a ciencia cierta si realmente los jóvenes utilizan el léxico que los locutores poseen; como muestra el gráfico 7 Ivan González con 9%, Alex Merla con un 8% con un 5% se encuentran las respuestas como Gilberto Martínez, cualquier locutor, no recuerda el nombre, ninguno, por otra parte el 11% de los encuestados no contestó esta pregunta y un 40% menciono que le agradan otros locutores algunos de los mencionados en este rango son Jorge Luis Ramírez, Cesar Lozano, Los Chamamucos, Willy González, René Franco, la Hermosa, Pedro Freis de Con entre otros.



Debido a que en el ambiente de la radio se ha dado el caso muy común que la mayoría de los locutores no utilicen su nombre real sino que adoptan un sobrenombre se le preguntó a los encuestados si conocían el nombre del locutor que les agradaba o simplemente el sobrenombre, a lo que un 48% refirió que sí conoce el nombre un 36% conoce simplemente el sobrenombre y en algunos caso ni éste y un 15% prefirió no contestar esta pregunta. Con estas respuestas nos damos una idea de que los radioescuchas conocen a los locutores con los que interactúan diariamente.



Dentro de la pregunta 6 es importante conocer el por qué le agrada determinado locutor de radio y por tal motivo se les cuestionó ¿Por qué razón te identificas con el locutor que te gusta? al saber qué le agrada de esta persona se puede ubicar cómo piensan los jóvenes encuestados o qué es lo que les llama la atención al estar escuchando radio.

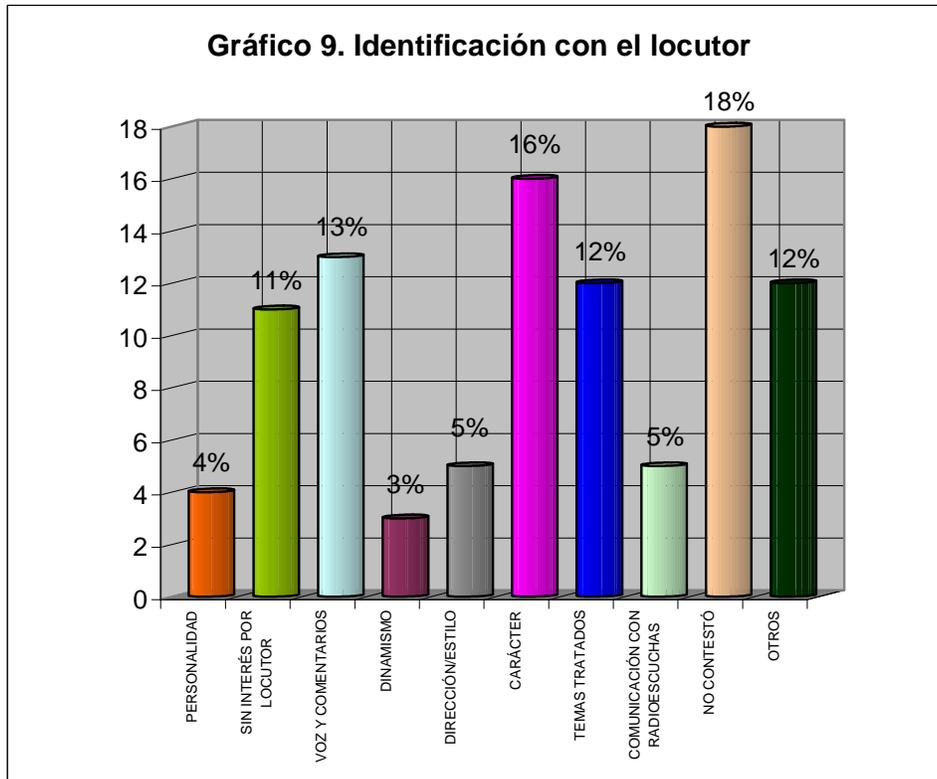
Un 16% contestó que le agrada el carácter de los locutores; es decir les gusta la forma en que estas personas se dirigen con el público, el 13% se avocó más hacia la voz y los comentarios que el trabajador de la radio realiza en el tiempo en que está en interacción con la gente, para las personas encuestadas es muy importante escuchar una voz agradable al oído o que los comentarios que realice el trabajador de la radio sean de provecho o con buen gusto para su oído.

Por otra parte el contenido que poseen también es de suma importancia para los radioescuchas, si para ellos el tema que tratan no les

interesa no escucharán este locutor por tal motivo el 12% se enfocó a los temas que tratan en el programa que escucha y a otras cuestiones.

Para otros encuestados realmente no les interesa el locutor que escuchan que dentro de los porcentajes de la encuesta es el 11%, dentro del 5% se encuentran dos respuestas de las encuestas; por una parte la dirección del programa o el estilo y por otra la comunicación del locutor con los jóvenes, esta respuesta es interesante, pues si el locutor no tiene la suficiente capacidad para llegar a identificarse con los jóvenes ya sea en su interacción con ellos por medio del lenguaje o la música que programa los estudiantes simplemente no lo escucharán, por esta razón algunos de los encuestados prefirieron optar por esta respuesta.

La personalidad del locutor es otra cuestión que para el 4% de los encuestados tiene una gran importancia, pues sin este ingrediente no es atractivo para ser escuchado, el 3% se lo adjudicó el dinamismo que posee el locutor y el 18% de los encuestados eligió no contestar este cuestionamiento.



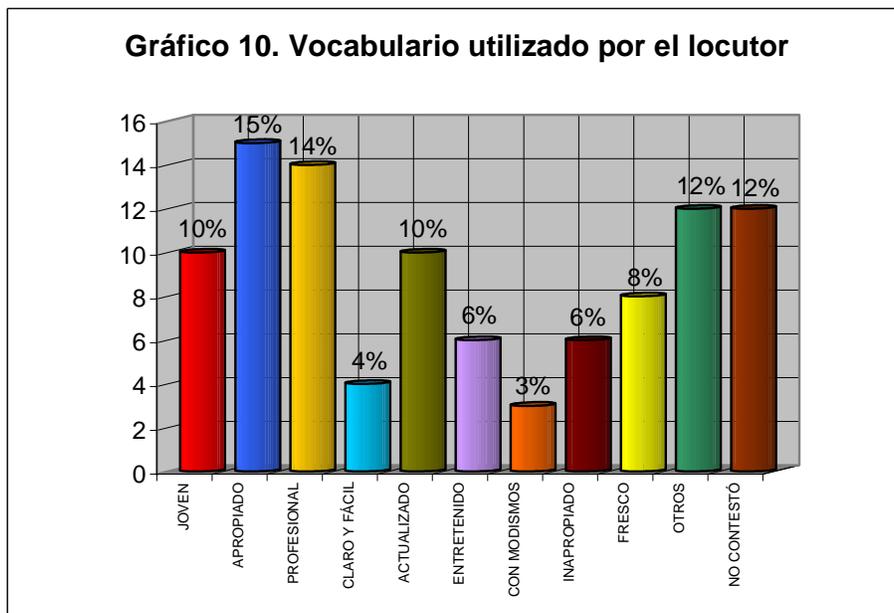
En la pregunta 7 de la encuesta se les cuestionó acerca que si piensan que los locutores utilizan un vocabulario adecuado el estar en contacto con los jóvenes, dentro de las respuestas que ofrecieron se encuentra que el 15% considera que el lenguaje utilizado por los locutores es adecuado para la estación o la gente con la que está interactuando, el 14% lo encuentra profesional.

