

Usos y beneficios del teléfono celular, radio Nextel, y mensaje de texto en el periodismo multimedia de la frontera norte de México

DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES FLORES GUTIÉRREZ*
MIGUEL TIMOSHENKOV RAMÍREZ**

Resumen:

El periodismo que actualmente se ejerce en México denominado 'multimedia' vino a reorganizar las funciones de los periodistas en el ejercicio diario de su profesión. El reportero debe tomar fotos, grabar video, recoger la información básica para la nota y subir avances informativos a las redes sociales. El trabajo periodístico requiere al comunicador volverse multifuncional por un mismo salario. Los autores se dieron a la tarea de averiguar cómo el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto son utilizados por los periodistas fronterizos, y qué beneficios laborales les otorgan estas herramientas digitales. Los investigadores entrevistaron a 33 periodistas asignados a cubrir la fuente de la Presidencia Municipal de Nuevo Laredo, Tamaulipas. Los resultados indicaron que el teléfono celular inteligente es la herramienta digital predilecta de los reporteros neolaredenses.

Palabras claves: teléfono celular, Nuevo Laredo, periodismo fronterizo, periodista multimedia, Teoría de usos y gratificaciones.

Abstract

The type of journalism that is currently being practiced in Mexico known as "multimedia" has resulted in a shift in the reporters' daily professional practices and responsibilities. Reporters must take photos, shoot video, gather basic information for the story, and continually update social media. The journalistic work requires the communicator to be multifunctional for the same salary. The authors have taken on the task of determining how the smart phone, Nextel, and text messaging are used by border journalists, and what benefits these digital tools provide to their daily operations. The authors interviewed 33 journalists assigned to cover Nuevo Laredo's City Hall. The results indicated that the smartphone is the preferred digital tool of border journalists.

Keywords: border journalism, multimedia journalist, Nuevo Laredo,

* La Dra. María de los Ángeles flores Gutiérrez es Catedrática en Comunicación Social y Periodismo en Texas A&M International University, 5201 University Blvd. Laredo, TX. 78041. Tel. (956) 326-3034. Correo electrónico: mariaaflores@live.com.

** Miguel Timoshenkov Ramírez es Consultor periodístico y periodista en STEREO 91, XHNOE-FM y RADIO FORMULA 1000 AM. Laredo, TX. Tel. (956) 740-5474. Correo electrónico: chenkov99@yahoo.com

Smartphone, Uses for Gratifications theory.

Usos y beneficios del teléfono celular, radio Nextel y mensaje de texto en el periodismo multimedia de la frontera norte de México¹

La historia del periodismo ha documentado que cada vez que un avance tecnológico se integra a la labor noticiosa se da un proceso de ajuste entre los periodistas y el nuevo adelanto científico. A principios del siglo XX, cuando se empezó a utilizar el telégrafo como instrumento para que los corresponsales enviaran sus notas desde cualquier lugar del mundo, la estructura de la redacción de las notas fue adaptada a este cambio. De manera que la información más importante debía ponerse al principio de la nota por si sucedía algún problema en la transmisión del mensaje (caída de cables), por lo menos las redacciones ya habían recibido la información más importante del suceso noticioso. En el transcurso de los años 20, cuando los avances tecnológicos de la época inventaron la radio, que tenía como su principal característica la transmisión del sonido, surgió el periodista de radio que se especializa en la narración oral de los hechos noticiosos con soporte de entrevistas en vivo. Algunos años más tarde, en la década de los 50, cuando los científicos desarrollaron la televisión haciendo posible la transmisión de imágenes en movimiento y sonido, dio pie al surgimiento del periodista de televisión. Nuevamente la tecnología marcó el inicio de un tipo de periodista especializado en la narración visual de los eventos informativos.

Hoy en día nos encontramos viviendo otro de esos momentos de transformación porque una vez más un adelanto tecnológico conocido como el internet creó un nuevo espacio de comunicación que por naturaleza es internacional, interactivo e interdisciplinario. Es decir, en este nuevo medio de comunicación masiva se combinan los tres

tipos anteriores de periodistas—prensa escrita, radio y televisión—además de agregarle otras habilidades propias de esta nueva tecnología como la interactividad y la distribución de la información noticiosa en tiempo real (cuando están sucediendo los hechos). Como consecuencia directa de la integración del internet a las noticias se inventa un nuevo tipo de periodista denominado “periodista multimedia”. Como su nombre lo indica, es un solo individuo que tiene que tener la capacidad de recoger la información en diferentes formatos—audio, video, fotografía, etc.—y poder producir la misma nota en diferentes maneras por un mismo salario. La creación del periodista multimedia vino a reorganizar las funciones de los periodistas en el ejercicio diario de su profesión. El reportero multimedia, para poder realizar su trabajo, tiene que auxiliarse de diversas herramientas digitales. La presente investigación pretende documentar cómo los reporteros de Nuevo Laredo, Tamaulipas, que están asignados a la fuente de la presidencia municipal, han integrado al teléfono celular, al radio Nextel, y al mensaje de texto en su labor informativa. La presente exploración tiene el propósito de poder identificar cuál herramienta digital es la más utilizada por los periodistas fronterizos. Además, este trabajo académico documenta cuál herramienta digital les brinda más ventajas a los reporteros durante el desempeño de su labor informativa. La teoría de usos y gratificaciones provee el marco teórico de esta investigación académica.

