



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

“PROPUESTA DE UN CONCEPTO RADIOFÓNICO PARA UN
PROGRAMA DE RADIO POR INTERNET PARA *PUMPERS*”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
Licenciada en Comunicación

PRESENTA

Raquel Arias Díaz de León

Asesora: Mtra. Laura González Morales

Septiembre, 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“Propuesta de un concepto radiofónico para un programa de radio por internet para *pumpers*”



Agradecimientos

A la existencia.

A mis padres, por darme la vida.

A Ana, mi mejor amiga, por estar siempre conmigo.

A las personas que me ayudaron a la realización de esta tesis:

Mtra. Laura González, por todo su apoyo como asesora; Ara, por su ayuda en el diseño; Ryan, por sus contribuciones; Pakita, por la iniciativa para la realización del proyecto y todos los que contestaron los cuestionarios y ayudaron a recabar información.

A todos los *pumpers*, en especial a los miembros de Hidden Steps.



ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1.	
LA RADIO POR INTERNET	5
1.1 Internet.....	6
1.1.1 Una definición de internet.....	6
1.1.2 La manera en que funciona internet.....	6
1.1.3 Breve historia de internet.....	6
1.1.4 Usos de internet.....	8
1.1.4.1 Internet como medio de comunicación.....	8
1.1.4.2 Internet como herramienta de búsqueda de información.....	8
1.1.4.3 Internet como canal de gestión.....	9
1.2 Aspectos de la radio por internet.....	9
1.2.1 Algunas definiciones de radio por internet.....	9
1.2.2 El concepto radiofónico por internet.....	10
1.2.3 Puntos comparativos de la radio tradicional y la radio por internet.....	10
1.2.4 Breve historia de la radio por internet.....	13
1.2.5 Tipos de radio por internet.....	13
1.2.6 Contenidos de la radio por internet.....	13
1.2.7 Regulación de la radio por internet.....	14
1.2.8 Características de los consumidores de radio por internet.....	14
1.2.9 Podcast como implemento para un programa de radio por internet.....	14
1.3 Producción radiofónica.....	14
1.3.1 Producción radiofónica tradicional.....	15
1.3.1.1 Determinación de un programa de radio.....	15
1.3.1.2 El lenguaje de la radio.....	15
1.3.1.3 El guión.....	16
1.3.2 Producción radiofónica por internet.....	17
CAPÍTULO 2.	
LA COMUNIDAD <i>PUMPER</i>	19
2.1 Andamiro, la compañía creadora de la Pump It Up.....	20
2.1.1 Historia de Andamiro.....	20
2.1.2 Historia de la Pump It Up.....	21
2.2 El interés por la Pump It Up.....	35
2.2.1 La música de la Pump It Up.....	35
2.2.2 El modo de juego de la Pump It Up.....	35
2.2.3 La actividad respecto a la Pump It Up en internet.....	36
2.3 <i>Pumpers</i>	38
2.3.1 Definición de <i>pumper</i>	38
2.3.2 La identidad de los <i>pumpers</i> : la comunidad <i>pumper</i>	39
2.3.3 <i>Pumpers</i> hechos en México.....	40

CAPÍTULO 3.

LA CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO RADIOFÓNICO: DISEÑO, ANÁLISIS Y PROPUESTA..46

3.1 Diseño del concepto radiofónico para el programa de radio por internet para *pumpers*.....47

- 3.1.1 Identificación de la necesidad.....47
- 3.1.2 La comunidad *pumper* como público meta.....47
- 3.1.3 El diseño de la estrategia.....47
 - 3.1.3.1 El camino.....47
 - 3.1.3.2 El instrumento.....49
 - 3.1.3.3 El criterio de análisis.....51

3.2 Aplicación de la estrategia para la construcción de un concepto de radio por internet.....53

- 3.2.1 Los lugares y el tiempo.....54
- 3.2.2 Los resultados.....54
- 3.2.3 La interpretación.....58

3.3 La construcción de un concepto de radio por internet.....66

- 3.3.1 Relación entre el sujeto y artefacto: la construcción de la identidad del grupo.....66
- 3.3.2 Sinopsis.....66
- 3.3.3 Escaleta.....68
- 3.3.4 Guión muestra.....68

CONCLUSIONES.....84

FUENTES DE INFORMACIÓN.....86



En la actualidad existe una gran variedad de actividades de entretenimiento que realizan los jóvenes, entre las que destacan el uso de los videojuegos y la navegación por internet. De acuerdo a las estadísticas más recientes (2011) de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el 67% de los usuarios de internet en México son jóvenes y adultos entre 12 y 34 años de edad, quienes coinciden en que, por sus características de inmediatez y facilidad de descarga de programas, lo colocan como su medio preferido.

En el entorno de los videojuegos se encuentra uno que es llamado Pump It Up, mejor conocido como la *máquina de baile*. Los jóvenes que se interesan en dicho videojuego y acostumbran a bailar en la Pump It Up¹ son denominados *pumpers*.

Los *pumpers* son jóvenes –en su gran mayoría–, que bailan con frecuencia Pump It Up y se identifican como una comunidad que hacen llamar “la comunidad *pumper*”, dicha comunidad se reúne normalmente en los torneos, eventos y en los locales de videojuegos donde cuentan con Pump It Up.

Los *pumpers* se denominan a sí mismos como una comunidad *pumper*, pero en este caso se escogió el término de identidad juvenil por estar más concisamente definido y ser más apropiado a este juicio, puesto que las identidades juveniles están de acuerdo a las agregaciones urbanas juveniles, en este caso es la identificación de los jóvenes a través de una actividad en común: bailar Pump It Up.

Además de bailar Pump It Up, los *pumpers* suelen compartir gustos como la animación oriental, los videojuegos o simplemente comparten su vida diariamente como jóvenes en las escuelas (la mayoría estudian preparatoria) o en su lugar de residencia.

Uno de los problemas principales de los *pumpers* es encontrar información verídica y eficaz sobre torneos, locales donde haya Pump It Up, concursos y todo lo relacionado con la máquina de baile y aunque existe una página de internet oficial (www.piugame.com) y diversos blogs, páginas, entre otros recursos de internet (incluyendo programas de radio) creados por *pumpers* con noticias y mucha información, hace falta un medio eficaz especializado en recopilar toda la información de principal interés para los *pumpers*. Frente a esta situación, una alternativa para satisfacer las necesidades específicas de información de este grupo de

¹ Pump It Up es el nombre oficial y el que se usará en todo el documento para denominar a la máquina de baile.

jóvenes, es que exista un programa de radio por internet **completo y elaborado bajo una investigación previa**, motivo de la presente propuesta.

Es pertinente crear el programa de radio por internet para *pumpers* porque al menos hay 1709 *pumpers* en la Ciudad de México inscritos en la página de internet oficial de Andamiro, mismos que tienden a hacer preguntas (no siempre resueltas) en el foro de la misma página web y la radio podría ser un medio de comunicación (para ellos y más *pumpers* no inscritos en la página) para la solución a sus dudas, comentarios y opiniones, entre otros.

Además, existen ya algunos programas de radio por internet para *pumpers* hechos de forma experimental, sin embargo no tienen el éxito debido por falta de publicidad, constancia, temas interesantes, interacción con el público, simpatía por los locutores, entre otros. Elaborar un programa en base a una investigación previa, ayudará a erradicar ese tipo de problemas.

Para la elaboración del programa es necesaria información acerca de internet, misma que se encontrará en el primer apartado del capítulo primero. Ahí está su definición, funcionamiento, historia y usos; haciendo hincapié en los usos, tales como son internet como medio de comunicación, como herramienta de búsqueda de información y como canal de gestión. También se necesita información de la radio por internet, encontrada en el segundo y tercer apartado del primer capítulo, donde hay una definición tras el acercamiento a diferentes definiciones, puesto que la radio por internet (aplica para internet en general) es un concepto novedoso y cambiante. Igual se verá la comparación con la radio tradicional, su historia, tipos, contenidos, regulación, consumidores, implementos, producción y una explicación de cómo se tomará el concepto radiofónico por internet.

En el capítulo segundo se encuentra la información sobre la Pump It Up y los *pumpers*: definición, la compañía creadora, la atracción de los *pumpers* hacia la Pump It Up, la actividad de los *pumpers* en base a la Pump It Up, la identidad juvenil dentro de la comunidad *pumper* y su contexto en México.

La propuesta del programa de radio por internet para *pumpers* (capítulo 3) tiene como eje central la creación de un concepto radiofónico, por lo tanto, la parte conceptual recae en una idea novedosa de producir radio por internet con base directa en los resultados de la encuesta.

Además de la creación del concepto radiofónico, los resultados de la encuesta permitirán el diseño del programa en fondo y forma, con aspectos como su transmisión, temporalidad, duración, contenido, importancia y posicionamiento.

Finalmente se hará el diseño de la sinopsis, la escaleta y un guión muestra como punto culminante para ponerlo a prueba con un grupo de *pumpers* que tengan en algún programa de radio existente y deseen insertar este nuevo concepto y todo lo que es de utilidad planteado en la propuesta o con *pumpers* que deseen formar un programa de radio por internet para *pumpers* basado totalmente en los resultados y la propuesta.

Cabe añadir que la mayoría de los datos arrojados e información aquí contenida será probablemente sólo válida en su contexto y hasta la fecha actual debido a los constantes cambios que se presentan, tanto en internet, como en el ámbito de la comunidad *pumper*, sin embargo podrá ser aprovechado para futuras investigaciones.



CAPÍTULO 1.

LA RADIO POR INTERNET

En este capítulo, primeramente se presenta la información acerca de internet: su definición, funcionamiento, historia y usos. Estos últimos son los que más interesan y se presenta internet como medio de comunicación, como herramienta de búsqueda de información y como canal de gestión.

El tema de la radio por internet, será propiamente encontrado en los siguientes dos apartados. La radio por internet es un concepto relativamente nuevo, por lo que se propone una definición tras el acercamiento a diferentes propuestas de autores como Mariano Cebrian Herreros y Gabriel Sosa Plata. Además del concepto de radio por internet, hay una comparación entre radio por internet y radio tradicional, donde se confrontan su historia, tipos, contenidos, regulación, consumidores, implementos y producción.

Finalmente está la explicación de cómo se formará el concepto radiofónico por internet que servirá para la propuesta del programa de radio por internet para *pumpers*.



1.1 Internet

Para poder contextualizar a la radio por internet se presentará una breve introducción sobre lo que es internet, se dará una definición, se describirá en qué consiste el sistema, se mencionarán algunos aspectos históricos y se explicarán algunos usos que se están haciendo y después se hablará propiamente de la radio por internet.

1.1.1 Una definición de internet

Si sólo se ve la palabra internet, se ubicará una combinación de las dos palabras inglesas *international net* que traducido al español es red internacional, pero definir internet como la red internacional es muy pobre para todo lo que realmente significa.

Internet es también llamada la red de redes porque es el soporte que conecta a millones de personas alrededor del planeta a través de diversos dispositivos (computadoras, consolas de videojuegos, teléfonos móviles, entre otros). Internet es “una plataforma de comunicaciones, medios y servicios” (CEBRIÁN, 2001: 21); es un tiempo y espacio sin fronteras diferente a la realidad que se vive físicamente donde se puede leer, escuchar y ver por separado o en conjunto la información audiovisual y multimedia y no solamente como receptores, sino que también para ser los creadores de todos esos tipos de información.

Todo lo anterior convierte al uso mundial de internet en toda una revolución tecnológica cultural que está cambiando la vida de las personas en todos los ámbitos (educativo, comercial, político, recreativo, entre otros).

1.1.2 La manera en que funciona internet

Internet está basado en protocolos de red, sencillamente se puede definir a un protocolo en informática como un conjunto de reglas usadas por computadoras para comunicarse unas con otras a través de una red.

Para internet los protocolos son utilizados para poder comunicar a las computadoras (y todos los demás dispositivos que pueden ser conectados a internet, como los modernos teléfonos móviles) por medio de paquetes que contienen datos. Los datos vienen en el sistema denominado binario que solamente utiliza un lenguaje con los números 1 (encendido) y 0 (apagado) y el conjunto de combinaciones de esos números forman toda la información contenida en los paquetes.

El conjunto de protocolos más utilizado en internet es denominado TCP/IP, sus siglas significan TCP Protocolo de Control de Transmisión (Transmission Control Protocol en inglés), IP Protocolo de Internet (Internet Protocol en inglés). Estos dos protocolos (que vienen en conjunto para su uso en las computadoras y demás) son los más populares porque son los que permiten la transmisión de información entre computadoras y demás dispositivos que se conecten a una red local o mundial.

Dentro de los protocolos TCP/IP se encuentran más protocolos que corresponden al uso que se esté dando a internet, los más utilizados son HTTP (HyperText Transfer Protocol, por sus siglas en inglés) y HTML (HyperText Mark-up Language en inglés) porque son los que se utilizan para las páginas web WWW (World Wide Web, por sus siglas en inglés).

1.1.3 Breve historia de internet

A continuación se presenta una breve cronología de los acontecimientos más relevantes en el desarrollo de internet²:

1969. La Agencia de Investigación en Proyectos Avanzados (ARPANET) logra una conexión entre las computadoras de la Universidad de California Los Ángeles (UCLA), el Instituto de Investigaciones de Stanford, la Universidad de Utah y la Universidad de California de Santa Bárbara.

1973. Vinton Cerf y Robert Kahn desarrollan los protocolos TCP/IP que se utilizarán para poder conectar las computadoras a internet. Se hace la primera conexión internacional, fue hecha para enlazar a Inglaterra y Noruega.

2 Datos obtenidos de GUTIÉRREZ, Fernando y LÓPEZ, Carlos Enrique. “Una década de Internet en México”. Revista Mexicana de la Comunicación. México. Número 56; de la tesis de ALATRISTE GALVÁN, Pablo y SANDOVAL URIBE, Rigoberto. *Arquitectura de la información en el centro de información online de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García*. Escuela de Periodismo Carlos Septién García. México, 2004; y de <http://www.tudiscovery.com/internet/interactivo.shtml>

1982. Se estandariza TCP/IP para internet entre las redes independientes Csnnet (Computer Science Network), la Milnet (Red Militar del Departamento de Defensa) y ARPANET, haciendo posible la red de redes, mejor conocida como internet.
1986. Estados Unidos crea su red regional entre sus instituciones académicas a través de la recién establecida Fundación Nacional de la Ciencia (NSF).
1989. Primera conexión en Latinoamérica, enlazando a Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey (ITESM) Campus Monterrey con la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA). Dicha conexión fue el primer nodo de internet en México y el primer *name server* para el uso en dominio .mx, los cuales identifican las páginas dadas de alta en el país, cada nación tiene su name server que identifica sus páginas. En los siguientes años la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad de las Américas (UDLA) comenzaron a hacer uso y experimentación con la internet.
1990. Tim Berners-Lee crea el protocolo HTML y, en conjunto con el laboratorio CERN de Ginebra, crean ese mismo año la primer página web y dieron nacimiento a la famosa WWW que populariza internet debido a su amigable interfaz que brinda multimedia (MALVIDO, 1999: 30).
1994. Se abre internet de manera comercial en México a través de RedUNAM, empezó a usarse en grandes empresas y universidades.
Ese mismo año el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y MexNet formaron su enlace a través de la Red Nacional de Tecnología (RTN).
1995. Entra en funcionamiento el Centro de Información de Redes de México (NIC-México), el cual se encarga de la coordinación y administración de los recursos de internet asignados a México, tales como la administración y delegación de los dominios ubicados como “.mx”.
La compañía Netscape Communications lanza el primer navegador comercial: Netscape. Pocos meses después Microsoft lanza su primer navegador oficial del sistema operativo Windows llamado Internet Explorer y comienza una guerra de popularidad entre los dos navegadores.
Dos estudiantes de ingeniería de la Universidad de Stanford, Jerry Jang y David Filo, idean el buscador más ingenioso de los primeros tiempos de internet: Yahoo.
Comienza el éxito de ventas por internet en la librería virtual Amazon y en la página eBay dedicada exclusivamente a la venta de productos.
1996. Treinta y cuatro universidades de Estados Unidos se reúnen para definir los objetivos de internet 2: una red de alta velocidad, centrada en la comunicación académica y alejada de internet comercial.
Se crea hotmail, el primer servicio de e-mail basado en una página web.
1997. Aparece el primer blog (weblog), aunque ya existían páginas personales parecidas, este concepto nace por primera vez con John Barrer.
1998. Larry Page y Sergey Brin fundan Google Inc., la empresa creadora del mayor motor de búsqueda de internet.
1999. Abre sus puertas el primer banco virtual “First Internet Bank of Indiana” que ofrece todos los servicios bancarios exclusivamente por internet.
Shawn Fanning crea el programa Napster para compartir música con sus amigos, en pocos días 10 mil jóvenes lo utilizan. El programa fue objeto de grandes controversias y juicios en relación con los derechos de autor.
ICQ es el programa de mensajería instantánea más popular, hasta que en Julio de este año Microsoft diseña Messenger para Windows.
2001. Nace la Wikipedia (palabra que combina “wiki” de rápido en hawaiano con “paideia” que es educación en griego). Para 2008 se convierte en la enciclopedia más grande de la historia con más de 10 millones de artículos en más de 250 idiomas.
2003. Aparece Apple iTunes Music Store, para poder comprar temas musicales de forma legal. Nace Second Life, un mundo virtual en donde cualquier persona puede tener una segunda vida sin las limitaciones de la vida real. Los videojuegos toman la idea exitosamente a nivel mundial.

2004. Pensando en sus compañeros de Harvard, Mark Zuckerberg crea Facebook, el primer sitio de redes sociales. Para el 2008 cuenta ya con más de 100 millones de usuarios activos.
Se crea el término web 2.0 para definir una www que busca aumentar la creatividad, el intercambio de información y la colaboración entre usuarios.
Hay una segunda guerra de navegadores entre Internet Explorer y los nuevos navegadores Mozilla Firefox, Safari, Opera y Google Chrome.
2005. Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim fundan Youtube, un sitio web que permite compartir videos personales. La página se vuelve extremadamente popular y en 2006 pasa a ser propiedad de Google.
2007. Apple lanza el Iphone, primer teléfono celular capaz de conectarse a internet, a partir de aquí comienza a popularizarse el uso de los dispositivos conectados a internet.

1.1.4 Usos de internet

De manera muy general, internet se ha dividido en tres conjuntos de usos, de acuerdo a los estudios que ha hecho la compañía Microsoft, mismos que serán descritos en los siguientes subapartados.

Cabe considerar que existen usos que aún no fueron clasificados por ser usados en menor medida, como el uso de internet para la educación a distancia y para el teletrabajo (TREJO, 2006).

1.1.4.1 Internet como medio de comunicación

Las personas utilizan internet para comunicarse con otras personas conocidas o no conocidas y puede ser para múltiples finalidades. Para establecer comunicación con otras personas usualmente utilizan:

- a) Correo electrónico. Permite enviar cartas y archivos de forma instantánea de un correo electrónico a otro por medio de internet. Ejemplos: Hotmail, Gmail.
- b) Mensajería instantánea. Comunicación en tiempo real entre dos o más personas en una ventana de conversación que se usa a través de un programa (Windows Live Messenger, Yahoo Messenger por mencionar algunos), la mayoría de estos programas permiten enviar archivos y mostrar imágenes y video, todo por medio de internet.
- c) Chat. Conversación entre dos o más personas en tiempo real que, a diferencia de la mensajería instantánea, se encuentran alojados en páginas de internet, foros, redes sociales, blogs o correo electrónico.
- d) Foro. Sirve para dar soporte a discusiones u opiniones en línea, se aloja en una página web mediante una aplicación que le da soporte en la misma web.
- e) Blog. Sitio web donde se recopilan publicaciones de uno o varios autores de manera cronológica, teniendo hasta arriba el más reciente. La mayoría de ellos permiten que los visitantes dejen comentarios.
- f) Sitio de red social. Estos sitios se caracterizan por poner en contacto a personas de diferentes países o lugares, la persona interesada sólo debe inscribirse mediante su correo electrónico y podrá agregar personas de su mismo correo electrónico o explorar los perfiles de sus amigos para encontrar más amigos, también los mismos sitios sugieren el contacto a personas que pertenezcan a la misma red social (escuelas, amigos de amigos, grupos en común). Las personas inscritas (mediante su cuenta de correo electrónico) en una red social comparten sus sentimientos y gustos de diversas formas porque normalmente este tipo de redes incluyen juegos, cuestionarios, grupos, fotos y muchas posibilidades más de contacto y expresión. Ejemplos: Facebook, Twitter.
- g) Videoblog. Sitio web donde los usuarios pueden ver, compartir videos e información a través del texto escrito. Ejemplos: Youtube, Justin TV.

1.1.4.2 Internet como herramienta de búsqueda de información

Es muy común el uso de internet para buscar datos específicos, las personas suelen querer saber diversas cosas, por ejemplo los precios de algo que desean comprar, si pueden cons-

truir ellos mismos un avión a control remoto, la forma más adecuada de citar fuentes, entre otras millones de posibilidades que hay en la mente humana y por supuesto, en internet. Se encuentran como herramientas de búsqueda de información en internet:

- a) Página web. Documento adaptado para la web (WWW) compuesta principalmente por información e hiperenlaces que llevan a otra página web, siendo esto último su principal característica. Un conjunto de páginas web es denominado Sitio web. Existen páginas web con información de todo tipo. Ejemplos: Google, MSN.
- b) Descargas. Es la transferencia de uno o varios archivos de un servidor a un cliente (una computadora servidor tiene un archivo y lo pasa a otra computadora cliente). La descarga se puede hacer desde un vínculo de una página web (ejemplos: Megaupload, Rapidshare) o desde programas dedicados a las descargas (como Limewire, Ares).
- c) RSS. Es un sistema que permite distribuir información a un usuario por medio de internet, pero sin necesidad de que se conecte a buscar las noticias diariamente a la página web que proporcione el servicio. Es comúnmente utilizado en blogs y podcast y puede llegar a dispositivos diferentes a las computadoras (teléfonos móviles, consolas de videojuegos, entre otros).

1.1.4.3 Internet como canal de gestión

Es el internet utilizado para hacer transacciones, generalmente financieras. En este caso las personas compran artículos (no necesariamente objetos tangibles), pasan dinero de una cuenta a otra, pagan servicios como la luz, agua y teléfono, se inscriben a cursos, cambian horarios del personal de trabajo, etc. Todo lo anterior suele estar dentro de las mismas páginas web.

1.2 Aspectos de la radio por internet

En este apartado se presentan algunas definiciones de radio por internet, el concepto radiofónico por internet, su historia, tipos, contenidos, regulación, consumidores, comparaciones entre radio tradicional y radio por internet y el podcast.

1.2.1 Algunas definiciones de radio por internet

La radio por internet es “una información sonora acompañada de otros elementos paralelos escritos y visuales con capacidad de enlaces, de navegación, de ruptura del sincronismo” (CEBRIÁN, 2001: 21), se habla de una transmisión que tiene como eje central la emisión de sonido pero que cuenta con las opciones de interactuar con el oyente con todas las demás opciones de internet (chat, foro, etc.), además de que no en todos es necesario que el oyente escuche la radio en el momento que se esté transmitiendo porque hay la posibilidad de que el programa sea guardado en un servidor y después sea descargado por el cliente.

Se ha apostado por nombrar este nuevo tipo de radiodifusión como radio por internet, a diferencia de los términos radio digital o radio en línea por varios motivos que se explican a continuación.

La radio por internet es un concepto que ha sido más definido y usado por diversos autores como Mariano Cebrián Herreros o Gabriel Sosa Plata a diferencia del concepto de radio en línea que es encontrada mayormente como la acción de escuchar radio por internet, “estar en línea” es usado frecuentemente como una palabra coloquial (por ejemplo, si en una estación dicen –ya nos encontramos en línea-).

El concepto de radio digital es utilizado para denominar a la radio tradicional que transmite sonido pero ha implementado el nuevo sistema de radio con el DAB (Digital Audio Broadcasting), DRM (Digital Radio Mondiale) o el IBOC (In Band On Channel) que, en resumen, permiten transmitir radio con sonido en alta definición (sin ruidos y con la misma calidad de los discos compactos), mandar información de lo que se está transmitiendo pero para su visualización en dispositivos con pantallas (por ejemplo, aparece en la pantalla del teléfono móvil el nombre de la canción, su intérprete y la portada del disco) y puede tenerse una estación que transmita varias programaciones diferentes desde un mismo transmisor (por ejemplo, una estación de radio puede enviar diferentes programaciones a los diversos Estados de la República Mexicana).

Aunque no es tan usado, también puede encontrarse el concepto de radio virtual, contraria a la radio análoga, donde radio virtual puede ser un sinónimo de radio por internet y radio análoga sinónima de radio tradicional.

1.2.2 El concepto radiofónico por internet

Un concepto radiofónico trata de formar la base de un programa de manera sólida. Son los adjetivos calificativos de la forma en que se llevará a cabo el programa, no solamente de su temática, sino también seguir una línea que lo haga diferente de otros programas. Por ejemplo, un programa que trate de los avances científicos en tecnología mecatrónica que tenga como conceptos de vivacidad, modernismo y dinamismo, es decir, que incluya gente joven, muy animada y con las características de la moda juvenil.

Cabe diferenciar al tema del programa con el concepto radiofónico en cuanto a que el concepto es algo característico en el programa, pero puede usarse para otros temas, inclusive para otros programas: se puede ver un concepto radiofónico igualmente vivo, moderno y dinámico, pero en un programa sobre ecología.

Mencionar un concepto radiofónico en internet no diferenciaría de lo que se hace en la radio tradicional, puesto que la diferencia de las dos radios va en base a su equipo, costos, público y que la radio por internet tiende a ser más improvisada, mientras la tradicional está más planeada (los detalles se describen en el cuadro que aparece en el siguiente apartado). En cuanto al concepto radiofónico, sólo es tener una guía de los conceptos base del programa y no salir de la línea, sea en radio tradicional o en radio por internet.

Para la creación del concepto radiofónico se hará un enfoque en el concepto de la innovación en la mercadotecnia, misma que postula la formulación de un concepto original, una nueva idea que vaya acorde a los objetivos y a los recursos disponibles, en este caso, en la creación de un programa de radio por internet para *pumpers*. Además, es necesario que el concepto del programa vaya involucrado con los resultados arrojados de lo que los *pumpers* requieren escuchar para establecer una comunicación exitosa entre los locutores y su público.

“Hoy la radio virtual ofrece una forma diferente de transmitir conceptos e ideas... es una radio sin horarios, sin fronteras, sin censura, en donde su único límite es la imaginación” (RODRÍGUEZ Y RICAÑO, 2001).

1.2.3 Puntos comparativos de la radio tradicional y la radio por internet

La radio tiene como esencia el uso del sonido para establecer un canal de comunicación, sin embargo entre radio tradicional y radio por internet se encontraron las siguientes diferencias:

- Cobertura. Mientras la radio tradicional generalmente tiene una cobertura a nivel local o nacional, la radio por internet tiene una cobertura 100% mundial. Por otro lado, la radio tradicional puede ser escuchada en cualquier receptor de señales electromagnéticas de radio, mismo que es más fácil y barato de obtener, mientras que la radio por internet está disponible sólo para dispositivos con un hardware y software que permita su acceso por internet.
- Público. La radio tradicional tiene programas para todas las edades, mientras la radio por internet prominentemente es escuchada por jóvenes de 12 a 34 años de edad (por ser la edad que tiene mayor uso de internet, según la AMIPCI). Hay una radical diferencia entre la radio tradicional, que tiene un público poco participativo y la radio por internet, con un público con quien interactúa mediante el uso de blogs, foros, chats, etcétera, que pueden ser implementados en la misma página del programa de radio.
- Rating. La radio tradicional tiene un claro rating alto y estable, mediante la radio por internet tiene un rating bajo, pero que se encuentra en ascendencia en comparación con el incremento de usuarios de internet.