Dentro del 12% los encuestados prefirieron no contestar o referir que otros, mientras que el 10% afirmó que el hecho de que el locutor esté actualizado con su comentarios es muy importante, ahí mismo con otro 10% se consideró la opción de que el locutor sean joven, pues de esta forma se pueden identificar de mejor manera con ellos.

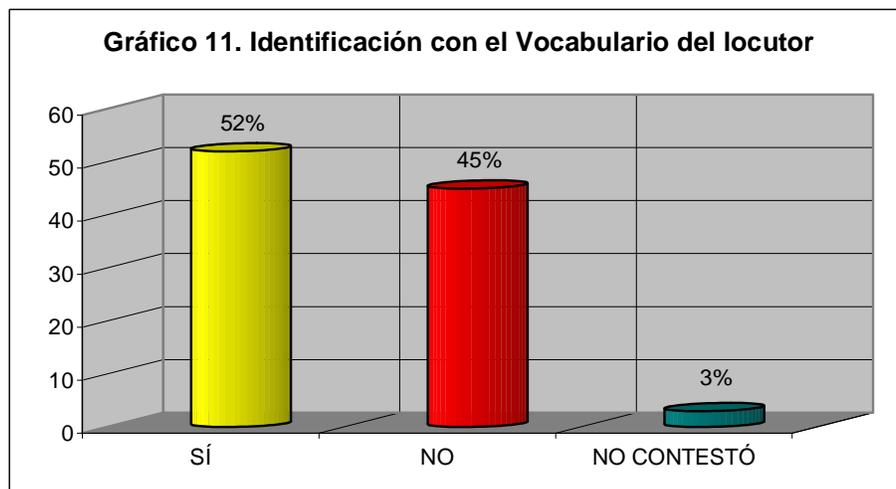
El 8% de las personas que constataron a los cuestionamientos dijeron que el hecho de que el locutor sean fresco, ameno con su vocabulario al momento de estar al frente del micrófono es lo que más importa; que dentro del 6% se encuentra la opción de que es entretenido al momento de hablar.

La misma forma otro 6% de los jóvenes opinan que para su gusto el locutor está utilizando un vocabulario inadecuado para el lugar que está ocupando.

Dentro del 4% los jóvenes consideran que el léxico que utilizan el claro y fácil de entender; y por último el 3% juzgan que los locutores recurren a los modismos dentro de su forma de hablar.

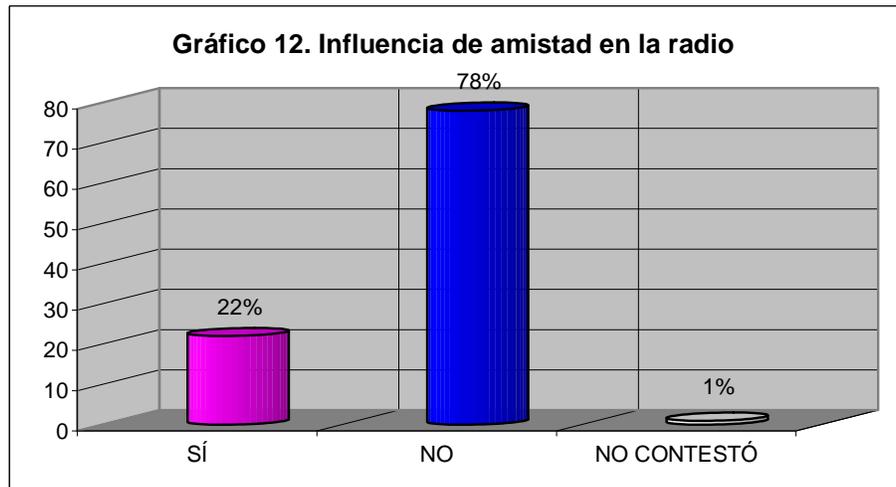


A pesar de que alguno de los encuestados al estar realizando las preguntas declaraban entre comentarios no tener nada que ver con el lenguaje que el locutor está utilizando diariamente dentro de las emisiones que dirigen, al cuestionarles directamente en la encuesta ¿Consideras que tu vocabulario es similar al del locutor que te gusta escuchar? en los resultados de las mismas se inclinaron hacia todo lo contrario; pues como se muestra en el gráfico 11 el 52% afirma poseer un léxico similar o igual al del locutor; mientras que el 45% afirma no tener en vocabulario el mismo del presentador que escucha y el 3% prefirió no contestar esta pregunta.



Dentro de la pregunta 9, ¿Crees que tus amigos tengan influencia para que escuches determinada estación de radio? Esta pregunta debido a que de cierta forma los jóvenes por identificación o para sentirse parte del grupo tienden a imitar la forma de ser del círculo de amistades con las que se relacionan, a lo que el 78% afirmó no tener nada que ver lo que escucha con la influencia que pudiera tener de sus amigos, el 22% consideró que sí

tiene mucho que ver lo que los amigos escuchan con relación a lo que ellos consideran apropiado escuchar y el 1% prefirió no contestar esta pregunta.



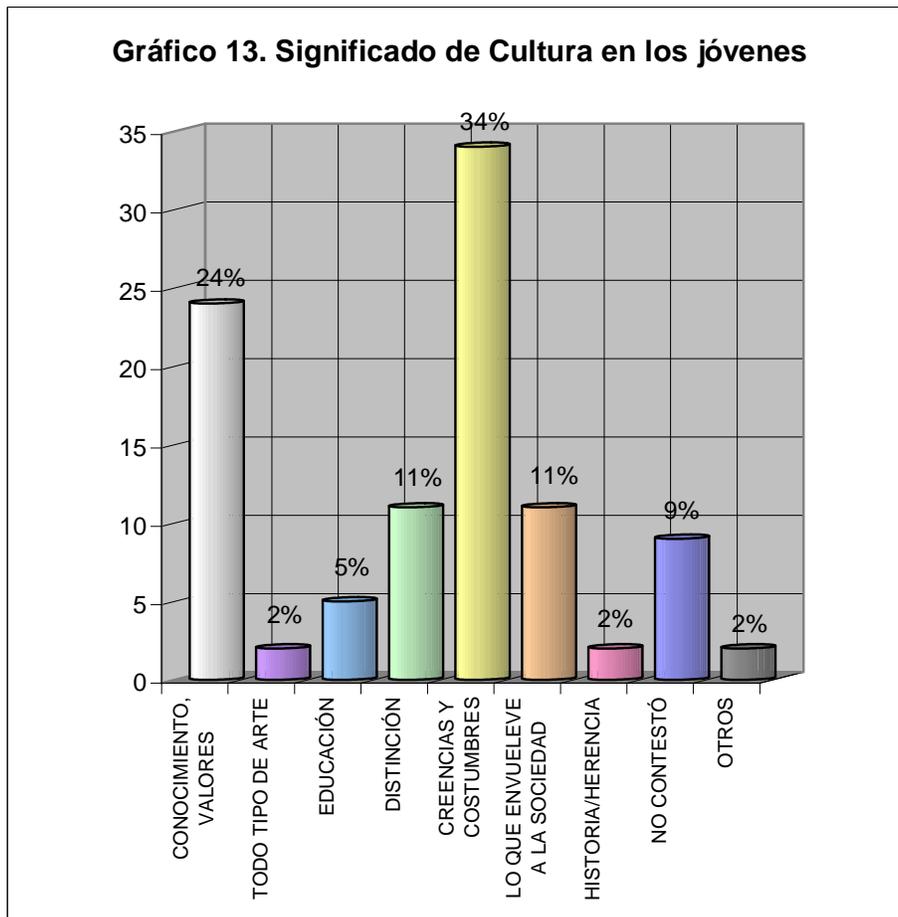
Por considerar que dentro del léxico que utilizan los jóvenes es muy importante la cultura que puedan poseer en el cuestionamiento 10 de la encuesta se le preguntó ¿Qué es cultura para ti? A lo cual el 34% consideró la cultura como las creencias y costumbres que pueda poseer la persona en el transcurso de su vida.

