

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS”

Autor: Mónica Carrillo Morelos

Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Nombre del asesor:
Dr. César Amando Chávez Mendoza

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Experiencia profesional en medios de comunicación y
organización de eventos”

TESINA

Que para obtener el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

Mónica Carrillo Morelos

ASESOR

Dr. César Amando Chávez Mendoza

CLAVE: 16PSU0012S

ACUERDO: LIC100401

MORELIA, MICHOACÁN

MARZO, 2024

Agradecimientos

Después de muchos años retome concluir mi carrera, "titulándome", doy gracias a Dios porque me permitió lograrlo, era una deuda pendiente conmigo misma, con mis papás René y Lily, que siempre me apoyaron incondicionalmente y me impulsaron con su amor, tiempo y economía, desde el principio hasta ahora.

Agradezco a mis hermanas, que siempre han creído en mí, Kate, gracias por estar conmigo en cada paso, gracias por ver luz en mí, por ver lo mejor de mí y darme tus brazos siempre para abrazarme en los momentos de éxito, pero también para levantarme cuando he caído, gracias Lilla, Lydita sé que desde el cielo festejas conmigo este paso.

Agradezco infinitamente a mi esposo Fidel, al realizar este trabajo, pude observar las horas incontables que ha dedicado a estar a mi lado, apoyándome, enseñándome, incluyéndome en muchos proyectos, siendo mi Jefe, productor, compañero de cientos de aventuras, definitivamente me reta siempre a subir a otro nivel y hacerme sentir que puedo lograr lo que me proponga.

Fidel, Gracias por compartir tu experiencia, tu creatividad conmigo, gracias por tu amor y ser mi cómplice en los sueños más locos. Gracias porque en los momentos más emocionantes y que más miedo he tenido has tomado mi mano, momentos tan privados como cuando tomaste mi mano, cuando nacieron nuestros hijos y tan públicos, como cuando me temblaban las piernas al estar frente miles de personas conduciendo eventos masivos y me decías, ya estás aquí, disfrútalo, has lo que sabes hacer. Gracias por la seguridad y el cuidado que has tenido hacia mí, eres mi mejor equipo.

Agradezco a mis hijos, Emi, Rechi y Mía, me encanta ser su mamá, gracias por ser mi motor y mi motivo cada día, deseo que a través de mi vida puedan ver que los límites

no existen, que experimenten en un poquito de mi ejemplo, y crean que, si lo puedes soñar, lo puedes lograr. Tienen un potencial increíble hijitos.

Agradezco al Lic. Francisco Vázquez, por las facilidades y conexiones que me dio para que pudiera activarme rápidamente en el proceso de la tesina, entre estas conexiones, me presento al mejor asesor que la vida me pudo asignar, gracias Doctor César Amando Chávez, por aceptar guiarme estos meses, gracias por su tiempo, su talento, su valiosísima experiencia, sus sugerencias, su paciencia, gracias por haberme llevado de la mano en cada paso, gracias por cada aportación, siempre agradecida con usted.

Y qué decir de cada persona que ha recorrido conmigo este camino, no me alcanzarían las hojas para agradecer familiares, por mencionar algunos nombres, gracias tío Arturo, Raúl, tías queridas, Gaby, Pili, Lily y Clau, mis queridos profesores; Lic. Bretón, Lic. Susy, amigos, colegas, a la familia de mi esposo, gracias a mis suegros Fidel, Ana, a mi cuñada consentida, Gracias Lupe, que muchas veces fungió como mamá de mis hijos cuando estude y trabaje, gracias a cada persona de la audiencia, alumnos y las mujeres que han ingresado a mis talleres, a los invitados de cada programa.

Gracias , gracias a la vida y de nuevo a Dios por esta tesina de experiencia profesional, que más que un escrito, llegó a mi vida como un recordatorio de que la vida es maravillosa, a pesar de los retos que se nos presenten. Que nunca es tarde para conquistar nuestros sueños y los límites están solo en la mente. Espero con todo mi corazón que esta tesina le sea de utilidad e inspiración a quien lea estas líneas.

Tabla de contenido

Introducción	1
Objetivo	3
Capítulo I. La travesía de “Inspirando con Mónica”	4
1.1. Los inicios en la multiplataforma	6
1.1.1. El internet en México, algunas cifras a tener en cuenta	7
1.1.2. ¿Cuántas personas usan las redes sociales actualmente?	10
1.2. Radiodifusión, el medio móvil instantáneo, sin fronteras, fácil y ágil de usar.	14
1.2.1. Características de la radio como medio de comunicación	15
1.2.2. Uso comercial (y muy vigente) de la radio	18
1.3. Portal web de Hola FM Radio	20
1.3.1. Visión	21
1.3.2. Programación	21
1.3.3. Lema	22
1.3.4. ¿Por qué integrar el trabajo en un enfoque fragmentado?	22
1.4. Redes sociales	24
1.4.1. Usos de las redes sociales en México	27
1.4.2. Redes sociales y su vínculo con la teoría	29
Capítulo II. Talleres para mujeres	31
2.1. Empodérate Mujer en línea	32
2.1.1. Retos que hay como mujer en el ámbito empresarial.	34
2.2. Empodérate Mujer Presencial	38
2.3. Reto 21 días	40

Capítulo III Los eventos masivos	42
3.1. La organización de eventos masivos	43
3.1.1. Impacto de un evento masivo en los Eventos Empresariales	43
3.1.2. Guía básica para realizar una estrategia de <i>Event Marketing</i>	45
3.2. La conducción de eventos masivos	48
3.2.1. Festivales radiofónicos.....	48
3.2.2. Auditorio Guelaguetza.....	49
Conclusión. La Experiencia como comunicadora	51
Bibliografía	53
Índice de figuras	55
Índice de gráficas	55
Apéndices y Anexos	56

Resumen

Esta tesina explora la integración de las Ciencias de la Comunicación en el ámbito profesional a través del análisis de la experiencia adquirida en medios de comunicación y la organización de eventos. Se divide en tres capítulos principales que juntos conforman un relato de crecimiento profesional, adaptación y contribución al empoderamiento femenino y la comunidad en general.

El primer capítulo detalla la creación y evolución de “Inspirando con Mónica”, un proyecto que se ha extendido a través de múltiples plataformas de comunicación como la radiodifusión, redes sociales y un portal web dedicado. Esta sección describe cómo la iniciativa logró combinar efectivamente diferentes medios para alcanzar y motivar a una audiencia amplia, superando los desafíos de la multiplataforma y maximizando el impacto del mensaje de inspiración y empoderamiento.

El segundo capítulo se centra en la organización de talleres dirigidos a mujeres, tanto en modalidades en línea como presenciales, bajo el lema “Empodérate Mujer”. Se analiza el papel de la autora como mujer empresaria y cómo enfrentó retos particulares en este ámbito. Además, se examina el “reto de 21 días”, que fusionó aspectos de emprendimiento, nutrición y espiritualidad, demostrando cómo la comunicación efectiva puede servir como una herramienta poderosa para el desarrollo personal y profesional de las mujeres.

Finalmente, el tercer capítulo describe la participación de la autora en eventos masivos, incluyendo su rol como maestra de ceremonias en eventos radiofónicos. Esta sección destaca la importancia de la comunicación en vivo y directa, así como las habilidades necesarias para gestionar la dinámica de grandes audiencias. Se abordan los desafíos y aprendizajes obtenidos, subrayando el impacto significativo que estos eventos tienen en la consolidación de la comunidad y la marca personal.

Abstract

This thesis explores the integration of Communication Sciences in the professional field through the analysis of experience gained in media and event organization. It is divided into three main chapters that together make up a story of professional growth, adaptation, and contribution to female empowerment and the community at large.

The first chapter details the creation and evolution of “Inspirando con Mónica,” a project that has extended across multiple communication platforms such as broadcasting, social networks, and a dedicated web portal. This section describes how the initiative effectively combined different media to reach and motivate a broad audience, overcoming the challenges of multiplatform and maximizing the impact of the message of inspiration and empowerment.

The second chapter focuses on organizing workshops directed at women, both in online and face-to-face modalities, under the slogan “Empower Yourself Woman.” The role of the author as a businesswoman is analyzed, and how she faced specific challenges in this area. In addition, the “21-day challenge,” which merged aspects of entrepreneurship, nutrition, and spirituality, is examined, demonstrating how effective communication can serve as a powerful tool for the personal and professional development of women.

Finally, the third chapter describes the author's participation in massive events, including her role as a master of ceremonies in radio events. This section highlights the importance of live and direct communication, as well as the skills needed to manage the dynamics of large audiences. The challenges and lessons learned are addressed, emphasizing the significant impact these events have on the consolidation of the community and personal brand.

Introducción

Desde niña me apasionaba me fascinaba todo lo relacionado con cámaras, micrófonos, televisión, radio y los medios de comunicación en general. Esta pasión me llevó a iniciar mis estudios en Ciencias de la Comunicación en 1999. En aquel entonces, la idea de dedicarme a esta carrera generaba escepticismo entre mis padres, familiares y amigos, quienes veían este camino como poco prometedor para “ser alguien en la vida”. A pesar de las dudas y los cuestionamientos sobre mi futuro laboral, decidí seguir mi corazón y encontré mi lugar en la Universidad Vasco de Quiroga.

El ingreso a la carrera amplió mi perspectiva mucho más allá de la simple fascinación por los medios tradicionales. Descubrí que estudiar Ciencias de la Comunicación era adentrarse en un mundo sin límites, explorando desde la publicidad y el marketing hasta el diseño y la fotografía. Esta diversidad confirmó que había elegido el camino correcto.

La comunicación está en todas partes, y a menudo no somos conscientes de su omnipresencia. Nos enseñan a hablar, pero no necesariamente a comunicarnos de manera efectiva o a escuchar verdaderamente. Conocer los niveles de comunicación me permitió entender desde las necesidades no verbales de un bebé hasta cómo proyectar un producto o servicio de manera que genere un impacto significativo.

La pandemia de COVID-19 resaltó aún más la importancia de la comunicación, impulsando a muchos a adentrarse en el mundo digital y utilizar plataformas como redes sociales y YouTube. Esta transición demandó aprender a vencer el temor de estar frente a la cámara y desarrollar habilidades para comunicar y vender de manera efectiva.

Mi experiencia laboral comenzó incluso antes de concluir mi carrera, participando en prácticas profesionales que me llevaron a trabajar en periódicos y revistas y a

promocionar mi carrera en distintos medios de comunicación. Durante mi servicio social, trabajé en la redacción de La Voz de Michoacán, donde adquirí experiencia en la escritura de reportajes y crónicas.

Mi aventura en el mundo de la radio comenzó cuando fui invitada a participar en un casting para locutores en la emisora “La Tremenda” XELIA. A pesar de la competencia y mi escaso conocimiento del género musical de la estación, logré sobresalir y ganar el segundo lugar, lo que me dio la oportunidad de participar en un programa juvenil de lunes a viernes.

Mi paso por la radio me permitió explorar otras áreas como el equipo de ventas y la conducción de eventos masivos, incluido un “Macroconcierto” con más de 18 mil asistentes. Estas experiencias me brindaron una comprensión profunda de la logística, la publicidad y la promoción detrás de grandes eventos.

Después de graduarme, apliqué mis conocimientos en comunicación para apoyar a diversas empresas en el desarrollo de sus campañas y también emprendí proyectos personales. En 2006, me uní al equipo de *Seven Days* de Morelia, donde mi formación en comunicación fue esencial para liderar y coordinar equipos, motivar y empoderar a más de 50 personas, y desarrollar estrategias de marketing y eventos exitosos.

Mi carrera me ha enseñado la importancia de la pasión y el amor por mi trabajo, la innovación y la creatividad. Continúo buscando capacitaciones para enriquecer mis habilidades y liderazgo, convencida de que el aprendizaje constante es clave para el crecimiento personal y profesional. La comunicación, en todas sus formas, es una herramienta poderosa para conectar, influir y transformar nuestro entorno.