- Libertad de expresión. La radio por internet es autorregulada por los mismos usuarios de internet. La radio tradicional se rige, en nuestro país, mediante la Ley Federal de Radio y Televisión y conforme al interés de las empresas con emisoras grandes.
- Equipo / costo. La radio tradicional necesita como equipo mínimo una antena, cableado y micrófonos, pero el costo varía conforme al equipo y la cobertura que se desee partiendo de los \$170,000.00. La radio por internet básicamente necesita una computadora con bocinas y micrófono, un sistema operativo y memorias compatibles (el sistema operativo que haya aparecido de 1995 o más reciente, memoria RAM de 512 MB o superior y un disco duro con 40 GB o superior), conexión a internet y para quienes deseen tener más de 100 oyentes se les recomienda contratar un paquete de servicio de radio por internet. El precio puede variar de \$1500.00 a \$50,000.00 dependiendo de la marca y tecnología del equipo y del software, aunque puede utilizarse software libre y una página de internet sin costo.
- Ganancias. La radio por internet tiende a mantener sólo las necesidades básicas de la estación mediante patrocinadores. La radio tradicional tiene muchos mejores ingresos, dependen del objetivo de la empresa.
- Recursos humanos. Por lo general, la radio tradicional requiere un gran número de personas para su realización: propietarios, director de programa, jefe técnico, jefe comercial, plantilla de servicios informativos, locutores, operadores, auxiliares y otros, como contadores o encargados de relaciones públicas; dependiendo del tamaño de cada emisora. En radio por internet también varía, pero suele usarse un menor número de personas, puesto que una misma persona suele atender varios puestos.
- Otros. En el caso de radio por internet suele incorporarse un contenido multimedia (video, chat, foro, redes sociales; el público no sólo escucha, también lee, ve y participa en esas diferentes formas). También es exclusivo de radio por internet dejar de ser un medio fugaz porque el contenido puede almacenarse y ser descargado y escuchado cuando se desee.

Cabe mencionar que los puntos pueden variar de una radio a otra y lo presentado en este apartado y en el siguiente cuadro comparativo (ubicado en la página siguiente) son aspectos generales.

Cuadro 1. Comparativo de la radio tradicional y la radio por internet

Radio / Aspectos	Tradicional	Internet
Cobertura	Local o nacional Cualquier radio receptor	Mundial Cualquier dispositivo con internet
Público	Pocos participantes Todas las edades	Interactivo Prominentemente 12 a 34 años de edad
Rating	Alto y estable	Bajo, pero en ascendencia
Libertad de expresión	Ley Federal de Radio y Televisión	Autorregulada
Equipo / Costo	Equipo mínimo: (antena, torre, cableado, microfono, etc.) 50 a 60 km a la redonda. Costo mínimo: \$170,000.ºº	Hardware y software: Computadora y conexión a internet. Paquetes de servicio de radio por internet: Mínimo - 100 oyentes, 24/64 kbps, panel de control, hasta 24 online, \$499 anual, \$119 mensual. Máximo - 5000 oyentes, Autodj 1000 MB, hasta 128 kbps, panel de control, hasta 24 online \$2999 anual, \$599 mensual. GRATIS con software libre y página de internet sin costo. Desde \$1,500 aprox. a \$50,000 aprox.
Ganancias	Variable	Patrocinadores
Recursos humanos	Propietarios, director de programa, jefe técnico, jefe comercial, plantilla de servicios informativos, locutores, operadores, auxiliares y otros, como contadores o encargados de relaciones públicas.	Pocos, una misma persona suele atender varios puestos.
Otros		Multimedia Capaz de ser almacenado para su descarga en cualquier momento.

Elaborado por: Raquel Arias.

1.2.4 Breve historia de la radio por internet

En 1993 Carl Malamud creó la primera estación de radio por internet llamada “Internet Talk Radio” con la tecnología de Audio Multicast para escuchar sus emisiones. El contenido de la estación era de entrevistas semanales hechas a expertos en computadoras que se transmitían en vivo.

Para 1995 se constituyó la primera estación de radio por internet de tiempo completo, su nombre fue “Radio HK”. Ese mismo año se desarrolló el RealAudio, software que permite la transmisión en tiempo real y junto con el programa RealPlayer se utilizó para escuchar radio por internet en tiempo real, así el audio se almacenaba en la computadora como un archivo temporal y después se iba supliendo por otro nuevo para poder escuchar lo que continuaba del programa de radio mediante el RealPlayer.

Fue con las versiones de Windows 2003 que se llegó a una tecnología donde miles de oyentes (consumidores de radio por internet) podían conectarse a una misma estación con su señal de banda ancha de internet sin tener interferencias, para escuchar la radio por internet con la misma calidad que la radio tradicional por medio de la tecnología RealAudio o con un nuevo software libre llamado Shoutcast que funciona de la misma manera que RealAudio (ambos software son libres, es decir, no tienen ningún costo).

El software de Shoutcast y RealAudio es utilizado hasta la actualidad y también se ha implementado nuevo software como el iTunes.

1.2.5 Tipos de radio por internet

Según Mariano Cebrián Herreros, existen tres tipos de emisoras por internet (CEBRIAN, 2008: 3):

- 1) Estaciones que traducen sus emisiones de ondas hertzianas a señal digital.- Este tipo de estaciones son las que se escuchan normalmente en la radio tradicional, pero que tienen su página propia de internet y transmiten por medio de esa página la misma emisión que tienen en radio al aire libre. En México la primera estación en transmitir de esta manera fue Radio UNAM (<http://www.radiounam.unam.mx>), en el año de 1996.
- 2) Estaciones piratas que transmiten por internet sin temer a la censura o persecución.- Este tipo de estaciones nacen debido a la falta de otorgamiento de concesiones en la radio tradicional que busca la sociedad para poder dar información públicamente. Como ejemplo está la estación Ke-Huelga (www.kehuelga.org) del Consejo General de Huelga de la Universidad Nacional Autónoma de México (CGH UNAM) en la cual hablan sobre sus diferencias con las posturas de la UNAM y la Secretaría de Educación Pública (SEP).
- 3) Estaciones que nacen en internet.- Generalmente es radio experimental, radio de personas que desean manifestarse, las estaciones pueden tener formalidad o no necesariamente ser formales ni con una frecuencia de transmisión. Un ejemplo de una estación mexicana de radio por internet que nació en la web es Anicast (<http://blog.anime.com.mx>) que difunde temas de animación japonesa, videojuegos y se escucha música de J pop y J rock (pop y rock en japonés).

1.2.6 Contenidos de la radio por internet

Los contenidos de la radio por internet son muy variados, pero tras hacer un estudio de los tipos de contenidos que existen en radio se llegó a la conclusión de que pueden enmarcarse en dos clases de estaciones con contenidos:

- 1) Especializados.- “Emisoras dedicadas en exclusiva a unos sectores sociales” (CEBRIAN, 1994: 199), existen programas y emisoras especializadas en cultura, deportes, economía, tecnología, para jóvenes o amas de casa, entre otras que están en relación con las exigencias específicas del público al que van dirigidos. Por ejemplo, una radio especializada en cultura podrá mencionar los eventos culturales que habrá en una región específica (por ejemplo, en Guadalajara) y si se presentará una ópera mencionarán los datos para que las personas acudan, podrían programar una entrevista con el cantante principal o poner una parte de un acto y comentarlo; lo importante es que gire en torno a una temática en específico.

- 2) A la carta.- El oyente tiene el poder para pedir sus canciones o lo que desee escuchar en esa estación, también está la posibilidad de que elija de entre los contenidos que se encuentran pregrabados en espera.

1.2.7 Regulación de la radio por internet

No existen leyes para internet, como dice la Regulación Jurídica de Internet: “Hasta el momento internet sólo se ha sujetado a la autorregulación y al trabajo que diversas organizaciones no gubernamentales han realizado para crear un ambiente adecuado para el uso de internet” (TREJO, 2006: 3). Además de las organizaciones no gubernamentales que procuran proteger y dar promoción a los derechos de los usuarios de internet teniendo en cuenta los derechos de autor, los mismos sitios web o videojuegos en línea permiten denunciar a los usuarios con contenido que parezca ofensivo y ese usuario será excluido del videojuego o sitio web. Pero en radio por internet no hay una forma de controlar lo que se emite, dejándolo al libre albedrío de sus usuarios y a su juicio cualquier tema o música que deseen transmitir. “Así pues, para aquellos grupos que desean manifestar su opinión, sean reaccionarios o no, ahora ven en la radio por Internet una oportunidad que no sale de la legalidad” (MALDONADO, 2003: 143).

1.2.8 Características de los consumidores de radio por internet

Una característica determinante para la Radio por internet es tener en cuenta que los usuarios ya no solamente son radio-escuchas, sino que también interactúan con los locutores, invitados y realizadores del programa mediante chat, foros, redes sociales... todo en tiempo real, lo cual hace un punto de mayor interés para quienes desean participar en el programa. La radio tradicional también invita a participar a sus radioescuchas, pero lo común es que sea por teléfono y la atención es de una persona a la vez, mientras la radio por internet puede atender a varias personas. Otro punto a su favor es que los radioescuchas utilizan más sentidos al escuchar, hablar, escribir, leer y ver, algo que sólo puede hacerse en la página de internet del programa de radio por internet.

Las personas que escuchan radio por internet tienen el poder de buscar y consumir solamente lo que ellos requieren, de tener una radio a la carta y conformar su propia programación (SOSA, 2004: 278).

1.2.9 Podcast como implemento para un programa de radio por internet

Podcast es una grabación al estilo de un programa de radio que puede descargarse de internet y ser reproducido en la computadora o un reproductor MP3 en el momento que se desee. La palabra fue inventada en el año 2004 con la combinación de las palabras IPOD (famoso reproductor MP3 de la marca Apple) y la palabra inglesa *broadcast* que significa emitir. La diferencia entre la descarga de archivos de audio y el podcast radica en que la suscripción a un podcast permite que los programas se descarguen en el momento en que sean subidos a internet, manteniendo al usuario actualizado y al programa con podcast con un gran número de suscriptores.

Todos los podcast utilizan el RSS, un sistema que permite distribuir o ‘sindicar’ la información por internet. Así sea “en el trabajo, en el metro o en la cama, el podcasting permite recibir (en lugar de buscar) los programas favoritos, para crear una ‘radio a la carta’, y escucharlos cuando se quiera” (ROJO: 2009), desde luego, sólo es posible si el dispositivo donde se descargará el podcast está conectado a internet.

Muchas personas utilizan el podcast para darle seguimiento a sus programas o blogs preferidos; un programa de radio puede aprovechar la tecnología RSS sin costo adicional y con ello mantener actualizada la internet de sus radio-escuchas en automático.

1.3 Producción radiofónica

En este apartado se mencionará el proceso de producción radiofónica tradicional y se desarrollará el proceso de la producción radiofónica por internet. En la primera se verá la forma en que se hace un programa de radio, haciendo énfasis en el guión y el lenguaje; en la segunda se

dará mayor prioridad al diseño de un concepto radiofónico por internet para después ubicar el software y el hardware necesario para poder llevar a cabo un programa de radio por internet.

1.3.1 Producción radiofónica tradicional

En la producción radiofónica tradicional se ha enmarcado a la radio común, la que es transmitida en el aire a través de ondas hertzianas y escuchada de manera gratuita por medio de cualquier receptor de radio de dichas ondas.

Ya en el apartado 1.2.3 se ha hablado sobre lo necesario en cuanto a recursos para hacer radio tradicional y se le ha comparado con lo necesario para producir radio por internet.

A continuación se hablará de lo que se necesita para hacer radio tradicional pero en cuanto a las preguntas necesarias para formar el concepto del programa, al lenguaje que se debe utilizar para finalmente armar un guión adecuado al programa deseado.

1.3.1.1 Determinación de un programa de radio

Para determinar un programa de radio es necesario que se responda a “3 simples preguntas: ¿qué emitiré?, ¿para quién lo emitiré? Y ¿cómo lo emitiré?” (VITORIA, 1998: 15).

Lo primero que se debe hacer es elegir un tema y recopilar y analizar información sobre el mismo tema. Conforme se avance en la investigación se podrán ir formando objetivos para el programa.

Luego se debe saber en qué forma se desea emitir y el público al que irá dirigido, eso dependerá de los objetivos que se hayan formado. Se debe tomar en cuenta la edad, sexo, estado civil, formación cultural, estatus económico, número de radios, horas de exposición y grados de atención del público que se desea elegir.

Por último se realizará un esquema previo para ordenar la información y los recursos sonoros que se necesitarán.

Más a fondo se debe pensar en los siguientes puntos:

- Temporalidad: la duración del programa en minutos, horas, etc.
- Límites temporales previstos: la duración del programa en el aire, si se transmitirá una ocasión o durará seis meses o más.
- Periodicidad: los días de la semana y horarios de la emisión.
- Difusión radiofónica: para que un programa de radio sea verdaderamente un programa de radio es necesario que haya salido al aire.
- Mensaje con significación: deben emitirse siempre mensajes, porque la radio no sólo emite sonidos.
- Ideación y unidad de criterio: hay que tener siempre en cuenta el objetivo inicial y seguirlo.
- Adecuación al canal: el programa deberá ir acorde con los lineamientos de la empresa en la que se encuentre.

Para poder producir radio son necesarios los siguientes elementos humanos:

- Planificadores y organizadores.
- Realizadores y productores técnicos
- Responsables inmediatos de emitir el programa.

1.3.1.2 El lenguaje de la radio

Para adentrarse mayormente al lenguaje de la radio, se hablará de sus cinco recursos sonoros en los siguientes apartados.

1) La palabra.

La radio tiene su propio lenguaje, uno que no puede ser igual al que se usa cotidianamente para la comunicación porque una de las reglas más importantes es no improvisar, debe hacerse todo con una preparación anterior. Aunque la improvisación puede ocurrir en las palabras, pero no en todo el contenido.

Es necesario conocer las palabras que usa el público para poder establecer un código en común, pero siempre respetando las necesidades de la radio, es decir, las palabras deben elegirse siempre con precisión para transmitir lo que se quiera, además de que es

necesario que la temática sea redundante (y no sólo repetitiva) para que el público no se pierda debido a la fugacidad del medio. Otro criterio importante a seguir es presentar pocas ideas en cada emisión, por lo mismo de la fugacidad.

2) La voz.

“Es más importante como se dicen las palabras que su significado” (VITORIA, 1998: 50) porque en la radio no es fácil atraer y mantener la atención del público, pero una locución con la correcta intensidad, tono, timbre, actitud y ritmo nos ayudará a lograrlo.

Se recomienda que al momento de redactar el guión, se lea los párrafos en voz alta y se evite números largos, se deben redondear cifras, olvidar aumentativos, diminutivos, abreviaturas, rimas y muletillas que interfieran en la correcta pronunciación del locutor. El locutor debe establecer una empatía con el público contándole historias, conversando con él, pero siempre apoyado en un guión redactado correctamente y con una ortografía impecable.

3) La música.

La música en la radio puede aparecer como protagonista de los programas o como fondo. Como protagonista se encuentra generalmente sólo en programas musicales y de fondo tiene diferentes usos: generar emociones y mantenerlas, usarla para transiciones (como cuando se quiere cambiar un poco el tema o entrar a comerciales).

La música es un excelente recurso sonoro porque a diferencia de la palabra puede mantener más tiempo una emoción debido a que no se agota tan prontamente. La música es “un lenguaje de significados y no de signos” (VITORIA, 1998: 71).

4) Los efectos de sonido.

En general, los efectos de sonido suelen utilizarse para enfatizar lo que se menciona, pero sus usos son múltiples y dependen de la forma en que se quiera desarrollar el programa. Tanto los efectos de sonido como la música deben grabarse para cada programa con los tiempos y orden que se necesitarán y deben ser marcados en el guión a manera de evitar confusiones.

5) El silencio.

Es el elemento más difícil de utilizar en la radio, porque pueden confundirse con errores o una falla en la transmisión, por eso es necesario que sean cuidadosamente utilizados y sólo en dos casos: cuando se da tiempo a que el público reflexione y cuando se quiere generar un poco de tensión.

1.3.1.3 El guión

Un guión es “el que indica quién dice qué, cuándo lo dice; el momento en que debe escucharse música; cómo se ha de leer determinado párrafo; los segundos de duración y quién ejecuta cada acción” (VITORIA, 1998: 95).

Existen muchas maneras de hacer un guión, pero se optó por utilizar como pautas de su contenido lo siguiente:

- Cabecera del guión: se anota hasta arriba el nombre del programa, su duración, día de transmisión y el productor del mismo.
- Numeración en cada página: para su facilidad de lectura, no debe estar engrapado ni sujetado de ninguna manera y para no revolverlo debe tener numeradas las páginas.
- Guión literario: es el texto hablado.
- Guión técnico: son las acotaciones sonoras e indicaciones para el control técnico.
- Pauta o escaleta: “es un guión simplificado que sirve para programas noticiosos largos o para radio revistas donde se ordenan cronológicamente los bloques o secciones” (VITORIA, 1998: 97).
- Reloj: sirve para llevar la cuenta del tiempo y marcarla.

Pueden utilizarse los nombres de los locutores o mencionarlos como LOC 1, LOC 2, etc. o también se suelen utilizar nombres de personajes, pero todos deben ir con mayúsculas, al igual que las indicaciones que se les den, por ejemplo: LOC 1: (ENOJADO) ¡NINA, TE DIJE QUE VINIERAS!

Todo lo que no será leído debe ir con mayúsculas, pero las indicaciones a control técnico, además de ir en mayúsculas, se deberán subrayar.

Las indicaciones para control técnico pueden ir abreviadas de la siguiente manera: PP (primer plano), PaF (pasa a fondo), F (fondo), FC (funde con, también llamado *cross over*), C (cesa, desvanece o también llamado *fade out*).

1.3.2 Producción radiofónica por internet

Este tipo de producción de radio es muy novedoso y poco definido, se hizo una recopilación de los instrumentos necesarios y la forma en cómo se ha hecho radio por internet.

La producción radiofónica por internet puede hacerse como la radio tradicional (a excepción de la reducción de costos en aparatos y el poco personal que participa), siguiendo los pasos de: investigación del tema, fijación de los objetivos, intencionalidad conforme al público y ordenamiento de la información para proceder a hacer el guión.

También está la opción de improvisar, eso dependerá de la formalidad con que se quiera hacer radio, aunque hay quienes afirman que “el medio radiofónico en la web ya no recurre al uso del guión para organizar la información. Incluso, en contadas ocasiones se hace una pequeña escaleta sólo para tener el control de los bloques” (RAMIREZ, 2008: 111). Sin embargo, tener un guión a manera de la radio tradicional permite un mejor desempeño para el equipo de trabajo al hacer posible su correcta coordinación y es más probable que se logren los objetivos del programa con un guión que ha sido planeado para conseguir ciertos efectos en los radioescuchas.

Por otro lado, el guión para un programa de radio por internet puede aprovechar mejor su cualidad de radio interactiva siempre que pueda tener un poco de flexibilidad para los imprevistos que ocurran en la interacción con sus radioescuchas.

A diferencia de la radio tradicional, que generalmente se realiza en una cabina sofisticada con una consola y diversos instrumentos costosos, la radio por internet sólo necesita: una computadora con un software básico y un hardware casi básico (descritos en el cuadro comparativo de la radio tradicional y la radio por internet) y una conexión a internet preferentemente mayor a 1 Mb.

Además, la radio tradicional suele ocupar muchas personas para hacer un programa de radio y la radio por internet suele tener menos personas que se ocupan de diversos puestos: “productor y locutor de la radio por internet son la misma persona, uno lleva el mismo papel, incluso puede llegar a cubrir distintos roles dentro de la estación” (RAMIREZ, 2008: 111). Tener menos personal es una ventaja cuando se habla de improvisación, porque con menos personas es más fácil ponerse de acuerdo en el momento en que deba modificarse el guión.

Al terminar el programa de radio por internet puede mantenerse la grabación en la página web (la grabación es llamada podcast) para que pueda ser descargada y escuchada en el momento que se desee. Cabe mencionar que la interacción con el público sigue con esas grabaciones y aún si los productores no se encuentran conectados en el momento, el público puede enviarles correos o incluso establecerse la comunicación entre los mismos radioescuchas a través del chat, foros, red social o blog que tenga el programa.

Se puede concluir que la radio por internet es un medio de comunicación diferente a la radio tradicional, puesto que puede hacer uso de diferentes recursos además del sonido. Recursos como todos los mencionados en la internet en su uso como medio de comunicación y además otros implementos propios de la radio por internet como el podcast.

Aunque la radio por internet tiene muchas ventajas sobre la radio tradicional, todavía está en una fase experimental y su popularidad con la población tampoco es tan amplia, aunque sí va en crecimiento.

El concepto en un programa de radio por internet es muy importante. Se mencionó que la radio por internet es más experimental y es más libre también, por lo que dar rienda suelta a la imaginación y formar un concepto propio es una de sus más destacadas características.



CAPÍTULO 2.

LA COMUNIDAD *PUMPER*

En este capítulo segundo se encuentra la información sobre la Pump It Up y los *pumpers*. La definición de cada una; todo lo referente a la situación de las compañías coreanas y propiamente de Andamiro, la compañía creadora de la Pump It Up; la atracción de los *pumpers* hacia la Pump It Up y sus actividades con base en la Pump It Up; la identidad juvenil dentro de la comunidad *pumper* y su contexto en México.



2.1 Andamiro, la compañía creadora de la Pump It Up

Andamiro es la compañía que se encargó de la creación de la máquina de baile denominada por la misma compañía como Pump It Up³. Andamiro es una compañía de origen Sudcoreano, con una historia de 20 años que será descrita en el siguiente apartado y será precedida por la historia de la Pump It Up.

2.1.1 Historia de Andamiro

Corea del Sur ha tenido un creciente desarrollo empresarial en los últimos 30 años, logrado gracias al apoyo gubernamental que se dio a partir de la democratización del país en 1948. El gran desarrollo económico ha hecho que empresas como Samsung, LG y Hyundai sean reconocidas internacionalmente; Andamiro también es una empresa que figura en el ámbito internacional, con presencia en 28 países (16 de habla hispana) y con una historia de 20 años.

La página oficial de la compañía Andamiro (<http://www.andamiro.com>) cuenta con una sección sobre la compañía que a su vez tiene un apartado con su historia. Este apartado sólo es un recuento cronológico de los sucesos más importantes para la compañía:

- En 1992 registran la compañía como “Oksan Co., Ltd”, desde sus inicios ha sido una empresa internacional de comercio y manufactura.
- Entre 1994 y 1995 pasó de ser una pequeña empresa a una mediana. Fue registrada como la primera empresa manufacturera de dispositivos eléctricos, obtuvo un alto grado de calidad por sus medidas de seguridad implementadas en la fabricación de armamento coreano y desarrolló una nueva infraestructura tecnológica.
- De 1996 a 1997 le asignaron e implementaron la venta de una plataforma de información muy veloz y el desarrollo de una tecnología de un asistente para las ventas en los comercios. Desarrollaron gráficas en tercera dimensión para los videojuegos.
- En 1999 sacaron a la venta el videojuego “Pump It Up”, cambiaron el nombre de la compañía a “Andamiro Co., Ltd” y desarrollaron dos plataformas de gráficos “MIDAS” para segunda dimensión y “SPACE” de tercera dimensión.
- Para los años 2000 y 2001 ascendieron a la SROSMBA (Oficina regional de Seúl para pequeñas y medianas empresas, por sus siglas en inglés), participaron en la feria de las Asociaciones Coreanas de Tecnología Industrial, implementaron un nuevo sistema llamado “ERP”, adquirieron la certificación de ISO9000 y establecieron su oficina de ventas en Estados Unidos.
- Durante el 2002 introdujeron un nuevo producto de videojuegos llamado “Dream Box”.
- En el 2003 recibieron el “Premio Coreano de Videojuegos” y el reconocimiento al mejor juego del mes por su juego llamado “Arch Shade”. Obtuvieron el certificado ISO9001.
- 2004 fue un año para introducir sus videojuegos en el mercado doméstico.
- Para 2005 crearon un software de videojuego en línea y fue el primer World Pump Festival (WPF es el concurso mundial de Pump It Up), donde participaron *pumpers* de 11 países.
- En el 2006 recibieron el premio al Mejor Producto Mundial por la Pump It Up. Comenzó la generación NX (desarrollado por el grupo Nexcade) de Pump It Up. Llevaron a cabo el WPF 2006 con 19 países participantes.
- De 2007 a 2009 comercializaron 9 nuevos productos; de ellos 3 fueron a nivel internacional. Además se llevó a cabo el tercer WPF, esa vez en la Ciudad de México.

Andamiro no es la única empresa que fabrica máquinas de baile, también está su competencia más destacada: la compañía japonesa Konami con su máquina llamada Dance Dance Revolution. Sin embargo, Pump It Up es visiblemente más famosa en los países latinoamericanos,

3 Pump It Up no es la única máquina de baile en el mercado, existen otras como Dance Dance Revolution de la compañía japonesa Konami, pero se dejará a la Pump It Up como la máquina de baile por ser la más reconocida en México y en Iberoamérica.

porque Andamiro ha hecho más fácil su adquisición a través de promoción y bajo costo, regla aplicada en la mayoría de las empresas coreanas.

Como ejemplos de bajo costo en las compañías coreanas: un televisor de plasma de 50" marca Panasonic (compañía japonesa) tiene un precio de \$9,995.00, mientras uno igual pero de marca LG en \$8,995.00; un televisor LG LCD de 32" vale \$5,595.00 y uno igual pero marca Sony (compañía japonesa) cuesta \$6,499.00⁴. Así se podrían citar más ejemplos de artículos coreanos a un costo más bajo.

Para demostrar la relevancia de las promociones de LG se puede ver que se encuentra un televisor LG anunciado en la portada de la página principal y otro televisor LG en la portada de la sección de televisores.

Muy aparte de la promoción y el bajo costo, Pump It Up es un claro ejemplo de cómo las empresas coreanas tienen éxito al sustituir las importaciones de productos tecnológicos por la producción nacional y después comenzar su exportación. Dance Dance Revolution fue creada un año antes por Konami, después Andamiro retomó la esencia de la máquina de baile japonesa y formó una propia y unos años después ya era comercializada alrededor del mundo.

2.1.2 Historia de la Pump It Up

En el año de 1998 apareció la primera máquina de baile diseñada por la compañía japonesa Konami. A partir de las bases de Dance Dance Revolution (nombre de la máquina de baile japonesa), la empresa sudcoreana Andamiro creó Pump It Up; la diferencia principal radica en que Dance Dance Revolution tiene cuatro flechas en el tapete de baile (arriba, abajo, derecha e izquierda), mientras Pump It Up tiene cuatro flechas en las esquinas superiores e inferiores a la derecha e izquierda y un centro en forma de octágono.

Propiamente, la historia de la Pump It Up se ordenó dentro de los cuadros 2 y 3 para explicar (por orden de aparición) el nombre de la versión, su fecha de lanzamiento, la plataforma⁵, los niveles de dificultad de baile, modos de juego y modos de baile para la última versión y datos adicionales que sean importantes de ser mencionados. A continuación está la explicación de los conceptos propios de los *pumpers* que se presentarán en los cuadros.

Dentro de la categoría de plataformas, se encuentran las consolas para las que fue desarrollada la versión, por ejemplo, una plataforma *arcade* es lo que se acostumbra a ver en los salones de juego o locales de videojuegos, en este caso es la máquina de baile como se ha visto en lugares públicos, con un tablero de metal que es el tapete de baile, un cuerpo grande de madera que incluye la pantalla, las bocinas, monedero y su copete.

Existen diferentes modelos de máquinas Pump It Up *Arcade*, con modificaciones en las bocinas, pantalla y estilo del mueble que vienen de fábrica (diseñados oficialmente por Andamiro) y también es común encontrarse con muebles modificados por los propietarios, sobre todo en el cambio de las pantallas por televisiones modernas (véanse las imágenes después del cuadro 3), pero también pueden encontrarse modificaciones en el mismo mueble.

El tapete de baile también ha sufrido una modificación tras el primer diseño (véase especificaciones de la versión Fiesta en el cuadro 3), a partir de entonces también pueden encontrarse máquinas de baile con el tapete en su primer versión o con el tapete reciente, que también fue diseñado por Andamiro para sus nuevos modelos o puede conseguirse por separado y conectar a un diseño de mueble pasado (véanse imágenes después del cuadro 3).

PC deriva de una computadora personal, mientras que a lo que se refiere PlayStation y XBOX son consolas de videojuegos caseras.

Los niveles de dificultad de baile son muy variados, en la última versión optaron por ponerles números, pero antes se acostumbraba a poner *easy* y *normal*, a los más fáciles; *hard*, a la dificultad media; *crazy*, para la más difícil en un sólo tapete y para los dos tapetes, se encuentra *half double* (sólo utiliza las dos flechas rojas del centro, dos flechas azules del centro y los dos octágonos amarillos del centro); *double*, que también fue llamado *freestyle* y es una dificultad sencilla para los dos tapetes y utilizada más en el baile tipo *break dance* y para coreografías; y *full double* y *nightmare*, para un nivel muy complicado.