El 24% de los jóvenes se fue hacia el lado de los valores pues consideran que tener conocimiento de los valores es para ellos la cultura.

Dentro del 11% consideran que es tener distinción de los animales ya es razón suficiente para decir que tienen cultura; ahí mismo con otro 11%

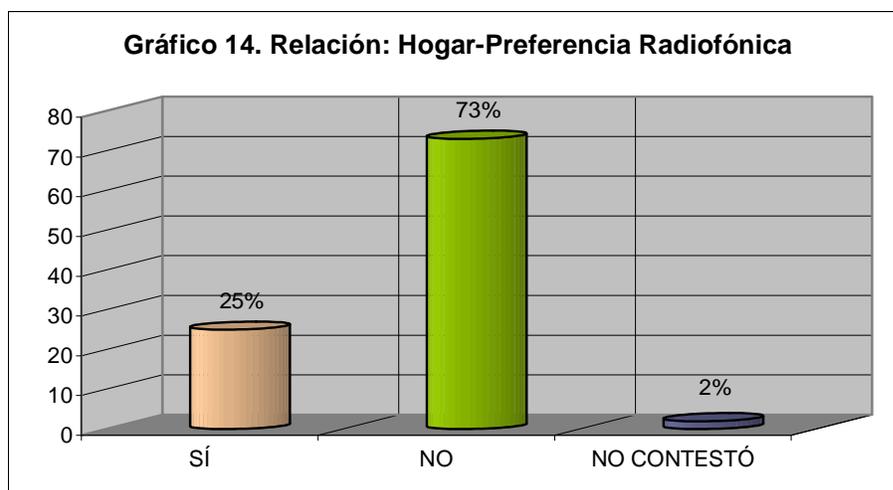
afirman que el hecho de convivir dentro de una sociedad todo lo que la envuelve ya se considera cultura.

Un 9% de los jóvenes encuestados prefirió con contestar a la pregunta; y el 5% piensa que la educación es la cultura; es decir el hecho de que una persona tenga educación ya se puede afirmar que tiene cultura.



Al final de la gráfica 13 se encuentran con un 2% tres respuestas, la primera consideran cultura a todo tipo de arte; la segunda lo considera como la herencia o la historia que poseemos y en tercer lugar prefirió no contestar al cuestionamiento.

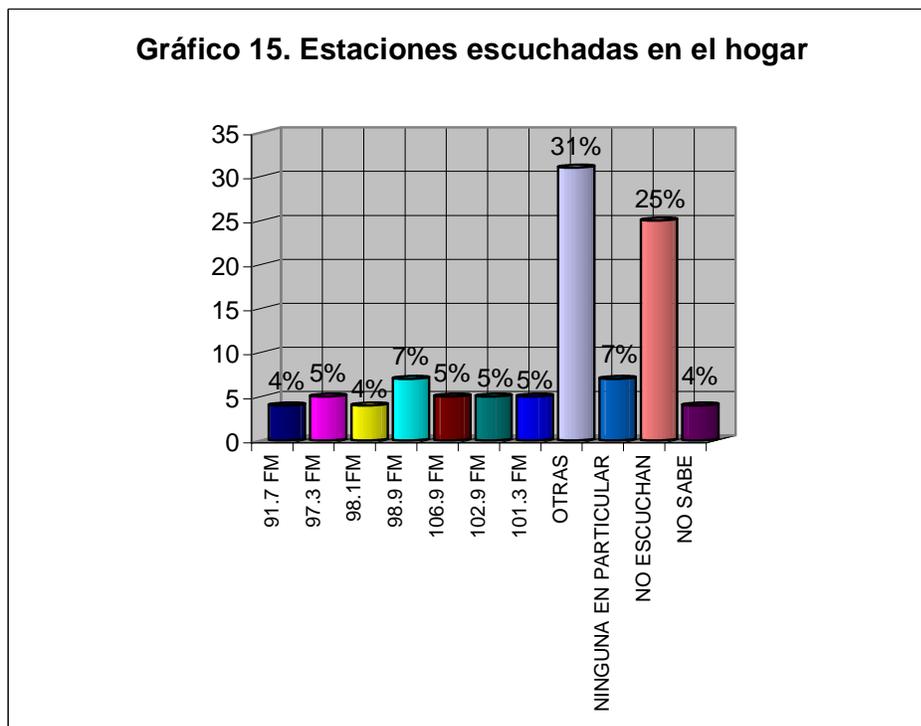
En la pregunta 11 se cuestionó ¿Consideras que la cultura que recibes en tu casa influye para que escuches determinada estación de radio? A lo que en el gráfico 14 arrojó los siguientes resultados el 73% considera que la cultura que pudo haber adquirido en su casa no tiene absolutamente nada que ver con la estación que actualmente escucha; el 25% afirma tener las preferencias radiales según la cultura que se refleja de su casa y 2 % restante optó por no contestar a la pregunta.



¿Qué estación de radio escuchan en tu casa? Es el cuestionamiento número 12 de la encuesta a lo que como se muestra en el gráfico 15 el 25% de la gente que convive con los jóvenes encuestados no escucha radio.