Objetivo

El propósito de este reporte es ofrecer una panorámica exhaustiva de mi trayectoria profesional desde que me gradué de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. A través de este documento, intento resaltar los logros significativos, las responsabilidades asumidas y las habilidades clave que he adquirido y perfeccionado a lo largo de más de dos décadas de experiencia en el ámbito de la comunicación.

Desde el inicio de mi carrera, he estado profundamente involucrada en la creación de contenidos y en el desarrollo e implementación de estrategias de comunicación que han demostrado ser efectivas en el ámbito empresarial y mediático. Mi labor ha tenido un impacto positivo tangible en cada una de las organizaciones para las cuales he trabajado, contribuyendo a su crecimiento y consolidación en sus respectivos sectores.

Este informe también pretende evidenciar mi evolución profesional durante este período. Mi paso por la Universidad Vasco de Quiroga no solo me brindó una sólida base teórica en comunicación humana, sino que también me equipó con las herramientas prácticas necesarias para enfrentar los retos del campo laboral. A lo largo de los años, he logrado ampliar mi espectro de competencias, adaptándome a las dinámicas cambiantes del mundo de la comunicación y asumiendo roles que han requerido tanto liderazgo como innovación.

He participado activamente en la gestión de proyectos que abarcan desde campañas publicitarias hasta la producción de contenidos multimedia, pasando por la coordinación de equipos multidisciplinarios y la implementación de tecnologías de la información para optimizar los procesos de comunicación interna y externa. Cada una de estas experiencias ha contribuido a fortalecer mi perfil profesional, dotándome de una perspectiva integral sobre la comunicación en diferentes contextos y medios.

Capítulo I. La travesía de “Inspirando con Mónica”

Esta sección se dedica a explorar la profundidad y amplitud del impacto generado por un programa de radio singular en el vasto panorama mediático de México. A través de esta narrativa, se desentraña cómo “Inspirando con Mónica” se convirtió en un faro de luz para muchos, especialmente para un nicho dedicado de mujeres, proporcionándoles esperanza, fe, y una comunidad solidaria.

Figura 1 Historias que inspiran



Fuente: Facebook, 2022

Desde el año 2015, tuve el privilegio de liderar “Inspirando con Mónica”, un programa de radio diseñado para tocar las almas y elevar los espíritus de nuestra audiencia. Transmitido por una variedad de portales de internet, incluidos “Dios es más grande”, “Base Misionera Roca Blanca”, e “Inspirando Con Mónica”, el programa forjó conexiones únicas no solo a través del contenido emitido sino también por la manera en que se distribuyó. Al enlazarnos con estaciones de radio en diversas ciudades de la República Mexicana como Acapulco, Morelia, Veracruz, y alcanzando una notable presencia en los Valles Centrales de Oaxaca y la Costa Oaxaqueña, “Inspirando con Mónica” se convirtió en un puente de comunicación e inspiración para un amplio espectro de oyentes.

Cada mañana, tenía la extraordinaria oportunidad de enviar mensajes de fe, ánimo, buena actitud, y esperanza. Estos mensajes no eran meras palabras transmitidas a través de las ondas; eran semillas de cambio, diseñadas para germinar en el corazón de los oyentes, provocando un impacto profundo y duradero. A través de esta constante interacción, el programa no solo logró entrar en el corazón de muchas personas, sino que también logró crear y cultivar un nicho especialmente resonante entre las mujeres.

Este capítulo detalla cómo “Inspirando con Mónica” se convirtió en más que un programa de radio; transformándose en una comunidad donde las voces de las mujeres eran escuchadas, valoradas y empoderadas. La conexión que se forjó trascendió lo convencional, creando un espacio seguro donde las mujeres podían encontrar consuelo, inspiración, y sobre todo, una comunidad de apoyo mutuo. La relevancia de este nicho dentro de la audiencia refleja un entendimiento profundo de las necesidades y desafíos específicos que enfrentan las mujeres en su día a día, proporcionando así un recurso invaluable que va más allá del entretenimiento para convertirse en una herramienta de empoderamiento personal y colectivo.

Este capítulo no solo celebra los logros de “Inspirando con Mónica” sino que también reflexiona sobre el poder de los medios de comunicación para influir positivamente en

la sociedad. A través de un enfoque dedicado a transmitir mensajes de esperanza y ánimo, el programa demuestra cómo los medios pueden ser utilizados para construir comunidades más fuertes, resilientes y unidas. Al hacerlo, “Inspirando con Mónica” no solo marcó una época, sino que también estableció un modelo a seguir para futuras iniciativas mediáticas que aspiren a hacer una diferencia real en la vida de las personas.

1.1. Los inicios en la multiplataforma

Las redes sociales han evolucionado desde sus inicios para transformarse en herramientas multifacéticas que influyen en casi todos los aspectos de nuestra vida diaria. La era de la multiplataforma marca un hito significativo en esta evolución, abriendo nuevas avenidas para la interacción social, el intercambio de información y el crecimiento empresarial. Este desarrollo ha sido crucial para adaptarse a las cambiantes dinámicas de cómo las personas se conectan, comparten y comunican en el vasto mundo digital.

En los albores de la era digital, las redes sociales comenzaron como plataformas simples destinadas a la socialización. Sin embargo, su potencial para llegar a audiencias globales rápidamente se hizo evidente, lo que llevó a una expansión y diversificación sin precedentes en la oferta de servicios. Facebook y Twitter, por ejemplo, empezaron como sitios web de nicho y se convirtieron en gigantes globales que permiten a los usuarios no solo socializar sino también participar en debates públicos, promocionar marcas y movilizar apoyo para causas.

La transición hacia la multiplataforma ha sido un factor clave en este crecimiento explosivo. Esta transición significa que las redes sociales ya no están confinadas a una sola plataforma o dispositivo. Los usuarios pueden acceder a sus cuentas y participar en comunidades en línea a través de múltiples dispositivos, como smartphones, tablets y computadoras, lo que permite una conectividad casi constante. Esta accesibilidad ha fomentado un entorno en el que las interacciones sociales y las

oportunidades de negocio pueden florecer sin las limitaciones del espacio físico o las barreras geográficas.

Los inicios en la multiplataforma también han impulsado la innovación en términos de funcionalidades y tipos de contenido. Las plataformas de redes sociales ahora admiten una gama diversa de contenidos, desde textos y fotos hasta videos y transmisiones en vivo, respondiendo a la demanda de los usuarios por formatos más ricos y envolventes. Además, la integración de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático ha mejorado la personalización y la relevancia del contenido que se presenta a los usuarios, mejorando así la experiencia en línea y fomentando una mayor participación.

La era de la multiplataforma ha redefinido las expectativas y comportamientos de los usuarios, quienes ahora buscan experiencias más integradas y cohesivas a través de sus dispositivos. Las empresas y marcas, por su parte, han tenido que adaptar sus estrategias de marketing y comunicación para mantenerse relevantes y efectivas en este paisaje digital en constante cambio. La habilidad para crear y mantener una presencia efectiva en múltiples plataformas se ha convertido en un requisito indispensable para el éxito en la era digital.

1.1.1. El internet en México, algunas cifras a tener en cuenta

El uso de internet en México ha mostrado una tendencia creciente y significativa en los últimos años, reflejando cambios en los hábitos de consumo digital y en la accesibilidad tecnológica en todo el país. Según datos del 2022, México contó con aproximadamente 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó el 78.6% de la población de 6 años o más (ENDUTIH, 2023). Este porcentaje no solo subraya la importancia y la integración de internet en la vida cotidiana de los mexicanos sino también destaca el crecimiento de la infraestructura digital que facilita este acceso.

Paralelamente, el uso de teléfonos celulares también mostró cifras impresionantes, con 93.8 millones de personas usuarias, equivalente al 79.2% de la población estudiada. Este dato es particularmente relevante ya que evidencia la preferencia y la dependencia creciente hacia los dispositivos móviles como principal medio de acceso a internet, reflejando una tendencia global hacia la movilidad y la conectividad en cualquier momento y lugar.

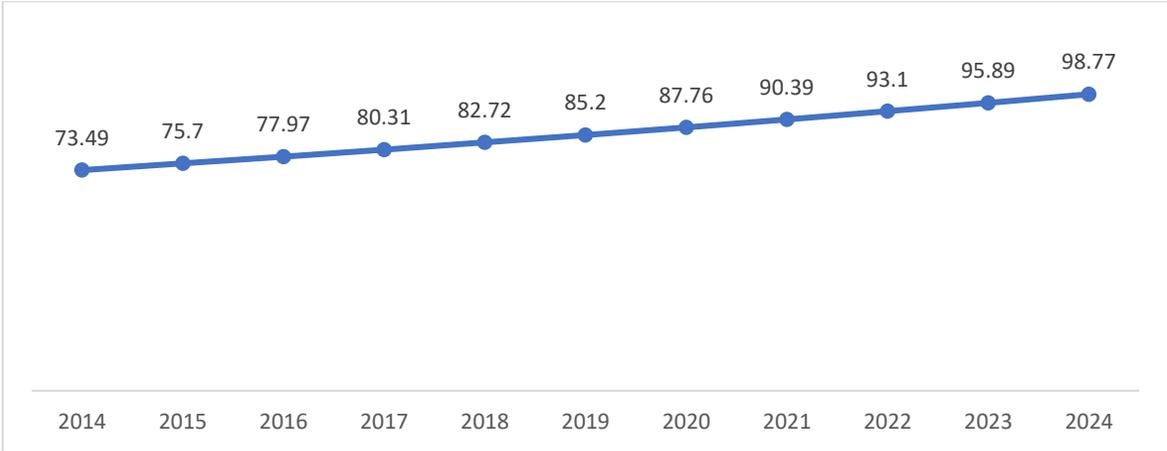
Sin embargo, el uso de computadoras presentó una disminución, con solo el 37.0% de la población de 6 años o más utilizando este dispositivo. Esta cifra representa una caída de 5.4 puntos porcentuales en comparación con el año 2019, lo que podría sugerir una transición hacia dispositivos móviles más portátiles y accesibles, o quizás refleje cambios en las necesidades y preferencias de los usuarios en términos de acceso a internet y uso de tecnología.

En contraste, la penetración de los televisores en los hogares mexicanos se mantiene alta, con un estimado de 34.1 millones de hogares que cuentan con al menos un televisor. Esto significa que el 90.7% de todos los hogares tiene al menos un televisor, destacando la persistencia de este medio como una fuente importante de entretenimiento e información, a pesar de la creciente prevalencia del contenido digital y en línea accesible a través de internet (ENDUTIH, 2023).

Estos datos ofrecen una panorámica del paisaje digital en México, resaltando tanto los avances como los desafíos en términos de acceso y uso de tecnologías de la información. Mientras que la adopción de internet y teléfonos celulares continúa expandiéndose, reflejando un avance hacia una sociedad más conectada, el declive en el uso de computadoras y la persistente alta penetración de televisores indican patrones de consumo y accesibilidad tecnológica que son complejos y multifacéticos, sugiriendo áreas de oportunidad para la inclusión digital y el desarrollo tecnológico en México.

La gráfica 1 describe la evolución de los usuarios de internet en México desde 2014 hasta 2024 es una representación visual que ilustra el crecimiento sostenido tanto en términos absolutos como porcentuales de la población con acceso a internet. Esta gráfica podría presentarse como un gráfico combinado que incluye una línea para el porcentaje de la población y barras para el número de usuarios de internet en millones, permitiendo una comparación directa y una comprensión clara de las tendencias a lo largo del tiempo.

Gráfica 1 Evolución de los usuarios de internet en México, 2014-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENDUTIH, 2023

Las barras, cada una correspondiente a un año específico, muestran un aumento gradual de los usuarios de internet, desde 73.49 millones en 2014 hasta 98.77 millones proyectados para 2024. Este incremento refleja no solo el crecimiento poblacional sino también una mayor penetración de internet en el país.

Paralelamente, la línea que representa el porcentaje de la población con acceso a internet asciende de manera constante, comenzando en un 62.05% en 2014 y alcanzando un estimado de 83.39% en 2024. La trayectoria ascendente de esta línea subraya la creciente importancia de la conectividad digital en México, así como los esfuerzos por mejorar la infraestructura de internet y hacerla más accesible para una mayor parte de la población.