4 Precios consultados en www.bestbuy.com.mx, Diciembre 2011.

5 Se le llama plataforma al aparato electrónico que ejecuta el videojuego

Best Buy México

http://www.bestbuy.com.mx/

Twitter Facebook + TICU + Tecnología Apple Google Maps México Yahoo! México YouTube Noticias + Populares +

Best Buy México

Acceso (Reservación) Mi Lista de Deseos

Buscar

[TV y Video](#)
[Audio](#)
[Autos y GPS](#)
[Cámaras y videocámaras](#)
[Computadoras y accesorios](#)
[Celulares y oficina](#)
[Hogar](#)
[Música y películas](#)
[Consolas y juegos](#)

UN REGALO MUY DIVERTIDO PARA ESTAS FIESTAS

32" TV LCD HD Modelo 32LX330
 o **Wii Consola Negra con Wii Super Mando Modelo RW-SPKAL**




AHORA \$1,500
 NUEVA Wii
 \$4,799
\$6,995

[+ LG](#)
[+ LA Wii](#)
[+ APPLE](#)
[+ NINTENDO](#)
[+ BEST BUY](#)
[+ SAMSUNG](#)

(Precio con impuestos) \$144 (IVA incluido)
 Oferta de 24 a 30 de noviembre de 2011

Nuestras Tiendas [Compartir](#)
EL MEJOR REGALO ESTA AQUI [Descubrirlo](#)
BEST BUY LEGA A GUERRA LA JARRA [¡Múltiples!](#)

Eventos y Promociones
 Lanzamiento Zelda: Zelda regresa a tu consola. ¡No te pierdas este lanzamiento!
 La Guasaca Ciega: Ven a vivir un gran momento con La Guasaca Ciega. 25 de noviembre. Mundo E
 Dilebente: Su rock inspirará Best Buy Ciudad de México! Este 26 de noviembre.

La Guía Best Buy
 La mejor forma de comprar tecnología. [Compartir esta guía](#)

BestBuy México
 BestBuyMexico @bestbuycommx Nos puedes seguir para saber más por Twitter! [Publicado hace 23 minutos](#)
 BestBuyMexico @bestbuycommx Con mucho gusto la lo invitamos por DM. Saludos! [Publicado hace 23 minutos](#)
 Únete a la conversación [Subir](#)

Fuente: Bestbuy. www.bestbuy.com.mx, Diciembre 2011

Plasma - Televisión - TV y vídeo

Acceso Personalizado | Mi Lista de Deseos

Inicio

Plasma - Televisión - TV y vídeo

Twitter Facebook +100 Tecnología Apple Google Maps Max Yahoo! México YouTube Noticias Populares

Acceso Personalizado | Mi Lista de Deseos

Inicio

TV y vídeo

Audio

Autos y GPS

Cámaras y videocámaras

Computadores y accesorios

Celulares y oficina

Hogar

Música y películas

Consolas y juegos

¡BEST BUY!

Inicio • TV y vídeo • Televisión • Plasma

YA ES MOMENTO DE ESTRENAR UNA TV LED

42" TV LED LG F-HD 3D
 Modelo: 42LV400

4K **1080p** **3D** **LED**

LG

Supera otros paneles 3D con tecnología 3D+ y 3D+ Real Time Black Magic

MONSTER

ALTA **AL \$4,995**

32" TV LED Sharp LED
 Modelo: H32A110010

720p **1080p** **LED** **3D**

SHARP

ALTA **AL \$4,995**

TV POP Samsung de 43" HD

Modelo: PL43D65003021 / BML 130113333

Compartir varios equipos Samsung HDMI es posible con esta pantalla de 43" que viene con tecnología AnyNet. Con un solo control podrás tener el mejor de cualquier dispositivo AnyNet sin conexiones a extra televisar. Además la ofrece alta definición con el mejor contraste.

ALTA **AL \$1,899**

Compartir productos

No tienes artículos para compartir.

Artículos 1 a 3 de un total de 11

Mostrar 5 por página

Página 1 de 3

¡ALGUNAS PREGUNTAS!

Llámanos sin costo al 01800 BEST BUY (2379.289)



FILTRO POR:

PRECIO

\$ 0.000 - \$ 7.000 (1)

\$ 7.000 - \$ 8.000 (1)

\$ 8.000 - \$ 9.000 (1)

\$ 9.000 - \$ 10.000 (1)

MARCA

LG (3)

Panasonic (5)

Samsung (2)

Tamaño de pantalla en diagonal

42" - 44" (4)

52" - 54" (5)

De 60" en adelante (2)

Velocidad de imagen

estático (11)

Fuente: Bestbuy. www.bestbuy.com.mx, Diciembre 2011

Se han dividido los modos en dos:

1. Modos de baile. Se refiere al estilo de baile, mismo que está cambiando y fue implementado de forma más demarcada en la última versión. Se encuentran *single* y *double*, para los que buscan un baile por niveles de dificultad o un baile *performance* que tiende más a lo que antes era llamado *freestyle*, pero decidieron llamarlo así debido a que ya no se hace tanto al estilo *break dance*, sino también se implementan coreografías con mucha regularidad. También existen los modos de *double performance* y *triple performance* que son para que dos o tres personas puedan bailar al mismo tiempo, siguiendo los pasos que vienen marcados por colores, por ejemplo 1 persona seguirá el azul, otro el rojo y otro el amarillo en el caso del triple.
2. Modos de juego. Pump It Up entra en el campo de los videojuegos, por lo tanto no sólo se ve enfocada a aprender a bailar y finalmente, solo es una simulación de baile pero no puede ser igual que aprender a bailar salsa o tango o cualquier otro baile.

Los modos de juego son:

- El modo *Arcade* es la estación “normal” donde se encuentran todas las canciones para bailar en cualquier dificultad deseada.
- *Non stop remix* y *Music train* son canciones continuas, previamente ordenadas por la misma máquina para no dar tiempo de descanso, se baila alrededor de 10 minutos seguidos.
- *Easy* y *training* son para aprender a bailar Pump It Up, son canciones más sencillas de las de nivel normal o *easy* y tienen explicaciones.
- *Mission*, *World max* y *Quest World* son para hacer “misiones”, en ellas cada canción pide un esfuerzo en específico (por ejemplo, sacar una canción con cierta puntuación, o no perder más de tres flechas) y ese esfuerzo es recompensado al obtener (o desbloquear, como se le llama comúnmente) las canciones ocultas en la máquina o al obtener más puntuación. En cuanto al *Quest World* que aparece en la versión Fiesta, se divide en dos, uno en el que se hacen misiones como las de *Mission* y *World Max* (con la diferencia de que ya no se desbloquean canciones) y la otra llamada *Skill Up! Zone*, donde pide superar las canciones con A o S y se dividen en zonas, por ejemplo, una zona para aumentar la rapidez, otra para hacer brincos, entre otras.
- *Battle* es realmente una batalla entre dos jugadores y existen diferentes tipos de ellas, pero la que se menciona como simplemente *battle* es igual que el *score battle*, es decir, gana quien tenga una mayor puntuación (mayor *score*). En *Item battle* y *Hyperpotion battle* deben coleccionarse más ítems “buenos” que “malos”, por ejemplo, pisar pociones que llenan la barra de vida y no minas que explotan y bajan la barra de vida. *Brain IQ battle* es una batalla donde tienen que pisar pasos de simulación de baile y también pisar la respuesta correcta de las operaciones matemáticas que salen en la pantalla. También hay opciones de memoria (recordar una columna de 5 números, por ejemplo) o de observación (por ejemplo, notar qué flechas ocultaron de un cuadro que se mostró unos segundos antes).
- *More good*, *low combo*, *combo* y *low score battle* son como sus nombres lo mencionan, y gana quien haga más *goods* (existen precisiones para pisar los pasos y se dividen en 5: *perfect*, *great*, *good*, *bad* y *miss*, donde *perfect* es lo más preciso y *miss* es fallarla totalmente); menor *combo* (los *perfects* y *greats* se van acumulando en número y el *combo* es el número de flechas pisadas en *perfect* y *great*); *combo*, para quien haga mayor *combo* y *low score*, para quien haga menos puntuación.
- *Brain shower*. De aquí sacaron el modo batalla de *Brain IQ*. Es igual al *Bran IQ*, pero puede jugarse de forma individual o con algún compañero sin tener que ser una batalla.

Entre las canciones cabe aclarar que:

K pop, es la música creada en Corea. Banya es un grupo contratado por Andamiro exclusivamente para crear canciones para Pump It Up, pero debido a algunos cambios con los

miembros del grupo prefirieron llamarlo en las últimas versiones (desde la NX2) como original y así se encuentran ya las canciones de Yahpp, el DJ Msgoon y los nuevos conjuntos SHK y Doin dentro de las nuevas canciones originales de Pump It up.

La sección New Tunes son las canciones nuevas que aparecen la máquina, se acomodan de esa manera a partir de las versiones NX para hacer más fácil su búsqueda; *World music* (en las versiones NX se llamó *Pop style*) son las canciones de grupos de otros países que no sea Corea; las *full songs* son canciones completas denominadas OST (Original Sound Track, por sus siglas en inglés).

Cabe mencionar que todas las canciones que se bailan en el modo de *Arcade* duran menos que las versiones completas (aproximadamente 2 minutos) y se les denominan GST (Game Sound Track, por sus siglas en inglés). Los *Shortcuts* son canciones aún más recortadas con una duración menor a un minuto.

Cuadro 2. Versiones Pump It Up sólo para Corea

Versión	Lanzamiento	Plataforma(s)	Niveles	Modo de juego	Adicionales
1st Dance Floor	Octubre, 1999	→ Arcade	→ Easy → Hard → Double	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Incluye 16 canciones de K-pop.
2nd Dance Floor	Diciembre, 1999	→ Arcade	→ Easy → Hard → Double	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Con 82 canciones.
3rd Dance Floor	Mayo, 2000	→ Arcade → PC	→ Easy → Hard → Double → Crazy	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Incluye canciones de 1st y 2nd y 18 más.
The Fusion 1st and 2nd Floor	1999	→ PC	→ Easy → Hard → Double → Crazy	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Recopilación de 1st y 2nd.
3rd OBG SE (Oldies But Goodies Season Edition)	Septiembre, 2000	→ Arcade → PC	→ Easy → Hard → Double → Crazy	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Contiene todo lo de la 3rd, con 14 canciones más.
The Collection	Noviembre, 2000	→ Arcade	→ Easy → Hard → Double → Crazy	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Recopilación de las anteriores.
Perfect Collection	Diciembre, 2000	→ Arcade → PC	→ Easy → Hard → Double → Crazy	→ Arcade → Non stop remix → Battle	Igual que The Collection, la diferencia radica en que pusieron imágenes de portadas en las canciones.
Extra	Febrero, 2001	→ Arcade	→ Easy → Hard → Double → Extra expert (crazy)	→ Arcade → Battle	Igual a la Perfect Collection, pero el modo <i>crazy</i> se llama <i>Extra expert</i> .
Rebirth	Enero, 2002	→ Arcade	→ Easy → Hard → Crazy → Double → Half double	→ Arcade → Division → Combo battle	Contiene todas las canciones de las anteriores, sin remixes.

Elaborado por: Raquel Arias

Cuadro 3. Versiones Pump It Up internacionales

Versión	Lanzamiento	Plataforma(s)	Niveles	Modo de juego	Modo de baile	Adicionales
Premiere	Junio, 2001	→ Arcade → PC	→ Normal → Hard → Crazy → Double → Easy → Hard → Crazy → Full double → Half double	→ Arcade → Battle		Incluye canciones en inglés y 6 temas en portugués para Brasil.
Premiere 2	Marzo, 2002	→ Arcade	→ Normal → Hard → Crazy → Full double → Half double	→ Arcade → Division → Combo battle		Tiene las canciones de la Rebirth.
Premiere 3	Marzo, 2003	→ Arcade	→ Normal → Hard → Crazy → Full double → Half double	→ Arcade → Combo battle		Contiene 36 canciones de las versiones anteriores y 20 nuevas de música latinoamericana (como la canción de "Conga" de Gloria Estefan).
PREX	Noviembre, 2001	→ Arcade	→ Normal → Hard → Crazy → Double	→ Arcade → Battle		Canciones de la Premiere y Extra, por eso su nombre es PREX.
PREX 2	Noviembre, 2002	→ Arcade	→ Normal → Hard → Crazy → Full double	→ Arcade → Combo battle		Canciones de Premiere 2 y Extra.

Versión	Lanzamiento	Plataforma(s)	Niveles	Modo de juego	Modo de baile	Adicionales
PREX 3	Octubre, 2003	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → PC 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare → Half double 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Combo battle 		<p>Esta versión incluyó canciones de grupos estadounidenses, como la de "Just a girl" del grupo No Doubt.</p>
Exceed	Abril, 2004	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → PlayStation 2 → PlayStation Portable → XBOX 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade 		<p>Introdujeron un nuevo software para que tuviera mayor calidad de imagen y más rapidez, además de que el estilo de elección del modo de juego es diferente a las demás: en las anteriores máquinas debía elegirse primero el nivel (<i>crazy</i>, <i>nightmare</i>...) y después la canción; en la Exceed primero se elige la canción y después aparece otra pantalla para elegir el nivel.</p>
Exceed 2	Diciembre, 2004	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Score battle → Item battle → Remix 		<p>Igual a la Exceed, pero aumentaron 17 canciones.</p>
Exceed SE	Agosto, 2005	<ul style="list-style-type: none"> → PlayStation 2 → XBOX 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Battle → Sudden death → Home → Survival → Arcade → Video 		<p>Sólo para consolas caseras, basado en las Exceed.</p>

Versión	Lanzamiento	Plataforma(s)	Niveles	Modo de juego	Modo de baile	Adicionales
Zero	Febrero, 2006	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → PlayStation Portable 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Easy → Remix → Mission 		<p>Salieron 25 nuevas canciones y cabe mencionar que cuenta con un gran repertorio de canciones de otros países (como "Essa Maneira" que está en portugués, "Le Code de la Bonne Conduit" en francés, etc). Dicha versión renovó el modo de juego con respecto a las anteriores Pump It Up, demarcando desde su introducción (al momento de poner el crédito y oprimir el centro) sus 4 diferentes modos de juego. Otro punto innovador es que <i>arcade</i> contiene la forma <i>another</i> de las canciones.</p>
NX	Febrero, 2007	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Special Zone → World Max → Training 		<p>Se innovó en el mueble de la máquina de baile, ahora se volvió sofisticado e inmerso en la nueva ola de la tecnología: cuenta con sonido en alta definición y una pantalla HDMI (alta definición también) de plasma de 42 pulgadas, además de que es más delgada, más alta y con luces de neón que la hacen ver más moderna. Cuenta con un medidor de pérdida de calorías, para quienes vean la Pump It Up como un ejercicio cardiovascular.</p>
NX2.	Enero, 2008	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Special Zone → World Max → Training 		<p>Conservó los mismos niveles y modos de la NX, además de muchas de sus canciones (incluye 36 nuevas canciones), pero la diferencia radica en que ahora todos los avances en las misiones del World Max serán guardados en una USB (Unidad de Almacenamiento Flash) exclusivamente distribuidas y vendidas alrededor del mundo por Andamiro.</p>
NX Absolute	Febrero, 2009	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade 	<ul style="list-style-type: none"> → Normal → Hard → Crazy → Freestyle → Nightmare 	<ul style="list-style-type: none"> → Arcade → Special Zone → World Max → Brain Shower → Easy Station 		<p>Continúa la tradición de las NX, aumentaron 34 nuevas canciones y el modo <i>Brain Shower</i> para estimular la inteligencia.</p>

Versión	Lanzamiento	Plataforma(s)	Niveles	Modo de juego	Modo de baile	Adicionales
Fiesta 2010	Marzo, 2010	→ Arcade	1 - 26	<p>Interfaz doble: básica y <i>full mode</i>. El <i>full mode</i> incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> → 10 canales en <i>arcade</i>: • <i>New tunes</i> • <i>Original tunes</i> • <i>K pop</i> • <i>World music</i> • <i>Full songs</i> • <i>Remix</i> • <i>Short cut</i> • <i>Music train</i> • <i>Quest world mission zone</i>, • <i>Quest world skill up! Zone</i> → <i>Co-op mission</i> → 7 battles: • <i>Score</i> • <i>Hyperpotion</i> • <i>More good</i> • <i>Low score</i> • <i>Low combo</i> • <i>Brain IQ</i> • <i>Combo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> → <i>Single</i> → <i>Double</i> → <i>Single performance</i> → <i>Double performance</i> 	<p>Cuenta con 30 nuevas canciones y una colección de canciones de las versiones anteriores dentro del modo arcade tituladas: de primera a tercera, de SE a Extra, de Rebirth a PREX 3, de Exceed a Zero, NX y NX2 y NXA. Se puede usar cualquier USB (ya no sólo las de Andamiro) y en la página oficial de Pump It Up van subiendo actualizaciones que se descargan y ejecutan en la máquina mediante la USB. Las actualizaciones incluyen nuevos pasos, canciones, items, entre otros.</p>
Fiesta EX 2011	Enero, 2011	→ Arcade	1 - 27	<p>Cuenta con los mismos que la Fiesta 2010.</p>	<ul style="list-style-type: none"> → <i>Single</i> → <i>Double</i> → <i>Single performance</i> → <i>Double performance</i> → <i>Triple performance</i> 	<p>Incluye todas las canciones de la Fiesta 2010 y 24 nuevas, más las añadidas mediante actualizaciones USB. En el <i>Triple Performance</i> pueden bailar 3 personas al mismo tiempo. Salen al mercado 2 nuevos gabinetes: CX y TX. El mueble es más grande y colorido y la mayor diferencia está en el tapete: las flechas tienen una diferente combinación de colores y se quitaron unos tornillos y soportes en los acrílicos que, sin dar mantenimiento, se hundían y terminaba siendo incómodo para el jugador</p>

Elaborado por: Raquel Arias.



Gabinete Pump It Up común



Variaciones en gabinetes Pump It Up.



Gabinete Fx, a partir de la versión NX.



Gabinete Pump It UP CX con tapete común.



Gabinete Pump It Up TX con tapete reciente.

2.2 El interés por la Pump It Up

Aunque la música y el modo de juego (o estilo de baile, para los que lo vean más como una simulación de baile que como un juego) puede ser encontrado también por internet, se hizo una diferencia porque la dinámica en internet es muy amplia y se tiene una interacción distinta que la que hay en persona.

Primero se hablará un poco de la música en la Pump It Up, porque las canciones pegajosas y con mucho ritmo hicieron que llamara la atención de muchos jóvenes (también de adultos y niños, pero con menor éxito). Ver a jóvenes bailar en las máquinas también fue llamando la atención de otros jóvenes, pero eso se verá en el apartado que procede al de música.

Luego está el apartado de la actividad que hay entre los *pumpers* a través de internet, lo cual forma todo un vínculo social entre ellos y los mantiene interesados en la Pump It Up.

2.2.1 La música de la Pump It Up

Para el año 2000, en México, llegaron las primeras máquinas de baile que no tardaron en hacerse populares entre los jóvenes, sobre todo por dos canciones que llamaron más la atención: “Beethoven Virus” (una mezcla de partes de la *Sonata de Piano número 8 en Do menor* y la *Sinfonía número 3 “Patética”* en su movimiento “Allegro” de Ludwig Van Beethoven, pero con un estilo más moderno) y “Don’t Bother Me” de Tashannie (grupo Sudcoreano).

El interés fue mantenido gracias a que en cada juego nuevo (versiones nuevas) se incorporaban nuevas canciones al estilo de Beethoven, pero ahora con la “Marcha Turca” de Mozart, *Concierto No. 4 en Fa menor “Invierno”* de Vivaldi, entre otros y muchas más canciones de todas partes del mundo.

Desde luego que Andamiro también pensó en ir incorporando canciones de diferentes lugares del mundo, que fueran en diferentes idiomas y a veces de grupos o cantantes reconocidos, por ejemplo, de Panda, No Doubt, Wonder girls, Gloria Estefan, entre otros.

Lo que más importa en las canciones es que sean “bailables”, que tengan mucho ritmo y mejor aún si sus melodías son pegajosas, es decir, fáciles de retener en la memoria y así el jugador mantenga la tonada y tenga ganas de volver a jugar otra vez, convirtiéndose en un *pumper*.

2.2.2 El modo de juego de la Pump It Up

La Pump It Up es catalogado como un videojuego de simulación de baile, por lo tanto parece ser que lo más correcto es llamar modo de juego al estilo de baile que se lleve a cabo en la plataforma (o tapete), sin embargo las dos maneras se entienden por la misma cosa: subirse al tapete y marcar los pasos con los acrílicos de las flechas y octágonos conforme van saliendo en la pantalla. Ya la manera en como decida hacerse dependerá de la persona a cargo.

Más abajo, podrá verse una infografía de la Pump It Up con una breve descripción de lo que es la Pump It Up, sus partes, sus versiones y cómo se juega, lo que ayuda a tener una mejor idea en general.

Además de la música se tiene por supuesto que también llamó mucho la atención el estilo de baile de tipo *Freestyle* (al tocar las flechas con manos, rodillas y dar vueltas, más al estilo del *break dance*).

Conforme se fueron creando nuevas versiones se incorporaron nuevas canciones y otros estilos de juego como lo son: *Battle*, *World Max*, *Brain Shower*, entre otros; que ya no sólo tratan de bailar, sino de derrotar al otro jugador, hacer misiones o contestar operaciones matemáticas, juegos de memoria y de observación respectivamente.

Hay un punto interesante por el cual muchas personas también juegan, y es por la salud. La mayoría de los *pumpers* son delgados, sobre todo los que ya bailan en niveles más elevados o los que tienden a bailar en *freestyle*. Los primeros porque la velocidad de baile y la resistencia es más agotadora que, por ejemplo, correr y los segundos porque tienen que levantarse con una mano o cargar a su compañero, no difiere mucho de otros estilos de baile donde se necesita mucha fuerza, resistencia y habilidad.

Hay muchos *pumpers* que llevan muchos años bailando porque “es divertido y además hace ejercicio” declara un *pumper* apodado Slam, quien lleva 10 años bailando, y agrega que

“la mayoría de los *pumpers* bajan de peso cuando juegan con frecuencia y con la medida de calorías de las NX se vió que es uno de los ejercicios cardiovasculares que ayudan a la pérdida de calorías con más rapidez que cualquier otro cardio”. También afirma “yo ya me había dado cuenta que es más efectivo para bajar de peso porque hago más ejercicio y noto que me es más cansado bailar durante media hora que cuando voy a trotar o andar en bicicleta durante ese mismo tiempo”.

2.2.3 La actividad respecto a la Pump It Up en internet

Existen miles de estas páginas alrededor del mundo, dentro de ellas destacan *Waffles con pollo* (<http://wafflesconpollo.blogspot.com/>) para los de habla hispana y *Pump Haven* (<http://www.ph-online.net>) como página internacional (única que tiene contacto directo con Andamiro). Se tomarán como ejemplos esas dos famosas páginas para poder hacer un recuento de los intereses de los *pumpers*.

Waffles con pollo es el blog más reconocido por los *pumpers*, hecho por el *pumper* mexicano Ryan Balis. Cuenta con un banner superior con el nombre del blog *Waffles con pollo por favor. Todo sobre Pump It Up. De pumpers para pumpers* y debajo están las noticias fijas. Más abajo se divide en dos secciones, la izquierda con las noticias que se van publicando y del lado izquierdo el contacto para entrar al contacto del blog mediante las redes sociales de Facebook y Twitter, vínculos a páginas relacionadas con la Pump It Up, un buscador interno del blog, un chat y un contador de visitas. En el blog de Ryan se puede encontrar casi todo lo relacionados con la Pump It Up, es un blog muy completo que incluye información de la página oficial, información de las páginas no oficiales, una recopilación de todas las canciones (en una sección llamada Pollo Tunes), letras de las canciones, imágenes, dibujos (creados por *pumpers*, la sección se llama Cuanto Patón), entre otras cosas más. Cabe mencionar que cuando se busca en Google algo relacionado con la Pump It Up, *Waffles con Pollo* es el blog que aparece normalmente en la primera línea de las búsquedas.

Además, Ryan Balis tiene su propio programa de radio por internet para *pumpers* llamado Pumpy Retro; el programa se transmite todos los días viernes de 11 de la noche a 1 de la mañana y tratan un tema relacionado con la Pump It Up (alguna noticia de actualización o sobre algún grupo de K-pop) y ponen música de la misma máquina de baile. En la página del programa de radio (pumpyretro.blogspot.com) hay una ventana de chat para que los radioescuchas interactúen entre sí y con los locutores mientras escuchan el programa.

Pump Haven es la primer página en dar información de los códigos (flechas que debemos pisar en un determinado orden, en las páginas web aparecen como números -1,3,5,7,9- donde 1 es la flecha roja delantera izquierda, 3 es la flecha roja delantera derecha, 5 es el centro amarillo, 7 es la flecha azul trasera izquierda y 9 la flecha azul trasera derecha) que se necesitaban para continuar con los avances de la memoria USB (Universal Serial Bus, por sus siglas en inglés) para poder seguir desbloqueando nuevas canciones en la Pump It Up que permanecen ocultas, además es la primera en avisar sobre las canciones que tendrá el próximo videojuego (sale aproximadamente uno por año en el mercado internacional) y hace encuestas que le sirven a Andamiro.

En sus secciones ofrece los siguientes contenidos: música en MP3 de todas las versiones de Pump It Up, remixes y canciones *full* (completas, no recortadas como vienen en la máquina) que aparecen en una zona especial (*Special Zone, Remix Station*, ha tenido diferentes nombres según la versión de juego), canciones que aparecen en la Pump It Up pero en sus versiones originales de los artistas (les llaman OST), paquetes con archivos que vienen dentro de las versiones de Pump It Up, videos de canciones que han sido jugadas (aparecen las flechas y el video de fondo), videos de música, videos que aparecen de fondo durante el juego (llamados BGA – BackGround Animations), otros remixes no oficiales hechos por *pumpers*, videos variados, música variada, utilidades para el pump para la computadora, y una portada con la información más actualizada de los códigos, nuevas máquinas y resultados de sus encuestas.

Pump It Up - La destreza de un baile virtual

Es una serie de videojuegos de simulación de baile lanzado por Andamiro en 1999. Consta de una máquina con su pantalla, bocinas y luces conectadas a un tablero en el piso. Esta plataforma tiene 10 sensores con dibujos de flechas donde los jugadores ponen los pies al ritmo de la música siguiendo los pasos que se muestran en la pantalla.

COMANDOS

Son seis las figuras que deben ser pisadas en el momento exacto en que llegan a la barra de arriba marcada en la pantalla y llevan el ritmo de la música.

**PIE
IZQUIERDO**

**PIE
DERECHO**

**TALÓN
IZQUIERDO**

**TALÓN
DERECHO**

**PIE
DERECHO O IZQUIERDO**

LUCES Y AUDIO

Las luces se iluminan al ritmo de la música y efectos de sonido que emiten las bocinas.

MONITOR

En la pantalla aparece la secuencia de las figuras que el usuario deberá pisar, incluyendo un video que sirve como apoyo visual de la canción.

BAILE PARA CONSOLAS CASERAS

PlayStation 2 y XBOX.

PIU USB

Se puede cargar, actualizar, salvar y desbloquear canciones, juegos y puntajes.