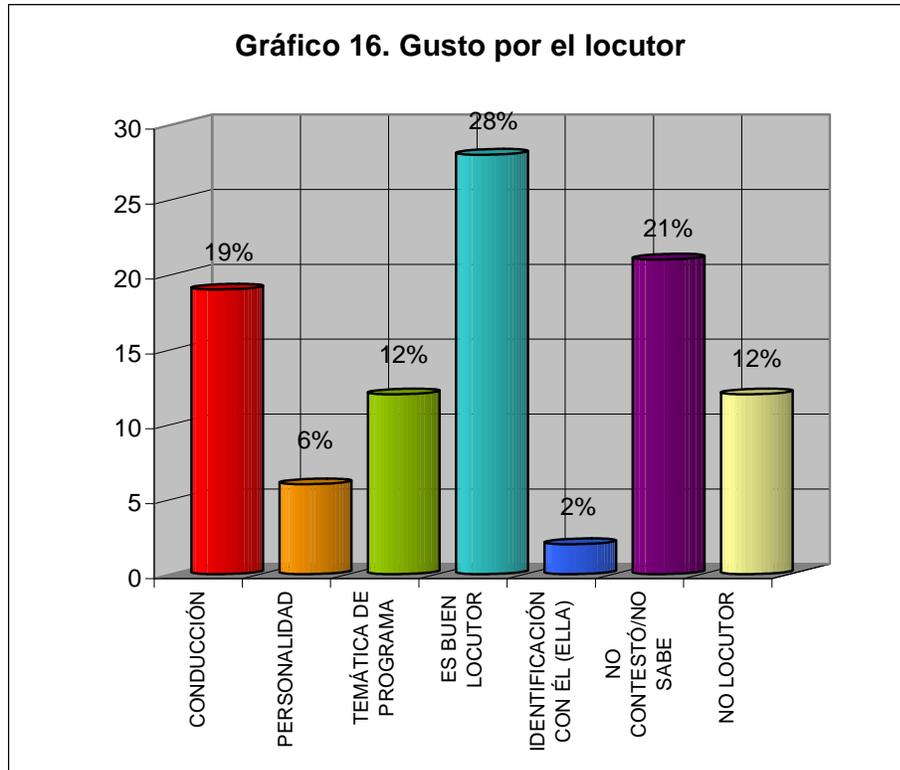
¿Qué estación de radio escuchan en tu casa? Es el cuestionamiento número 12 de la encuesta a lo que como se muestra en el gráfico 15 el 25% de la gente que convive con los jóvenes encuestados no escucha radio.

El 7% obtuvo dos respuestas; es decir el 7% de los hogares de los encuestados escuchan el 98.9 FM y otro 7% no escuchan ninguna en particular; en el rango de 5% están respuestas como el 97.3 FM ,106.9FM, 102.9FM, 101.3FM en las cuales cada una posee en el gráfico el 5%, por otra parte 4% obtiene tres respuestas 91.7FM, 98.1FM y otro 4% no sabe que estación de radio escuchan en su casa; mientras que el 31% prefiere escuchar otras estaciones de la ya mencionadas

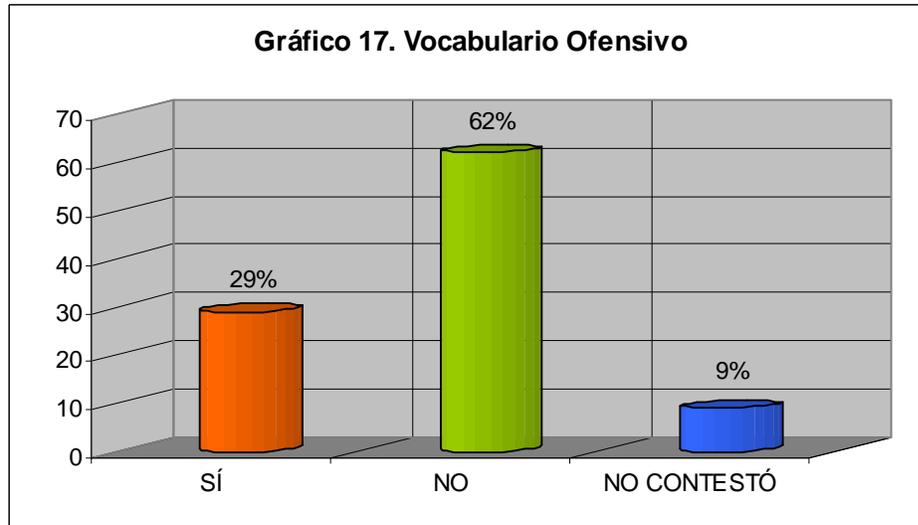


En el gráfico 16 de la pregunta 13 se cuestionó a los jóvenes ¿Por qué te gusta escuchar determinado locutor? A lo que ellos contestaron con un 28% de el motivo por el cual lo escuchan es porque lo consideran buen locutor, el 21% no contestó o no sabe, 19% lo prefiere por considerarlo buen conductor; mientras que un 12% opto por preferir los tema que trata en le

programa y otro 12% no tiene un locutor elegido, el 6% lo prefiere por supertonalidad y el último 2% dice identificarse con el/ella.

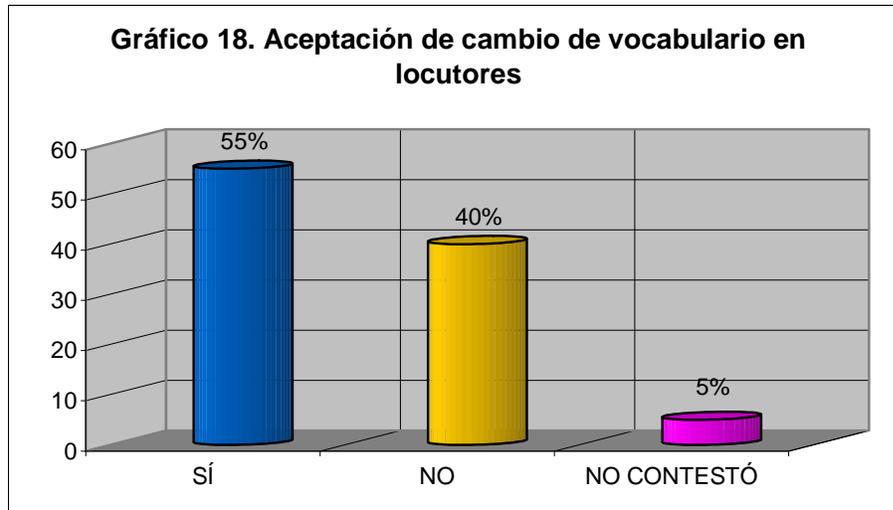


¿Consideras que el vocabulario que manejan los locutores es ofensivo? Es la pregunta 14 de la encuesta y se realizó por el hecho de que de esta forma se puede saber a ciencia cierta si para los jóvenes el léxico utilizado por los locutores lo consideran inapropiado para el lugar en el que se encuentran. Dentro del gráfico 17 se puede observar que para el 62% de los jóvenes encuestados no es ofensivo el vocabulario utilizado por los locutores; mientras que un 29% sí lo considera un tanto ofensivo para los radioescuchas y el 9% prefirió con contestar esta pregunta.



La siguiente pregunta en la encuesta es que si ellos consideran necesario cambiar el vocabulario que los locutores usan en la radio que para sorpresa mientras en la pregunta anterior afirma el 62% no consideran ofensivo el vocabulario en el gráfico 18 que muestra la respuesta a esta última cuestión, se puede ver claramente que el 55% prefiere que se realice un cambio en la forma de hablar de los locutores; mientras un 40% afirma que no es necesario realizar un cambio y el 5% no contestó a esta pregunta.