El incremento en el porcentaje de la población con acceso a internet, desde un estimado de 62.05% en 2014 hasta una proyección de 83.39% para 2024, subraya la creciente digitalización de la sociedad mexicana y la importancia cada vez mayor de internet en la vida cotidiana.

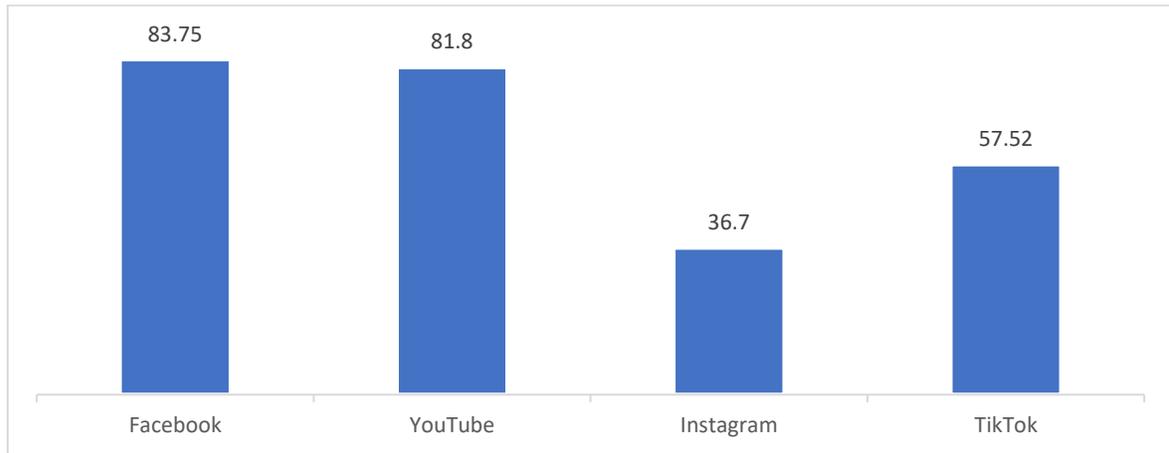
1.1.2. ¿Cuántas personas usan las redes sociales actualmente?

El panorama actual de las redes sociales refleja una realidad indiscutible: se han convertido en un eje central de nuestra vida cotidiana, influyendo profundamente en cómo interactuamos, nos informamos y tomamos decisiones. Este fenómeno global se ve claramente reflejado en España, donde aproximadamente el 83% de la población participa activamente en estas plataformas, una cifra que, según las tendencias y el incremento constante en el acceso a Internet, sólo promete crecer en los años venideros (Dongee, 2022).

La integración de las redes sociales en prácticamente todos los aspectos de la vida moderna no es casualidad. Estas plataformas ofrecen una gama diversa de beneficios que van desde la conexión personal y profesional hasta ser una herramienta clave para el aprendizaje y el desarrollo empresarial. Su capacidad para mantenernos conectados con los demás, independientemente de las distancias físicas, y para mantenernos al día con los acontecimientos globales en tiempo real, subraya su importancia en la sociedad actual.

De acuerdo con Salvador Benítez (2023), de los 100.6 millones de usuarios de internet en México, 94 utilizan plataformas de interacción social. La gráfica 2 ilustra el panorama del uso de redes sociales en México, destacando la penetración y preferencia de estas plataformas entre la población.

Gráfica 2 Millones de usuarios de redes sociales en México, 2023



Fuente: Elaboración propia a partir de Benítez, 2023

La barra correspondiente a Facebook muestra el mayor número de usuarios, con 83.75 millones, lo que lo coloca como líder en términos de popularidad y uso entre los mexicanos. Le sigue de cerca YouTube, con 81.80 millones de usuarios, evidenciando la alta preferencia por el contenido en video. TikTok, a pesar de ser una plataforma más reciente en comparación con Facebook y YouTube, muestra una impresionante cifra de 57.52 millones de usuarios mayores de 18 años, resaltando su rápido crecimiento y aceptación, especialmente entre el público más joven. Instagram, aunque con una cifra menor, sigue siendo significativo con 36.70 millones de usuarios, destacando su importancia en el nicho de la interacción social y el contenido visual.

Además, la gráfica incorpora una línea que indica el crecimiento total de usuarios de internet en México, pasando de menos de 100 millones a 100.6 millones entre 2022 y 2023, lo que refleja un aumento de 4.6 millones de usuarios en este periodo. Este dato subraya el crecimiento constante en el acceso a la tecnología y la importancia de las redes sociales como herramientas de comunicación y entretenimiento.

La representación visual deja en claro que las redes sociales son una parte integral de la vida digital en México, con una penetración que alcanza el 73.4% de la población total del país. Esta gráfica no solo muestra las preferencias de los usuarios mexicanos en términos de plataformas sociales sino que también evidencia el crecimiento

sostenido del acceso a internet, un factor clave para entender la transformación digital en México.

Más allá de la comunicación y la información, las redes sociales han demostrado ser un terreno fértil para el crecimiento y la innovación empresarial. Permiten a las marcas interactuar directamente con su audiencia, personalizar su contenido y adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado. Este dinamismo ha transformado las estrategias de marketing, enfatizando la necesidad de estar presentes en múltiples plataformas para captar efectivamente la atención del consumidor moderno.

Este consumidor, cada vez más informado y exigente, utiliza las redes sociales y otras plataformas digitales, como Google y YouTube, para informarse y tomar decisiones de compra. Según Chana (2023), un asombroso 80% de las personas alternan entre búsquedas en línea y videos cuando investigan sobre un producto, y el 55% utiliza Google y YouTube para obtener una comprensión más profunda antes de realizar una compra. Esto destaca el papel crucial de los contenidos de calidad y la información detallada en el proceso de toma de decisiones de los consumidores.

El comportamiento de los consumidores en la era digital es cada vez más sofisticado y deliberado, especialmente cuando se trata de investigar productos antes de realizar una compra (Biagi, 2016). La sinergia entre Google y YouTube ha emergido como un proceso de dos etapas crucial en la toma de decisiones de los consumidores. Este proceso refleja no solo la búsqueda de información detallada y opiniones auténticas sino también la comparación de precios y la consideración de la experiencia poscompra.

Tras una búsqueda inicial en Google, muchos consumidores se dirigen a YouTube por cuatro razones principales que reflejan una necesidad de visualización y validación más allá de lo que una simple descripción o imagen puede ofrecer (Chana, 2023). En primer lugar, desean ver el producto en acción, más allá de las fotografías estáticas en

sitios web corporativos. Esto les permite obtener una representación más fiel y detallada del producto, como si lo estuvieran examinando en una tienda física.

En segundo lugar, buscan testimonios y experiencias de otros consumidores. Las reseñas y los comentarios en YouTube ofrecen perspectivas auténticas y sin filtrar de otros usuarios, proporcionando un sentido de comunidad y confianza en la evaluación del producto.

La tercera razón es el deseo de comprender a fondo el funcionamiento o los beneficios del producto. Los videos instructivos y demostrativos en YouTube son invaluable para explicar características complejas de manera fácil de entender, facilitando a los consumidores una comprensión más clara de lo que están considerando comprar.

Finalmente, los consumidores recurren a YouTube en busca de reseñas detalladas, hacks, y consejos. Estos contenidos no solo enriquecen su conocimiento sobre el producto, sino que también les ofrecen información sobre cómo maximizar su valor y utilidad.

Antes de proceder a YouTube, los consumidores inician su búsqueda en Google por tres razones específicas. La primera es la comparación de precios y marcas. Google facilita una visión general rápida y eficiente del mercado, permitiendo a los consumidores evaluar opciones y tomar decisiones informadas sobre la relación calidad-precio.

La segunda razón es localizar puntos de venta, ya sea tiendas físicas o plataformas en línea, donde puedan adquirir el producto. Google sirve como un directorio global, ofreciendo enlaces directos y opciones de compra.

Por último, Google es utilizado para acceder a información oficial del producto. Los consumidores buscan datos precisos y especificaciones directamente de las fuentes

oficiales antes de explorar opiniones y demostraciones en YouTube. Esta etapa es crucial para obtener una base sólida de conocimiento sobre el producto de interés.

Los datos revelan una tendencia clara: los videos y el contenido multimedia juegan un papel decisivo en el proceso de compra, sirviendo como una fuente de información confiable y accesible para los consumidores (Chana, 2023). Este cambio hacia el contenido visual y multimedia subraya la importancia de adaptar las estrategias de marketing para satisfacer las preferencias y comportamientos del consumidor contemporáneo.

En resumen, las redes sociales y las plataformas digitales representan más que meros canales de comunicación; son herramientas esenciales para la construcción de comunidades, el aprendizaje, y el crecimiento empresarial. Su omnipresencia y la diversidad de funciones que ofrecen garantizan que seguirán desempeñando un papel significativo en la forma en que nos conectamos, informamos, y tomamos decisiones en el futuro previsible. La capacidad de las marcas para navegar por este paisaje digital complejo y en constante evolución será fundamental para su éxito y relevancia en el mercado global.

1.2. Radiodifusión, el medio móvil instantáneo, sin fronteras, fácil y ágil de usar.

En la era digital, donde las opciones de medios de comunicación parecen infinitas y la información fluye libremente a través de las fronteras digitales, la radiodifusión emerge no solo como un medio de resistencia, sino como una plataforma esencial para la conexión humana y la información instantánea (Páez, 2022). A pesar del auge de internet, las redes sociales, y las plataformas de streaming, la radio mantiene su lugar especial en el corazón de la sociedad por varias razones clave que trascienden la mera transmisión de noticias y música.

1.2.1. Características de la radio como medio de comunicación

La radio se distingue por su accesibilidad y movilidad, no requiere conexión a internet, es gratuita y se puede acceder a ella desde prácticamente cualquier lugar (Biagi, 2016). Esta característica la convierte en un medio sin fronteras, capaz de llegar a oyentes en las regiones más remotas, proporcionando un servicio vital en situaciones de emergencia o en áreas con acceso limitado a tecnologías más avanzadas.

La simplicidad de uso de la radio es incomparable, al encender el dispositivo y sintonizar una estación no podría ser más fácil, lo que la hace accesible para todas las edades y demografías (Grupo ACIR, 2022). Esta agilidad en la entrega de contenido la hace ideal para consumir información y entretenimiento mientras se realizan otras actividades, como conducir, cocinar o trabajar, integrando sin esfuerzo la difusión en la rutina diaria de las personas.

Figura 2. La crema y neta



Fuente: Facebook, 2021

Como bien señala Páez (2022), la esencia de la radio va más allá de ser simplemente un canal para locutores, noticias y música. La radio es, en su núcleo, sobre el compañerismo y la conexión emocional. Ofrece a los oyentes una voz amiga en la

soledad, un sentido de comunidad al compartir experiencias colectivas a través de las ondas, y un vínculo emocional a través de programas que abordan desde problemas locales hasta temas globales, haciéndolos relevantes y personales para cada individuo.

Una de las fortalezas indiscutibles de la radio es su capacidad para proporcionar información en tiempo real. Las estaciones que emiten las 24 horas del día ofrecen actualizaciones constantes sobre noticias de última hora, condiciones climáticas, tráfico y más, manteniendo informados a los oyentes con las noticias más recientes. Esta inmediatez es crucial en situaciones de emergencia o eventos en desarrollo, donde la rapidez y precisión de la información pueden tener un impacto significativo.

La radio, a pesar de la proliferación de tecnologías digitales y medios de comunicación masivos, continúa desempeñando un papel indispensable en la sociedad moderna, especialmente en situaciones donde otras formas de comunicación pueden fallar o ser inaccesibles. Este medio tradicional se destaca por su capacidad única para traspasar fronteras físicas y digitales, llegando a ser una fuente vital de información confiable en contextos donde las noticias y los datos fiables son escasos o difíciles de obtener.