RANURA DE CRÉDITO

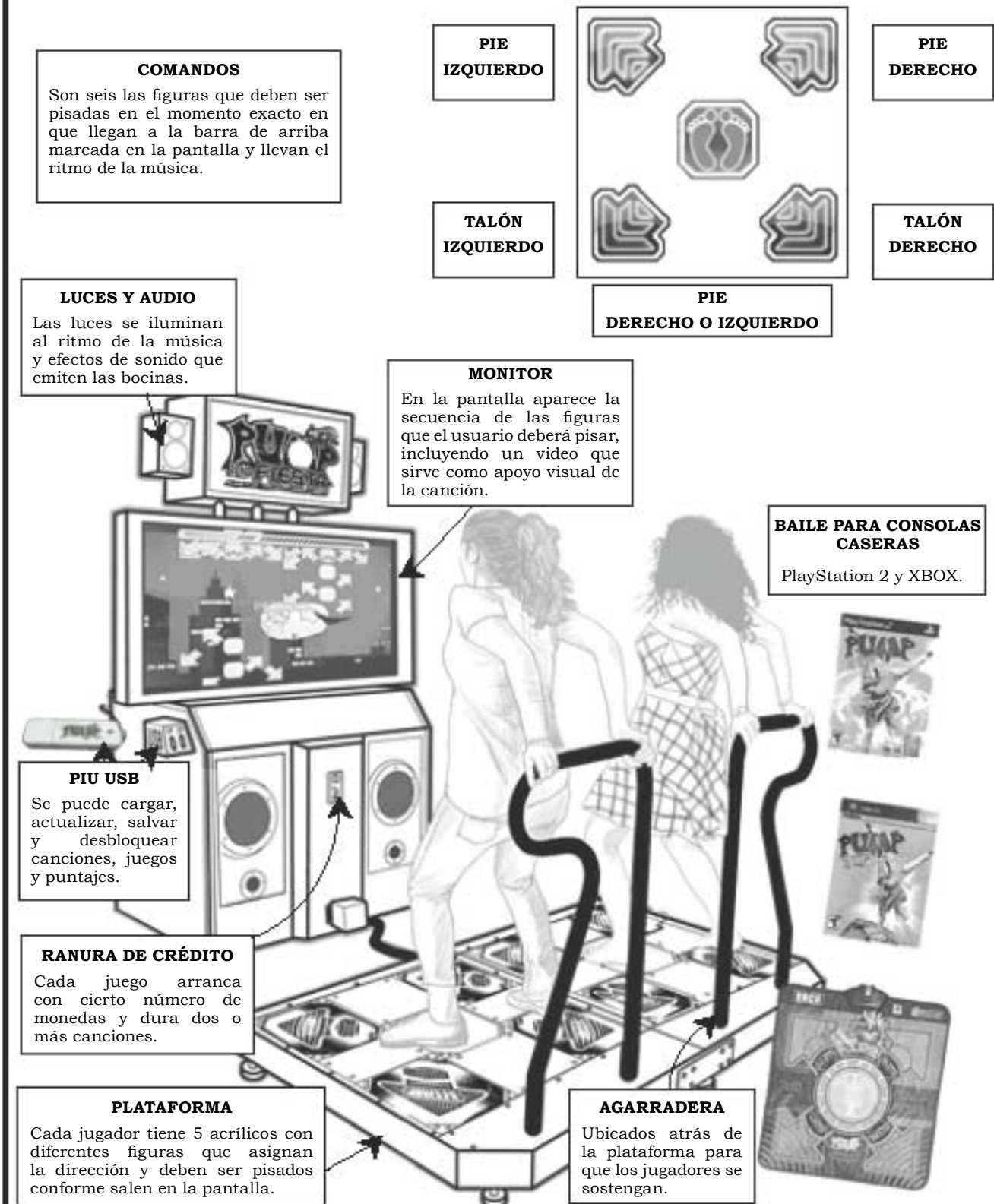
Cada juego arranca con cierto número de monedas y dura dos o más canciones.

PLATAFORMA

Cada jugador tiene 5 acrílicos con diferentes figuras que asignan la dirección y deben ser pisados conforme salen en la pantalla.

AGARRADERA

Ubicados atrás de la plataforma para que los jugadores se sostengan.



Aunque *Pump Haven* es casi una página oficial de la Pump It Up, *Waffles con pollo* tiene más secciones pues está pensada por *pumpers* para atender todas sus necesidades. Aun así *Pump Haven* tiene un mayor número de archivos y la información más verídica al tener el apoyo de Andamiro.

Lo que podemos observar es que tienen secciones en común, que están en relación directa con lo que todo *pumper* busca sobre la Pump It Up:

- Música
- Videos
- Información de torneos
- Imágenes
- Pump It Up para computadora
- Códigos para desbloqueo de las versiones
- Información de las nuevas versiones.

En la página oficial (www.piugame.com) su contenido es muy diferente y varía de acuerdo al país que se consulte. En la página que le corresponde a México hay cinco secciones principales:

- Piclub. Esta sección contiene todos los clubs –agrupaciones– que forman los *pumpers*. Participando en el club pueden juntar puntos para después intercambiarlos por artículos de Piumall.
- Piuranking. Para subir las puntuaciones y ver el listado de puntuaciones más altas.
- Piugame. Es la portada y contiene un menú de preguntas y respuestas, información de torneos, foros, la encuesta que esté en marcha y notificaciones de los encargados en cada país.
- Piumall. Es la tienda donde pueden comprarse productos como gorras, llaveros, entre otros de la Pump It Up. No se compran con dinero, sino con puntos que se dan al participar en discusiones o subiendo fotos o videos a los clubs.
- Piuevent. Trata de todos los eventos adicionales a los torneos creados por Andamiro, por ejemplo, regalar una consola de videojuego a la persona que tenga más millas acumuladas en su memoria.

Además de los contenidos mencionados, en cada club de Piclub los *pumpers* ponen su información de torneos internos para sus clubs, sobre el lugar donde juegan y todo tipo de actividades que tengan que ver con las personas que los integran. Existe una gran cantidad de información alojada en este sitio que suele ser publicada en el foro, pero para quienes no cuentan con el tiempo suficiente resulta ser una molestia tener que buscar entre tantas páginas o discusiones en el foro la información que buscan en el momento. Los *pumpers* necesitan un canal más eficaz para poder conseguir información veraz y oportuna.

2.3 *Pumpers*

La palabra es poco común y quien la escuche por primera vez sin conocer el nombre de la máquina de baile se preguntará ¿qué significa? Aquí podrán encontrar la respuesta, primero se hablará de lo que es un *pumper*, después de su identidad como jóvenes (en su mayoría, puesto que también hay algunos niños y adultos) o como una comunidad (por su autodenominación como comunidad *pumper*) y finalmente se hablará de los *pumpers* mexicanos y cómo han resaltado en los torneos mundiales.

2.3.1 Definición de *pumper*

Los *pumpers* son personas que comienzan a formar el hábito de bailar en la máquina de baile Pump It Up, a diferencia de quienes sólo han bailado unas cuantas veces en su vida. No todas las personas que se han subido al tapete a bailar son *pumpers*, tienen que bailar más seguido, sea una vez al mes o cada dos o tres meses, cada semana o hasta diariamente, entonces pueden ser considerados como *pumpers*.

También se distingue a un *pumper* por comenzar a utilizar gran parte de su tiempo, dinero y esfuerzo en la Pump It Up. Además de bailar ellos:

- Buscan información del videojuego, cualquier tipo de información que tenga relación con el videojuego Pump It Up, sea por internet o preguntando a otros *pumpers* si tienen las canciones, videos, imágenes o si saben cualquier cosa que tenga que ver con la máquina de baile Pump It Up.
- Compran productos que vende la compañía Andamiro, como memorias USB para guardar sus avances, como los videojuegos con tapete para diferentes consolas (XBOX, PlayStation Portable, PlayStation 2) o bocinas para computadora, playeras, entre otros productos que venden en convenciones de animación japonesa o en torneos.
- Frecuentan a otros *pumpers* o buscan más de ellos por internet o en otros locales de videojuegos.
- Van a torneos y todo tipo de eventos que estén relacionados con la Pump It Up.

Un *pumper* puede crear una obsesión por tener todo lo relacionado con la máquina de baile Pump It Up, desde las canciones, imágenes, videos que salen en la máquina, hasta todos los accesorios que ofrece Andamiro o creados por otros *pumpers*.

Parece obvio que la palabra *pumper* tenga como origen el nombre del videojuego: Pump It Up y que tenga relación con la lengua inglesa, por ejemplo, si a un jugador se le dice *player* a un jugador de la Pump se le llama *pumper*, seguramente el término se quedó así por ser un juego internacional. En un caso remoto también podría ser que el término apareciera de los latinos y se les llamara pumperos (así como a quien vende tortillas se le llama tortillero o a quien toca o baila salsa se le llama salsero) y con el mismo contacto entre personas de diferentes países por internet se le terminara quitando la letra o.

2.3.2 La identidad de los *pumpers*: la comunidad *pumper*

La definición de comunidad tiene que ver con la materia en que se esté estudiando, como ejemplos se tienen el punto de vista sociológico que define, en pocas palabras, a la comunidad como la congregación de personas con un fin en común; y el punto de vista filosófico donde la comunidad es un conjunto de personas que interactúan mediante vínculos naturales.

Una comunidad es un “conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes” según la Real Academia Española de la Lengua.

Los *pumpers* llaman a su grupo social “la comunidad *pumper*”, aunque podríamos afirmar que realmente es una identidad juvenil, porque la mayoría son jóvenes y porque tienen como identificación bailar Pump It Up; además de que las identidades juveniles son las que “participan en la redefinición de los espacios sociales y conforman nuevos ámbitos rituales que son suyos” (VALENZUELA, 1997: 18).

La comunidad *pumper* está formada por varios grupos que tienen un solo interés: la Pump It Up. Esta comunidad no forma parte de ningún movimiento social a favor o en contra de algo, no tiene leyes, ni límites o censos. No importa la raza, edad, género, capacidades, medidas corporales o status social; a primera vista no hay forma de distinguir a un *pumper* de cualquier otra persona.

Se hacen notoriamente visibles cuando se juntan en grupos para ir a bailar a cualquier local o casa que tenga alguna Pump It Up; por lo común utilizan una vestimenta informal, cualquier ropa que les permita estar cómodos al bailar y también usan una jerga particular (palabras como *crazy*, *Banya*, *K pop*, *steps*, entre otras). Los locales se ubican en muchos lugares del país, desde centros comerciales hasta tiendas de abarrotes. Por lo general las máquinas se ubican en comercios que tengan otras máquinas de videojuegos de tipo arcadia o en centros de entretenimiento (se encuentran Pump It Up’s en Funny Chips, Recorcholis, entre otras).

Aunque por su habilidad al bailar Pump It Up y la cantidad de *pumpers* reunidos en un mismo lugar suelen llamar mucho la atención, la sociedad no los reconoce como *pumpers* ni de alguna otra forma (hay quienes piensan que son pandilleros), sino que este nombre es una autodenominación que no ha sido difundida ni reconocida por la sociedad en general.

Por lo general los grupos de *pumpers* están inscritos como un club en la página oficial de Andamiro (<http://club.piugame.com>). Conforme a las reglas de Andamiro deben tener un

líder y abrir su club en ese sitio. La página que se abre para el club sirve como medio de comunicación para los miembros, además pueden subir sus fotos, videos, opiniones, datos, mensajes y eventos para ganar puntos y comprar con esos puntos los accesorios que ofrece Andamiro, actualmente ya es común que los clubs se agrupen en Facebook y sea su medio de comunicación.

Los *pumpers* no surgieron en algún lugar del mundo y se fueron extendiendo como ha pasado con emos, socialistas o cristianos; esta no es una comunidad que comparta una ideología, sólo comparten una afición por un videojuego. Sin embargo, existe un orden de aparición que va de acuerdo a la expansión de la Pump It Up por la empresa Andamiro en diferentes países del mundo.

Los primeros *pumpers* son coreanos porque Corea del Sur es el lugar donde se inventó el videojuego y su primer lanzamiento fue Pump It Up: The 1st Dance Floor en el mes de octubre de 1999. Aparecieron otras 7 versiones más exclusivamente en Corea del Sur: The 2nd Dance Floor (diciembre, 1999), The Fusion 1st and 2nd Dance Floor (diciembre, 1999), The 3rd Dance Floor O.B.G (mayo, 2000), The 3rd OBG SE (septiembre, 2000), The Collection (noviembre, 2000), Perfect Collection (diciembre, 2000) y Extra (febrero, 2001).

En Junio de 2001 se lanzó oficialmente la primera Pump It Up internacional, para ese año se sabe que Pump It Up ya estaba en México, Estados Unidos y Brasil y otros países de los que no se encuentra información. Su expansión continuó con los siguientes 15 juegos en otro territorio mundial.

Para el 12 de Noviembre del 2005 se celebró el Primer Mundial de la Pump It Up “WPF” (World Pump Festival), en Corea, aquí participaron 10 países: Brasil, China, Corea, España, Estados Unidos, Gran Bretaña, Indonesia, Italia, México y Taiwán.

El WPF del 2007 tuvo como participantes a 17 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Hong Kong, Indonesia, Italia, México, Corea, Perú, España, Taiwán, Estados Unidos y Venezuela.

Para el año 2012 la página oficial de Andamiro toma en cuenta a 30 países: Corea, Reino Unido, Indonesia, Malasia, Filipinas, Estados Unidos, Rusia, Italia, Tailandia, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, México, Perú, Paraguay, Nicaragua, Costa Rica, Honduras, Panamá, República Dominicana, Venezuela, España, Guatemala, Brasil, Hong Kong, China y Taiwán.

Aunque no se encontró un registro concreto de la expansión de la Pump It Up, podemos observar que dentro de los primeros *pumpers* están los coreanos, estadounidenses, brasileños y mexicanos.

2.3.3 *Pumpers* hechos en México

Como ya se mencionó, la comunidad *pumper* se divide en grupos y aunque no hay discriminación ni racismo, sí existen diferencias entre cada país y cada club o grupo de *pumpers*.

Los *pumpers* en México son los más dedicados a la Pump It Up, los que tienen mayor presencia a nivel mundial, pues siempre aparecen en las listas de los mundiales y en gran número.

El primer WPF (2005) tuvo 3 categorías de participación y los ganadores fueron principalmente mexicanos, con los primeros lugares en las categorías de *Freestyle* y *Battle* y el segundo lugar en *Speed* (ver cuadro 4).

En el WPF del 2006 también los mexicanos sobresalieron y esta vez se incluyó el *Speed* femenino y se dieron premios hasta el octavo lugar (ver detalles en el cuadro 5).

El WPF del 2007 fue realizado en la Ciudad de México, paradójicamente el desempeño de los mexicanos fue muy bajo, así en la categoría de *Speed* varonil quedaron en el 5° lugar, el *Speed* femenino obtuvo la 2ª, 6ª y 7ª posición y en *Freestyle* la última posición.

Los resultados del más reciente WPF (2011) realizado en China, aparecen en el cuadro 6, también puede notarse que México obtuvo la tercera posición en el *Speed* femenino.

En la página oficial de Andamiro, hay 38 clubs inscritos con un total de 1709 *pumpers* sólo en la Ciudad de México y esta misma ciudad cuenta con un total de 103 locales de máquinas registrados en esa misma página web.

Cabe mencionar que los *pumpers* tienden a utilizar mucho el internet para mantener contacto entre ellos, los *pumpers* utilizan internet en equivalente a la comparativa de usuarios de internet de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) donde el 67% de los usuarios de internet en México son jóvenes y adultos entre 12 y 34 años de edad.

Entre los 12 y 17 años hay aproximadamente 8 millones de usuarios de internet, luego entre los 18 y 24 años hay alrededor de 6 millones de usuarios de internet y finalmente hay unos 5 millones de usuario de internet entre los 25 y 34 años haciendo un aproximado de 19 millones de usuarios entre esas edades, lo cual se muestra en la gráfica del final de este apartado.

Y la expansión usuarios de internet va en crecimiento, en conjunto con el mayor uso de dispositivos móviles conectados a internet, según los datos gubernamentales que se incluyen a continuación (véase el cuadro 7) el crecimiento de 2010 a 2012 es exponencial, pasando del 28 al 60% en la inclusión digital.

Cuadro 4. Resultados WPF 2005

Categoría	Lugares
<p><i>Freestyle</i></p> <p>En esta categoría pueden bailar en “estilo libre” (de ahí su nombre), de una a tres personas en cinco o diez flechas. Los jueces califican el desempeño, maquillaje, vestimenta y puntaje de la máquina.</p>	1° México - Flor Amelia Carrera Villabazo & Omar Hatzel Salazar “Simba”.
	2° Brasil - Lucas Rodriguez “Legal”.
	3° Korea - Ye-Won Song y Hyo-Jeong Kim.
<p><i>Speed</i></p> <p>Se bailan canciones en las modalidades <i>crazy</i> y <i>nightmare</i>. Quien tenga el mayor puntaje es el ganador.</p>	1° Korea - Chang Lee.
	2° Mexico - Armando Zamudio Verduzco "wero".
<p><i>Battle</i></p> <p>Por parejas debían vencer al oponente, el que bailara mejor acumulaba corazones y poderes que le quitaban corazones al oponente. Quien tuviera el mayor número de corazones ganaba, si tenían el mismo número de corazones, quien tuviera el mayor score sería el ganador.</p>	1° México
	2° Argentina

Elaborado por: Raquel Arias.

Cuadro 5. Resultados WPF 2006

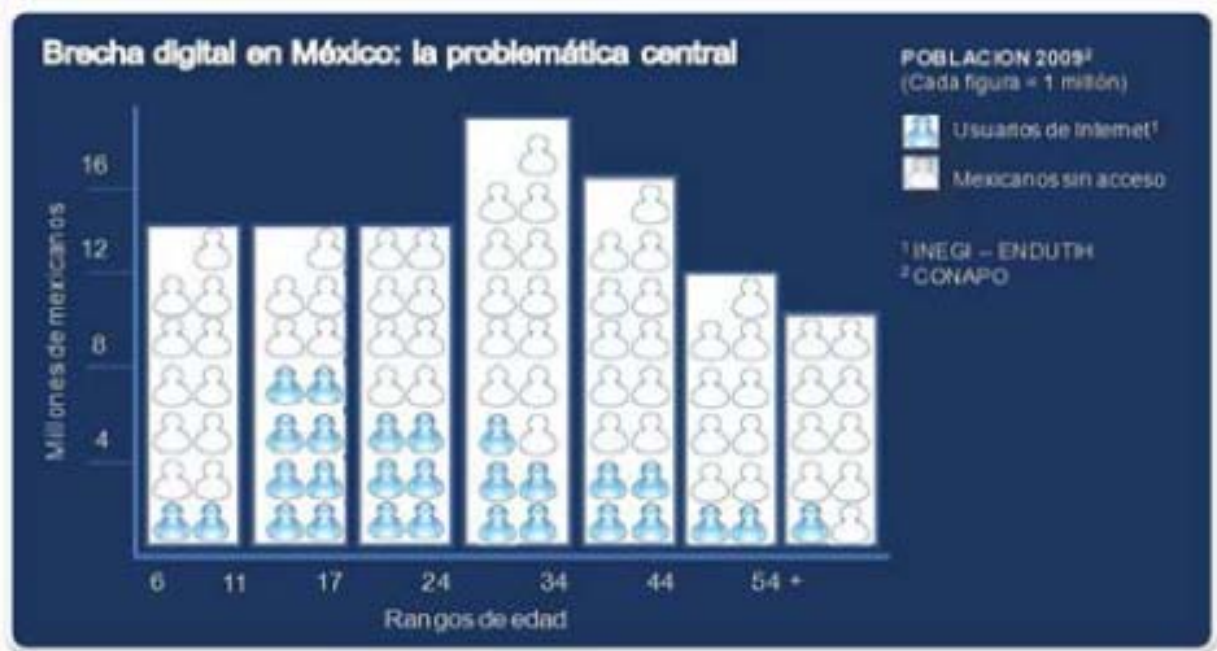
Categoría	Lugares
<p><i>Speed</i> femenil Tiene las mismas reglas de la categoría speed, sólo que a las mujeres se les permite bailar agarradas de la barra de atrás.</p>	1° México – Rosario Nayeli García Aragón
	2° Argentina – Daniela Mohamed
	3° Korea – Kim Mi Hee
	Brasil, Chile, Taiwán, Perú y Corea obtuvieron lugares del 4° al 8° respectivamente.
<p><i>Speed</i> varonil</p>	1° México – Armando Zamudio Verduzco “wero”
	2° México – Victor Lara Pérez “gorras”
	3° Corea – Lee Chang
	Corea, Chile, Argentina, Ecuador y Estados Unidos fueron los siguientes lugares.
<p><i>Freestyle</i></p>	1° Corea – Lee Cein y Suo Kyoung Suk
	2° Brasil – Fabricio Rangel Velloso Orsolin y Lucas Rodriguez
	3° Colombia – Diego Fernando Castro Vargas y Judy Alexandra Sanmiguel
	México, Malasia, Estados Unidos, Ecuador e Italia fueron obtuvieron los siguientes lugares.

Elaborado por: Raquel Arias.

Cuadro 6. Resultados WPF 2011

Categoría	Lugares
Speed femenino	1° Perú
	2° Ecuador
	3° México
Speed varonil	1° Corea
	2° Chile
	3° China
Freestyle	1° Corea
	2° Brasil
	3° Ecuador

Elaborado por: Raquel Arias.



Fuente: E-México, Agenda digital, <http://www.e-mexico.gob.mx/web/agenda-digital/brecha-digital>, Enero 2011.

Cuadro 7. Indicadores básicos de la Agenda Digital Gubernamental

Inclusión digital	
Meta de usuarios de Internet al 2012	60%
Usuarios de Internet 2010	28%
* Meta 2012 de usuarios de Internet de la Campaña Nacional de Inclusión Digital Vasconcelos 2.0	10 Mlls.
Conectividad de cobertura social	
Capacidad de puntos a conectar red WiMax	200 mil
Total de puntos conectados por red satelital	6.8 mil
Indicadores básicos en México 2010	
Usuarios de Internet	27.2 Mlls
Hogares con Internet	5.1 Mlls
Líneas telefónicas fijas	19.3 Mlls
Usuarios de telefonía móvil	87.5 Mlls
Suscriptores de banda ancha	9,9 Mlls
Precio promedio por Mbps de banda ancha	56.7 USD
Escuelas con Internet	105.2 Mil
Total de dominios mx	447.1 Mil

Fuente: Sociedad de la información y el conocimiento, <http://www.emexico.gob.mx/inicio>, Enero 2011

Cabe concluir que se requirió de mucho esfuerzo el definir y describir a la Pump It Up y a la comunidad *pumper* puesto que son conceptos relativamente nuevos (de 10 años atrás) y pocos son los que se han dedicado a estudiarlos.

La recopilación de la historia, comentarios, notas y todo lo referente a la Pump It Up ayudaron a poder darle una forma entendible a todo lo que engloba al mundo de los *pumpers*. La información se procuró explicar de forma que las personas que no son *pumpers* puedan enterarse de lo que trata, aunque sea de forma superficial. Este capítulo pone en contexto a la comunidad *pumper*.

Se trató de englobar de forma general a los *pumpers*, más que como una comunidad, como una identidad en donde tienen un punto en común: el gusto por la Pump It Up. Aunque se identifiquen con un videojuego, también es bien sabido que suelen tener gustos parecidos en muchos ámbitos, como el deporte, los videojuegos, la cultura oriental, etc.

También comparten un aquí y un ahora, son jóvenes estudiando, trabajando, formando familias, enfrentando la vida, resolviendo su existencia y la Pump It Up es una forma de escapar de la rutina, de los problemas, de olvidarlo todo y concentrarse en sólo bailar.

Sin embargo, también entre los *pumpers* se presentan momentos de frustración, disgustos con ellos mismos, una difícil convivencia, rivalidades, peleas, divisiones, etc. Que, aunque parezca contradictorio, fortalece los vínculos culturales y sociales en los que están inmersos como una comunidad *pumper*.

El tema de los *pumpers* está en constante cambio, tanto por las innovaciones que presenta Andamiro, como por la inclusión de jóvenes *pumpers* y el crecimiento de los primeros *pumpers*, quienes dejan de ser adolescentes y se convierten en adultos, sumado a las novedades de internet y radio por internet, por lo que sólo quedará como un referente de lo que se encuentra hasta este momento.



CAPÍTULO 3.

LA CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO RADIOFÓNICO: DISEÑO, ANÁLISIS Y PROPUESTA

La propuesta del concepto para el programa de radio por internet para *pumpers* se formulará en base directa en los resultados de la encuesta.

Para llegar al resultado, será necesario involucrar un diseño metodológico apropiado el cual se presentará al principio del capítulo para después pasar a la encuesta y su análisis. Por último se encontrará el diseño de la sinopsis, la escaleta y un guión muestra como punto culminante.

Finalmente, no sólo el concepto radiofónico hace el programa, también se tendrá en cuenta el diseño del programa en fondo y forma, con aspectos como su transmisión, temporalidad, duración, contenido, importancia y posicionamiento, que también se incluyeron en la encuesta.

El guión muestra se escribirá sin olvidar la inclusión de otras posibilidades propias de la radio por internet como el contenido multimedia y la interacción con el público, vistos en el segundo capítulo.

Para programas posteriores se usará la imaginación para variar temas y elementos en cada programa con sondeos, entrevistas de semblanza y opinión, concursos con participación de los escuchas, mini reportajes, entre otros.



3.1 Diseño del concepto radiofónico para el programa de radio por internet para *pumpers*

Se dividió al diseño metodológico en 5 apartados: la identificación del problema se hizo con la pregunta de investigación y la hipótesis (apartado 3.1.1); el grupo de estudio en el apartado 3.1.2; un breviario del trabajo de campo en el apartado de recolección de datos (3.1.4) y la elaboración (3.1.5) y codificación (3.1.6) del instrumento de recolección de datos.

3.1.1 Identificación de la necesidad

Como punto de partida, se planteó la siguiente pregunta: ¿Qué características debe tener un concepto radiofónico para un programa de radio por internet que sea completo, eficaz y accesible para mantener informada a la comunidad *pumper*?

El concepto radiofónico estará basado en el reconocimiento de la identidad de los *pumpers*, lo que desean expresar, del uso del lenguaje, por ejemplo palabras en diferentes idiomas y sonidos de uso frecuente en la misma máquina de baile.

Si se toman en cuenta las características de contenido y de transmisión para formar el programa de radio, entonces se podrá diseñar un concepto de radio por internet completo, eficaz y accesible.

3.1.2 La comunidad *pumper* como público meta

Se estudiará a los *pumpers*, reconocidos por ellos mismos como la comunidad *pumper*. Específicamente a los de la Ciudad de México por ser el lugar donde se congregan la mayor cantidad de eventos y torneos de los *pumpers* mexicanos.

3.1.3 El diseño de la estrategia

En la estrategia se integra la recolección de datos, desde la elección de la técnica, hasta la elaboración, aplicación, codificación y análisis del instrumento de recolección de datos.

3.1.3.1 El camino

En este caso se recurrirá a una encuesta porque es la más adecuada a los recursos financieros y humanos disponibles y porque dará los datos necesarios para poder armar el programa de radio en base a los gustos y necesidades de los *pumpers*.

La encuesta se hará a través de un cuestionario de preguntas que tengan que ver con la forma y contenido que debería tener el programa de radio para *pumpers*. El cuestionario se aplicará a una muestra no probabilística, la cual selecciona sujetos con ciertas características, en este caso el requisito es que sean *pumpers* del Distrito Federal.

El instrumento de recolección de datos que se usará para la encuesta es el cuestionario y para su elaboración se tendrá en cuenta:

1. El objetivo: obtener información sobre los intereses y gustos de la comunidad *pumper* para diseñar el concepto radiofónico del programa de radio por internet.
2. Una tabla de variables y sus respectivas preguntas correspondiente al cuadro 8 de la siguiente página.

El cuestionario contiene 12 preguntas: 3 cerradas, 8 de opción múltiple y una abierta al final y quedó conforme a la muestra que se incluye en el apartado 3.1.3.2.

Cuadro 8. Variables y preguntas para la elaboración del cuestionario

Variable	Preguntas
Temporalidad	¿Qué día de la semana ocuparías para escuchar un programa de radio para <i>pumpers</i> ?
Duración	¿De cuánto tiempo dispones para escuchar un programa de radio para <i>pumpers</i> ?
Contenido	<p>¿Qué es lo que te interesaría escuchar en un programa de radio para <i>pumpers</i>? (torneos, ubicación de las Pump It Up, presentaciones y eventos, entre otras).</p> <p>En un programa de radio por internet para <i>pumpers</i> ¿te gustaría escuchar algo más que temas de Pump It Up?</p> <p>Un programa de radio te parece interesante cuando: te divierte, te entretiene, te informa, te instruye, entre otras.</p>
Transmisión	<p>¿Has escuchado o escucharías un programa de radio por internet para <i>pumpers</i>?</p> <p>¿En dónde escucharías un programa de radio por internet para <i>pumpers</i>? (dispositivo portátil, computadora en casa, computadora en café internet).</p>
Posicionamiento	¿Qué te atraería para escuchar un programa de radio por internet para <i>pumpers</i> ? (Publicidad, recomendación de un amigo o conocido, contenido).
Importancia	<p>¿Escucharías un programa de radio por internet para <i>pumpers</i>?</p> <p>¿Qué tan importante es la Pump It Up en tu vida? (Muy importante, regularmente importante, poco importante).</p>
Concepto	<p>¿Qué palabra asocias con Pump It Up?</p> <p>¿Cuál es tu mayor interés en cuanto a Pump It Up? (Lo veo como un deporte, es una forma de socializar, es un videojuego que me gusta).</p>

Elaborado por: Raquel Arias.