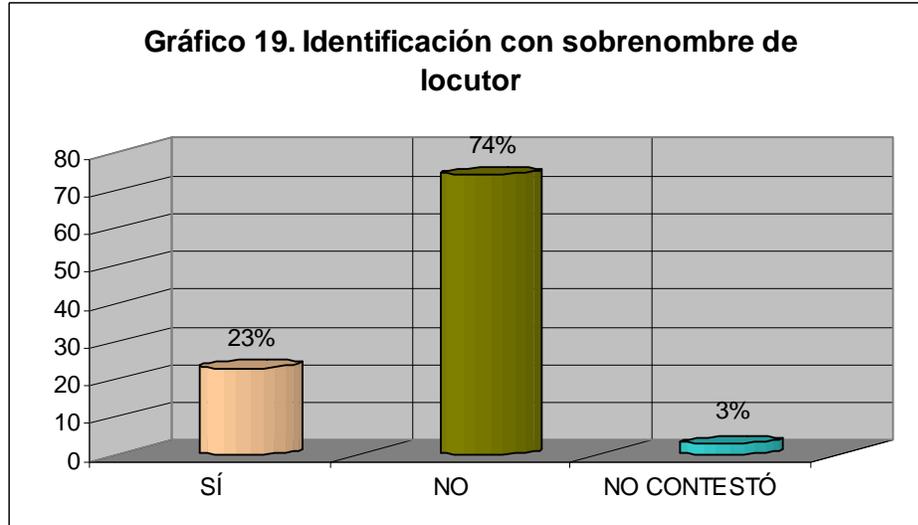
Quizá los encuestados no consideren ofensivo el léxico utilizado por los locutores; pero si prefieren que se realice un cambio en él para dar mejor aspecto a los programas o emisiones de las que ellos están al frente.



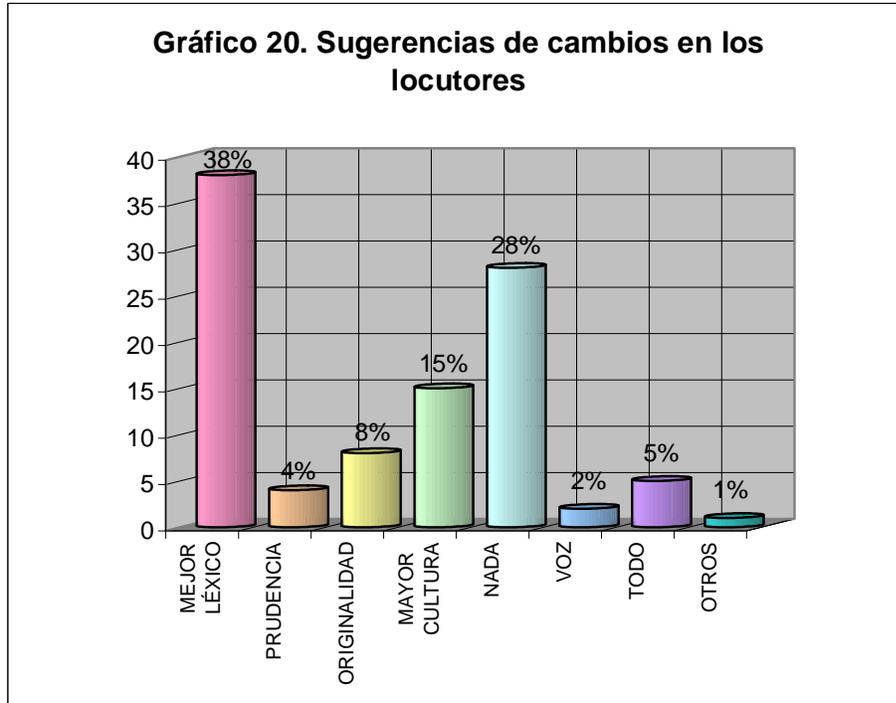
Posteriormente se consideró necesario preguntar de que si el hecho de que el locutor tenga o maneje un sobrenombre dentro de las emisiones es considerado necesario para que los jóvenes se identifiquen con él.

Dentro del gráfico 19 se muestran las respuestas de los encuestados a lo que ellos afirman con un 74% que no es consideran necesario que el locutor posea un sobrenombre para que ellos se puedan identificar con él/ella.

El 23% afirma que sí lo considera necesario y 3% restante prefirió no contestar.



Ya la última pregunta dentro de la encuesta fue ¿Qué cambiarías de los locutores de la radio actual? A lo que el 38% de los encuestados optó por mencionar que mejorar el léxico que manejan, el 28% no cambiaría nada de los locutores, el 15% opinan que deben poseer mayor cultura, el 8% consideran que deben de ser más originales, 5% cambiaría todo de los locutores, el 4% sugiere que sean más prudentes, el 2% la voz de los locutores y el 1% otras cuestiones.



4.2. Conclusiones por objetivos

Objetivo General

Dentro del objetivo general se propone evaluar la influencia del lenguaje utilizado en la radio regiomontana sobre la forma de hablar de los jóvenes estudiantes de Comunicación.

La radio regiomontana en la actualidad utiliza un léxico que verdaderamente deja mucho que de desear ante el papel que están dando a la audiencia.

Los jóvenes actualmente tienen un nivel de vocabulario y debido a que ellos generalmente tienden a imitar su entorno y su relación con éste, se cree pertinente hacer la evaluación del lenguaje que en la actualidad se presenta en los diferentes programas de radio.

Esta evaluación se realiza para realmente corroborar si el léxico que utilizan los estudiantes de Comunicación está en base a lo que ellos escuchan diariamente en la radio o en las ocasiones en que tienen contacto con este medio.

Objetivos específicos

1. Comparar si el léxico que los estudiantes de Comunicación utilizan diariamente, es similar al de los locutores de los programas de radio que escuchan y establecer su influencia sobre éste.

Los estudiantes de Comunicación actualmente poseen un vocabulario deprimente, hacen uso de muchos modismos, anglicismos y extranjerismos que hasta cierto punto se han estado presentando en su vocabulario por la tecnología con la que han estado en contacto estos últimos años, el Internet es una especie de nuevo diccionario al momento de utilizar el lenguaje.

Sin embargo, los programas que se escuchan actualmente en la radio regiomontana, tiene una calidad en cuanto al lenguaje muy precaria, los locutores que ahí se desempeñan no poseen un léxico extenso y culto, al

contrario entre más palabras soeces manejen dentro de la emisión que presiden mejor para el raitting.

Al comparar el léxico de los estudiantes con el de los trabajadores de la radio que puede detectar si el problema del vocabulario precario, proviene de este medio o simplemente del entorno que rodea al estudiante.

2. Establecer qué tipo de lenguaje utilizan los locutores de las estaciones regiomontanas.

Por medio de un análisis de programas de Radio se pudo establecer el tipo de vocabulario que utilizan los locutores de las estaciones regiomontanas dentro de los programas que realizan diariamente, se ha constatado que el léxico que exponen frente a los micrófonos al estar al aire en el programa es de muy baja calidad, utilizan términos soeces, sin importar el horario del programa.

Otro punto que se pudo establecer es que mucho de ellos sin importar el tipo de música que programen utilizan el doble sentido al dirigirse con su audiencia, han ido dejando de lado los valores más mínimos y dentro de los programas utilizan todo tipo de comentario, aun y que el programa sea transmitido en un horario matutino, que se podría suponer debe de ser para toda la familia.