Revisión de la literatura

Actualmente existe un número limitado de estudios que se enfocan en como los reporteros utilizan de los equipos digitales. Para entender la dinámica de la relación entre los periodistas y la tecnología, se cuenta como guía de este trabajo académico la teoría de usos y gratificaciones. Esta teoría parte de la idea de que las audiencias de cualquier medio de comunicación son activas. Que las personas tienen la capacidad de seleccionar el contenido que quieren ver en el medio de comunicación. Este contenido “preferido” es seleccionado de acuerdo a dos elementos fundamentales: cuáles son las necesidades personales que un individuo tiene en ese momento y de qué manera el contenido del programa “favorito” satisface esas necesidades. Las satisfacciones que el individuo busca pueden ser muy variadas como entretenimiento, de diversión y de relajación, por mencionar algunas; la finalidad es que el consumo de ese contenido genere felicidad en la persona.

La radio fue el primer medio de comunicación en que se aplicó esta teoría. En la década de los 20s, la radio se volvió un artículo con gran demanda que se encontraba

1 La presente investigación fue presentada durante la 57 Conferencia Anual de la Western Social Science Association como parte de la División de Estudios Latinoamericanos celebrada del 8 al 11 de Abril del 2015 en Portland, Oregon. Los autores quieren reconocer al Dr. José Cardona-López-Texas A&M International University, a la Lic. Rosa María Ceballos De Llano-Texas A&M International University y al Dr. Juan Homero Hinojosa-Texas A&M International University por los comentarios efectuados durante la preparación de este manuscrito. Además, agradecen la participación voluntaria de 33 periodistas neolaredenses para poder realizar este estudio. Cada uno de ellos es nombrado de manera personal en una nota al calce que se encuentra en la sección de la metodología.

en todas las casas. Por lo general los aparatos radiofónicos se encontraban ubicados en la sala y en la cocina. En aquellos años, los publicistas de las compañías de jabón solicitaron a las radiodifusoras crear un tipo de programa diseñado especialmente para la audiencia femenina. El resultado a esta solicitud es el tipo de programa que se le conoce como series para el día (daytime serials) o radio novelas, pero en el argot popular también se le conocía como soap operas porque la mayoría de los anunciantes en estos programas fabricaban jabón. En los Estados Unidos, la primera radio novela se llamaba *Ma Perkins* y fue transmitida por 16 años consecutivos (desde 1933 hasta 1949) por la cadena NBC consolidándose de esta manera este género radiofónico. Antes de la segunda guerra mundial en los Estados Unidos, las radio novelas ya se podían escuchar en cadena nacional por todo el país y se tenían aproximadamente 20 radio novelas diferentes al aire de lunes a viernes. La principal ventaja que sentían las radioescuchas era que la radio novela no interfería con sus labores domésticas. Además, los personajes de la radio novela reflejaban una problemática familiar muy similar a la que estaban viviendo algunas radioescuchas. El contenido del programa proporcionaba alternativas para solucionar el problema.

La investigación académica sobre la radio se inició en 1937 cuando se estableció la Oficina para la investigación de la radio en la Universidad de Columbia. Los fondos económicos para la operación de esta oficina vinieron de una donación recibida por parte de la Fundación Rockefeller. La oficina de investigación tenía como objetivo realizar investigaciones sobre la programación de la radio y el rol que este medio tenía en la sociedad. El primer director fue Paul Lazarsfeld. La primera investigación sobre radio novelas tuvo el objetivo de identificar los cambios en la vida de las amas de casa a partir de que escuchaban las radio novelas cotidianamente. Los resultados de esta primera investigación estuvieron a cargo de Herta Herzog (1944) quien realizó una exploración en la que se determinó que las características de la audiencia que escuchaba radio novelas en los Estados Unidos eran mujeres con bajo nivel educativo, limitados recursos económicos, inseguras de sí mismas, y con un limitado interés en asuntos públicos. También, Herzog documentó que existen tres tipos de satisfacciones que las radio novelas les proporcionaban a sus audiencias femeninas. Primero, a ellas les daba alivio al saber que otras personas también tenían problemas en su vida. Segundo, la audiencia, a través de su personaje favorito, podía vivir situaciones que deseaba en su vida personal, pero por razones del destino no podía obtener. Tercero, por medio de los diálogos y las situaciones presentadas en las radio novelas la audiencia recibía consejos de cómo resolver algún problema determinado.

Este es el primer estudio en el cual se determinó que existían varias expresiones de satisfacciones por parte del auditorio como el de tipo emocional, el de tipo proyección donde el auditorio puede vivir a través de la protagonista aventuras o actitudes que jamás las podrá vivir en su vida real, y por último recibir consejos de cómo resolver sus problemas cotidianos. En esta etapa inicial la teoría era conocida como: Perspectiva en los usos y las gratificaciones.