3.1.3.2 El instrumento



¡ATENCIÓN!. El cuestionario tiene como finalidad obtener información sobre los intereses y gustos de la comunidad *pumper* y su uso será confidencial.

Instrucciones

Lee las preguntas y marca la opción que consideres adecuada y escribe en los espacios en que se te solicita.

Sexo: M F Edad: _____años.

1. ¿Has escuchado algún programa de radio por internet para *pumpers*?

a) Sí, ¿cuál? _____

b) No, ¿por qué? _____

2. ¿Escucharías un programa de radio por internet para *pumpers*?

a) Sí

b) No, ¿por qué? _____

Si la respuesta es sí, pasa a la siguiente pregunta; si la respuesta es no, pasa a la pregunta 8.

3. ¿Qué día(s) de la semana ocuparías para escuchar un programa de radio por internet para *pumpers*? (Puedes marcar más de una opción)

a)Lunes b)Martes c)Miércoles d)Jueves

e)Viernes f)Sábado g)Domingo

4. ¿De cuánto tiempo dispones para escuchar un programa de radio por internet para *pumpers*?

a)15 minutos b)30 minutos c)45 minutos

d)Una hora e)Más de una hora

5. ¿Qué información te interesaría escuchar en un programa de radio para *pumpers*? (Puedes marcar más de una opción).

a) Torneos

b) Ubicación de las Pump It Up

c) Presentaciones y eventos

d) Otra(s), ¿cuál(es)? _____

6. En un programa de radio por internet para *pumpers* ¿te gustaría escuchar algo más que temas de Pump It Up?

a) Sí, ¿qué?_____

b) No

7. ¿En dónde escucharías un programa por internet para *pumpers*?

a) Computadora en casa

b) Computadora en un café internet

c) Dispositivo portátil ¿cuál?_____

8. ¿Qué te atraería para escuchar un programa de radio por internet para *pumpers*? (Puedes marcar más de una opción).

a) Publicidad b) Recomendación de un amigo o conocido

c) Contenido en particular, ¿cuál?_____

9. Un programa de radio te parece interesante cuando (puedes marcar más de una opción):

a) Te divierte c) Te informa

b) Te entretiene d) Te instruye

e) Otra(s), ¿cuál(es)?_____

10. ¿Cuál es tu mayor interés en cuanto a la Pump It Up?

a) Lo veo como un deporte

b) Es una forma de socializar

c) Es un videojuego que me gusta

c) Otro, ¿cuál?_____

11. ¿Qué tan importante es la Pump It Up en tu vida?

a) Muy importante c) Muy importante

b) Regularmente importante

12. Por último, escribe una palabra que asocies con la Pump It Up:

¡GRACIAS POR CONTESTAR!



3.1.3.3 El criterio de análisis

Las tablas donde se pondrán los resultados para la codificación del cuestionario quedan como las siguientes:

Edad	Femenino	Masculino	Total
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
Total			

Relación sexo/edad

	Si	No
Han escuchado el programa		
Interesados en escuchar el programa		

Interés en programa de radio pumper

Programa	Cantidad
Xperimental Radio PIU	
Pumpy Retro	
Shingo en tu vida	
La Wafflera	
Generation Pump	
Radiopiu.com	
Podcast ETE	
Pump Warriors	
Radio Concept	
Radio SKP	

Programas que han escuchado

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Cantidad							

Preferencia en el día

Tiempo	15 minutos	30 minutos	45 minutos	60 minutos	Más de 1 h
Cantidad					

Tiempo de escucha

Tópico	Torneos	Ubicación de las Pump It Up	Presentaciones y eventos	Otros
Cantidad				

Tópicos de información

	Si	No
Cantidad		

Escucharían otros temas además de Pump It Up

Lugar	Casa	Café internet	Portátil
Cantidad			

Lugar para escuchar el programa

Opciones	Publicidad	Recomendación	Contenido
Cantidad			

Lo que los atraería al programa

Opciones	Diversión	Entretenimiento	Información	Instrucción	Otra
Cantidad					

Lo que buscan en el programa

Opciones	Deporte	Convivencia	Videojuego	Otro
Cantidad				

Visión de la Pump It Up

Opciones	Muy Importante	Medio Importante	Poco Importante
Cantidad			

Importancia de la Pump It Up

La pregunta 12 es abierta, por lo tanto se mencionará su análisis en el apartado 3.3.

3.2 Aplicación de la estrategia para la construcción de un concepto de radio por internet

Como se mencionó en el apartado 3.1.3.1, se recurrió a la encuesta por ser la técnica más adecuada y también por su flexibilidad de aplicación; su eficiencia y facilidad en el “levantamiento, codificación, captura, validación, procesamiento y presentación de la información” (LÓPEZ, 1998: 34).

La encuesta se hizo a través de un cuestionario que se aplicó a una muestra no probabilística a *pumpers* de la Ciudad de México. La descripción del trabajo de campo, los resultados y su interpretación se explican en los siguientes apartados.

3.2.1 Los lugares y el tiempo

Los cuestionarios se aplicaron entre los meses de Marzo a Julio de 2011 en los locales de máquinas de videojuegos donde se reúnen *pumpers* en la Ciudad de México (Videomanía, fuera de metro Chilpancingo; Anime Zone en la Colonia Ticomán; Plaza Zapata, dentro del metro Zapata; La Cueva en Azcapotzalco; Villa *Pumper*, fuera del metro Villa de Cortés, cuarto piso del Bazar del Anime y el Videojuego en el Centro Histórico) y eventos (torneos, concursos) donde se reúnen *pumpers* en la Ciudad de México sin un predeterminado número de hombres o mujeres, ni de grupos de edades específicas, el único requisito de aplicación era que jueguen en el Distrito Federal.

El total de cuestionarios reunidos fue de 314 y se aplicaron en 6 locales donde hay máquinas de baile, en 2 torneos y en el Mexico Pump Festival (MPF) 2011. Los lugares y tiempos de aplicación se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 9. Aplicación de los cuestionarios

Lugares	Número de cuestionarios aplicados por mes					Totales
	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	
Videomanía	15	10				25
Anime Zone	30					30
Plaza Zapata				15		15
La Cueva				15		15
Villa <i>Pumper</i>				15		15
Bazar Anime					25	25
Torneo Hidden Steps		25				25
Torneo Ferrera				25		25
Mexico Pump Festival			139			139
					Total:	314

Elaborado por: Raquel Arias

3.2.2 Los resultados

Las opciones de las preguntas del cuestionario fueron codificadas numéricamente, luego ordenadas en sus respectivas tablas de vaciado, indicando cada resultado en una casilla para medir las frecuencias de cada respuesta y después establecer los porcentajes indicados.

Con los datos ordenados en las tablas de vaciado y los porcentajes resulta más fácil proceder al análisis y graficación de los resultados. Las tablas de vaciado de cada pregunta del cuestionario se encontrarán en la siguiente página y van conforme al orden de las preguntas y sus respectivas contestaciones, diferenciando una pregunta por cuadro y una respuesta por celda, con excepción de la última, que por ser una pregunta abierta y con un resultado lleno de variables diferentes. Conforme a los porcentajes más altos se estableció el concepto que incorporan la forma y el contenido del programa de radio.

Edad	Femenino	Masculino	Total
12	0	1	1
13	0	1	1
14	2	1	3
15	1	5	6
16	3	10	13
17	7	14	21
18	5	21	26
19	8	46	54
20	6	41	47
21	8	32	40
22	5	28	33
23	3	20	23
24	5	7	12
25	2	6	8
26	0	8	8
27	0	1	1
28	3	6	9
29	0	3	3
30	0	1	1
31	0	2	2
32	0	1	1
33	0	1	1
Total	58	256	314

Relación sexo/edad

	Si	No
Han escuchado el programa	121	193
Interesados en escuchar el programa	288	26

Interés en programa de radio pumper

Programa	Cantidad
Xperimental Radio PIU	59
Pumpy Retro	32
Shingo en tu vida	14
La Wafflera	4
Generation Pump	1
Radiopiu.com	1
Podcast ETE	1
Pump Warriors	1
Radio Concept	1
Radio SKP	1

Programas que han escuchado

Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Cantidad	104	77	89	76	146	142	109

Preferencia en el día

Tiempo	15 minutos	30 minutos	45 minutos	60 minutos	Más de 1 h
Cantidad	15	71	79	96	18

Tiempo de escucha

Tópico	Torneos	Ubicación de las Pump It Up	Presentaciones y eventos	Otros
Cantidad	198	162	202	107

Tópicos de información

	Si	No
Cantidad	180	99

Escucharían otros temas además de Pump It Up

Lugar	Casa	Café internet	Portátil
Cantidad	198	32	60

Lugar para escuchar el programa

Opciones	Publicidad	Recomendación	Contenido
Cantidad	121	141	160

Lo que los atraería al programa

Opciones	Diversión	Entretenimiento	Información	Instrucción	Otra
Cantidad	120	233	200	80	17

Lo que buscan en el programa

Opciones	Deporte	Convivencia	Videojuego	Otro
Cantidad	59	57	146	52

Visión de la Pump It Up

Opciones	Muy Importante	Medio Importante	Poco Importante
Cantidad	135	140	39

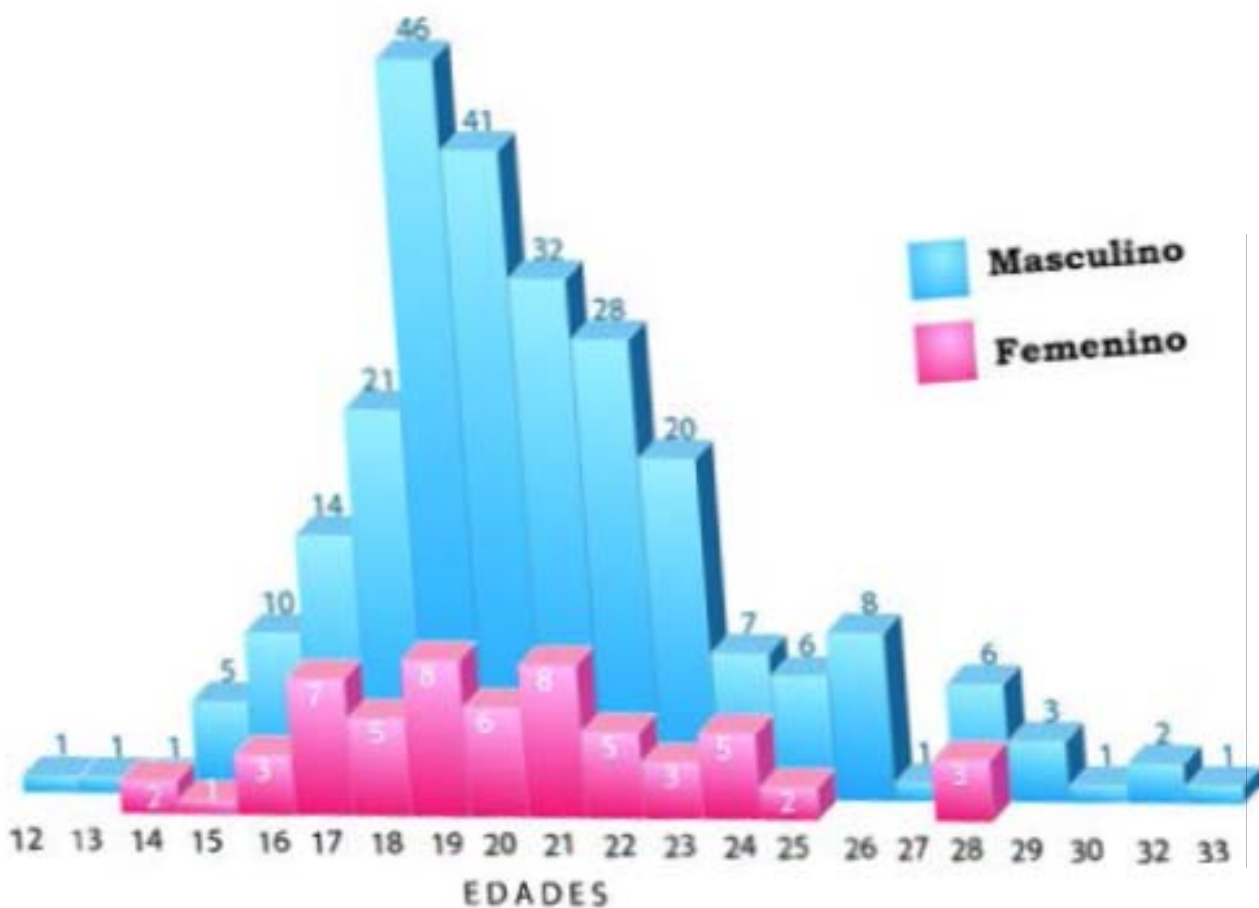
Importancia de la Pump It Up

3.2.3 La interpretación

En la tabla se encuentra que hay 58 mujeres y 256 hombres, correspondientes a un porcentaje del 18.47% en el sexo femenino y un 81.53% en el género masculino.



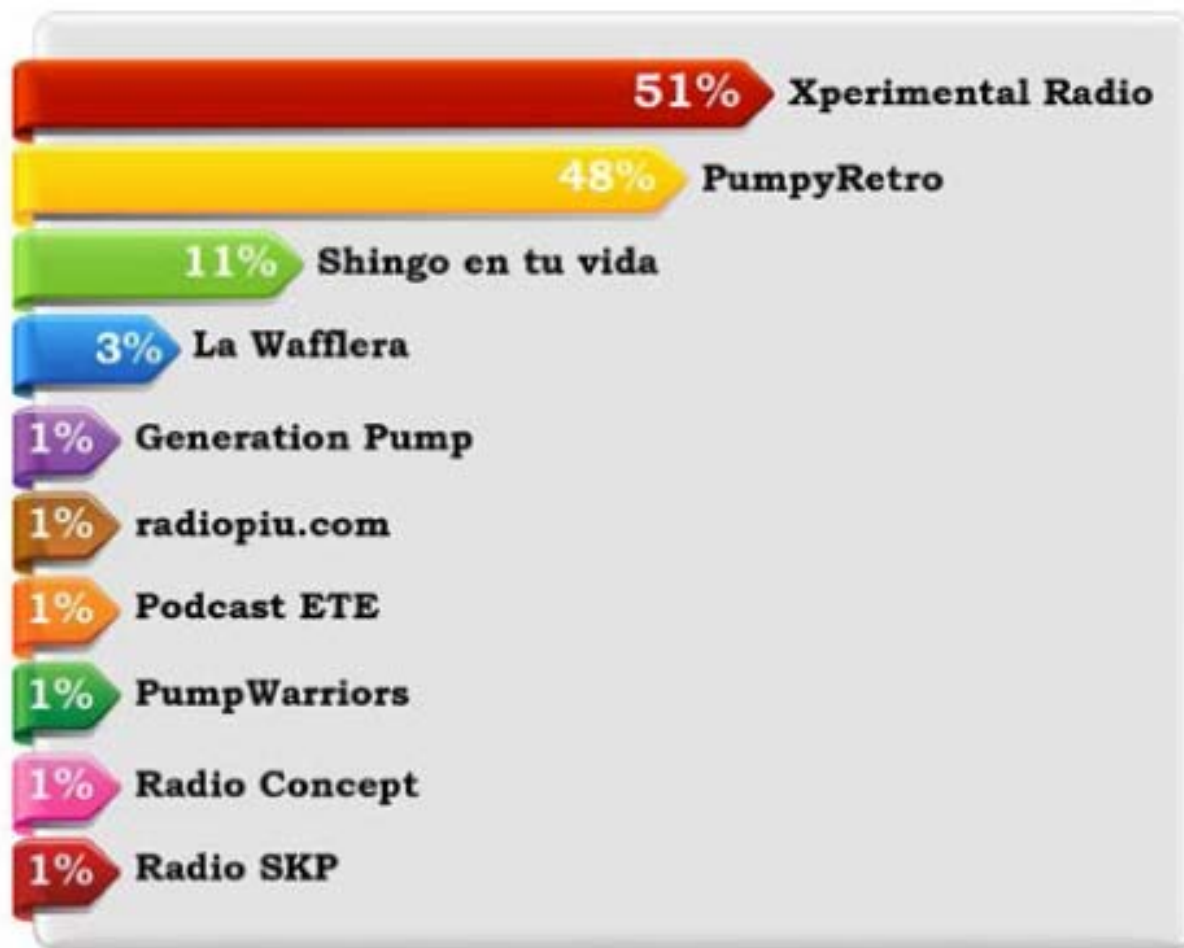
De los cuales sólo hay mujeres entre los 14 y 28 años de edad, excepto a los 26 años. En cuanto a las edades en general, la mayoría tienen entre 19 y 21 años como muestra la siguiente gráfica:



En la primer pregunta (¿has escuchado algún programa de radio por internet para *pumpers*?) el 38.54% sí lo han hecho y el 61.46% no.

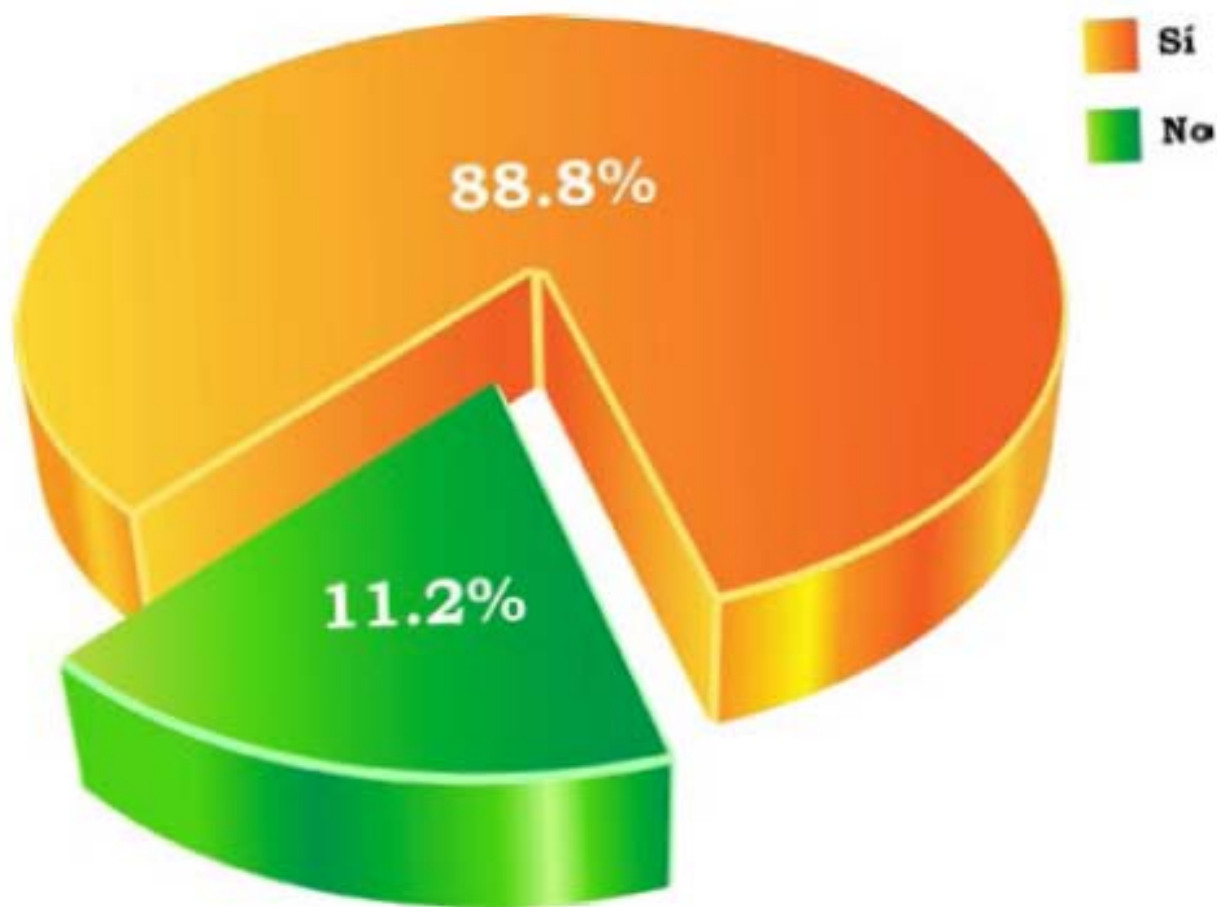


Quiénes contestaron que sí, han oído los programas: Xperimental Radio, PumpyRetro, Shingo en tu vida, La Wafflera, Generation Pump, <http://radiopiu.com>, Podcast ETE, PumpWarriors, Radio Concept y Radio SKP.



Y quienes no han escuchado ha sido porque: no conocen ningún programa de radio por internet para *pumpers*, en primer lugar; no escuchan radio por internet, en segundo lugar; en tercero porque no tienen tiempo; en cuarto porque les da flojera, o desconocen el motivo; siguiendo por razones como que no les gusta el internet, en las páginas que visitan no hay, lo intentaron y no funcionó, no encuentran, no les parece interesante la programación, no han buscado/encontrado, no le dan importancia, no les gusta escucha radio, no se han enterado, no tienen interés, no tienen internet, se descompuso su computadora o prefieren bailar solamente.

En cuanto a si escucharían o no el programa de radio por internet para *pumpers*, el 88.8% dijo que sí y el 11.2% no lo haría.



Muchos de los que no han escuchado radio por internet porque les da flojera, no les gusta, no le dan importancia o no tienen interés, si están dispuestos a escuchar el programa. Los que no tienen tiempo o prefieren sólomente bailar en la Pump It Up, contestaron igualmente que no lo harían.

Más datos del por qué mencionaron que no lo harían son: no están en casa, no tienen tiempo, no les gusta, no les interesa, no les late, no quieren, no son fans, no tienen internet, les parece que hablan y ponen ñoñeses, prefieren sólo jugar o ya existen clubes para esa finalidad.

Los días que más seleccionaron para escuchar radio fueron: viernes en primer lugar con 19.6%, sábado en segundo lugar con 19.1%, el domingo en tercer lugar con 14.7%, el lunes en cuarto lugar con 14%, el miércoles en quinto lugar con 12%, el martes en sexto lugar con

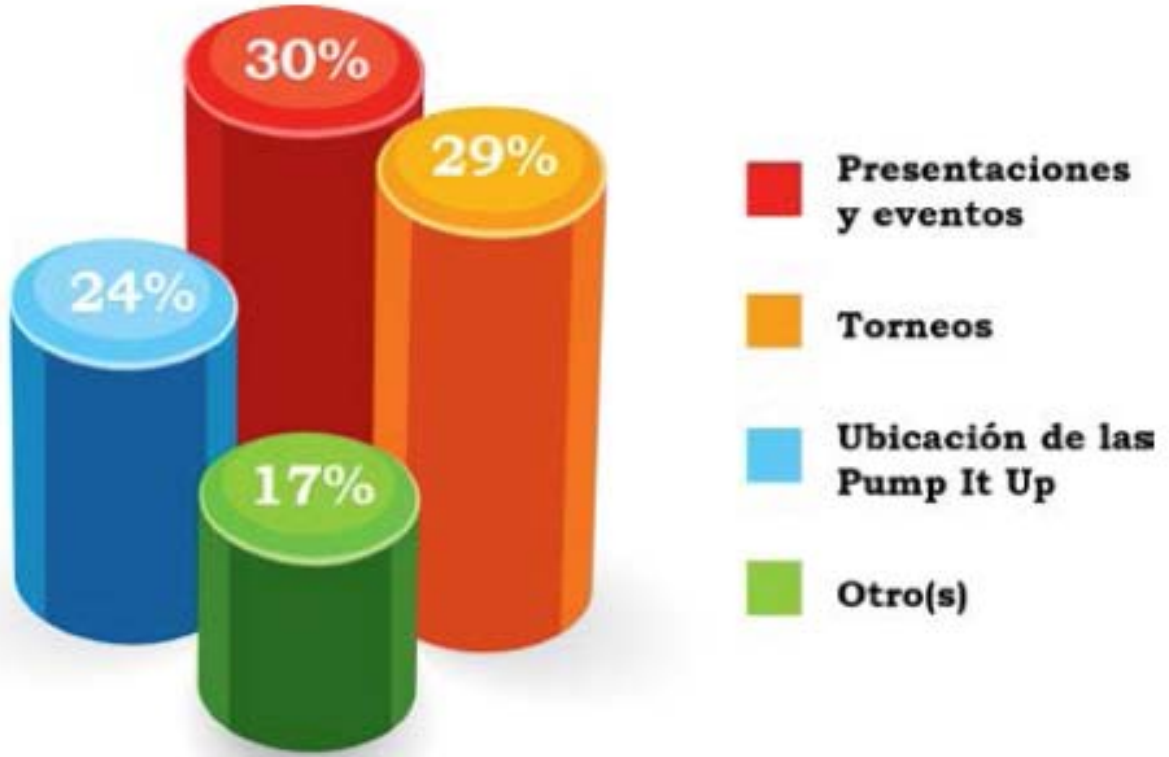
10.4% y el jueves en séptimo lugar con un 10.2% Lo cual indica que la transmisión deberá ser en viernes preferentemente o entre sábado y lunes, la tendencia es al fin de semana.



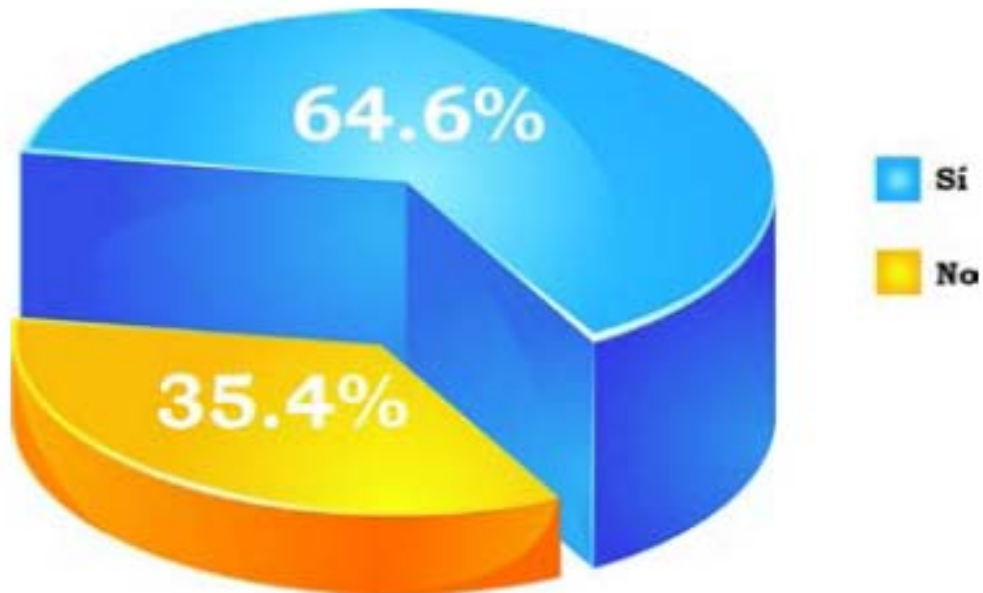
El tiempo de transmisión indicado es de una hora o más conforme a los resultados de la cuarta pregunta, donde el 34.4% lo escucharía por más de una hora, el 28.3% una hora, el 6.5% durante 45 minutos, el 25.5% media hora y sólo el 5.3% podría escucharlo 15 minutos. Los resultados del planteamiento anterior junto con éste arrojan que los *pumpers* tienen suficiente tiempo libre los fines de semana para escuchar el programa de radio.



En cuanto a la información que les interesa escuchar, están en primer lugar las presentaciones y eventos, con un 30%; siguiendo los torneos con un 29%, la ubicación de las Pump It Up con el 24% y por último otros intereses como horario de los locales donde hay Pump It Up, actualizaciones, rating, ubicación y música de Dance Dance Revolution, técnicas, consejos, reuniones, retas on line, información general, información de artistas de la Pump It Up, tips, los mejores jugadores de Pump It Up de México, hackeo de pumps y temas no relacionados con Pump It Up.