Figura 3. Locución comercial en La crema y neta



Fuente: Facebook, 2021

La radio ha demostrado ser especialmente valiosa en momentos críticos, como durante emergencias naturales o situaciones de crisis, cuando las redes móviles están sobrecargadas o inoperativas y las líneas telefónicas están cortadas (Páez, 2022). Su capacidad para operar sin necesidad de una infraestructura compleja o energía eléctrica convencional, gracias a opciones como baterías o mecanismos de carga manual, asegura que la comunicación pueda mantenerse incluso en las circunstancias más adversas. Esto convierte a la radio en un medio crucial para la difusión de anuncios de emergencia y comunicaciones vitales durante desastres.

Más allá de su papel en emergencias, la radio sirve como un pilar para las comunidades, particularmente en áreas remotas o rurales como los pueblos del altiplano, donde otros medios de comunicación pueden ser limitados o inexistentes. En estos contextos, la radio proporciona una plataforma para compartir mensajes comunitarios, promover eventos locales como deportes, actividades comunitarias, y eventos especiales, además de ser un canal para la publicidad comercial local. Este medio fomenta un sentido de comunidad y pertenencia, al ofrecer un espacio para que las voces locales sean escuchadas y para que la información relevante sea distribuida de manera eficaz.

Comparada con otros medios de comunicación masiva, como la televisión, la radio ofrece ventajas significativas en términos de practicidad, accesibilidad y costo (Biagi, 2016). No requiere de una señal de internet o cable para funcionar, lo que la convierte en una fuente de información portátil ideal, accesible desde cualquier lugar, ya sea en casa, en la oficina o mientras se viaja en automóvil. Esta accesibilidad universal asegura que la radio siga siendo un medio relevante y confiable para una amplia audiencia.

La simplicidad, la fiabilidad y la capacidad de la radio para conectar personas, transmitir información crucial y fomentar la cohesión comunitaria, subrayan su valor continuo en la era digital. A pesar de los avances tecnológicos y el aumento de las

opciones de medios digitales, la radio mantiene su estatus como un pilar de la comunicación global, demostrando que, en ciertas situaciones y lugares, sigue siendo insustituible. En resumen, la radio no solo sobrevive, sino que prospera como una herramienta esencial de comunicación, destacando su importancia inmutable en el panorama mediático contemporáneo.

1.2.2. Uso comercial (y muy vigente) de la radio

La radio, un medio tradicionalmente asociado con el siglo pasado, sigue siendo sorprendentemente relevante y poderosa en el vasto panorama de los medios de comunicación del siglo XXI (Sánchez Dimas, 2023). A pesar del avance de las redes sociales y la omnipresencia del internet, la radio se mantiene como un pilar de la comunicación masiva, particularmente en regiones donde la penetración de la señal de internet es limitada, como muchas áreas de Latinoamérica.

La radio se caracteriza por su omnipresencia y accesibilidad. En cualquier momento del día, sin importar dónde se encuentre una persona, es probable que pueda acceder a una transmisión de radio. Esta accesibilidad se extiende a través de varias plataformas, incluidas las digitales, permitiendo a la radio alcanzar a audiencias que van más allá de sus oyentes tradicionales. Su capacidad para informar, entretener y acompañar a sus oyentes en tiempo real sigue siendo inigualable. Un sondeo de Merca2.0 resalta cómo el 66% de los mexicanos prefieren escuchar la radio mientras viajan en auto, evidenciando cómo este medio se ha integrado en las rutinas diarias de la población (González, 2021).

La radio ofrece interacción continua, disponible las 24 horas del día, los 365 días del año, lo que garantiza que la información y el entretenimiento estén siempre al alcance. Su naturaleza permite a los oyentes realizar otras actividades mientras escuchan, favoreciendo una experiencia de usuario que medios como la televisión o la prensa no pueden ofrecer. La capacidad de sintonizar estaciones de cualquier parte del mundo, gracias a las tecnologías digitales, amplía aún más su alcance y relevancia.

Desde el punto de vista de la publicidad, la radio ofrece ventajas únicas. La segmentación de audiencias, costos relativamente bajos y la capacidad de generar un fuerte impacto emocional a través de la narrativa son aspectos que continúan atrayendo a los anunciantes. La radio no solo logra captar la atención de los consumidores, sino que, a través de la repetición de anuncios, consolida el mensaje de marca en la mente de los oyentes.

La transición de la radio al ámbito digital ha ampliado sus capacidades y su audiencia. La integración de audio y video en plataformas digitales ofrece contenidos más atractivos y una mayor interacción con los consumidores. Esto permite a la radio no solo mantenerse relevante sino también evolucionar para satisfacer las demandas de nuevas generaciones que buscan formatos innovadores y contenidos de calidad.

La radio, por tanto, sigue siendo un medio fundamental tanto para la comunicación como para la publicidad en la era digital. Su habilidad para adaptarse y evolucionar, junto con su capacidad innata de conectar de manera profunda y personal con los oyentes, asegura su lugar como un medio esencial y dinámico en el paisaje mediático contemporáneo (Sánchez Dimas, 2023). La publicidad en radio, lejos de ser una reliquia del pasado, representa una estrategia efectiva y versátil para alcanzar diversos públicos en un entorno cada vez más fragmentado.

1.3. Portal web de Hola FM Radio

En octubre de 2015, nació Hola FM RADIO, un proyecto ambicioso y visionario que buscaba revolucionar la forma en que las audiencias interactúan con la radio a través de internet. En un momento en que el internet comenzaba a expandir su influencia, pero aún no dominaba completamente el panorama mediático, Hola FM RADIO se adelantó a su tiempo, reconociendo el potencial de la red mundial para llevar la radio a un público global.

Desde su creación, el objetivo de Hola FM RADIO fue claro: establecer una emisora de radio en línea que no solo llegara a millones de personas en todo el mundo sino que también promoviera valores familiares y un contenido inclusivo para todas las edades. Este enfoque en la familia y en los valores fundamentales buscaba llenar un nicho específico en el mercado de las radios en línea, diferenciándose de otras ofertas que podían centrarse más en nichos de mercado o géneros musicales específicos.

El portal fue diseñado para ser accesible en vivo desde cualquier parte del mundo, ofreciendo a los oyentes la libertad de disfrutar de una amplia gama de contenidos, desde música hasta programas temáticos y espacios publicitarios, sin restricciones geográficas. Esta visión de accesibilidad universal estaba adelantada a su tiempo, prediciendo cómo el consumo de medios evolucionaría hacia formatos más flexibles y disponibles a demanda.

Hola FM RADIO no solo se adaptó a las tendencias emergentes de consumo de medios, sino que también las anticipó, ofreciendo una plataforma que era perfectamente compatible con una amplia variedad de dispositivos, desde computadoras hasta dispositivos móviles y tablets. Esta versatilidad aseguraba que los oyentes pudieran llevar consigo la radio, independientemente de dónde estuvieran o qué estuvieran haciendo, haciendo realidad la visión de una compañía de radio que acompañaría a sus oyentes en todo momento y lugar.

Además, la estación se posicionó como el espacio ideal para anunciantes y campañas publicitarias que buscaban alcanzar a una audiencia diversa pero unida por valores comunes. Este enfoque no solo beneficiaba a la estación desde un punto de vista comercial, sino que también garantizaba que el contenido publicitario estuviera alineado con la misión y visión de la radio.

1.3.1. Visión

Reforzar un estilo de vida sano en la niñez, juventud, en adultos, matrimonios, llegar a cada persona para fortalecer su mente y espíritu, mediante temas y situaciones de la vida cotidiana con un lenguaje divertido, relajado, actual, pero sin perder de vista nuestro objetivo principal que era fortalecer sus valores, su capacidad de liderazgo y vocación de servicio.

1.3.2. Programación

Hola FM RADIO, desde su creación, se estableció firmemente como una emisora dedicada a ofrecer una programación que resonara con toda la familia. La diversidad de su contenido estaba diseñada para captar la atención de un amplio espectro de oyentes, desde los más jóvenes hasta los mayores, pasando por matrimonios y líderes comunitarios. La estación se enorgullecía de su capacidad para proporcionar una mezcla equilibrada de música, conciertos en vivo, programas enfocados en matrimonios y jóvenes, liderazgo, así como predicaciones tanto en vivo como grabadas y reflexiones profundas. Este enfoque holístico hacia la programación garantizaba que cada miembro de la familia encontrara algo valioso y enriquecedor al sintonizar.

Además, Hola FM RADIO no se limitaba solo a la emisión de programas regulares; la estación también se destacaba por su cobertura de eventos importantes y masivos en vivo. La capacidad de proyectar reportajes, cápsulas informativas y transmisiones en vivo de eventos significativos permitía a la estación mantener a sus oyentes informados y conectados con lo que sucedía en su entorno y en el mundo.

Reconociendo la importancia de promover activamente el portal para alcanzar a una audiencia más amplia, Hola FM RADIO implementó una estrategia de publicidad diversificada y creativa. La promoción de la estación se llevó a cabo a través de medios tradicionales y tangibles, tales como la difusión de publicidad en camiones y carros de perifoneo, así como la distribución de billetes publicitarios en puntos estratégicos de la ciudad. Estos esfuerzos se complementaron con la colaboración de negocios patrocinadores ubicados en varios estados de la República Mexicana, incluidos el Estado de Oaxaca, Michoacán, Puebla y, notablemente, Texas en Estados Unidos. Esta amplia red de patrocinadores no solo amplificaba el alcance de la estación sino que también subrayaba la conexión comunitaria y el apoyo que Hola FM RADIO había logrado cultivar.

La promoción de la estación también incluía regalar playeras con el logo de holafmradio.com, junto con los logos de algunos patrocinadores, una estrategia que no solo servía para aumentar la visibilidad de la estación sino también para fomentar un sentido de pertenencia y comunidad entre sus oyentes. Los patrocinadores contaron con menciones en todos los programas, redes sociales y publicidad impresa. Esta táctica de mercadotecnia permitía a los oyentes llevar literalmente su afición por la estación a dondequiera que fueran, promoviendo orgullosamente Hola FM RADIO como su elección para el entretenimiento y la información familiar.

1.3.3. Lema

“Inspirando a millones “

1.3.4. ¿Por qué integrar el trabajo en un enfoque fragmentado?

Tal como lo señala Luis Lombardero Rodil (2015) vivimos en la era digital, un periodo definido por la omnipresencia de las tecnologías de la información y la comunicación. Dentro de este contexto, las Ciencias de la Comunicación adquieren un papel crucial,

especialmente en lo que respecta al desarrollo de contenido web. Este campo no solo se encarga de producir información, sino que también se enfoca en cómo esta se presenta y se comparte en línea, asegurando que sea tanto efectiva como atractiva para las audiencias.

La transformación digital ha reconfigurado las dinámicas tradicionales de comunicación, pasando de un modelo predominantemente unidireccional a uno que privilegia la interacción y la retroalimentación continua (Biagi, 2016). Esta evolución implica un cambio fundamental en cómo entendemos y practicamos la comunicación. Ya no basta con emitir mensajes; ahora, es esencial involucrar a la audiencia, comprendiendo sus necesidades y preferencias para adaptar el contenido de manera efectiva. Este enfoque interactivo es especialmente relevante en las redes sociales, plataformas que han ampliado y diversificado los canales de comunicación disponibles.

Figura 4. Captura de pantalla de Hola FM



Fuente: Facebook, 2023

Las redes sociales representan un desafío particular para los profesionales de la comunicación, especialmente para aquellos cuya formación precedió a la aparición de estas plataformas en la variedad y complejidad que exhiben hoy. Estas herramientas digitales no solo requieren habilidades técnicas para su manejo efectivo sino también una comprensión profunda de la naturaleza cambiante de las interacciones humanas en entornos virtuales (González, 2021). La capacidad para generar contenido que resuene con las audiencias, fomente la participación y promueva el compromiso se ha convertido en un requisito indispensable en la profesión.

En este sentido, la formación en Ciencias de la Comunicación brinda los cimientos teóricos y prácticos necesarios para navegar este paisaje digital en constante evolución. Los principios de claridad, concisión, relevancia y atractivo nunca han sido más importantes, adaptándose a formatos y estilos de comunicación que captan la atención en un mar de información. Además, la ética profesional y el compromiso con la veracidad y la calidad del contenido siguen siendo fundamentales, incluso en el frenético mundo de las redes sociales.