Varios de los locutores en realidad no tienen estudios de Comunicación, son empíricos y esta puede ser una razón por la cual no

tienen idea que cómo llevar a cabo un programa, desde el punto de vista académico.

3. Indagar cuales son las estaciones de radio y los locutores más escuchados por los jóvenes estudiantes de Comunicación.

Para poder llegar a un término y refutar o validar las hipótesis se debe tener en cuenta cuales son las estaciones de mayor audiencia en el ámbito juvenil y ahí sacar conclusiones de acuerdo a los que los estudiantes de Comunicación escuchan en la radio, es como se puede saber si realmente tienen o no influencia sobre el léxico de ellos.

Por tal motivo se realizó una encuesta entre los jóvenes para saber que estación de radio escuchaban y de ahí realizar el análisis de dichas estaciones y considerar realmente si son mala influencia para el vocabulario de los jóvenes universitarios.

4. Explicar si el lenguaje utilizado actualmente se está evolucionando o se está deformando.

El lenguaje es un parte de la vida que cambia constantemente; por tal motivo de acuerdo a estos cambio se necesita saber si en verdad en vocabulario va evolucionando o va deformándose, al implementar dentro de él tantos términos diferentes y utilizados por los jóvenes.

De acuerdo a lo expuesto en la investigación considero que el lenguaje ni se deforma ni evoluciona; simplemente se va transformando o cambiando de acuerdo a los cambios propios del tiempo que se van presentando en la vida diaria.

La tecnología se ve presentando día con día y de acuerdo a ella podemos decir que el léxico de la gente se tiene que ir adecuando a los nuevos inventos que van surgiendo desmesuradamente, por tal motivo reitero que el lenguaje no puede evolucionar o deformar simplemente, se va transformando y adecuando a la vida diaria del presente.

5. Determinar si la cultura de los estudiantes de Comunicación influye en los tipos de programas de radio que escuchan y en su forma de hablar.

La cultura es un ingrediente muy importante en la vida del ser humano, por medio de este objetivo se pretendió conocer si realmente la cultura que poseen los estudiantes de Comunicación tiene influencia de acuerdo a la estación de radio que escucha, se menciona en un estudio psicológico que si al ser humano desde pequeño se pone en contacto con determinada forma de vida cuando crezca y pueda tomar su propias decisiones optará por llevar el ritmo de vida que le han dado a conocer desde pequeño; es decir si aun bebé se le enseña a escuchar música clásica lo más seguro es que cuando crezca disfrute de escuchar este tipo de música y la siga tomando en cuenta entre sus predilecciones.

Si embargo para algunos de los jóvenes encuestados consideraron que la cultura no tiene nada que ver con lo que ellos en realidad les agrada escuchar o disfrutar a través de los programas de radio.

6. Indagar qué locutores de radio además conducen un programa de televisión.

Para la investigación fue importante saber qué locutores además de trabajar en la radio poseen programa de televisión, pues éste puede ser un causante para que los jóvenes se identifiquen más con ellos y los prefieran.

Sin embargo, para ellos no es un factor importante que se tenga que tomar en cuenta, pues unos son los programas que se transmiten por televisión y otros los del radio que además son muy diferentes en cuanto al contenido; pero muy similares en cuanto al vocabulario.

Los jóvenes escuchan la radio sin importar que los presentadores que ellos eligen para trabajar tengan o no programa de televisión, a ellos lo que les importa al escucharlo es que llenen sus expectativas como programa o locutor del mismo sin importar realmente si poseen un programa en la televisión no.

7. Valorar si los estudiantes de Comunicación escuchan los diferentes programas de radio por la música que se programa en los mismos o por el locutor que los conduce.

En un principio cuando se inició la investigación tenía la idea de que los estudiantes de comunicación escuchaban la radio por el programa y el locutor que los presidían y no por la música que ellos se transmite; sin embargo al aplicar la encuesta más de la mitad de los jóvenes que ahí participaron demostraron que para ellos lo importante no es el locutor, sino la música que en la emisión se programa.

Los estudiantes de Comunicación de las diferentes universidad es que se encuestaron eligieron de los programas que escuchan la música, incluso algunos de ellos aseguraron no conocer el nombre del trabajador de la radio, lo que conlleva a saber que los jóvenes realmente sólo escuchan música en la radio a pesar de los comentarios que puedan ofrecer los diferentes locutores.

4.3. Verificación de Hipótesis

Hipótesis General

El lenguaje utilizado en las radiodifusoras regias modifica la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de Comunicación.

De acuerdo a recavado en las encuestas aplicadas a los estudiantes de Comunicación de diversas universidades de la ciudad de Monterrey, el vocabulario de jóvenes estudiantes no se modifica de acuerdo a lo escuchado en las diferentes emisiones de radio que acostumbran oír.

El locutor que acostumbran escuchar no determina realmente la forma en que ellos se dirigen hacia las demás personas, este tipo de vocabulario se puede decir que es similar; sin embargo no necesariamente se tiene que obtener de lo que ellos escuchan en la radio.

Por tal motivo se puede considerar que esta **hipótesis es refutada**

Hipótesis Específicas

1. El léxico que los estudiantes de Comunicación manejan es similar al de los locutores de los programas de radio que escuchan; consecuentemente posee una gran influencia sobre éste.

En base mi experiencia como docente y al trabajar con los jóvenes, además de los que se recolectó en las diferentes preguntas de la encuesta aplicada se puede constatar que los jóvenes si tienen un léxico similar al de los locutores de radio que escuchan; sin embargo esto significa que todo su léxico lo adquieran de los locutores que ellos escuchan diariamente.

Simplemente que la mayoría de los trabajadores de la radio son jóvenes a igual que nuestro universo a estudiar y por este motivo se comunican con un lenguaje parecido, de tal forma que esta **hipótesis es aceptada**.

2. El lenguaje que utilizan los trabajadores del micrófono de las estaciones regiomontanas no es el adecuado.

De acuerdo a la investigación que se realizó y al análisis que se efectuó de algunos programas de radio, se puede considerar que esta **hipótesis es aceptada**, pues en realidad los locutores que trabajan para las estaciones regiomontanas no poseen un lenguaje que sea digno de presumir, los presentadores cada día utilizan más modismos, sin tener ninguna llamada de atención, pues las regulaciones son obsoletas.

En realidad no se puede generalizar en cuanto a los locutores existen algunos que realmente se preparan día a día para realizar su trabajo digna y competitivamente; no obstante para desgracia de todos los radioescuchas de la mayoría son mínimos los que toman esta actitud ante el micrófono y en realidad los jóvenes no los escuchan; sin que por cuestiones de moda o identificación sintonizan a otros que tienen un léxico muy penoso.

3. Los jóvenes estudiantes de Comunicación tienen cierta preferencia por algunas estaciones de radio; así como, por ciertos locutores.

A lo largo de la investigación se realizaron dos encuestas una prueba piloto y posteriormente la encuesta formal del trabajo; en la cuales se les cuestionaba a los estudiantes cuales eran las estaciones de su preferencia o los locutores que les agradan, ellos al responder mencionaron en su mayoría estaciones similares y de corte musical moderno.