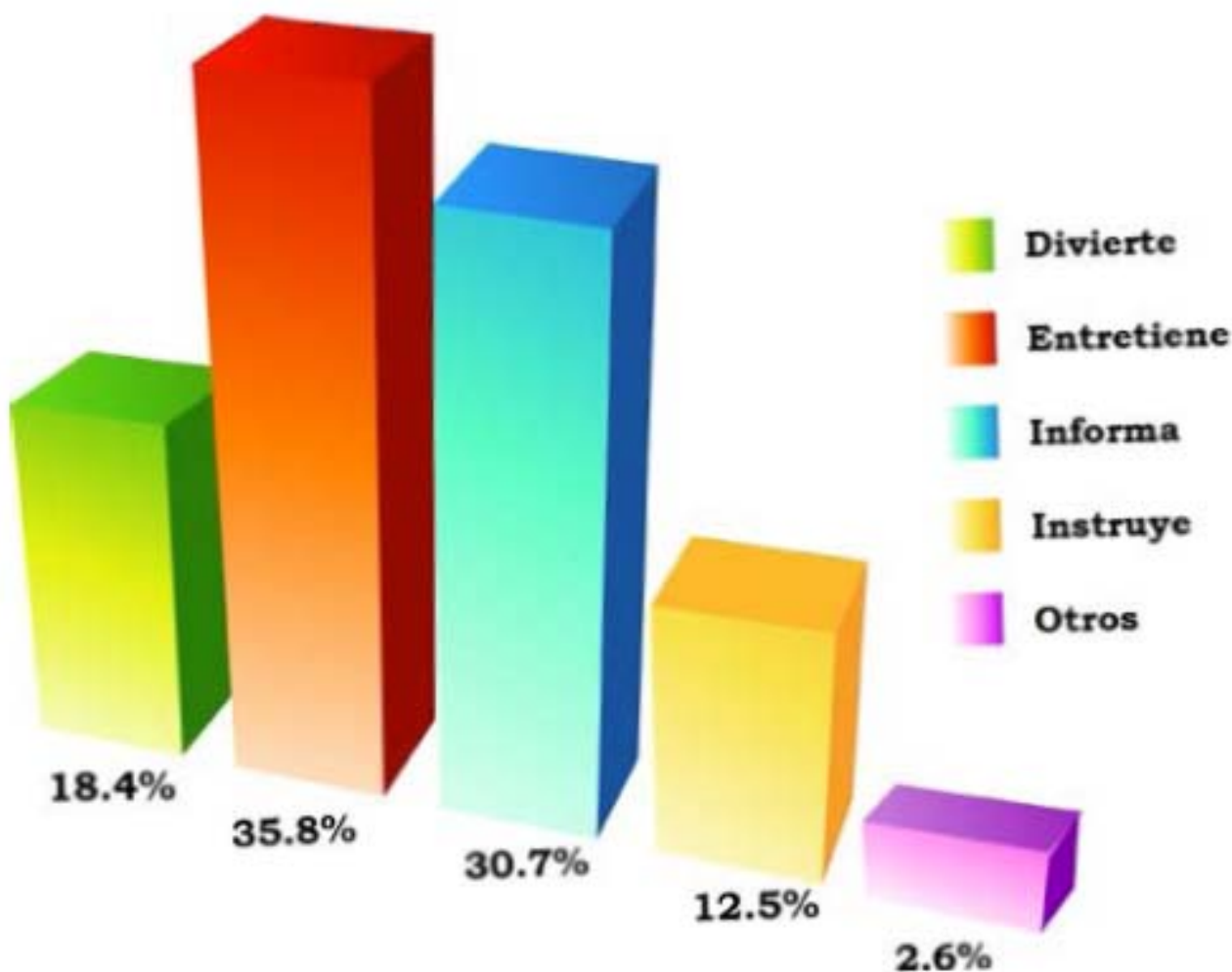
Conforme a la pregunta 6, la mayoría Sí quiere escuchar otro tema que no tenga que ver con Pump It Up. Los resultados totales fueron como sigue:



Se pretende dar la información más requerida por la mayoría de los *pumpers* (avisos de eventos, presentaciones y torneos) y una introducción de lo que se escuchará en todo el programa durante los primeros quince minutos, para quienes no tengan tiempo de escucharlo más tiempo puedan enterarse de lo principal.

Después de una hora se podrán hablar de temas que no sean relacionados con Pump It Up, puesto que más de la mitad (64.5%) si tienen intereses en común, como el anime, videojuegos, temas innovadores, aprender nuevas cosas, arcadas, chistes, descarga de canciones, conciertos de artistas de la Pump, cultura, Dance Dance Revolution, música asiática, idols, música de videojuegos, deportes y otros géneros musicales.

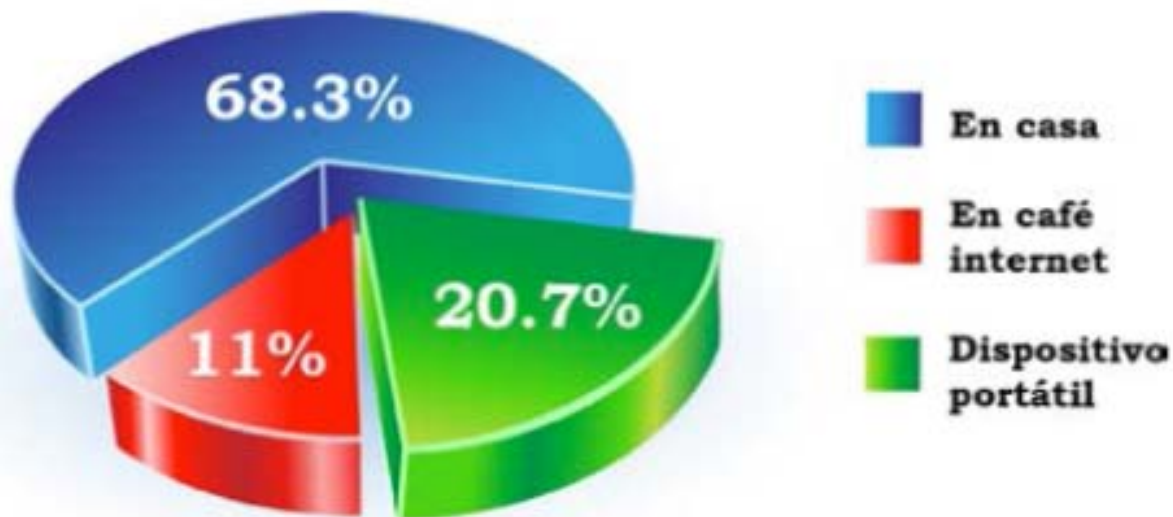
Los *pumpers* buscan que un programa de radio los entretenga (35.8%), los informe (30.7%), los divierta (18.4%), los instruya (12.5%) y por último otros intereses como una programación original, que la conducción se lleve sin pena y no caiga en la monotonía y que haya canciones (2.6%).



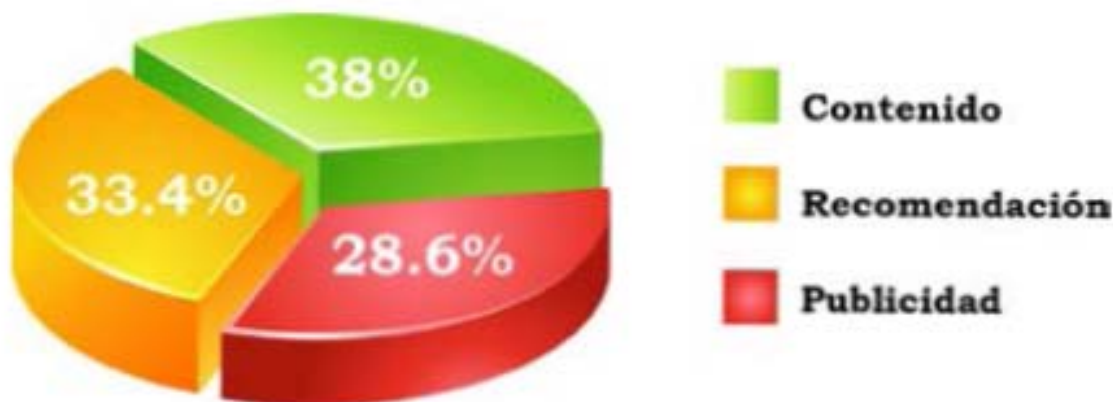
El programa deberá ser muy entretenido y también algo divertido, la dinámica será fundamental para lograr esos objetivos. Seguramente les interesa que sea entretenido porque, conforme al tiempo que desean escucharlo, tienen mucho tiempo libre los fines de semana y buscan en que entretenerse. El segundo punto es la información que se maneje, apoyándose en los intereses de los datos arrojados. El punto de instruir se puede considerar como los consejos que pueden darse para bailar, en qué software pueden modificar pasos creados por usuarios para los simuladores de Pump It Up que hay para la computadora (datos arrojados en los intereses), entre otros. Los aportes de la pregunta abierta marcan que les parece interesante siempre que sea un programa original, abierto (que no haya pena de hablar de cualquier tema) y con muchas canciones.

El 68.3% escucharía el programa en su casa, el 20.7% en un dispositivo portátil (en su mayoría celular, Iphone, Ipod, PSP, MP3 y pocket pc) y sólo el 11% iría a un café internet a escucharlo.

Las personas que escucharán el programa podrán hacerlo durante la transmisión, o en diferente tiempo al de transmisión con la tecnología del podcast. Con esta información se ve que alrededor del 70% lo escuchará en vivo y muy posiblemente el otro 30% lo hará en cualquier otro día y horario.

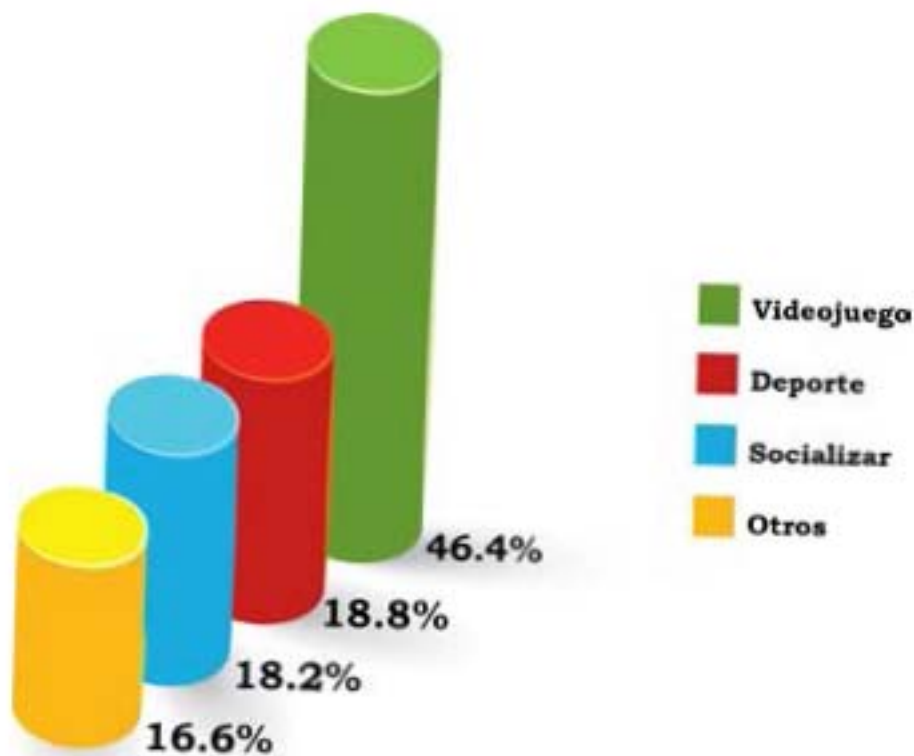


Los resultados muestran que a la mayoría (38%) les interesa un buen contenido en el programa: información de las versiones de Pump It Up, música, aviso de torneos oficiales, entrevistas con artistas de la Pump It Up, música coreana, comunidad Dance Dance Revolution, comunidad *pumper*, cuentos, temas de actualidad, reseñas de eventos, moda, salud, anime y regalos, además del interés que tiene por los eventos, torneos y presentaciones. El contenido también se verifica en las respuestas a las preguntas 5 y 6. A un 33.4% le interesa que sea un programa recomendado por algún amigo o conocido, mientras que a el 28.6% le parece más atractivo que se haga buena publicidad.



Será interesante escuchar los programas de radio por internet más populares para los *pumpers* según los resultados de la primera pregunta del cuestionario, porque podría averiguarse qué contenidos les agradan a los *pumpers* o en su defecto, qué contenidos hacen falta en estos programas, además de ver si han hecho publicidad o de qué forma lograron ser conocidos. Sin embargo se tendrá en cuenta que los tres puntos son casi igual de importantes, por lo que se verá primero por presentar un contenido que satisfaga a los *pumpers* y después por la publicidad, que unidas harán que sea un programa ampliamente recomendado entre la comunidad *pumper*.

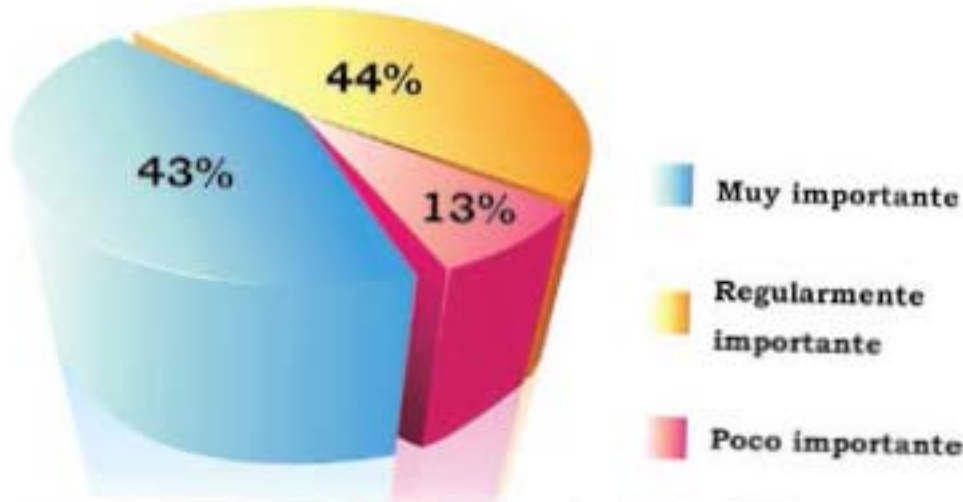
Para la mayoría de los *pumpers*, la Pump It Up es un videojuego que les gusta (46.4%), para otros *pumpers* es un deporte (18.8%), una forma de socializar (18.2%) y otros (16.6%) más bien lo consideran una combinación de los tres, una manera de matar el tiempo, casi un deporte pero no llega a ser tal, un baile de habilidad, un estilo de vida, una forma de superarse a través de metas y logros, un hobby, una forma de no estar en casa o hasta un vicio.



Conforme a las respuestas de las últimas preguntas, se tiene por visto que les interesa más un buen contenido y si la Pump It Up es un videojuego para ellos, es muy probable que les interese información de videojuegos en general, luego información sobre deportes y por último información sobre la comunidad *pumper*.

Como datos adicionales, se encontró que para el 44% la Pump It Up es regularmente importante, el 43% mencionó que es muy importante y al 13% le parece poco importante.

La mayoría le dedicaría más tiempo al programa porque es muy importante para ellos. Para los que es regularmente importante es porque tienen actividades principales como estudiar o trabajar y por eso sólo lo escucharían los fines de semana y quienes lo ven poco importante es debido a que les parece más bien un pasatiempo, una forma de entretenerse.



3.3 La construcción de un concepto de radio por internet

Con base a lo mencionado en el punto 1.2.2, se retomarán los resultados arrojados en la pregunta 12 del cuestionario, donde los *pumpers* escribieron una palabra (o en algunos casos frases) que relacionaron con la Pump It Up, lo que ayuda a saber qué es lo que tienen en la mente los *pumpers* en relación con la Pump It Up. Posteriormente, y en base al concepto se definirán aspectos del programa para poder hacer su sinopsis, escaleta y guión.

3.3.1 Relación entre el sujeto y artefacto: la construcción de la identidad del grupo

Los resultados arrojados en la pregunta 12 (escribir una palabra que asociaran con la Pump It Up) fueron:

En primer lugar (22%) las palabras como entretenimiento, diversión, pasatiempo, entre otras similares que refiere a la Pump It Up como un videojuego, más bien como una forma de divertirse, acorde con la respuesta de su visión de la Pump It Up como un videojuego y con la expectativa de que el programa sea entretenido y divertido.

En segundo lugar (20.7%) está la visión de una Pump It Up como competencia, superación, como un reto o una forma de imponerse metas, sea bajar de peso, tener una mejor salud o esforzarse para mejorar y subir el nivel (subir de nivel en la máquina de baile significa pasar de canciones fáciles a más difíciles).

En tercer lugar (20%) los *pumpers* mencionaron las palabras socializar, unión, amigos, noviazgo, convivencia, amor, familia, comunicación y comunidad. Por eso para muchos de ellos es muy importante o medianamente importante, ya que forma parte de su círculo social.

En cuarto lugar (13.7%) se encontraron las palabras música, baile, k pop, *freestyle* y coreografías.

En quinto lugar (10.1%) están las palabras flechas, piu, tapete, *step* y otras relacionadas directamente con la forma física de la Pump It Up.

En sexto lugar (7%) hay otras palabras que no tienen relación alguna, como que no supieron que poner, no se les ocurría nada, un dibujo de una cara feliz, entre otras.

En último lugar (6.5%) las palabras fueron religión, vida, lo mejor o lo máximo, donde la Pump It Up es lo más importante para esos *pumpers*.

Por lo tanto, el concepto de este programa de radio será una radio con retos divertidos para los *pumpers*, puesto que lo más importante para ellos es el sentido de competencia y la diversión o entretenimiento.

Es importante mencionar que la radio por internet hará más fácil el establecer retos, puesto que podrán enviarlos en cualquier momento vía correo electrónico, (entre otras posibilidades que ofrece internet) y cerrar antes de la posterior transmisión y mencionar en ese siguiente programa los resultados y conclusiones o detalles que resalten.

3.3.2 Sinopsis

La sinopsis es un cuadro que contiene el resumen del contenido del programa, en la cabecera lleva los datos generales (nombre, horarios, audiencia, integrantes) y en el cuerpo las secciones y contenidos.

Cabecera:

Nombre del programa:	Freedom Style		
Horarios de emisión:	Viernes 8:00 a 9:30 p.m. y emisiones especiales		
Audiencia:	Edad	Sexo	Intereses culturales
	Entre 12 y 35 años	Ambos	Pump It Up
Integrantes del programa:	Locución	Técnica	Redacción
	Entre 1 y 3	1	2

Cuerpo:

BLOQUE	NOMBRE DE LA SECCIÓN	CONTENIDO
1. Soporte musical	Apertura del programa	Sintonía de apertura, se usará el tema musical de “Love is a danger zone 2” versión GST (Game Soundtrack) con el nombre del programa y su slogan.
	Temas musicales íntegros	Se pondrán canciones completas a la carta (por petición del público) o cuando sean parte de algún tema en específico. También ayudarán como descansos para no agobiar a la audiencia.
	Fondos musicales	Se usarán en cada sección y se pondrán temas que vayan de acuerdo a la temática o a la emotividad que se desee provocar en la audiencia.
	Cuñas, indicativos, cortinillas.	Marcarán una pauta constante durante el programa haciendo más rápido su ritmo y marcando y separando datos importantes.
2. Secciones	Inicio del programa	Bienvenida y presentación directa y de manera animada por parte de los locutores.
	Sumario	Se dirá la información de todo el programa de forma resumida.
	Noticias	Se dirá primero un resumen de las noticias más importantes dentro del mundo <i>pumper</i> en una primera sección de noticias y después se hará una segunda sección (separada por temas musicales íntegros) con noticias de interés en general.
	Reto	En cada programa se establecerá un reto para los <i>pumpers</i> que tenga que ver con la Pump It Up. Se buscará la forma de dar premios con patrocinios en algunos de ellos.
	Interacción con los <i>pumpers</i>	Se dará un espacio para hablar directamente con los <i>pumpers</i> o leer sus comentarios que envíen vía correo electrónico, mensajería instantánea o en alguna red social.
	Miscelánea	Habrà información sobre artistas de K-pop, videojuegos, anime y cualquier otra temática que sea de interés para los <i>pumpers</i> pero no esté relacionada directamente con la Pump It Up.
	Despedida	Breve y atrayente, incitando a la audiencia a que vuelva para el próximo programa. Se podrá mencionar algún adelanto del siguiente programa.

3.3.3 Escaleta

La escaleta es un cuadro en el que se acomodará el programa en forma cronológica, teniendo en cuenta al factor tiempo. Sirve como una guía para tener programada la duración de las secciones.

CONTENIDOS	MINUTADO	
	PARCIAL	TOTAL
Sintonía de apertura	20"	20"
Presentación	1'40"	2'
Sumario	1' 35"	3' 35"
Noticias, primera parte	9'	12' 35"
Tema musical	5'	17' 35"
Noticias, segunda parte	8' 27"	26' 10"
Tema musical	5'	31' 10"
Reto	2' 25"	33 '35"
Tema musical	15' 10"	48' 45"
Interacción	20' 15"	1 h 19'
Tema musical	5'	1 h 14'
Miscelánea parte 1	2'	1h 16'
Tema musical	3' 37"	1h 19' 37"
Miscelánea parte 2	1' 13"	1h 20' 50"
Adelanto del próximo programa y despedida	1'	1h 21' 50"
Tema musical	8'10"	1h 30'

3.3.4 Guión muestra

Nombre del programa: Freedom Style	
Productor: Pakita.	Fecha: 30 de Septiembre de 2011.
Musicalizador: Rach.	
Locutores: Pakita y Rach.	Duración: 90 minutos.
Guión: Rach.	