La era digital plantea desafíos y oportunidades significativas para los profesionales de la comunicación. La capacidad para crear contenido web efectivo y atractivo, entender y adaptarse a las necesidades de las audiencias, y manejar la retroalimentación de manera constructiva son habilidades clave en este nuevo entorno (Benítez, 2023). La formación en Ciencias de la Comunicación ofrece una base sólida desde la cual explorar y aprovechar el potencial de las tecnologías digitales, asegurando que los mensajes no solo se transmitan, sino que también conecten, informen y enriquezcan a las audiencias globales.

1.4. Redes sociales

Mi trayectoria como egresada de Ciencias de la Comunicación ha sido fundamental en mi carrera profesional, especialmente en el ámbito de la creación de contenido para redes sociales y la interacción con los medios tradicionales, como la radio y la

televisión, donde inicialmente forjé mi camino. La incursión en el mundo digital, inicialmente concebida como un complemento para el programa “Inspirando con Mónica”, rápidamente evolucionó hacia un escenario que exigía una fusión innovadora de conocimientos adquiridos y nuevas competencias.

El entorno digital, con su naturaleza dinámica y su capacidad para conectar instantáneamente con audiencias globales, presentó desafíos únicos que no se asemejan completamente a los de los medios tradicionales. Las redes sociales, con su propia lógica y expectativas, me obligaron a integrar teorías de comunicación con principios de psicología y estrategias de marketing digital. Este enfoque multidisciplinario fue crucial para trascender la simple transmisión de mensajes, buscando en su lugar forjar conexiones significativas y duraderas con el público.

Figura 5. Inspirando con Mónica



Fuente: Facebook, 2019

La formación en Ciencias de la Comunicación me proporcionó un sólido marco teórico y práctico que ha sido indispensable para entender las complejidades de las diversas audiencias con las que interactúo. Esta comprensión profunda permite adaptar el contenido a las necesidades y preferencias específicas de cada grupo, un reto constante en un mundo caracterizado por la inmediatez y la sobreinformación.

Figura 6 Uso de redes sociales de “Inspirando con Mónica”



Inspirando con Mónica



2 días · 🌐

Alguna vez te has quedado en un hotel "todo incluido"?

Recuerdo que cuando nos registramos en aqu... Ver más



990

71 comentarios 1,396 veces compartido

Fuente: Facebook, 2023

Adaptarse a este entorno digital me ha exigido desarrollar una empatía aguda y una capacidad para generar contenido que no solo sea relevante y atractivo, sino que también resuene en un nivel personal con los usuarios. Esta aproximación es similar a la empleada en los medios convencionales pero amplificada por las nuevas posibilidades que ofrecen las plataformas digitales para la expresión y el compromiso.

Mitchelstein y Boczkowski (2017) destacan la importancia de la adaptabilidad y la innovación en la comunicación digital. Siguiendo esta línea, mi experiencia demuestra

cómo los fundamentos adquiridos en Ciencias de la Comunicación pueden ser aplicados y expandidos en el contexto digital. La transición de los medios tradicionales a las plataformas de redes sociales no implica abandonar las raíces de nuestra formación, sino más bien, utilizar esas bases como un trampolín para explorar nuevas formas de conexión y expresión.

En última instancia, mi recorrido profesional subraya el valor de una base sólida en Ciencias de la Comunicación y la importancia de estar dispuestos a aprender y adaptarse continuamente. La convergencia de medios tradicionales y digitales no solo enriquece nuestra práctica profesional, sino que también amplía el alcance y el impacto de nuestro trabajo, permitiéndonos servir mejor a nuestras audiencias en un paisaje mediático en constante evolución.

1.4.1. Usos de las redes sociales en México

De acuerdo con Salvador Benítez (2023) en México, el uso de las redes sociales se ha integrado profundamente en el tejido social, económico y cultural, reflejando una diversidad de aplicaciones que van desde la comunicación personal hasta el entretenimiento y la promoción comercial. Este fenómeno es evidente en la manera en que individuos y organizaciones aprovechan estas plataformas para satisfacer una amplia gama de necesidades y objetivos (Figura 2).

Figura 7. Usos más comunes de las redes sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de Benítez, 2023

Las redes sociales han revolucionado la forma en que los mexicanos se comunican entre sí. Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram se han convertido en herramientas esenciales para mantenerse en contacto con amigos, familiares y

colegas, facilitando la comunicación instantánea a través de mensajes, comentarios y publicaciones. Este aspecto ha sido particularmente relevante en contextos donde la distancia física o las circunstancias de la vida impiden la interacción cara a cara, proporcionando un espacio vital para el mantenimiento de relaciones personales y profesionales.

La función de las redes sociales como canales de noticias ha experimentado un crecimiento exponencial. Muchos mexicanos recurren a plataformas como Twitter y Facebook para informarse sobre acontecimientos nacionales e internacionales, convirtiendo a estas redes en fuentes primarias de información. Esta tendencia refleja un cambio significativo en el consumo de noticias, con un impacto notable en la rapidez con la que se difunden los acontecimientos y en la forma en que se forma la opinión pública.

El ámbito empresarial en México también ha encontrado en las redes sociales un aliado estratégico para el crecimiento y la promoción. Instagram y Facebook, entre otras, ofrecen herramientas de publicidad y marketing diseñadas para ayudar a las empresas a alcanzar su público objetivo de manera eficiente. Esta capacidad para segmentar audiencias, junto con la posibilidad de interactuar directamente con los consumidores, ha transformado las estrategias de marketing y promoción, permitiendo a las empresas de todos los tamaños ampliar su alcance y fortalecer su presencia en el mercado.

Por otro lado, el entretenimiento es uno de los usos más populares de las redes sociales entre el público mexicano. Plataformas como TikTok e Instagram se han convertido en importantes fuentes de contenido creativo y de ocio, ofreciendo desde videos cortos y divertidos hasta transmisiones en vivo de eventos y tutoriales. La capacidad de estas plataformas para captar la atención de los usuarios durante largos periodos de tiempo demuestra su eficacia como medios de entretenimiento y su impacto en las preferencias y hábitos de consumo cultural.

En resumen, las redes sociales en México desempeñan un papel multifacético, abarcando desde la comunicación y el acceso a la información hasta la promoción empresarial y el entretenimiento. La adopción masiva y la versatilidad de estas plataformas subrayan su relevancia y su capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de la sociedad mexicana, consolidándose como elementos centrales en la vida cotidiana de millones de personas.

1.4.2. Redes sociales y su vínculo con la teoría

En la era de la información en la que nos encontramos, las ciencias de la comunicación juegan un rol esencial tanto en la creación de contenido para las redes sociales como en el fortalecimiento de la conexión con los medios tradicionales (West & Turner, 2016). Este campo de estudio no solo proporciona un marco teórico sólido para el desarrollo de mensajes efectivos, sino que también ofrece herramientas prácticas para entender y navegar el complejo panorama mediático de hoy.

En el vasto océano de las redes sociales, captar la atención del público se ha convertido en un desafío constante (Biagi, 2016). Aquí, las teorías de la comunicación cobran una importancia crítica, permitiendo a los creadores de contenido aplicar estrategias de persuasión, emplear narrativas envolventes y diseñar contenido que no solo informe, sino que también entretenga y conecte con la audiencia. De forma similar, en los medios tradicionales, la forma de contar historias, la presentación del contenido y la selección de temas se benefician enormemente de un enfoque fundamentado en las teorías comunicativas, mejorando así la calidad y el impacto del mensaje.

Las redes sociales han transformado radicalmente la manera en que las audiencias interactúan con el contenido, ofreciendo un canal para la comunicación bidireccional (Benítez, 2023). Los principios de las ciencias de la comunicación son indispensables para gestionar estas interacciones de forma efectiva, facilitando el manejo de comentarios, la respuesta a críticas y la adaptación de contenidos basada en el feedback del público. Esta retroalimentación es igualmente valiosa en los medios

tradicionales, donde permite ajustar la programación y el contenido para alinearlos mejor con las preferencias y expectativas de la audiencia.

En un mundo donde la desinformación puede propagarse rápidamente, adherirse a normas éticas y asegurar la precisión de la información se ha vuelto imperativo. Las ciencias de la comunicación enfatizan la importancia de la ética y la responsabilidad en todas las formas de difusión de información. En las redes sociales, esto significa verificar los hechos y evitar la propagación de noticias falsas. Para los medios tradicionales, significa mantener estándares de precisión y objetividad para preservar la confianza del público.

La convergencia de medios destaca la necesidad de una estrategia integrada que utilice tanto las redes sociales como los medios tradicionales para maximizar el alcance y la eficacia del contenido (Lombardero Rodil, 2015). Las ciencias de la comunicación ofrecen insights valiosos sobre cómo estas plataformas pueden complementarse, permitiendo a los creadores llegar a audiencias diversificadas y fomentar una mayor participación.

En definitiva, las ciencias de la comunicación son indispensables para quienes buscan crear contenido web de calidad y mantener una presencia mediática efectiva y responsable. Al proporcionar un entendimiento profundo de cómo comunicar de manera efectiva, persuadir, y conectar con audiencias globales, estas disciplinas equipan a los profesionales con las competencias necesarias para navegar con éxito en el dinámico y a menudo impredecible panorama mediático actual.

Capítulo II. Talleres para mujeres

Con el inicio de la pandemia, enfrentamos un periodo de incertidumbre y miedo, un tiempo en el que muchas personas se sintieron paralizadas ante la adversidad. Fue en este contexto que decidí crear un taller en línea dirigido específicamente a mujeres, un espacio seguro y privado donde pudieran encontrar apoyo, guía y comunidad.

Este taller nació de la necesidad de ofrecer un refugio y una plataforma de crecimiento para aquellas que se vieron afectadas de diversas maneras: desde el impacto emocional de sentirse solas y desorientadas, hasta las dificultades económicas como la pérdida de empleo de sus parejas, la llegada de la enfermedad a sus hogares, o simplemente el deseo de crecer espiritualmente o de emprender y expandir sus negocios (Anh Vu, 2022).

La respuesta a la convocatoria fue asombrosa y superó todas mis expectativas. Mujeres no solo de México sino también de Perú, Chile y Estados Unidos se unieron al taller, creando una comunidad diversa y rica en experiencias y culturas. La variedad de participantes enriqueció las sesiones, permitiendo un intercambio de perspectivas y aprendizajes que trascendió fronteras.

El impacto del taller en la vida de las participantes fue profundamente positivo. Muchas de ellas lograron recuperar su autoestima y redescubrir o reactivar sus talentos, lo que les permitió dar un nuevo rumbo a sus vidas. Algunas iniciaron sus propias microempresas, aprovechando habilidades y pasiones que habían relegado o descubierto durante el taller. Otras se reafirmaron en sus roles de liderazgo, ya sea posicionándose de manera destacada en redes de mercadeo multinivel o incluso aventurándose en la esfera pública y asumiendo cargos políticos.

Este taller se convirtió en un catalizador para el cambio, brindando las herramientas y el apoyo necesario para que estas mujeres enfrentaran los retos presentados por la pandemia y transformaran su realidad. Al proporcionar un espacio de aprendizaje,

empoderamiento y solidaridad, demostramos que, incluso en los momentos más difíciles, es posible encontrar fuerza en la comunidad y avanzar hacia el crecimiento personal y profesional.

La experiencia del taller no solo evidenció la resiliencia y el potencial de cada una de las participantes, sino que también reafirmó mi compromiso con la creación de espacios de apoyo y desarrollo para mujeres. El éxito de esta iniciativa subraya la importancia de la solidaridad, la educación y el empoderamiento femenino como herramientas clave para superar adversidades y alcanzar nuestros sueños y objetivos.

2.1. Empodérate Mujer en línea

La percepción del “concepto” de mujer ha experimentado una transformación radical en tiempos recientes, un cambio que, lejos de ser negativo, celebra la diversidad y la capacidad de las mujeres para definirse a sí mismas de acuerdo con sus deseos y ambiciones (Robles, 2021). Históricamente, se ha encasillado a las mujeres en roles específicos, limitándolas a ser las delicadas princesas del hogar, sujetas a un conjunto de expectativas sobre cómo deberían lucir y comportarse. Sin embargo, la realidad es que las mujeres son seres multifacéticos, capaces de realizar múltiples tareas simultáneamente, demostrando no solo inteligencia y fuerza sino una capacidad inmensa para superar cualquier reto que se les presente.