Por tanto se puede asegurar que los jóvenes estudiantes de Comunicación si tienen preferencias por ciertas estaciones de radio; así

como, por ciertos locutores, de tal forma que esta **hipótesis es aceptada** de acuerdo al trabajo que ha realizado.

4. El lenguaje utilizado actualmente se está deformando.

De acuerdo a todo lo investigado a las entrevistas realizadas a algunas personas expertas en el tema como lo son lingüistas, el lenguaje es cambiante de acuerdo a como se va viviendo en la vida se va cambiando la forma de hablar, de hecho hay palabras que anteriormente se usaban que en la actualidad ya no se usan.

Se puede considerar que el lenguaje está cambiando no precisamente se está deformando; por esta razón esta **hipótesis es refutada** ante el trabajo que ha realizado.

5. La cultura que poseen los estudiantes de Comunicación influye en los tipos de programa que escuchan y en su forma de hablar.

Según los estudiantes de Comunicación y la investigación que se realizó la cultura no tiene nada que ver con los programas que ellos escuchan o la forma de hablar que poseen.

Para los jóvenes el escuchar determinado locutor no influye en que si tengan o no cultura, esta cuestión se enfoca más a los gustos que puedan tener cada uno de los jóvenes que estudian comunicación.

Desde nacen hasta que se mueren la gente está en constante exposición a la cultura, en su casa, en la escuela, el hecho de ellos escuchen determinada estación de radio no influye para adquirir o perder la cultura que se posee, de tal forma que esta **hipótesis es refutada**.

6. Los estudiantes de Comunicación escuchan los diferentes programas de radio por la afinidad o identificación que sienten con el locutor.

Los jóvenes universitarios buscan en su entorno estar tranquilos y además buscan estar a gusto con lo que ellos hagan, los locutores que escuchan diariamente, tienen que cumplir con estos requisitos para que ellos tengan el humor o la necesidad de escucharlos.

Si al momento de encender la radio no escuchas algo que te agrade simplemente dejas de escucharlo y sintonizas otra estación, en la cual te sientas bien, te interese lo que están diciendo, te agrade la música, etc. y dejas atrás la otra estación que te parecía desagradable.

De tal forma que esta **hipótesis es aceptada** dentro del trabajo que se realizó, pues quedó asentado de acuerdo a las encuestas que los jóvenes para poder sintonizar determinada estación de radio, sentían la necesidad de identificarse o tener cosas en común con el o la locutora que está al aire en el momento que deciden escuchar el medio.

7. Los locutores de mayor audiencia, además del programa de radio conducen programa de televisión.

De acuerdo a las encuestas los locutores de mayor audiencia entre los jóvenes son Iván González y Alex Merla, de los cuales los dos tienen programa de radio y a la vez de televisión, la diferencia entre ellos radica en que Alex Merla posee un programa nocturno fuera de su ámbito radial y con temas diferentes a los que comúnmente trata en la radio, e Iván González su programa de radio se transmite por televisión simultáneamente.

Así que esta suposición se puede decir que es una **hipótesis aceptada**, pues la mayoría de los locutores que tienen un buen *raiting* llegan a tener programa de televisión.

8. Los estudiantes de Comunicación escuchan los programas de radios por la música que programan.

El 51% de los jóvenes encuestados afirmó escuchar la radio por la música que programan en ellos más que por escuchar a determinado locutor.

De tal forma que esta **hipótesis es aceptada** de forma tajante, para los jóvenes primero está el escuchar buena música, que el hecho de escuchar determinado locutor o cierto programa, más que todo lo anterior sólo lo sintonizan para escuchar la música que les agrada.

Capítulo V

Conclusiones

5.1. Visión para el futuro.

Con el trabajo realizado en un futuro se puede llegar a ayudar a las generaciones venideras, en que el léxico empleado por los locutores de la radio y los medios de comunicación en general no sean una mala influencia para ellos, sino al contrario sólo los utilicen para lo que fueron diseñados una forma de entretenimiento.

Así mismo de acuerdo al recorrido por la forma de regular los medios se pueden realizar adecuaciones para que dentro de este apartado esté más actualizado y los medios no tengan forma de infringirlos e incitar a la audiencia a escuchar palabras soeces o términos vulgares y en doble sentido.

Los jóvenes universitarios después de conocer el trabajo pueden empezar a cuidar su forma de hablar y así llegar a ser unos profesionistas competentes, con un léxico envidiable, pues de acuerdo a cómo ellos se desenvuelven verbalmente con los demás es como los van a tratar en un futuro en la vida laboral dentro de las empresas.

5.2. Conclusiones y propuestas

Conclusiones

Después de haber realizado encuestas, entrevistas, pruebas pilotos y una vasta investigación en Internet, libro y demás he llegado a la conclusión de que el lenguaje es más que todo cambiante, conforme se va desarrollando la vida, también va cambiando el lenguaje, sobretodo el utilizado por los jóvenes día a día está en contacto con nuevas tecnologías que hacen que surjan nuevos términos dentro de su vocabulario, por tal motivo no se puede decir que el lenguaje se está deformando, más dicho se puede considerar que está cambiando constantemente.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importantes dentro de la vida de la mayoría de la gente, gracias a ellos podemos estar informados de los acontecimientos que están pasando del otro lado del mundo de manera inmediata, de tal forma que no podemos decir que sean dañinos para nuestra vida; pero, si hay que cuidar que dentro de ellos en especial de la radio se realicen algunos cambios sobre todo en la forma en que se expresan pues en ocasiones llegan a ser agresivos, incluso para los jóvenes que están más abiertos a este tipo de situaciones, existen locutores que sin importarles el horario en que se está transmitiendo la emisión utilizan palabras soeces o en doble sentido.

Las nuevas tecnologías han llegado a posicionarse y ocupar un lugar muy importante dentro de la vida de los jóvenes, sin ellas no podrían realizar la mayoría de sus actividades dentro de la vida diaria; sin embargo

considero que se deberían tomar algunas medidas en cuanto al mal uso del lenguaje escrito, por ejemplo cuando están en contacto con sus amigos por el mail o msn surgen ciertas expresiones que ni siquiera llegan a ser palabras completas; sino que entrecortan las palabras y las personas que reciben el mensaje deben tener las claves para descifrar esos "seudo mensajes".

Por lo tanto llego a la conclusión que se puede cambiar el lenguaje y utilizar las nuevas tecnologías, siempre y cuando no se haga un uso indebido de los mismos.

Propuestas

La forma de comunicarse del ser humano es por medio del lenguaje y por esta cuestión es importante el cuidar que no se haga mal uso del mismo tergiversando la información, pues llegan a utilizar palabras y cambiarles el significado cambiando por completo el significado del mensaje, se debe cuidar el lenguaje y cómo se van desarrollando cambios en él, para que de esta forma no se llegue a desvirtuar el idioma Español por completo.

Los jóvenes tienen un papel muy importante dentro de esta propuesta, ellos al estar en contacto con las nuevas tecnologías, conviven diariamente con términos nuevos que se derivan de dichas tecnologías, pues ellos pueden ser una especie de monitores que se encarguen de estar al pendiente de algún nuevo término para adecuarlo a nuestro idioma.