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
OP	FADE IN.	00'00"	00'00"
OP	ENTRA SINTONÍA DE APERTURA BAJA Y MEZCLA.		
OP	ENTRA TRACK 1, SUBE 10" BAJA Y FONDEA.	00'20"	00'20"
PAKITA	¡HOLA <i>PUMPERS!</i> , BUENAS NOCHES, ESPERO QUE TODOS SE ENCUENTREN DE MARAVILLA EL DÍA DE HOY, QUE HAYAN TENIDO UNA SEMANA LLENA DE ENTRENAMIENTO <i>PUMPER</i> , ADEMÁS DE SUS ACTIVIDADES COTIDIANAS Y QUÉ BUENO QUE DENTRO DE SUS ACTIVIDADES NOS TENGAN CONTEMPLADOS A NOSOTROS, YA SABEN SOY PAKITA Y ESTOY CON MI COMPAÑERA RACH. HOLA RACH, BUENAS NOCHES, ADELANTE.		
RACH	GRACIAS PAKITA, HOLA, BUENAS NOCHES A TODOS, ESTOY MUY CONTENTA DE PODER ESTAR AQUÍ CON USTEDS, DE PODER COMPARTIR DE NUEVO UNA HERMOSA NOCHE CON TODOS, HOY SERÁ UNA NOCHE LLENA DE NOTICIAS, RETOS Y MÚSICA, POR SUPUESTO TODO RELACIONADO CON PUMP IT UP Y CON LO QUE A NOSOTROS LOS <i>PUMPERS</i> NOS AGRADA, ¿VERDAD PAKITA?		
PAKITA	¡CLARO RACH!, ASÍ QUE NO SE VAYAN Y RECUERDEN QUE PUEDEN ENTRAR AL CHAT DE LA PÁGINA O SI PREFIEREN CONTACTARNOS POR TWITTER: @FREEDOMSTYLE; POR FACEBOOK, BÚSCÁNDONOS COMO PUMPERPUFF GIRLS; E-MAIL A FREEDOMSTYLE@GMAIL.COM; TELÉFONO AL 23 22 15 17 O HASTA CON SEÑALES DE HUMO, ESTAREMOS AQUÍ Y PODREMOS LEER LO MÁS DESTACADO Y MANTENERNOS EN CONTACTO EN NUESTRA SECCIÓN DE INTERACCIÓN QUE SERÁ DURANTE LA ÚLTIMA MEDIA HORA DEL PROGRAMA.		
RACH	SI PAKITA, Y ¿QUÉ TE PARECE SI ARRANCAMOS EL PROGRAMA Y LES DECIMOS A TODOS LOS <i>PUMPERS</i> QUÉ TENEMOS PREPARADO PARA LA SIGUIENTE HORA?		
PAKITA	ME PARECE PERFECTO RACH, TODOS SEAN BIENVENIDOS Y...		
PAKITA Y RACH	¡COMENCEMOS!	01'40"	02'00"
OP	ENTRA CORTINILLA, BAJA Y MEZCLA.		
OP	ENTRA TRACK 2, SUBE 10" BAJA Y FONDEA.	00'15"	02'15"
PAKITA	COMO EN TODOS LOS PROGRAMAS, COMENZAREMOS CON NUESTRA SECCIÓN DE NOTICIAS, LES DAREMOS LA INFORMACIÓN DE LO SUCEDIDO EN ESTA SEMANA Y DE LAS NOVEDADES PARA LA PRIMERA SEMANA DE OCTUBRE.	00'10"	02'25"
OP	ENTRA CHISPAZO.		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
RACH	LES HABLAREMOS DE LO QUE SUCEDIÓ EN EL TORNEO DE LA FRIKIPLAZA Y EN EL DE TOLUCA DEL SÁBADO 24.	00'05"	00'30"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
PAKITA	SABRÁN TODOS LOS DETALLES DE CÓMO PODRÁN DESBLOQUEAR SU USB CON UN PROGRAMITA QUE LOS AYUDARÁ A PODER OBTENER TODOS LOS OBJETOS DEL ÍTEM SHOP.	00'05"	02'35"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
RACH	TEDNRÁN LA INFORMACIÓN DE LOS PRÓXIMOS TORNEOS Y EVENTOS Y DE LOS LOCALES QUE ACTUALIZARON VERSIÓN DE PUMP IT UP.	00'05"	02'40"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
PAKITA	SABRÁN QUÉ TAL NOS HA PARECIDO LA VERSIÓN DE WORLDMAX PARA STEPMANÍA Y ESCUCHARÁN LA PRUEBA EN VIVO.	00'05"	02'45"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
RACH	TENEMOS A LOS GANADORES DEL RETO DE ESTA SEMANA Y LES DAREMOS TAMBIÉN TODA LA INFORMACIÓN Y NUESTRAS OPINIONES.	00'05"	02'50"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
PAKITA	LES TENEMOS EL NUEVO RETO DE ESTA SEMANA.	00'04"	02'54"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
RACH	LUEGO VIENE LA ESPERADA SECCIÓN DE INTERACCIÓN, CON TODOS LO QUE RECIBIMOS POR MEDIO DE LA RED (LLÁMESE FACEBOOK, TWITTER, BLOG, ETC.) Y POR SUPUESTO, PARA QUIEN SE ATREVA A LLAMAR EN CABINA Y HABLAR PERSONALMENTE CON NOSOTROS.	00'10"	03'04"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
PAKITA	EN LA ÚLTIMA PARTE HABLAREMOS UN POCO DEL GEARS OF WAR 3, DE LO QUE TIENEN LOS CHICOS DE SHINEE SOBRE SUS GIRAS Y ESCUCHAREMOS UNA EXCELENTE ROLA DE ELLOS Y POR ÚLTIMO RACH LES RECOMENDARÁ UN DORAMA COREANO.	00'08"	03'14"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
RACH	AL FINAL DEL PROGRAMA LES DAREMOS UN PEQUEÑO ADELANTO DE LA SIGUIENTE SEMANA.		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
PAKITA	TODO ESTO ESTÁ MUY INTERESANTE ¿NO?, ASÍ QUE:	00'10"	03'22"
OP	ENTRA CHISPAZO.		
PAKITA Y RACH	¡ACOMPÁÑENOS!	00'03"	03'25"
OP	ENTRA TRACK 3.		
OP	ENTRA CORTINILLA, BAJA Y MEZCLA.		
OP	ENTRA TRACK 4 SUBE 10" BAJA Y FONDEA.	00'15"	03'40"
RACH	EMPECEMOS CON EL TORNEO DE LA FRIKIPLAZA, REALIZADO POR LOS DE "ORGANIZACIÓN CHILPANCINGO PUMPERS", MEJOR CONOCIDOS COMO OCP. SE ABRIERON LAS CATEGORÍAS DE <i>SPEED</i> MIXTO Y <i>FREESTYLE</i> Y LOS PRIMEROS LUGARES SE LOS LLEVARON FAII DE HIDDEN STEPS Y EDUARDO EN <i>SPEED</i> Y EN LA CATEGORÍA DE <i>FREESTYLE</i> QUEDÓ PSY DRAGON DE UF PUMPERS EN PRIMER LUGAR Y EN SEGUNDO TORU DE OCP.		
PAKITA	EL TORNEO DURÓ 4 HORAS, EL <i>SPEED</i> FUE POR ELIMINACIÓN DIRECTA, GANANDO EL QUE OBTUVIERA MÁS PUNTUACIÓN EN DOS DE LAS TRES CANCIONES BAILADAS Y LA PRIMER RONDA FUE EN <i>SINGLE</i> Y LA SEGUNDA RONDA SE HIZO EN <i>NIGHTMARE</i> , PERO GANÓ QUIEN TUVIERA MAYOR PUNTUACIÓN, LA CANCIÓN FUE "GARGOYLE".		
RACH	CABE MENCIONAR QUE EL <i>FREESTYLE</i> LLAMÓ MUCHO LA ATENCIÓN DE TODOS LOS QUE ESTABAN ALREDEDOR, HASTA HABÍA PADRES DE FAMILIA Y EN VERDAD TODOS LOS CONCURSANTES SE LUCIERON, YA FUERA CON COREOGRAFÍAS O EL ESTILO DE <i>B-BOYS</i> . COMO DATO CULTURAL AGREGO QUE <i>B-BOY</i> SIGNIFICA <i>BEAT BOY</i> O <i>BREAK BOY</i> , SIN EMBARGO NO TODO AQUEL QUE BAILA <i>BREAK DANCE</i> DEBE SER CONSIDERADO <i>B-BOY</i> , HAY DIFERENCIAS ENTRE LOS BAILES DE <i>FREESTYLE</i> , <i>BREAK DANCE</i> , <i>UP ROCK</i> , ETC. PERO EL TEMA ABARCA PARA TODA UNA SECCIÓN DEL PROGRAMA.		
PAKITA	SI, RETOMANDO EL TORNEO, PUES FUE MUY ENTRETENIDO, OJALÁ PODAMOS TENER MÁS PRESENCIA DE PÚBLICO NO <i>PUMPER</i> EN FUTUROS TORNEOS, PARA PODER TENER MAYOR RECONOCIMIENTO DE NUESTRO ESFUERZO Y VEAN QUE NO SÓLO ES UN VIDEOJUEGO CON EL QUE NOS ENTRETENEMOS, SINO QUE ORGANIZAMOS TORNEOS Y SOMOS TODA UNA COMUNIDAD <i>PUMPER</i> .		
RACH	ASÍ ES. ADEMÁS HE VISTO QUE LES LLAMA LA ATENCIÓN A MUCHOS CHICOS NUEVOS EN LA FRIKIPLAZA, FUE UNA BUENÍSIMA IDEA QUE HAYAN METIDO MÁQUINAS EN EL CUARTO PISO, ASÍ QUE ESPEREMOS QUE POCO A POCO HAYAMOS MÁS PERSONAS EN ESTO, SOBRE		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
	<p>TODO PORQUE ES UN BUEN EJERCICIO CARDIOVASCULAR. CREO QUE YA TE HE PLATICADO PAKITA, QUE HACE UNOS MESES ME HICIERON UNAS PRUEBAS EN EL GIMNASIO, LAS CUALES INCLUYEN MEDICIÓN DE LA RESISTENCIA Y POTENCIA, AL EXAMEN SE LE LLAMA BIOTEST Y SALÍ CON UN NIVEL PERFECTO EN EJERCICIO CARDIOVASCULAR, ME MIDIERON EL PULSO MIENTRAS TROTABA EN LA CAMINADORA DURANTE MEDIA HORA Y RESISTÍ PERFECTAMENTE, ADEMÁS DE QUE MI PULSO NO AUMENTÓ DEMASIADO, Y CLARO QUE LE DIJE A LA ENTRENADORA QUE ES PORQUE LLEVO 5 AÑOS BAILANDO EN LA MÁQUINA.</p>		
PAKITA	<p>DE HECHO ES MUY RECOMENDABLE QUE LOS <i>PUMPERS</i> TOMEMOS EN SERIO ESTO COMO UN EJERCICIO, QUE PROCUREMOS CALENTAR Y ENFRIAR SIEMPRE QUE BAIEMOS Y ¡QUÉ MEJOR SI COMBINAMOS LA PUMP IT UP CON OTRO EJERCICIO! A MÍ TAMBIÉN ME GUSTA IR AL GIMNASIO Y CONOZCO MUCHOS QUE TAMBIÉN ENTRENAN EN EL GIMNASIO ADEMÁS DE BAILAR PUMP IT UP.</p>		
RACH	<p>YO CONOZCO QUIENES ESTÁN EN ALGÚN EQUIPO DE FÚTBOL SOCCER O ALGUNOS QUE SE VAN A CORRER Y ASÍ FORTALECEN SUS PIERNAS Y SE SIENTEN CON MÁS FUERZA PARA BAILAR, ADEMÁS DE QUE SU SALUD ES MUCHO MEJOR, PERO PASEMOS A LA SIGUIENTE NOTICIA.</p>		
OP	<p>ENTRA CHISPAZO.</p>		
PAKITA	<p>AHORA TOCA HABLAR DEL TORNEO QUE SE REALIZÓ EN TOLUCA ESE MISMO SÁBADO 24 DE SEPTIEMBRE, DICEN QUE FUE UN MUY BUEN TORNEO, SE ABRIÓ SÓLO LA CATEGORÍA <i>SPEED</i> MIXTO Y HUBO VARIOS PARTICIPANTES, ALGUNOS ACUDIERON DE OTRAS CIUDADES Y EL GANADOR FUE ALAN, UN CHICO QUE MUCHOS CONOCEMOS COMO EL MEJOR <i>SPEEDER</i> DE TOLUCA.</p>		
RACH	<p>TUVE UNA AMIGA DE QUERÉTARO QUE FUE A JUGAR A ESE TORNEO Y CONOCIÓ A ALAN Y SUBIÓ SUS FOTOS AL FACEBOOK EN EL GRUPO DE <i>PUMPERPUFF GIRLS</i>, ES MUY INTERESANTE TAMBIÉN VER COMO MUCHOS DE LOS <i>PUMPERS</i> VAMOS A CONCURSAR A OTROS LUGARES DE LA REPÚBLICA EN LOS TORNEOS, ES UNA EXPERIENCIA QUE VALE LA PENA VIVIR.</p>		
PAKITA	<p>AL VIAJAR HAY QUE VIVIR LA EXPERIENCIA, ABRIR NUESTRAS FRONTERAS, SABER RECONOCER A OTRAS CULTURAS, OTRAS PERSONAS, OTRAS FORMAS DE PENSAR Y LO MÁS IMPORTANTE ES EL RESPETO QUE DEBEMOS TENER HACIA LOS OTROS.</p>		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
RACH	Y PARA CONCLUIR CON ESTOS TORNEOS, FALTA MENCIONAR QUE LOS PREMIOS PARA LOS DOS PRIMEROS LUGARES DEL TORNEO DE LA FRIKIPLAZA FUE DINERO DEL RECOLECTADO CON LAS INSCRIPCIONES Y EN EL CASO DEL DE TOLUCA, TAMBIÉN SE DIÓ DINERO DEL QUE SE JUNTÓ DE LAS INSCRIPCIONES.	04'25"	08'05"
PAKITA	¡FELICIDADES A LOS GANADORES!, LES MANDAMOS UN SALUDO.		
OP	ENTRA TRACK 5 Y FONDEA.		
RACH	LOS TORNEOS QUE TENEMOS EN PUERTA SON: EL DE VIDEOJUEGOS ERIX Y EL DE MONTERREY ESTE SÁBADO PRIMERO DE OCTUBRE.	04'25"	08'05"
PAKITA	EL DE MONTERREY COMENZARÁ A LAS 3 DE LA TARDE, ES EN EL PLAYLANDE UBICADO EN LA PLAZA MÉXICO, EN LA CALLE DE MORELOS, ESQUINA CON EMILIO CARRANZA Y ESTÁN CONTEMPLADAS LAS CATEGORÍAS DE <i>SPEED</i> AVANZADO MIXTO, <i>SPEED</i> AMATEUR MIXTO Y <i>PERFORMANCE</i> .		
RACH	CHICOS, NO DEJEN DE PARTICIPAR EN MONTERREY, RECUERDEN QUE ESE TORNEO SERÁ ORGANIZADO POR LOS <i>SUPPORTERS</i> ASÍ QUE SERÁ GENIAL Y HABRÁ UN REGALO SORPRESA POR RIFA PARA TODOS LOS QUE SE SUSCRIBAN.		
PAKITA	EN CUANTO AL TORNEO DE VIDEOJUEGOS ERIX, VA A SER EN EL LOCAL DE ERIX, QUE ESTÁ UBICADO EN LA CALLE DE FERROCARRILES MEXICANOS EN LA COLONIA AHUIZOTLA.		
RACH	PARA PODER LLEGAR POR EL METRO TOMAN UNA COMBI QUE DIGA AHUIZOTLA EN LA LETRA R DEL METRO CUATRO CAMINOS, Y SE BAJAN EN LAS VÍAS, ESTÁN A 10 MINUTOS APROXIMADAMENTE DEL METRO, ENTONCES LLEGAN RÁPIDO, Y DE LAS VÍAS SÓLO CAMINAN TODO DERECHO Y EN LA SEGUNDA CALLE DAN VUELTA A LA DERECHA Y LLEGAN A LAS MÁQUINAS, EL LOCAL ES PEQUEÑO Y TIENE UNA SÓLA MÁQUINA, PERO SEGURO VERÁN A LA MULTITUD AFUERA.		
PAKITA	RECUERDEN SER PUNTUALES, LAS INSCRIPCIONES SERÁN DE 12 A 2 DE LA TARDE Y EL TORNEO COMENZARÁ A LAS DOS Y MEDIA.		
RACH	YO VOY A IR MAÑANA CON ERIX ASÍ QUE A TODOS LOS QUE VAYAN TENDRÉ EL GUSTO DE SALUDARLOS Y PARTICIPAR JUNTOS. CHICAS NO DEJEN DE IR, ESPEREMOS QUE AQUÍ SI PUEDA ABRIRSE LA CATEGORÍA DE <i>SPEED</i>		

Locutores / Instrucciones al operador.	Tiempo parcial	Tiempo total
<p>FEMENIL, PARA ESO SÓLO TENDREMOS QUE JUNTARNOS 6 CHICAS.</p>		
<p>PAKITA SINO SERÁ <i>SPEED MIXTO</i> Y TAMBIÉN SE ABRIRÁ <i>HARD MIXTO</i>, LO QUE EN OTROS LADOS LLAMAN <i>SPEED AMATEUR MIXTO</i>.</p>		
<p>RACH RECUERDEN QUE ANTES SE LE LLAMABA <i>CRAZY, HARD, NORMAL, FREESTYLE Y NIGHTMARE</i> Y AHORA ES TOTALMENTE DIFERENTE.</p>		
<p>PAKITA AHORA <i>NORMAL</i> Y <i>HARD</i> ES UN TIPO DE <i>SPEED AMATEUR</i> EN MODO <i>SINGLE</i>.</p>		
<p>RACH EL <i>FREESTYLE</i> Y <i>NIGHTMARE</i> ERAN LOS MODOS DOBLES, <i>FREESTYLE</i> PARA LO QUE AHORA ES <i>PERFORMANCE</i> Y <i>NIGHTMARE</i> ERA LO QUE ES EL <i>SPEED</i> EN MODO DOBLE. EL <i>DOUBLE PERFORMANCE</i> QUE SE OCUPA PARA BAILAR ENTRE DOS PERSONAS EXISTÍA EN <i>FREESTYLE</i> PERO CON MUY POCAS CANCIONES Y NO TENÍA LA DIVISIÓN DE LAS FLECHAS Y EL <i>TRIPLE PERFORMANCE</i> DE PLANO NO EXISTÍA.</p>		
<p>PAKITA ¡VAYA QUE HA HABIDO MUCHOS CAMBIOS!, PERO SIGAMOS CON LAS NOTICIAS.</p>		
<p>RACH YA HAY OTRAS DOS NUEVAS MÁQUINAS EN EL LOCAL DE METAL GAMES DE LA FRIKIPLAZA, LAS DOS SON FIESTA EX, CON PANTALLA LCD DE 50 PULGADAS Y LOS TAPETES ESTÁN EN PERFECTAS CONDICIONES. VALE LA PENA JUGAR AHÍ, LO ÚNICO QUE NO ME GUSTA ES QUE ESTÁN MUY PEGADAS LAS MÁQUINAS Y SE ESCUCHA EL SONIDO DE LA DE AL LADO, ASÍ QUE PROCURO PONERME DE ACUERDO CON LOS QUE ESTÉN JUGANDO EN LAS OTRAS MÁQUINAS PARA PONER LA CANCIÓN AL MISMO TIEMPO.</p>		
<p>PAKITA NADA MEJOR QUE LLEVARTE BIEN CON LOS COMPAÑEROS <i>PUMPERS</i> PARA JUGAR MEJOR ENTRE VARIOS, ¿NO CREES? ASÍ TAMBIÉN, AUNQUE ESTÉ MUY LLENO, PUEDES LLEGAR A MEJORES ACUERDOS PARA INTERCALSARSE LOS CRÉDITOS Y NO ESPERAR TANTO.</p>		
<p>RACH POR OTRO LADO, A TODAS LAS CHICAS QUIERO RECORDARLES QUE EL PRÓXIMO VIERNES TENDREMOS NUESTRA REUNIÓN EN EL LOCAL DEL METRO VILLA DE CORTÉS, EN LA LÍNEA AZUL QUE VA DE CUATRO CAMINOS A TAXQUEÑA. PUEDEN LLEGAR DESDE TEMPRANO PERO LA REUNIÓN COMENZARÁ A LAS 6 DE LA TARDE Y PODREMOS QUEDARNOS A DORMIR HASTA EL OTRO DÍA.</p>		



Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
PAKITA	QUIENES QUIERAN QUEDARSE LLEVEN SU COBIJA O MUCHAS CHAMARRAS, SUPONGO TAMBIÉN SE PUEDE ¿NO?, AHÍ LAS PONEN SOBRE EL TAPETE Y HACEN SU COLCHÓN.		
RACH	TAMBIÉN PODRÍA SER, YA SI QUIEREN LLEVAR <i>SLEEPING</i> PARA MÁS COMODIDAD... LAS CHICAS QUE QUIERAN COMER Y BEBER AHÍ PODRÁN HACERLO, LLEVEN SU COMIDA O SUS BOTELLAS Y LAS QUE QUIERAN TAMBIÉN PODRÁN IR A COMPRAR BEBIDAS AHÍ AL MODELORAMA DE AL LADO.		
PAKITA	SI, PERO SÓLO VENDEN CERVEZA Y A VARIAS NO LES GUSTA, LO MALO ES QUE PARA COMPRAR SI HAY QUE IR UN POCO LEJOS PORQUE EL OXXO MÁS CERCANO ESTÁ EN LA ESTACIÓN ANTERIOR, CREO ES VIADUCTO.		
RACH	SI, YA VEREMOS COMO HACERLE... PERO SI LES RECOMIENDO MEJOR QUE YA LLEVEN LAS BOTELLAS Y COMIDA AUNQUE SI HAY MÁS CERCA UNAS TORTAS PARA LAS QUE MORIMOS DE HAMBRE PRONTO.		
PAKITA	CLARO, QUE MEJOR QUE UNA BUENA CENA DESPUÉS DE JUGAR TANTO.		
RACH	Y OBIAMENTE LAS CHICAS QUE NO QUIERAN TOMAR Y SÓLO QUIERAN CONVIVIR, TAMBIÉN PODRÁN HACERLO Y NO SE LES PRESIONARÁ DE NINGUNA MANERA, DE HECHO ESO DEL ALCOHOL NO ES TAN RECOMENDABLE PUESTO QUE PERJUDICA A NUESTRA SALUD Y POR LO TANTO, A NUESTRO RENDIMIENTO COMO <i>PUMPERS</i> , PERO UNA VEZ AL AÑO...		
PAKITA	NO HACE DAÑO. SÓLO RECUERDEN QUE TODO DEBE SER CON MODERACIÓN, NO QUERRÁN LUEGO TENER UNA CRUDA FEA, TANTO FÍSICA COMO MORAL.		
RACH	Y PARA LAS QUE NO SABEN LLEGAR, YA KAORI Y OTRAS CHICAS ESTARÁN DEBAJO DEL RELOJ A LAS 5:45 DE LA TARDE DENTRO DEL METRO VILLA DE CORTÉS ESPERANDO A LAS QUE QUIERAN IR, DE TODAS FORMAS NO HAY PIERDE, EL LOCAL ESTÁ A UN COSTADO DEL HOTEL XANADÚ Y SÓLO HAY QUE BAJARSE DEL METRO POR EL LADO DONDE ESTÁ EL HOTEL Y CAMINAR UN PEDACITO, NO HACEN MÁS DE 2 MINUTOS.		
PAKITA	SÍ, ESTÁ BASTANTE CÓMODO IR A ESE LOCAL, ADEMÁS TIENEN 3 PUMPS, DOS FIESTA EX Y UNA STEPMANÍA PARA LAS QUE LES GUSTA VARIAR.		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
RACH	VA A ESTAR GENIAL ESTA FIESTA DE SÓLO CHICAS <i>PUMPERS</i> , A VER QUÉ TAL SE ARMAN LAS RETAS, SALUDOS A TODAS LAS CHICAS <i>PUMPERS</i> .		
PAKITA	POR EL MOMENTO SON TODOS LOS EVENTOS QUE TENEMOS EN PUERTA PARA ESTA SEMANA, PASEMOS A LA SIGUIENTE NOTICIA.		
RACH	¡ESPERA!, ANTES ESCUCHEMOS UNA BUENA ROLA, ¿QUÉ NOS TIENES PARA HOY PAKITA?		
PAKITA	A BIG BANG CON “LAST FAREWELL” Y LES ADELANTO QUE HOY HABLAREMOS UN POCO EN NUESTRA SECCIÓN DE MISCELÁNEA SOBRE LA PRÓXIMA GIRA EN JAPÓN DEL FAMOSO GRUPO SUDCOREANO SHINEE.		
RACH	OK, VAMOS A ESCUCHARLA.	04'30"	12'35"
OP	ENTRA TRACK 6.	05'00"	17'35"
OP	ENTRA CORTINILLA, BAJA Y MEZCLA.		
OP	ENTRA TRACK 7, SUBE 5", BAJA Y FONDEA.	00'08"	17'43"
PAKITA	AHORA SABRÁN TODO ACERCA DEL DESBLOQUEO DE LA USB, PODRÁN OBTENER TODOS LOS ÍTEMS DE <i>RUSH</i> , <i>NOTESKINS</i> Y <i>BGA OFF</i> CON ESTE PROGRAMITA QUE HIZO TURKEY SLAM, DUEÑO DE LA PÁGINA PUMP HEAVEN.		
RACH	Y QUIENES TENGAN CUENTA VIP PODRÁN DESCARGARLO DE ESA MISMA PÁGINA O TAMBIÉN YA PAKITA NOS HIZO EL FAVOR DE PONER EL LINK EN PUMPERPUFF GIRLS, ASÍ QUE TAMBIÉN PODRÁN DESCARGARSELO DESDE LA PÁGINA; CUALQUIER DUDA SOBRE LA DESCARGA Y EL USO DEL PROGRAMA SABEN QUE PUEDEN CONTACTARNOS Y ACLARAREMOS SUS DUDAS EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE.		
PAKITA	EL PROGRAMA ES TAN FÁCIL DE USAR COMO EL PUMBI, SÓLO DEBEMOS ACCEDER A ÉL, CONECTAR LA MEMORIA USB E IR A LA SECCIÓN DE ÍTEMS, SELECCIONAN LOS QUE VAYAN A QUERER Y GUARDAR LOS DATOS EN LA MEMORIA, CUANDO TERMINEN DE GUARDAR SALEN DEL PROGRAMA Y YA PUEDEN DESCONECTAR SU MEMORIA E IRLA A PROBAR A LA MÁQUINA MÁS CERCANA, VERÁN QUE REALMENTE FUNCIONA. POR CIERTO, ¿SABÍAN QUE USB ES LA ABREVIACIÓN DE UNIVERSAL SERIAL BUS Y QUE SE INVENTÓ EN 1990?		
RACH	ES UNA MARAVILLA COMO LAS PERSONAS, INCLUYENDO A ALGUNOS <i>PUMPERS</i> , HACEN USO DE SUS HERRAMIENTAS, DE SU CAPITAL CULTURAL Y SU INGENIO PARA PODER CREAR COSAS NUEVAS Y ÚTILES, COMO ESTE PROGRAMA QUE NOS AYUDAN A PODER JUGAR MÁS A		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
	QUIENES NO CONSEGUIMOS LOS PUNTOS NECESARIOS Y HASTA LLEGAN A HACER JUEGOS COMPLETOS DE PUMP IT UP, PERSONALIZADOS Y MUY PADRES		
PAKITA	TAMBIÉN DE ESO LES HABLAREMOS, PORQUE YA EXISTEN LAS MISIONES DE WORLDMAX PARA STEPMANÍA, PARA TODOS AQUELLOS QUE NOS APASIONA HACER MISIONES, AHORA PODREMOS HACERLO DESDE LA COMODIDAD DE NUESTRO HOGAR, CLARO PARA LOS QUE TENEMOS COMPUTADORA EN CASA.		
RACH	BUENO Y LOS QUE TIENEN LAP TOP PODRÁN JUGAR EN CUALQUIER OTRO LUGAR.		
OP	BAJA TRACK 7.	01'32"	19'15"
PAKITA	VAMOS A HACER LA PRUEBA EN ESTE MOMENTO DEL WORLDMAX, YO YA LO JUGUÉ Y LES ASEGURO QUE VALE LA PENA. YA LO TENGO PUESTO Y SU PRESENTACIÓN ES MUY PARECIDO AL DE LA NX ABSOLUTE, ENTRAN AL MODO DE WORLD MAX Y VERÁN QUE ES MUY PARECIDO AL WORLD MAX DE LA ABSOLUTE, DE HECHO ESTÁ TODO BASADO EN EL DE ESA MÁQUINA, ASÍ QUE NO TENDRÁN MUCHA DIFICULTAD EN UTILIZARLO AQUELLOS QUE YA LO JUGARON EN ARCADIAS. LAS MISIONES A SELECCIONAR ESTÁN UBICADAS EN EL MISMO LUGAR QUE EN LOS DE LA PUMP ORIGINAL Y DE HECHO, PUEDEN OIR QUE TENEMOS LOS MISMOS SONIDOS, VAMOS A LA MISIÓN DE SUPÉRALO CON RITMO, ES LA CANCIÓN DE "GET UP" UBICADA EN EL MUNDO AZUL Y MUCHOS LA RECORDARÁN PORQUE TENÍA MUCHAS PAUSAS CON EL RITMO.		
RACH	YO ANDO GRABANDO A PAKITA PARA QUE PUEDAN VER LA DEMOSTRACIÓN POR YOUTUBE EN CUANTO ESTÉ LISTA, EL LINK DEL VIDEO LO TENDRÁN EN UNOS MOMENTOS EN LA PÁGINA DE PUMPERPUFF GIRLS, EN EL FACEBOOK.		
PAKITA	(TERMINA DE JUGAR) ¡YA QUEDÓ!, AHORA SI PODRÁN VER SI PASARON LA MISIÓN O NO... ¡ESTÁ GENIAL!, ¿A QUE NO?		
RACH	SÍ, MUCHO Y PODRÁN DESCARGARLO DESDE EL LINK QUE LES PONDREMOS, ESPEREMOS LO DISFRUTEN MUCHO Y NO OLVIDEN AGRADECER, SOBRE TODO A OVEJA POR LA DEDICACIÓN QUE PUSO EN HACER ESTA STEPMANIA.		
PAKITA	ÉSTAS SON TODAS LAS NOTICIAS QUE TENEMOS POR HOY, VAMOS A ESCUCHAR LA CANCIÓN DE "SUPERGIRL" DE SUPER JUNIOR Y DESPUÉS LES TENEMOS LA ESPERADA SECCIÓN DE RETOS.		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
RACH	¡CHICAS!, LES ADELANTO QUE HABLAREMOS TAMBIÉN SOBRE LEE MIN HO, UN CHICO TAN GUAPO COMO LOS DE SUPERJUNIOR, Y QUE ES LA ESTRELLA PRINCIPAL DEL DORAMA LLAMADO PERSONAL TASTE, PERO ESPEREN UN POCO MÁS Y LES DAREMOS TODOS LOS DETALLES. MIENTRAS, ¡LA CANCIÓN DE SUPER JUNIOR!	06'55"	26'10"
OP	ENTRA TRACK 8.		
OP	ENTRA CORTINILLA, BAJA Y MEZCLA.	05'00"	31'10"
OP	ENTRA TRACK 9 SUBE 10" BAJA Y FONDEA.	13'00"	31'23"
PAKITA	EN VERDAD, NO SÉ QUE LES PASÓ ESTA SEMANA, SÓLO TUVIMOS UN PARTICIPANTE EN EL RETO Y SEGURO YA LO VIERON EN EL MURO DE LA FAMA, A NUESTRO ESTIMADO YU GI, QUIEN FUE EL ÚNICO EN AVANTARSE A JUGAR "EVERYBODY GOT TO KNOW" EN MODO <i>SINGLE</i> CON HJ, DROP Y NOTESKIN DE HIELO. ASÍ QUE YU GI, MUCHAS FELICIDADES POR TENER EL PRIMER LUGAR EN ESTE RETO Y SER PARTE DEL MURO DE LA FAMA Y DE LAS NOTICIAS DE HOY.		
RACH	¡SALUDOS CHICO Y SIGUE PARTICIPANDO! Y LOS DEMÁS, VERÁN QUE EL RETO DE ESTA SEMANA SERÁ MUY DIVERTIDO, CLARO PORQUE A MI SE ME OCURRIÓ ¿NO? (RISAS).		
PAKITA	¡UY, QUÉ PRESUMIDA!, PERO YA VEREMOS SI LES PARECE A TODOS TAN DIVERTIDO. ESTE RETO CONSISTE EN QUE DEBERÁN JUGAR 6 PERSONAS EL <i>TRIPLE PERFORMANCE</i> DE "U GOT TO KNOW", PERO CADA UNO SÓLO PODRÁ JUGAR CON UNA PIERNA, LA OTRA DEBEN SUBIRLA, YA SI LA QUIEREN AMARRAR O SOSTENER CON LA MANO, ENFRENTA O ATRÁS, COMO GUSTEN, EL CHISTE ES QUE SÓLO PODRÁN UTILIZAR UN PIE (A SU GUSTO, PODRÁ SER EL DERECHO O IZQUIERDO) Y DEBERÁN INGENIÁRSELAS PARA SACAR LA MEJOR PUNTUACIÓN.		
RACH	¿CÓMO LES QUEDÓ EL OJO CHAVOS? Y RECUERDEN QUE TIENEN TODA LA SEMANA PARA SUBIR SUS VIDEOS, LA FECHA LÍMITE ES EL PRÓXIMO JUEVES A LAS 9 DE LA MAÑANA, EL GANADOR SERÁ PUBLICADO A CUALQUIER HORA DEL VIERNES. YA SABEN QUE DEPENDE DE CUÁNTOS PARTICIPANTES HAYA, YA QUE ENTRE MÁS, TARDAREMOS MÁS EN PODER ACTUALIZAR EL MURO DE LA FAMA Y SI SON MENOS, LO SUBIMOS DESDE TEMPRANO, COMO EN ESTA OCASIÓN.		
PAKITA	VA A SER MUY DIVERTIDO PODER VER ESOS VIDEOS, TODOS AQUELLOS QUE NOS MANDEN LINK PRIVADO, LES PREGUNTAREMOS SI DESEAN QUE SEA PUBLICADO FACEBOOK, SABEN QUE SERÁN ALMACENADOS LOS VIDEOS MÁS DESTACADOS Y TAMBIÉN HAREMOS LOS CO-		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
	MENTARIOS DE LO QUE LLAMÓ NUESTRA ATENCIÓN EN ESTA SECCIÓN DEL PROGRAMA.		
RACH	ADEMÁS RECUERDEN QUE A FINAL DEL AÑO TENDREMOS UNA SORPRESA MUY PADRE PARA TODOS, ASÍ QUE SIGAN PARTICIPANDO Y NO SE ARREPENTIRÁN.		
PAKITA	Y AHORA LES TENDREMOS CUATRO CANCIONES, UNA QUE ESCOGIÓ RACH, UNA RAREZA QUE SUGIERE QUE LA ESCUCHEN PORQUE ES UNA DE SUS PREFERIDAS, SE LLAMA "ERES PARA MI", ES DEL GRUPO MOZQUITO, APARECIÓ EN LA PREX 3 Y DESAPARECIÓ EN LA NX2. COMO DETALLE, PODEMOS DECIRLES QUE ESTÁ CANTANDA EN ESPAÑOL E INGLÉS POR ESTE GRUPO SUDCOREANO Y LO MÁS RARO ES ENCONTRARLA EN VERSIÓN OST, QUE ES LA QUE PRESENTAREMOS A CONTINUACIÓN.		
RACH	LA OTRA ES LA RAREZA QUE ESCOGIÓ PAKITA, ESA CANCIÓN SI LA CONOCEN MUCHOS PORQUE APARECIÓ EN LA PREX 3 Y CONTINÚA EN LA FIESTA EX, SE LLAMA "COME TO ME", ES DEL GRUPO BANYA Y LA RAREZA CONSISTE EN QUE TAMBIÉN ES LA VERSIÓN OST, ESPERO QUE SEA DE SU AGRADO Y POR ÚLTIMO LAS VERSIONES COMPLETAS DE "WINTER" DE BANYA Y "FUNKY TONIGHT".	02'12"	33'35"
OP	ENTRA TRACK 10.	05'25"	39'00"
OP	ENTRA TRACK 11.	02'50"	41'50"
OP	ENTRA TRACK 12.	03'00"	44'50"
OP	ENTRA TRACK 13.	03'55"	48'45"
OP	ENTRA CORTINILLA BAJA Y MEZCLA.		
OP	ENTRA TRACK 14 SUBE 10" BAJA Y FONDEA.	00'15"	49'00"
PAKITA	ES EL MOMENTO DE TENER CONTACTO DIRECTO CON TODOS USTEDES, PUEDEN MARCARNOS POR TELÉFONO Y RACH ATENDERÁ SUS LLAMADAS Y SI LO DESEAN PODRÁN SER ESCUCHADOS, EL TELÉFONO ES 23 22 15 17, LA LADA ES 01 55 PARA LOS QUE DESEEN MARCAR DESDE PROVINCIA PUEDAN HACERLO Y TAMBIÉN PUEDEN PEDIRNOS ALGUNAS CANCIONES PARA DEDICARLAS O SOLAMENTE SER ESCUCHADAS. MIENTRAS LES CONTARÉ QUE ESTA SEMANA EN FACEBOOK TUVIMOS UNA GRAN ACTIVIDAD EN LOS GRUPOS DE <i>PUMPERS</i> CON VARIOS CHICOS QUE BUSCABAN NOVIA Y AL PARECER TODO ESTO PEGÓ BASTANTE (COMENTARIOS ENTRE PAKITA Y RAQUEL SOBRE LO SUCEDIDO EN REDES SOCIALES, BLOGS, ETC Y/O TIEMPO PARA ATENDER LLAMADAS, TWEETS, CHAT Y PONER CANCIONES QUE PIDAN).	20'00"	69'00"
OP	ENTRAN TEMAS MUSICALES SOLICITADOS	05'00"	74'00"
OP	ENTRA CORTINILLA BAJA Y MEZCLA		
OP	ENTRA TRACK 15 SUBE 10" BAJA Y FONDEA	00'13"	74'13"