En la actualidad, muchas mujeres están redefiniendo lo que significa ser mujer, rompiendo los moldes tradicionales y demostrando que el género no debe ser un factor limitante en la búsqueda de sus pasiones y el cumplimiento de sus misiones en la vida. Cada persona es única, dotada de sus propios talentos, capacidades y potencial, independientemente de su género.

El ejemplo de mujeres participando en el fútbol con tanto derecho y validez como los hombres que se dedican al ballet es un testimonio poderoso de esta transformación. La verdadera lucha no consiste en competir por ser el mejor, sino en reconocer y

validar las capacidades de cada individuo para alcanzar sus metas, sin importar su género. La sociedad está aprendiendo a ver más allá de los estereotipos tradicionales, reconociendo que todos, independientemente de nuestro sexo, somos capaces de lograr grandes cosas si nos lo proponemos.

Figura 8 Publicidad para la primera edición de “Empodérate Mujer” en línea

" EMPODÉRATE MUJER "
Crece con lo que tienes.
Es tiempo de que avances !
Conocete aún más a profundidad y cumple tu propósito en la vida.

¡ Aprende y pierde el miedo a comunicarte ante el público !
¡ Crea tu propio negocio !
¡ Eleva tus ventas !

¡ TIENES QUE REGÍSTRATE AHORA !

QUIERES
VENDER
MÁS

COMUNICAR
Empodérate Mujer

58 3 comentarios 59 veces compartido

Detailed description: This is a Facebook advertisement for the event 'Empodérate Mujer'. The top section has a black background with white text. The middle section features a woman in a black top against a purple background with the text 'QUIERES VENDER MÁS' and 'COMUNICAR Empodérate Mujer'. The bottom section shows engagement metrics: 58 likes, 3 comments, and 59 shares.

Fuente: Facebook, 2019

En el ámbito profesional, y especialmente en los medios de comunicación, ser mujer puede presentar desafíos significativos, dada la prevalencia histórica de los hombres

en posiciones de liderazgo y poder. A pesar de estas barreras, muchas mujeres en el campo de la comunicación han luchado incansablemente para ganarse un lugar destacado y ser reconocidas por su trabajo. Estas comunicólogas han enfrentado situaciones de censura y han defendido sus derechos, abriendo camino para futuras generaciones de mujeres en la industria.

Este cambio de paradigma no solo beneficia a las mujeres sino a la sociedad en su conjunto, enriqueciéndola con una diversidad de perspectivas y experiencias (Robles, 2021). Al desafiar las nociones preconcebidas y luchar por la igualdad y el reconocimiento, estamos construyendo un mundo donde el género deja de ser una barrera para el éxito y la expresión personal. La verdadera medida de una sociedad avanzada no reside en cómo se adhieren a las tradiciones, sino en cómo permiten que cada individuo, sin importar su género, persiga sus pasiones y alcance su máximo potencial.

2.1.1. Retos que hay como mujer en el ámbito empresarial.

En el ámbito empresarial, enfrentarse a los desafíos como mujer ha sido una experiencia tanto reveladora como formativa. A lo largo de mi carrera, me he encontrado con obstáculos que, aunque desafiantes, han servido para reforzar mi determinación y mi compromiso con el avance profesional y personal de las mujeres en el mundo de los negocios.

Uno de los retos más persistentes ha sido la disparidad salarial y la exclusión, especialmente marcada para aquellas que son madres o se encuentran en estado de embarazo. La tendencia a minimizar nuestras contribuciones, ignorando nuestras ideas en proyectos o negando el crédito por el trabajo realizado, son realidades con las que muchas mujeres aún tienen que lidiar diariamente. Sin embargo, lejos de desmotivarnos, estas situaciones han alimentado nuestra resiliencia y nuestra voluntad de superación.

Figura 9 Publicidad para la segunda edición de “Empoderate Mujer” en línea



Fuente: Facebook, 2020

Creo firmemente que, como mujeres, aportamos un esfuerzo adicional no porque sea un requisito, sino porque es una manifestación de nuestra fortaleza y dedicación. El crecimiento profesional no solo es posible, sino que es una realidad que estamos construyendo día a día. En la actualidad, más mujeres están trazando sus propios caminos, creando espacios donde antes no los había y demostrando que, cuando unimos fuerzas y mostramos solidaridad, somos capaces de alcanzar grandes metas.

La clave para superar estos retos radica en la valentía: perder el miedo, defender nuestros valores y puntos de vista con convicción, aun cuando otros duden de nosotros o enfrentemos situaciones adversas (González Boysen, 2011). Este es el camino para convertirnos en las mujeres que aspiramos ser, líderes capaces de cambiar el mundo y narrar nuestra historia con orgullo y confianza.

Es crucial dar voz a todas las mujeres que representan la diversidad y la riqueza de nuestras experiencias: líderes comunitarias, defensoras de derechos humanos, emprendedoras, políticas, científicas, y muchas más. A través de nuestras historias y

comunicaciones, podemos adoptar una nueva visión que renueve las creencias sobre el liderazgo femenino.

Figura 10 Feedback del taller



Fuente: Facebook, 2020

Estamos en un momento de cambio significativo, en el que la presencia de mujeres en puestos de liderazgo no solo es cada vez más común, sino que también ofrece una oportunidad única para influir en la cultura empresarial y en la sociedad en general (Bolgeri, 2018). Cambiando la narrativa, no solo hablamos de igualdad y

empoderamiento, sino que vivimos y asumimos estos principios como un estilo de vida. Es tiempo de reducir la necesidad de justificar nuestra presencia en cualquier espacio profesional y, en su lugar, celebrar y normalizar el liderazgo femenino como parte esencial del tejido empresarial y social.

Figura 11 Publicidad para la tercera edición de “Empoderate Mujer” en línea

No importa tu edad, tu profesión, si eres casada ó soltera, si vives en México ó en China, lo que importa es tu corazón.

Vive sin miedo, más plena, más libre, más bendecida.
No puedes cambiar a nadie, pero puedes inspirar a todos 🙏❤️❤️



EMPODERATE MUJER
— ¡ DESPIERTA LA MUJER —
QUE VIVE EN TI!

EMPODERATE MUJER
— ¡ DESPIERTA LA MUJER —

Me gusta Comentar Compartir

👍❤️ Tú, Loaeza Yuribia y 226 personas más

Fuente: Facebook, 2021

2.2. Empodérate Mujer Presencial

En medio de los desafíos sin precedentes presentados por la pandemia, mi equipo y yo abrigamos la convicción de que, si los talleres en línea ya estaban generando un impacto positivo, un taller presencial podría ser aún más enriquecedor. Con esa idea en mente, y a pesar de las dudas y los comentarios variados que surgieron, nos mantuvimos firmes en nuestro propósito y llevamos a cabo el primer taller presencial “Empodérate Mujer” en enero de 2021.

Figura 12 Talleres presenciales



Fuente: Facebook, 2021

Este encuentro, aunque modesto, marcó un hito importante. Fue una afirmación de que, a pesar de vivir en tiempos de pandemia, la vida debe continuar, y que con claridad en nuestros objetivos y destino, podemos superar cualquier obstáculo. Diecinueve mujeres de distintas edades y procedencias—solteras, casadas, viudas—se dieron cita en este evento de tres días que les permitió explorar profundamente su ser interior y su espiritualidad.

El objetivo de este retiro en la playa era brindarles un espacio de paz y serenidad donde pudieran ser mimadas y guiadas hacia un viaje de autoexploración y crecimiento personal. Nos enfocamos en fortalecer su espiritualidad, emociones y bienestar físico, llevándolas a abrazar su identidad, sanar heridas internas, identificar áreas de estancamiento personal y aprender el arte del perdón para cerrar ciclos del pasado. Este proceso intensivo también incluyó incrementar su fe y buscar dirección divina para sus vidas futuras, todo dentro de un marco que resaltaba la importancia de cada mujer y la tarea única asignada por Dios.

A menudo, las mujeres se encuentran en roles de servicio hacia los demás, especialmente cuando asumen las responsabilidades del hogar. Nuestro taller “Empodérate Mujer” fue diseñado para que experimentaran cuidado y amor, no solo entre ellas sino también de una manera espiritual, sintiéndose valoradas y atendidas en cada detalle por nuestro equipo. Las sesiones de autoestima, liderazgo y comunicación efectiva estuvieron orientadas a empoderarlas en cada aspecto de su ser.

Prestamos especial atención a la logística, asegurando que la excelencia prevaleciera en las habitaciones, los alimentos, las pláticas y los materiales proporcionados. Mujeres de lugares tan diversos como Houston, San Luis Potosí, Oaxaca y Puebla, entre otros, aceptaron la invitación a unirse a este viaje transformador.

Estoy convencida de que este taller ha marcado un antes y un después en la vida de estas mujeres. Nuestro mundo necesita más mujeres apasionadas, realizadas y felices, que sepan su valor y amen lo que hacen. Una mujer plena y consciente de su valía es como un árbol fructífero, destinado a prosperar en todas las áreas de su vida. Por el contrario, la falta de inversión en uno mismo—ya sea de tiempo, dinero o esfuerzo—conduce a un estancamiento comparado con un árbol seco. Este taller fue un paso hacia el empoderamiento y la plenitud de muchas mujeres, un testimonio de que el crecimiento y la transformación personal son posibles, incluso en los tiempos más difíciles.

2.3. Reto 21 días

Antes de enfrentar cambios significativos en mi vida personal, había establecido un ritmo constante de organizar talleres cada tres meses, dedicados a empoderar a mujeres en diversas áreas de sus vidas. Sin embargo, con la mudanza a otra ciudad y la llegada de mi último bebé, muchas de mis actividades profesionales tuvieron que pausar. A pesar de estos desafíos, mi compromiso con el trabajo de apoyo y empoderamiento femenino no se detuvo; simplemente adapté mi enfoque a un ritmo menos intenso para continuar haciendo una diferencia significativa.

Figura 13 Publicidad de Reto 21 días



Fuente: Facebook, 2022

Durante el embarazo, logré liderar dos retos de “21 días”, y tras el nacimiento de mi bebé, organizamos un reto más. La adaptación a la modalidad en línea permitió no solo mantener el propósito original de los talleres, sino también enriquecerlos con la participación de invitados especiales. Estos invitados, destacados por sus trayectorias

de renombre, compartieron sus historias personales y profesionales, así como consejos valiosos para alcanzar el éxito y superar obstáculos. Su participación aportó una dimensión adicional a los talleres, ofreciendo perspectivas únicas y motivadoras que complementaron el contenido ya rico y diverso.

El objetivo de estos talleres y retos se mantuvo firme: impulsar a las mujeres a crecer y mejorar en aspectos fundamentales de sus vidas, ya sea en el ámbito personal, profesional, emocional o espiritual. La inclusión de figuras inspiradoras sirvió para reforzar el mensaje de que, con determinación y el apoyo adecuado, es posible superar cualquier desafío y alcanzar los objetivos que nos proponemos.

Esta experiencia subraya la importancia de la adaptabilidad y la resiliencia, demostrando que es posible continuar contribuyendo a la causa del empoderamiento femenino, incluso frente a cambios personales significativos. La modalidad en línea, lejos de ser una limitación, se convirtió en una oportunidad para ampliar el alcance de los talleres y enriquecer el aprendizaje y la inspiración ofrecida a las participantes. A través de estos retos y la colaboración con invitados especiales, hemos podido crear un espacio de crecimiento, motivación y empoderamiento que continúa impactando positivamente en la vida de muchas mujeres.

Capítulo III Los eventos masivos

Los eventos masivos son plataformas multifacéticas que desempeñan un papel crucial en el amplio espectro de la comunicación y el marketing (Koger, 2022). Estos eventos no solo sirven como punto de encuentro para personas de diversas esferas, sino que también encarnan una complejidad organizativa que abarca varios niveles de procesos de comunicación. Desde la comunicación interna y la planeación meticulosa del evento hasta las relaciones públicas y la interacción con los medios de comunicación, cada aspecto juega un rol fundamental en el éxito de estos encuentros.