En cuanto a la radio se refiere los locutores deben estar conscientes de que lo que ellos dicen por medio del micrófono la gente que los está

escuchando puede tomarlo en cuenta y hacer que cambien de opinión, por lo tanto deben de cuidar más su vocabulario, especialmente los que se encuentran en horarios en los que toda la familia los puede escuchar.

5.2.1 Aplicaciones de la Tesis

El presente trabajo se presenta una evaluación del lenguaje que se utiliza en la radio, se conocerá la forma en que actualmente se está manejando este medio ante el público y el léxico que utilizan ente los radioescuchas.

Se realizaron encuestas en las que se puede observar que los jóvenes prefieren escuchar música, a que el locutor esté constantemente hablando, además de considerar que el léxico que ellos utilizan es en ocasiones algo agresivo para la audiencia y que el horario en el que se transmiten las emisiones y utilizan ese lenguaje no es el adecuado.

Esta investigación llevará al lector a la situación actual que poseen los medio de comunicación, especialmente la radio, que a pesar de no ser un nuevo medio no ha dejado de ser del gusto de la gente, quienes mientras se trasladan de un lugar a otro en su coche lo pueden escuchar, así mismo los lectores se podrán enterar de las preferencias que tienen los jóvenes estudiantes de comunicación al respecto de este medio.

5.2.2 Hipótesis plausibles

- La Radio ha dejado de ser un medio de Comunicación, ya que los jóvenes universitarios lo utilizan sólo para escuchar música y no para obtener información.
- Las nuevas tecnologías utilizadas por los jóvenes hacen que cambien su forma de escribir por lo que la ortografía está dejando de tener importancia dentro del lenguaje escrito.
- El lenguaje utilizado por los jóvenes universitarios lo adquieren de su entorno social por lo que las nuevas tecnologías de la comunicación son un factor determinante para su evolución.
- La comodidad de las nuevas tecnologías que se les ha brindado a los jóvenes hace que maduren más lentamente por lo que llegan a ser profesionistas sin poseer una madurez intelectual.
- Tanto los estudiantes como sus exponentes, hablando de las Universidades que imparten la carrera, no tiene caro el concepto de Ciencias de la comunicación, por lo que se enfocan en su totalidad al aspecto práctico de información y comunicación y no a la difusión de las ciencia (o estudio)

Referencias

Referencias Bibliográficas

- Alcaraz, V.** (1980). La Función de Síntesis del Lenguaje. Trillas. México.
- Balle, F.** (1991). Comunicación y Sociedad. Tercer Mundo. Colombia.
- Bate L.** (1984) Cultura, clases y cuestión étnico-nacional. Juan Pablo. México.
- Bermúdez, T.** (2002) Jóvenes volver a pensar. Universidad Autónoma de Guadalajara. México.
- Biagi S.** (2006) Impacto de los Medios. Thomson. México.
- Blanco, S.** (1955) Los jóvenes por dentro. Fax. España.
- Bustamante, E.** (2002) Comunicación y Cultura en la Era Digital. Gedisa. España.
- Calderón A.** (1984) Antropología Social. Oasis. México.
- Cassirer, E.** (1973) Mito y Lenguaje. Nueva Visión. Argentina.
- Castillo, G.** (1991) Psibilidades y Problemas de la Edad Juvenil. Eunsa. España.
- Chomsky, N.** (1990) Barreras. Paidós. España.
- Clausser, R.** (1949) La Educación por la Radio. UNESCO. Francia.
- Contin, A.** (1969) Qué les pasa a los Jóvenes. Novaro. México.
- Cortés, R.** (1986) La Escuela y los Medios de Comunicación Masiva. El Caballito. México.
- Espejo, A.** (1975). Lenguaje, pensamiento y realidad. Trillas. México.
- Eyssautier, M.** (2006). Metodología de la Investigación. Thomson. México
- Figueroa, R.** (1999) Cómo hacer publicidad. Pearson Educación. México.
- Galindo, J.** (1998). Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación. Consejo Nacional para las Culturas y las Artes. México.
- Gascón, M.** (1991) La Rado enla Educación no Formal. Ceac. España .
- González , Arturo.** (2007) La televisión: ¿Una caja tonta? Independiente. México.
- Hausman C.** (2001) Producción en la Radio moderna. Thomson México.

- Hilliard R.** (2000) Guionismo para radio y televisión Thomson México.
- Luria, A.** (1994). Lenguaje y Pensamiento. Planeta. México.
- Mc Entee E.** (1998) Comunicación Intercultural Mc Graw Hill. México.
- Morris, Ch.** (1997). Introducción a la Psicología. Pearson. México.
- Muñiz, S.** (1998). Reinventando la Cultura. Gedisa. España
- Nanda S.** (1980) Antropología Social Iberoamericana. México.
- Piaget, J.** (1193). Psicología y Pedagogía. Ariel. México.
- Prado, E.** (1983) La Radios Libres. Mitre. España.
- Ribes, E.** (1990) Lenguaje y Conducta. Trillas. México
- Schmelkes, C.** (1998) Manual para la presentación de anteproyectos e informes de Investigación. Oxford. México.
- Schulberg, B.** (1992) Publicidad Radiofónica. Mc Graw Hill México.
- Valles Martínez, Miguel,** (2000), Técnicas cualitativas de investigación social, Madrid, Síntesis.
- Varela, H.** (1985) Cultura y Resistencia Cultural. EL caballito. México.
- Verderber, R.** (2005) Comunícate. Thomson. México.
- Zimbardo, P.** (1990). Psicología y Vida. Trillas. México.

Referencias Electrónicas

- <http://www.ni.laprensa.com.ni/archivo/2004/mayo/13/opinion/>
- http://www.ceril.cl/P33_lenguaje.htm
- http://www.educarchile.cl/web_wizzard/visualiza.asp?id_proyecto=3&id_pagina=303
- <http://www.pnl.net.com/chasq/a/10>
- <http://consinergia.blogspot.com/2007/07/que-es-el-rapport.html>
- <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/article-71012.html>
- <http://www.unav.es/fcom/noticias/2006/11/09cicom05.htm>
- <http://www.difusioncultural.uam.mx/revista/feb2000/peppino.html#b>
- <http://www2.ull.es/publicaciones/latina/200532martinezalbertos.pdf>

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/clausura/mlr.htm#Ariba>

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/television/ponencias/sarmien.htm>

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/1/129pastora.htm>

<http://www.unav.es/fcom/noticias/2006/11/09cicom05.htm>

<http://www.elmundo.es/navegante/2002/05/10/esociedad/1021045311.html>

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/romo.htm>

<http://www.sil.org/capacitar/antro/cultura.pdf>

<http://www.razonypalabra.org.mx/leyes/radioytv.pdf>

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=226>

<http://elbuencombate.blogspot.com/2006/02/el-spanglish-un-nuevo-idioma-o-un.html>

<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag7.html>

<http://www.cirt.com.mx/historiadelaradio.html>

<http://www.milenio.com/mexico/milenio/imprime.asp?id=76501>

<http://www.oei.es/cultura2/mexico/c3.htm#09>

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm>

<http://comunica.org/chasqui/faus74.htm>