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
PAKITA	ESTA SEMANA SALIÓ EL GEARS OF WAR 3, YA LO PROBÉ Y EN LO PERSONAL ME AGRADÓ BASTANTE, CONTINÚA CON LA LÍNEA DE JUEGO DE GEARS OF WAR 1 Y 2, PERO MEJORA EN GRÁFICAS, ES MÁS LARGO Y TIENE UNA NOTABLE MEJORA EN LO QUE MÁS AMO: EL MODO COOPERATIVO, QUE AHORA ES PARA 4 PERSONAS Y ADEMÁS, SON 2 CHICOS Y 2 CHICAS. EN CUALQUIER LUGAR DONDE VEAN SU RESEÑA TENDRÁ UNA CALIFICACIÓN ALTA, EN VERDAD ES UNO DE LOS JUEGOS MÁS ESPERADOS Y NO DESILUSIONARÁ A NADIE ASÍ QUE COMPRENLO CON CONFIANZA, QUE VALDRÁ MUCHO LA PENA.		
RACH	A MI ME GUSTA JUGAR EN EL PLAY 3 Y ANDO EN ESPERA DE VER QUÉ TAL ESTARÁ EL SOUL CALIBUR 5 Y LA REMASTERIZACIÓN DE SHADOW OF THE COLOSSUS Y ICO. ADEMÁS SALDRÁ EN POCO TIEMPO EL PSP VITA Y EL KING OF FIGHTERS 13 PARA 360 Y PLAY 3.	00'47"	75'00"
OP	ENTRA CORTINILLA BAJA Y MEZCLA		
OP	ENTRA TRACK 16 SUBE 10"BAJA Y FONDEA	00'13"	75'13"
PAKITA	SHINEE TENDRÁ UNA SERIE DE CONCIERTOS EN JAPÓN DURANTE EL 2012, SERÁ EL LLAMADO "THE FIRST JAPAN ARENA TOUR-SHINEE WORLD 2012".		
RACH	ESOS CONCIERTOS SE LLEVARÁN A CADO EN EL MES DE ABRIL EN VARIAS CIUDADES DE JAPÓN, Y AUNQUE NOSOTROS NO PODAMOS ACUDIR, ESPERAREMOS PRONTO EL VIDEO OFICIAL DE TODA LA GIRA, DESDE LUEGO CON EXTRAS Y LAS MEJORES TOMAS DE ESTOS CHICOS TAN GUAPOS Y TALENTOSOS.		
PAKITA	SU PRIMER SENCILLO FUE "REPLAY", EN EL AÑO 2008 Y DESDE ENTONCES SE HAN DADO A CONOCER BASTANTE BIEN. DURANTE EL 2010 Y 2011 SE HAN PRESENTADO CON GRAN ACEPTACIÓN EN JAPÓN, TAIWÁN, CHINA, SINGAPUR Y DESDE LUEGO EN SU PAÍS NATAL, COREA DEL SUR. EN MÉXICO SE HAN DADO A CONOCER MUCHO CON LA PUMP IT UP, DESDE QUE INCLUYERON "RING DING DONG" EN LA FIESTA EX.		
RACH	LOS INVITO A VOTAR POR SU BANDA PREFERIDA EN LA PÁGINA OFICIAL DE TICKETMASTER, LES DEJO EL LINK EN EL TWITTER, RECUERDEN QUE ES @FREEDOMSTYLE Y PODRÁN VER QUE LA ENCUESTA VA ENCABEZADA POR SUPER JUNIOR, BIG BANG Y SHINEE. VOTEMOS PARA QUE SEA POSIBLE QUE DEN CONCIERTOS EN MÉXICO, RECUERDEN QUE UNIDOS HACEMOS LA FUERZA. POR LO PRONTO LES DEJAMOS LA CANCIÓN DE "REPLAY" DE SHINEE, ¡DISFRÚTENLA!	00'47"	76'00"
OP	ENTRA TRACK 17	03'37"	79'37"

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
OP	ENTRA CORTINILLA BAJA Y MEZCLA		
OP	ENTRA TRACK 18 SUBE 10"BAJA Y FONDEA	00'13"	79'50"
RACH	¡CHICAS!, LES COMPARTÍ UNA FOTO EN LAS REDES SOCIALES DEL GUAPÍSIMO ACTOR LEE MIN HO, PROTAGONISTA DE UN DORAMA QUE ACABO DE VER Y ¡ESTÁ DE 10!, MEGA RECOMENDABLE.		
PAKITA	Y ¿DE QUÉ TRATA, RACH?		
RACH	ES UNA COMEDIA, SOBRE LA HIJA DE UN FAMOSO ARQUITECTO QUE VIVE SOLA EN LA CASA DE SU PADRE Y QUEDA ENDEUDADA PORQUE UN AMIGO PIDE UN PRÉSTAMO A SU NOMBRE Y EN SU NEGOCIO DE MUEBLES LE ESTÁ YENDO MUY MAL TAMBIÉN. PARA EL COLMO TERMINA CON SU NOVIO, QUIEN LA DEJA POR CASARSE CON SU SUPUESTA MEJOR AMIGA. POR OTRO LADO, LEE MIN HO (LLAMADO EN ESTA COMEDIA, JUN JIN HO) TAMBIÉN TIENE MUCHOS PROBLEMAS ECONÓMICOS EN SU EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN Y NECESITA SER ELEGIDO PARA UN PROYECTO Y TERMINAN VIVIENDO JUNTOS, ÉL POR CONVENIENCIA DE QUE EL PADRE DE ELLA ES UN FAMOSO ARQUITECTO Y ELLA PORQUE RENTA UNA HABITACIÓN PARA PAGAR LA DEUDA. PERO ELLA PIENSA QUE LEE MIN HO ES GAY Y ATRAVIESAN POR TANTAS COSAS QUE CAUSAN MUCHA GRACIA. YA NO LES CUENTO MÁS, MEJOR VEANLA.	01'00"	80'50"
OP	ENTRA CORTINILLA BAJA Y MEZCLA		
OP	ENTRA TRACK 19 SUBE 10"BAJA Y FONDEA	00'13"	81'03"
PAKITA	ES HORA DE DESPEDIRNOS, GRACIAS POR ESCUCHARNOS, POR ESTAR CON NOSOTROS EN EL CHAT, POR LAS LLAMADAS Y POR SEGUIR EN CONTACTO DURANTE TODA LA SEMANA MEDIANTE LAS REDES SOCIALES Y DEMÁS EN INTERNET.		
RACH	TAMBIÉN QUIERO AGRADECERLES, SIN ANTES DECIRLES QUE NO OLVIDEN QUE EN EL SIGUIENTE PROGRAMA LES TENDREMOS MÁS INFORMACIÓN DE SUS ARTISTAS PREFERIDOS DE LA PUMP, DE LAS NOVEDADES EN VIDEOJUEGOS...		
PAKITA	ESTÁ EL LANZAMIENTO DE CRYSIS PARA LA PLAYSTATION NETWORK Y DEL DRAGON QUEST, ASÍ QUE LES TENDREMOS LAS RESEÑAS. CONFORME A LA PUMP DESDE LUEGO VENDRÁN LOS RESULTADOS Y TODA LA INFORMACIÓN DE ESTE RETO TAN LOCO, TAMBIÉN DE LOS TORNEOS DE VIDEOJUEGOS ERIX Y EL DE MONTERREY.		
RACH	Y YO LES TENDRÉ LA INFORMACIÓN DE TODO LO QUE SUCEDA EN LA REUNIÓN DE PUMPERPUFF GIRLS, ALGU-		

Locutores / Instrucciones al operador.		Tiempo parcial	Tiempo total
	NAS GRABACIONES y ENTEVISTAS EN VIVO, NO SE LO PIERDAN QUE SERÁ MUY DIVERTIDO.		
PAKITA	LOS DEJAMOS CON UNAS EXCELENTES CANCIONES, SON: "LOVE IS A DANGER ZONE", ESTÁ EN SU VERSIÓN OST; "WHAT'S GOING ON" DE TURTLES, TAMBIÉN EN SU VERSIÓN OST; EL <i>SHORTCUT</i> DE "TROTPRIS" Y AHORA SI...		
PAKITA Y RACH	¡BUENAS NOCHES <i>PUMPERS!</i>	00'47"	81'50"
OP	ENTRA TRACK 20	04'06"	85'56"
OP	ENTRA TRACK 21	03'09"	89'05"
OP	ENTRA TRACK 22	00'55"	90'00"
OP	FADE OUT	00'00"	90'00"

Para llegar a la propuesta del concepto y, como punto culminante, al guión muestra, fue necesario atravesar por varios pasos en la metodología, los cuales se presentaron en este capítulo: la identificación del problema con la pregunta de investigación, la hipótesis, el grupo de estudio que conforma el universo para obtener la muestra representativa, un breviario del trabajo de campo en el apartado de recolección de datos), la elaboración y codificación del instrumento de recolección de datos y el análisis de resultados. Con los resultados se pudo definir el concepto, la sinopsis, la escaleta y finalmente presentar una muestra del programa en un guión muestra.

Tras concluir la investigación **Propuesta de un programa de radio por internet para pumpers** se encontró que gira en torno a 3 puntos centrales: internet, la radio y los *pumpers*.

Internet ha abierto una serie de posibilidades para pensar los procesos de comunicación que se realizan a través de este medio y con ello, la oportunidad para imaginar proyectos dirigidos a todo tipo de personas.

Una de las características más importantes de este medio es la libre expresión y eso lo coloca entre los medios de mayor preferencia entre los jóvenes, pues internet no solo es un espacio de consumo de información, sino de creación y propuestas de comunicación específicas.

Los servicios que ofrece internet son muy diversos, se pueden realizar transacciones, estudiar, trabajar, investigar. Internet está modificando diversas prácticas, en las diferentes organizaciones, públicas y privadas. Los medios tradicionales, periódicos, radio, televisión y cine, han comenzando a transitar de su soporte tradicional a este nuevo espacio y a incorporar los recursos que la world wide web ofrece.

La radio por internet existe dentro de internet como un medio de comunicación sea en un foro, un blog o cualquier página web. La manera de hacer radio por este medio tiene muchas diferencias con la radio tradicional, quizá la más importante es su característica de ser multimedia (en la página donde se encuentre alojada la radio puede haber implementos como el chat, foros, correo electrónico, RSS). Aunque también existen otras diferencias importantes como costos, público y alcance.

Sin embargo, puede hacerse una combinación de radio tradicional con radio por internet, retomar lo que se desee o crea conveniente de radio tradicional en la radio por internet, en este caso se desea aplicar a radio por internet la seriedad y profesionalidad con que se hace la radio tradicional.

El tipo de radio por internet que se propone en esta investigación, es un programa para *pumpers* a través de una estación que nazca en internet (radio experimental, formal, con una frecuencia regular de transmisión) cuyo contenido sea especializado, es decir de acuerdo a las necesidades del público al que va dirigido: los *pumpers*.

Cuando se utiliza el término *pumpers* se hace referencia a jóvenes que, se caracterizan por reunirse en un espacio para socializar a través de la interacción con un artefacto denominado Pump It Up, mejor conocido como *la máquina de baile*, y es de ahí donde adquieren su nombre. Se trata de una comunidad, cuya identidad juvenil tiene presencia en alrededor de 30 países en el mundo.

A nivel local y nacional se desea seguir promoviendo el sentido de la comunidad *pumper*, que es el fomento al deporte, puesto que los *pumpers* tienden a cuidar su salud para lograr un buen rendimiento al bailar, con cuidados como: tomar agua, combinarlo con otros ejercicios físicos, no fumar, entre otros. No se trata de que todos los jóvenes sean *pumpers* sino que a

través de mostrar su vida, hábitos, interacciones, se pueda dar cuenta de una identidad que está orientada a la construcción de una sana convivencia.

El tema de los *pumpers* es algo novedoso y poco difundido en la sociedad en general; esta investigación, es una pauta para promover la reflexión sobre los videojuegos y la manera en que socializan los jóvenes a través del uso de estas máquinas principalmente (recuérdese que la Pump It Up es un videojuego). Se trata de un tema que puede interesar al campo de la comunicación, los videojuegos como medio de comunicación, donde los jugadores interactúan a través de estos.

Se espera que la información aquí plasmada pueda servir a futuros estudios en materia de instrumentos tecnológicos, como la Pump It Up, que median entre las relaciones sociales de los jóvenes; de la reflexión sobre los jóvenes, como los *pumpers*, que nacen en el contexto de estas innovaciones tecnológicas y que se apropian de los instrumentos tecnológicos para socializar.

La exploración sobre el tema de la producción radiofónica por internet y los resultados que arrojó la aplicación de la encuesta permiten fundamentar la propuesta de un programa de radio por internet, más sólido, focalizado y con una tendencia más atrayente y convincente para el público.

La mayoría de los *pumpers* están interesados en escuchar un programa de radio por internet para ellos, pero buscan más de lo que les han ofrecido: más información, más entretenimiento, más temas relacionados con este deporte, más y mejor radio conforme a lo que es un *pumper* y su identidad como jóvenes.

El resultado de la encuesta fue muy acorde con la característica principal de los *pumpers*, quienes buscan la competitividad y ese será el eje central del programa, el concepto se basa en crear retos en cada transmisión. Pero además de lo que quieren los *pumpers*, se puede enriquecer el programa promoviendo la sana convivencia, la salud y datos culturales, científicos y tecnológicos relacionados con este deporte, con los jóvenes y con la sociedad contemporánea.

Naturalmente se incluirán secciones informativas de noticias y de miscelánea con toda la información que requieren: eventos, torneos, noticias, actualización de los locales de máquinas (nuevos que abran, si cierran otros o cambian de máquina u horario), consejos, entre otros; una sección de interacción con el público y varias canciones durante el transcurso del programa. Otro factor de importancia es el entretenimiento, puesto que los *pumpers* desean que un programa los entretenga y eso podrá lograrse, tanto con el contenido de su interés, como con una jocosa dinámica por parte de los locutores.

En cuanto a la producción se tendrá siempre una línea (los retos), información y música, pero podrán variarse los temas, transmitir programas especiales, incluir entrevistas, reportajes especiales e implementar todos los recursos posibles, finalmente es radio por internet, una radio con la libertad de hacer lo que se desee pero siempre con un toque de profesionalidad.

La propuesta podrá servir para mejorar un programa de radio *pumper* ya existente, sobre todo en alguno que sea de los más escuchados, como PumpyRetro o podrá iniciarse todo un nuevo proyecto. Cualquiera de las dos opciones está pensada en beneficio de la comunidad *pumper*.

Esta investigación, pretende, mostrar la enorme posibilidad que tiene internet como plataforma para visibilizar propuestas de comunicación, pensadas a partir del reconocimiento de la diversidad de públicos, temas de interés e ideas creativas que pueden realizarse hoy en día.

FUENTES DE INFORMACIÓN

LIBROS

- ALATRISTE GALVÁN, Pablo Y SANDOVAL URIBE, Rigoberto. (2004). Arquitectura de la información en el centro de información online de la Escuela de Periodismo Carlos Septián García. México. Escuela de Periodismo Carlos Septián García.
- ANDER EGG, Ezequiel. (1983). Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires. Humanitas.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. (1994). Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación. Madrid. Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. (2001). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona. Gedisa.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. (2008). La radio en internet. Madrid. La Crujía.
- GALINDO CÁCERES, Luis Jesús. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Pearson.
- GUTIÉRREZ, Fernando y LÓPEZ Carlos Enrique. (1998). “Una década de Internet en México”. Revista Mexicana de la Comunicación, número 56. México. Fundación Manuel Buendía.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. (1991). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
- LÓPEZ, Heriberto en GALINDO CÁCERES, Luis Jesús. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Pearson.
- MALDONADO REYNOSO, Norma. (2003). Radio por Internet y democracia. México. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- MALVIDO, Adriana. (1999). Por la vereda digital. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- PABLOS, José Manuel de. (2001). “La Red es nuestra”. El periódico telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de la comunicación escrita. Madrid. Paidós.
- PARDINAS, Felipe. (1969). Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. México. Siglo XXI.
- REBOLLOSO GALLARDO, Roberto. (2000). La Globalización y las nuevas tecnologías de información. México. Trillas.
- SOSA PLATA, Gabriel. (2004). Apuntes de una historia de las innovaciones tecnológicas de la radio en México. México. Fundación Manuel Buendía.

TREJO DELARBRE, Raúl. (1996). La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de internet. La red de redes. México. Fundesco-Diana.

TREJO GARCÍA, Elma. (2006). Regulación Jurídica de Internet. México. H. Congreso de la Unión.

VITORIA, Pilar. (1998). Producción radiofónica: técnicas básicas. México. Trillas.

TESIS

RAMÍREZ BUCIO, Karla. (2008). La radio interactiva, radio por internet. México. Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

DOCUMENTOS DIGITALES

KRAUZE JACOB, Mariane. (2001). "Hacia una redefinición del concepto de comunidad -cuatro ejes para un análisis crítico y una propuesta-". Revista de Psicología, año/vol X, número 2. Universidad de Chile. Chile.

RODRÍGUEZ MONTIEL, Elizabeth y RICAÑO, Dolores. (2011). "La Radio sin Fronteras". Revista electrónica Razón y Palabra. Número 21. Febrero-Abril de 2001. México. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey Campus Estado de México.

VALENZUELA ARCE, José Manuel. (1997). "Culturas juveniles. Identidades transitorias". Revista Jóvenes. Año 1, número 3. Enero-marzo 1997. México. Editorial Cuarta Época.

PÁGINAS DE INTERNET

AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet). Hábitos de los usuarios de internet en México. 28 de Abril de 2012. <http://www.slideshare.net/venturis/amipci-hbitos-de-los-usuarios-de-internet-en-mxico-2011>

Andamiro. Cronología de Andamiro. 11 de Septiembre, 2009. <http://www.andamiro.com>

Andamiro. Página oficial de Pump It Up. 11 de Septiembre, 2009. <http://www.piugame.com>

Andamiro. Pump It Up clubs. 11 de Septiembre, 2009. <http://club.piugame.com>

Anicast. Anime Radio Online. 28 de Agosto, 2009. <http://blog.anime.com.mx>

ARCILA AMÉZQUITA, César Iván. Radio ICAT 106.1 FM. 28 de Agosto, 2009. http://www.calkini.net/sitios_y_monumentos/radioicat.htm

BALIS, Ryan. Waffles con pollo. Todo sobre Pump It Up, de pumpers para pumpers. 28 de Agosto de 2009. <http://wafflesconpollo.blogspot.com/>

BALIS, Ryan. Pumpy Retro, la radio pump buena onda. 12 de Agosto, 2011. pumpyretro.blogspot.com

BARTLE, Phil. ¿Qué es comunidad? Una descripción sociológica. 29 de Enero de 2012. www.cec.vcn.bc.ca

- BBS Talk Radio. 29 de Enero de 2012. <http://www.bbsradio.com/>
- Best Buy México. Página de Best Buy. 12 de Enero, 2011. www.bestbuy.com.mx
- CARRERA, Fernanda. Diario El Telégrafo. 14 de Octubre de 2010. http://3.bp.blogspot.com/-jO-DFipBkGNU/TdROisruH3I/AAAAAAAAAZg/sjkqRJnASyk/s1600/10_14_2010%2B-Pump%2BIt%2BUp.jpg
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. La radio en internet. 28 de Agosto, 2009. <http://www.scribd.com/doc/14149453/Mariano-Cebrian-HerrerosLa-radio-en-Internet>
- CORTÉS, Carlos Eduardo. La Radio digital. 1 de diciembre 2009. <http://www.comunica.org/chasqui/89/cortes89.html>
- Discovery Channel. La internet. 28 de Abril de 2012. <http://www.tudiscovery.com/internet/interactivo.shtml>
- E-México. Agenda digital. 11 de Enero, 2011. <http://www.e-mexico.gob.mx/web/agenda-digital/brecha-digital>.
- E-Mexico. Sociedad de la información y el conocimiento, 11 de Enero, 2011. <http://www.emexico.gob.mx/inicio>
- Federal Communications Commission. La radio digital - El sonido del futuro. 29 de Enero de 2012. <http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/digitalradio.htm>
- Fundación Eroski. Usos de internet. 13 de Septiembre, 2009. <http://barometro.fundacioneroski.es/2007/usos-de-internet>
- GARCÍA CANCLINI, Nestor et al. Culturas Juveniles. 20 de Abril, 2010. http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-24782003000200008&script=sci_arttext&tlng=es
- Glosario para la creación de Guiones Radiofónicos. 21 de Septiembre, 2011. <http://inairadio.blogspot.com/2008/08/glosario-para-la-creacin-de-guiones.html>
- GUADERRAMA, Maritza. Esquemas de Uso de Internet desde el análisis del Usuario. Ventajas como canal de negocio. 13 de Septiembre, 2009. http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/tecnologia/uso_internet.msp
- HAMMERSLEY, Ben. Audible revolution | Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs. Diario El Guardián. 29 de Enero de 2012. <http://www.guardian.co.uk/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática). Estadísticas sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de Información y Comunicaciones en los Hogares. 28 de Agosto, 2009. <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/capsulas/2005/tecnologia/usuarios.asp?c=1580>
- JUAREZ, Dayrell. Cultura e Identidades Juveniles. 15 de Abril, 2010. <http://www.insumisos.com/bibliotecanew/Cultura%20e%20identidades%20juveniles.pdf>
- Ke huelga diario. Ke huelga Radio Libre y Social 102.9 F.M. 1 de Diciembre, 2009. www.ke-huelga.org

LEAL, Diego. Internet radio vs podcasting. 18 de Agosto, 2009. http://www.diegoleal.org/social/blog/blogs/index.php/2007/01/28/internet_radio_vs_podcasting?blog=2

MALDONADO REYNOSO, Norma Patricia. Radio por internet y democracia. 28 de Agosto, 2009. <http://148.201.96.18/cat.aspx?cmn=browse&id=4125>

ONG Derechos Digitales. Quiénes somos. 13 de Septiembre, 2009. <http://www.derechosdigitales.org/quienes-somos/>

Onda Diamante 98.4 F.M. Proyección de un programa de radio. 12 de Agosto, 2011. http://www.avvcanillejas.org/docs/PROYECCION_DE_UN_PROGRAMA_DE_RADIO.pdf

OROZCO SÁNCHEZ, Fernando. Página Hackers Pump. 1 de diciembre, 2009. <http://www.hackerspump.com/>

POVIÑA, Alfredo. La idea sociológica de "comunidad". 15 de Abril, 2010. <http://www.filosofia.org/aut/003/m49a1757.pdf>

Proyecto de Filosofía en español. Comunidad. 20 de Abril, 2010. <http://www.filosofia.org/aut/003/m49a1757.pdf>

RealPlayer Plus. 29 de Enero de 2012. <http://www.realplayer-plus.com/realplayer-history.htm>

RODRÍGUEZ ÁLVAREZ, Ingrid. Protocolo. 29 de Enero de 2012. <http://es.scribd.com/doc/33720640/Protocolo-informatica>

ROJO, Nacho. Podcasting: programas de radio por internet. 28 de Agosto, 2009. <http://www.duamu.com/re/articulo/1346/id/488/articulos-podcasting-programas-de-radio-por-intern.html>

Sociedad de Radio Digital Terrenal. 28 de Enero de 2012. http://www.radiodigitalterrestre.com/radio/radio_ppal.htm

Telmex. Paquetes de conexión a internet de banda ancha. 28 de Agosto, 2009. <http://www.telmex.com/mx/hogar/internet/banda-ancha.html>

TOLEDO VERDUGO, Carlos. Podcast - Radio Digital Internet. 28 de Agosto, 2009. <http://marcelnangari.blogspot.com/2005/11/podcast-radio-digital-internet.html>

TREJO GARCÍA, Elma. Regulación Jurídica de Internet. 28 de Agosto, 2009. www.diputados.gob.mx/cedia/sia/spe/SPE-ISS-12-06.pdf

TurkeySlam. Página Pump Haven. 28 de Agosto, 2009. <http://www.ph-online.net>

Universidad de Oxford. Podcast. 28 de Agosto, 2009. http://www.oup.com/elt/catalogue/teachersites/oald7/wotm/wotm_archive/podcast?cc=global

Universidad Nacional Autónoma de México. Radio UNAM. 28 de Agosto, 2009. <http://www.radiounam.unam.mx>

Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá. Curso de Biología virtual. 29 de Enero de 2012. http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/2000024/lecciones/cap04/04_08_01.html