Los objetivos de organizar eventos masivos son tan variados como los propios eventos. Pueden tener un enfoque educativo, buscando formar y capacitar a los asistentes en determinadas áreas de conocimiento o habilidades. También sirven como plataformas para comunicar novedades, ya sean avances tecnológicos, científicos, culturales o sociales, facilitando así la disseminación de información relevante a un amplio público.

Además, los eventos masivos son herramientas poderosas para el marketing y las relaciones públicas. Pueden ser utilizados para incrementar ventas mediante la motivación colectiva, lanzar marcas, servicios o productos nuevos al mercado, o incluso para cambiar la imagen de los ya existentes. La capacidad de reunir a grandes cantidades de personas en un solo lugar ofrece una oportunidad única para generar entusiasmo y compromiso con la marca o la causa en cuestión.

Más allá de los fines comerciales o educativos, los eventos masivos también pueden ser el escenario para comunicados de prensa, agradecimientos, soluciones a problemas comunitarios o simplemente actuar como celebraciones que reúnen a la gente en torno a festivales musicales, eventos deportivos, culturales, aniversarios y otros eventos especiales. Estos encuentros no solo enriquecen la vida social y cultural de las comunidades, sino que también fortalecen los lazos entre los individuos y las organizaciones que los convocan (Koger, 2023).

En resumen, la organización de eventos masivos representa un abanico de posibilidades que, cuando se gestionan eficazmente, pueden tener un impacto profundo y duradero en la sociedad. Ya sea educando, informando, motivando o simplemente entreteniendo, estos eventos son testimonio de la complejidad y el poder de la comunicación en sus múltiples formas. La capacidad para orquestar con éxito estos diversos elementos es lo que define a los profesionales de la comunicación y el marketing en el mundo contemporáneo.

3.1. La organización de eventos masivos

En el ámbito de los Eventos Empresariales, los eventos masivos se erigen como una herramienta poderosa y multifacética para las organizaciones. Estas grandes convocatorias no solo reúnen a un número significativo de participantes, sino que también sirven como una vitrina estratégica para promover la imagen corporativa y los productos de una empresa (360° Eventos y Producción, 2023).

“Existen factores determinantes para el éxito de un evento masivo tales como, fecha, hora, preparación del tema, invitaciones, lugar, relaciones con medios de comunicación, presentación, hospitalidad, equipamiento, entre otros” (García Ramírez, 2013).

3.1.1. Impacto de un evento masivo en los Eventos Empresariales

En el dinámico mundo de los negocios, los eventos masivos emergen como poderosas herramientas de impacto en el ámbito de los Eventos Empresariales, ofreciendo una plataforma sin paralelo para la promoción y el fortalecimiento de la imagen corporativa, así como para la difusión de productos y servicios (360° Eventos y Producción, 2023).

Estos encuentros, caracterizados por su amplia convocatoria y su capacidad para reunir a un gran número de participantes, se convierten en escenarios estratégicos que

permiten a las organizaciones alcanzar objetivos múltiples: desde la generación de leads y la expansión de redes de contacto hasta el fortalecimiento de la marca y el mejoramiento de su posicionamiento en el mercado.

A través de la planificación y ejecución de eventos masivos, las empresas pueden no solo aumentar su visibilidad ante una audiencia diversa, sino también establecer conexiones significativas que impulsan el crecimiento empresarial y la innovación en un entorno cada vez más competitivo (García Ramírez, 2013).

- **Mayor Visibilidad.** La participación de un gran número de asistentes en estos eventos garantiza una exposición sin precedentes para las empresas. Esta visibilidad es invaluable, especialmente para aquellas compañías en etapa de lanzamiento o aquellas que buscan fortalecer su presencia en el mercado. La oportunidad de llegar a una audiencia amplia y diversificada es un factor clave que impulsa la realización de eventos masivos.
- **Generación de Leads.** Estos eventos se convierten en una plataforma óptima para la captación de nuevos clientes potenciales. Permiten a las empresas interactuar de manera directa con los asistentes, recabar información valiosa y establecer conexiones que pueden derivar en oportunidades de negocio sustanciales en el futuro.
- **Networking.** Más allá de la promoción y generación de leads, los eventos masivos ofrecen un espacio propicio para el networking. Empresas de diversos sectores pueden encontrarse, identificar posibilidades de sinergia y forjar alianzas estratégicas que propicien el crecimiento mutuo y la apertura de nuevos mercados.
- **Fortalecimiento de la Marca.** La presencia en eventos de gran envergadura contribuye significativamente al fortalecimiento de la imagen corporativa. Participar activamente en estos encuentros transmite una imagen de solidez y

compromiso por parte de la empresa, lo que puede incrementar la confianza entre clientes actuales y potenciales.

- **Mejora del Posicionamiento.** La competencia en el mercado actual es feroz. La participación en eventos masivos brinda una oportunidad única para que las empresas se destaquen de sus competidores. La cobertura mediática que suelen recibir estos eventos amplía aún más el alcance de la empresa, permitiéndole mejorar su posicionamiento en la industria y destacarse como líder en su campo.

Como se puede observar en los puntos anteriores, los eventos masivos juegan un papel crucial en el ámbito de los Eventos Empresariales, brindando oportunidades sin igual para la promoción, el *networking*, la generación de leads, el fortalecimiento de la marca y la mejora del posicionamiento en el mercado. La capacidad de organizar y participar exitosamente en estos eventos puede marcar la diferencia en la trayectoria y el éxito de una empresa en el competitivo mundo empresarial de hoy.

3.1.2. Guía básica para realizar una estrategia de *Event Marketing*

Tal como lo señala Nancy Malacara (2015), existen diversos pasos que debemos seguir al momento de desarrollar una estrategia de *Event Marketing* o marketing de eventos, el cual es una estrategia de marketing que implica la promoción de una marca, producto, o servicio a través de eventos presenciales, virtuales o híbridos.

Estos eventos pueden variar en forma y tamaño, desde pequeñas reuniones y talleres hasta grandes conferencias, ferias comerciales y eventos deportivos o culturales. La idea central detrás del marketing de eventos es crear experiencias memorables y significativas para los participantes, que no solo fomenten la interacción directa entre la marca y su audiencia, sino que también generen valor añadido para ambos. Estos pasos son:

La estrategia de marketing de eventos es un componente crucial para las empresas que buscan crear experiencias memorables y fortalecer su marca. Aquí te presento una guía básica en 10 pasos para realizar una estrategia efectiva de Event Marketing:

1. **Definición de objetivos y formato de evento.** Comienza con la clarificación de qué se busca alcanzar con el evento. ¿Es aumentar la conciencia de la marca, lanzar un nuevo producto, o fomentar la lealtad del cliente? A partir de aquí, elige el formato que mejor se adapte a tus objetivos, ya sea virtual, presencial o híbrido.
2. **Definición de *target* y número de invitados.** Identifica a tu audiencia objetivo. Conocer a quién estás dirigiendo el evento te ayudará a personalizar la experiencia y garantizar su relevancia. El número de invitados dependerá de tus objetivos y capacidad.
3. **Análisis del *target* y sus *insights*.** Profundiza en el conocimiento de tu audiencia. Entender sus preferencias, gustos y comportamientos te permitirá diseñar un evento que resuene con ellos y satisfaga sus expectativas.
4. **Generación de concepto y creatividad.** Desarrolla un tema o concepto único que sirva como hilo conductor de tu evento. Este deberá reflejarse en todos los elementos de comunicación y acciones para crear una experiencia cohesiva y atractiva.
5. **Selección del lugar.** Elige un lugar que sea céntrico y accesible para tus invitados. La ubicación es clave para asegurar una alta asistencia y una experiencia positiva para los participantes.
6. **Elección de proveedores y staff de calidad.** La selección cuidadosa de proveedores y personal es esencial para garantizar la calidad en la producción

y ejecución del evento. Asegúrate de trabajar con equipos que compartan tu visión y estándares de calidad.

7. **Desarrollo de una buena planeación y logística.** Planifica todos los detalles y anticipa posibles problemas para mitigarlos a tiempo. Una logística bien pensada es fundamental para el éxito del evento.
8. **Convocatoria de forma creativa.** Utiliza métodos innovadores y creativos para invitar a tus participantes. Combina elementos físicos y digitales, como *save the date*, invitaciones electrónicas atractivas y materiales promocionales que despierten el interés y la expectativa.
9. **Ejecución.** Durante el evento, presta especial atención a los detalles y asegúrate de generar experiencias positivas de principio a fin. La ejecución impecable es clave para dejar una impresión duradera en tus invitados.
10. **Seguimiento post-evento.** Finalmente, realiza un seguimiento mediante encuestas electrónicas u otras herramientas digitales para recoger *feedback*. Esto no solo te ayudará a medir el éxito y áreas de mejora sino también a optimizar futuros eventos y desarrollar un plan de CRM (*Customer Relationship Management*) efectivo.

Como se puede observar en la propuesta de Malacara (2015), para que el marketing de eventos sea efectivo, debe estar bien planificado y ejecutado, alineándose con los objetivos generales de marketing de la empresa y satisfaciendo las necesidades e intereses de su audiencia objetivo. Además, la medición del éxito y el impacto del evento es crucial para entender su retorno de inversión y cómo puede mejorar las futuras estrategias de marketing.

3.2. La conducción de eventos masivos

A lo largo de mi experiencia laboral, he tenido el privilegio de estar involucrada en todos los aspectos de la organización de eventos, desde la concepción inicial hasta asumir el rol de conductora principal. La importancia de elegir al presentador adecuado para un evento no puede subestimarse, especialmente cuando se trata de eventos corporativos o convenciones de negocios. La capacidad de conectar con la audiencia es crucial, y la elección incorrecta del presentador puede distorsionar la entrega del mensaje destinado a empleados, directivos o cualquier otro público objetivo.

Como señala Malacara (2015), el papel del presentador o maestro de ceremonias es fundamental para el éxito de un evento. Este debe poseer una combinación de habilidades para dirigir el evento con la energía y seguridad necesarias, garantizando el cumplimiento del protocolo y facilitando la interacción entre los participantes y el público.

Los principales retos que enfrenta un presentador incluyen mantener el flujo del evento, fomentar una atmósfera positiva, cuidar la dinámica entre los demás oradores o participantes, y manejar aspectos prácticos para asegurar el desarrollo óptimo del evento. La gestión efectiva del tiempo, incluyendo el de las presentaciones y las distintas actuaciones, es vital para mantener el programa en curso según lo planeado.

3.2.1. Festivales radiofónicos

Asumir la responsabilidad de presentador de eventos implica un desafío mayor de lo que parece. A través de mi experiencia, he aprendido que es fundamental destacar sin opacar el evento en sí. Es necesario poseer confianza en uno mismo y ser capaz de improvisar ante imprevistos, además de conocer a fondo los detalles del evento y a todos los participantes involucrados. Establecer una conexión genuina y original con la audiencia, haciéndoles sentir valorados e incluidos, es esencial para el éxito del

evento. También es crítico controlar adecuadamente los tiempos de cada segmento para asegurar el cumplimiento del programa establecido.

En el caso de los eventos radiofónicos en los que participé, desempeñé un papel como el principal enlace entre los artistas o participantes y la audiencia que escucha a través de la radio, creando un sentido de cercanía y comunidad a pesar de la barrera física. Narré o que sucede en tiempo real, describiendo las actuaciones, las reacciones del público y la atmósfera del evento para que aquellos que solo pueden escuchar puedan vivir la experiencia lo más cercanamente posible.

Figura 14. Eventos radiofónicos masivos



Fuente: Facebook, 2019

De igual forma, fomenté la participación de la audiencia a través de llamadas, redes sociales y otros medios digitales, haciendo que los eventos fueran interactivos y dinámicos. Asegurándome también de seguir la escaleta programada, presentando a los artistas, manejando transiciones y manteniendo el interés y la energía de la audiencia a lo largo del evento.

3.2.2. Auditorio Guelaguetza

En el caso de la conducción en el auditorio Guelaguetza en la ciudad de Oaxaca, en muchos sentidos esta experiencia marcó un antes y un después en mi propio papel

como presentadora o conductor en eventos. Mi participación como maestra de ceremonia me llevó a guiar al público a través de las diferentes partes del evento, asegurando una transición fluida entre oradores y presentaciones.

Figura 15. Conducción en el Auditorio Guelaguetza, Oaxaca



Fuente: Facebook, 2020

Este trabajo me permitió representar la voz y la personalidad de un evento dirigido a la oración en todo Oaxaca, personificando los valores y el mensaje que se deseaba transmitir. Motivando la participación del público presente, manejando las dinámicas de interacción directa y manejando los imprevistos o situaciones de crisis, manteniendo la calma y dirigiendo al público de manera efectiva para resolver cualquier problema iba surgiendo, logrando al final un balance positivo.

El rol del presentador en un evento empresarial va mucho más allá de simplemente anunciar a los oradores o dirigir las actividades; es un elemento clave que puede definir la experiencia general del evento. Por lo tanto, la selección de esta figura debe hacerse con cuidado, buscando a alguien que no solo posea las habilidades técnicas necesarias, sino que también tenga la capacidad de empatizar y conectar con una amplia gama de audiencias.

Conclusión. La Experiencia como comunicadora

Esta tesina de experiencia profesional de Ciencias de la Comunicación refleja un viaje lleno de aprendizaje, crecimiento y contribuciones significativas en diversos ámbitos de la comunicación. A través de proyectos destacados, he logrado incrementar la visibilidad de marcas, generar leads, mejorar la reputación organizacional y fomentar una mayor interacción con la audiencia, demostrando la versatilidad y la amplia aplicabilidad de las habilidades adquiridas en la Universidad Vasco de Quiroga.

Mis responsabilidades han abarcado desde la redacción y gestión de redes sociales hasta la coordinación de eventos y la comunicación efectiva tanto interna como externa, reflejando un dominio competente de la comunicación en todas sus formas. Las habilidades clave desarrolladas, como la redacción creativa, la oratoria persuasiva, la gestión de crisis, y la planificación estratégica, junto con el uso eficaz de herramientas tecnológicas, han sido fundamentales para mi éxito profesional.

El crecimiento profesional experimentado se ha visto potenciado por una constante búsqueda de conocimiento, a través de formación adicional y certificaciones que han enriquecido mi perfil profesional. El impacto positivo de mi labor en las organizaciones donde he trabajado es palpable, mejorando la notoriedad, impulsando el crecimiento y optimizando la comunicación interna y externa.

La innovación y creatividad han sido pilares en mi carrera, introduciendo nuevas ideas y métodos que han revitalizado las estrategias de comunicación. Los testimonios y recomendaciones de colegas, supervisores y clientes son un reflejo fiel de mi dedicación, habilidad y el valor que apporto a cada proyecto.

Esta tesina no solo testimonia un recorrido profesional lleno de éxitos y aprendizajes, sino que también subraya la importancia de la comunicación como herramienta indispensable en nuestra sociedad. Al igual que se valora la enseñanza de materias fundamentales desde edades tempranas, la comunicación debería ocupar un lugar

privilegiado en nuestro aprendizaje, preparándonos para enfrentar desafíos, resolver problemas y mejorar nuestra interacción con el mundo. En definitiva, mi experiencia en ciencias de la comunicación ha sido transformadora, no solo a nivel profesional, sino en la concepción misma de lo que significa comunicar y conectar con otros en una era marcada por el cambio constante y la innovación.

Bibliografía

- 360° Eventos y Producción. (22 de julio de 2023). *¿Qué es un evento masivo y cómo impacta en los Eventos Empresariales?* Obtenido de <https://360eventosyproduccion.com/2023/07/22/que-es-un-evento-masivo/>
- Anh Vu, Q. (22 de diciembre de 2022). *7 razones por las que hablar en público es importante en 2022.* Obtenido de Aha Slides: <https://ahaslides.com/es/blog/why-public-speaking-is-important/>
- Benítez, S. (13 de julio de 2023). *Uso de las redes sociales en México: estadísticas, tendencias e impacto.* Obtenido de Quo.mx: <https://quo.mx/ciencia-y-tecnologia/para-que-se-usan-las-redes-sociales/>
- Biagi, S. (2016). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media.* Cengage Learning.
- Bolgeri, P. (2018). *Comunicación Interpersonal: Fundamentos teóricos y actividades prácticas.* Editorial Universidad de La Serena.
- Chana, J. (agosto de 2023). *Marketing con influencers y celebrities de TV: así ha demostrado Jazztel cómo conseguir más poder publicitario.* Obtenido de Think With Google: <https://www.thinkwithgoogle.com/>
- Dongee. (26 de noviembre de 2022). *Importancia de las redes sociales para los usuarios, la sociedad y el mundo moderno.* Obtenido de Dongee: <https://www.dongee.com/tutoriales/importancia-de-las-redes-sociales-para-los-usuarios-la-sociedad-y-el-mundo-moderno/>
- ENDUTIH. (19 de JUNIO de 2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares.* Obtenido de INEGI-IFT: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf
- García Ramírez, M. A. (2013). *Los eventos como herramientas de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales.* Tesis de licenciatura. Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra.
- González Boysen, S. (2011). *Habilidades de comunicación y escucha: Empatía + alto nivel + resultados.* Grupo Nelson.

- González, J. (8 de noviembre de 2021). *Evolución del consumo de medios digitales y dispositivos en México*. Obtenido de Merca 2.0: <https://www.merca20.com/evolucion-del-consumo-de-medios-digitales-y-dispositivos-en-mexico/>
- Grupo ACIR. (13 de agosto de 2022). *Razones por las que el radio es relevante en la actualidad*. Obtenido de <https://grupoacir.com.mx/blog/razones-por-las-que-el-radio-es-relevante-en-la-actualidad-infografia-2/>
- Koger, A. (2022). *Comunicación Genuina. Desarrolla una comunicación efectiva, no violenta, mediante la empatía, la autenticidad y la comprensión*. Alex Koger.
- Koger, A. (2023). *Creatividad Incrementa tu inspiración. La clave para ser productivo y exitoso*. Alex Koger.
- Lombardero Rodil, L. (2015). *Trabajar en la era digital: Tecnología y competencias para la transformación digital*. LID Editorial Empresarial S.L.
- Malacara, N. (1 de julio de 2015). *Infografía: Guía básica para desarrollar una estrategia de Event Marketing*. Obtenido de Informa BTL: <https://www.informabtl.com/infografia-guia-basica-para-desarrollar-una-estrategia-de-event-marketing/>
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2017). *Titulares, hashtags y videojuegos: La comunicación en la era digital*. Manantial.
- Páez, F. (15 de agosto de 2022). *La importancia de la radio en las comunicaciones y publicidad*. Obtenido de <https://cincoestudios.com/caracteristicas-de-la-radio/>
- Robles, V. (8 de marzo de 2021). *El impacto de la mujer en la economía mexicana: la inclusión y el despegue financiero*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-el-impacto-de-la-mujer-en-la-economia-mexicana-la-inclusion-y-el-despegue-financiero/>
- Sánchez Dimas, J. (8 de noviembre de 2023). *Merca 2.0 presentó la Radiografía del Consumidor Mexicano 2023*. Obtenido de Merca 2.0: <https://www.merca20.com/merca-2-0-presento-la-radiografia-del-consumidor-mexicano-2023/>
- West, & Turner. (2016). *Introduction of Communication Theory*. Boston: McGraw Hill.

Índice de figuras

Figura 1 Historias que inspiran.....	4
Figura 2. La crema y neta	15
Figura 3. Locución comercial en La crema y neta	16
Figura 4. Captura de pantalla de Hola FM	23
Figura 5. Inspirando con Mónica	25
Figura 6 Uso de redes sociales de “Inspirando con Mónica”	25
Figura 2. Usos más comunes de las redes sociales	27
Figura 8 Publicidad para la primera edición de “Empodérate Mujer” en línea	33
Figura 9 Publicidad para la segunda edición de “Empoderate Mujer” en línea	35
Figura 10 Feedback del taller	36
Figura 11 Publicidad para la tercera edición de “Empoderate Mujer” en línea	37
Figura 12 Talleres presenciales	38
Figura 13 Publicidad de Reto 21 días	40
Figura 14. Eventos radiofónicos masivos	49
Figura 15. Conducción en el Auditorio Guelaguetza, Oaxaca	50

Índice de gráficas

Gráfica 1 Evolución de los usuarios de internet en México, 2014-2024.....	9
Gráfica 2 Millones de usuarios de redes sociales en México, 2023	11

Apéndices y Anexos

Informe de experiencia profesional

Voz de Michoacán

- Cubriendo eventos sociales
- Redacción de crónicas
- Reportajes especiales

Radio Locutora

- La Tremenda (Morelia)
- Chavonce cuarenta
- La Voz del Puerto (Puerto Escondido)
- Top 20
- Los 4 fantásticos
- La Crema y Neta

Inspirando Programa De Radio

- Holafm Radio
- Portal Dios es más grande
- Del Valle Radio (Valles Centrales de Oaxaca)
- La Picosita
- Ska Radio (Nopala)
- Río Grande (Oaxaca)
- Media Group Radio La Crema y Neta

Voz Institucional

- Shadaii Radio (Acapulco)
- La Voz del Puerto (Puerto Escondido)

Maestra de Ceremonias

- Amistad Puerto Escondido
- Base Misionera Roca Blanca
- Amor por los 570 Oaxaca
- Graduaciones
- Bodas

Conferencista

- Charla Maf (Oaxaca)
- Refleja (Juchitan)
- Florece

Talleres para Mujeres

- Empodérate Mujer Línea
- Empodérate Mujer Presencial
- Reto 21 días

Página

- Inspirando con Mónica

YouTube

- Historias que Inspiran
- Entrevistas

Spots publicitarios

- Creación y voz
- Vitafrio Avance

Publicidad

Seven Days Aquatic & Fitness

- Gerente
- Coordinadora Cursos de verano
- Estrategias de Venta
- Capacitación recepcionistas
- Cierres de venta
- Coordinación de campañas publicitarias
- Convenios

Gimnasio Magic

- Gerencia
- Eventos
- Relaciones públicas
- Marketing y publicidad

Agencia de Publicidad Diseño Creativo

- Manejo de redes sociales
- Presentaciones ,Spots ,Perifoneo

Eventos Masivos

- Creación campañas publicitarias
- Asesora Estrategias de Ventas
- Liderazgo
- Búsqueda de Patrocinadores
- Relaciones Públicas

UNIP (Universidad Puerto Escondido)

- Maestra Psicología de la comunicación
- Publicidad
- Ética

- Lectura y redacción
- Fotografía

Maestra en Preparatoria

- Psicología
- Taller de lectura y redacción

Radio por Internet HolafmRadio

Base Misionera Roca Blanca

- Directora departamento multimedia
- Maestra taller de comunicaciones
- Maestra fotografía
- Maestra de ceremonias
- Campañas publicitarias Convocación familiar
- Conductora de promocionales
- Voz Institucional spots promocionales
- Maestra taller de comunicaciones

Talleres Personales

- Talleres Presenciales y en Línea
- “Empodérate Mujer”

Creatividad

- Campañas publicitarias masivas
- Amor por los 570 En Oaxaca
- Convocación Familiar

Creación de radios por Internet

- Holafmradio

Producción de programas para radio, televisión e internet

- Encargada redes sociales
- Amistad Puerto Escondido
- Juniors mueblería
- Conducción de eventos especiales
- Transmisiones en vivo

Asesorías comunicaciones estudiantes y mujeres.

- Capacitación, entrenamiento y liderazgo, Mary Kay, Anahera ,Herbalife ,
Perder el miedo de hablar en público, ventas y cierre de patrocinadores

Cursos de Verano

- Operación Samuel

Eventos masivos transmisiones especiales

- Acapulco, Guerrero
- Morelia; Michoacán
- Oaxaca, Oaxaca
- Pochutla, Oaxaca

Contenido creación páginas web

Agencia de publicidad Fm Producciones