Hasta este momento ya se conocían con precisión cuales eran las satisfacciones que las audiencias percibían, pero todavía estaba por definirse el que es una necesidad. La respuesta a esta interrogante vino del psicólogo Abram Maslow (1950) cuando creó su Jerarquía de las necesidades de los seres humanos. Maslow presentó su jerarquía en forma de pirámide donde las necesidades más apremiantes se encontraban en la base y las más espirituales se encontraban en la punta. La primera necesidad es la psicológica con manifestaciones como comer, dormir, tomar agua, respirar. La segunda es la de seguridad en el cuerpo, en los recursos económicos, en la familia, en la salud, en la propiedad. La tercera es la necesidad de pertenecer con la familia y las amistades. La cuarta es la necesidad del auto estima como la confianza, los logros, el respeto. Por último, está la necesidad de aceptación con la creatividad, moral sin prejuicios, aceptación de los hechos. Esta jerarquía se utiliza para poder identificar las necesidades que la audiencia tiene al momento de consumir un producto de comunicación masivo.

Diversos estudios posteriores se realizaron para analizar el concepto de que la audiencia es activa. Por ejemplo, Wilbur Schramm (1961) se enfocó en el estudio de los niños y la televisión. Después de realizar once estudios sobre el tema llegó a la conclusión que los niños también son un público activo al igual que las mujeres adultas. Schramm destacó que los niños seleccionaban los programas de televisión en base a tres satisfacciones fundamentales: entretenimiento, información presentada y actividad social. Sus investigaciones hicieron que esta disciplina creciera y se cambiara el nombre de perspectivas a Investigación sobre el uso y las gratificaciones. Durante la década de los 1970, Elihu Katz, Jay Blumler y Michael Gurevitch publicaron un artículo académico para dar a conocer publicaron daba a conocer procedimientos metodológicos específicos para conducir estudios sobre usos y gratificaciones. Un año más tarde, publicaron el libro titulado *The Uses of Mass Communication* que contenía 11 artículos realizados con su metodología. En la década de los 80 es cuando vuelve a cambiar el nombre y se transforma de investigación a teoría de los usos y las gratificaciones con la publicación del libro

Media Gratification Research de Rosengren, Wenner y Palmgreen lográndose así un número importante de estudios utilizando esta teoría.

Sin embargo, recientemente esta misma teoría se empezó a manejar para examinar la relación entre el hombre y la tecnología. Es decir, en lugar de enfocarse en los medios masivos tradicionales—radio, TV, periódicos—ahora esta teoría está siendo utilizada para entender el mundo digital, particularmente la dinámica que se da en los medios de comunicación digital. Los académicos Antonio La Pastina y Brian Quick (2004) utilizan por primera vez la teoría de los usos y las gratificaciones para examinar la dinámica entre el uso de la tecnología, de la computadora, del internet, y los habitantes fronterizos residentes del sur oeste del Estado de Texas en la zona conocida como Rio Grande Valley. El instrumento metodológico fue el cuestionario que se distribuyó en centros comunitarios, bibliotecas, y centros de búsqueda de empleo. Un total de 239 residentes participaron en el estudio. Los resultados indicaron que la computadora se utiliza para realizar actividades en relación a algún trabajo específico, siendo la función de buscar información la más utilizada por los participantes. La investigación documentó que el uso del internet no genera ninguna satisfacción entre los residentes de esta zona fronteriza, quienes prefieren comunicarse en persona. Además, le dan más valor a la información que les llega a través de su familia y sus amigos que a la que encuentran en el internet.

Asimismo, esta teoría de los usos y las gratificaciones ha sido utilizada para examinar la dinámica entre los jóvenes universitarios y las redes sociales. Anabel Quan-Haase y Alyson Young (2010) examinaron cómo 85 estudiantes canadienses que cursaban la licenciatura en comunicación utilizan el Facebook en su vida cotidiana. Los resultados indicaron que los estudiantes se habían afiliado a la red social de Facebook porque presión entre sus amigos (porque casi todos tienen), para conectarse socialmente y por curiosidad. De igual manera, los resultados documentaron que la motivación principal para mantener una cuenta en Facebook era poder pasar el tiempo, entretenerse, relajarse y escapar de la realidad.

Últimamente se realizó un estudio enfocado en la relación particular entre los reporteros estadounidenses y el uso de la tecnología. Logan Molyneux (2014) analizo la incorporación del teléfono celular inteligente a sus labores informativas entre los periodistas y editores que laboran en prensa escrita. La muestra constó de 5,000 reporteros que laboraban en distintos periódicos con circulación desde 10,000 hasta 150,000 ejemplares diarios. Este estudio está basado en las respuestas de 362 comunicadores quienes contestaron un cuestionario

distribuido en línea. Los resultados indicaron que el 76% de los periodistas son dueños de un teléfono celular inteligente. También, esta herramienta digital no ha sido completamente adaptada por todos los periodistas pero se encuentra en un proceso de aceptación muy favorable entre los reporteros de prensa. Además, el estudio documentó que las empresas noticiosas de prensa escrita son las que les están exigiendo a sus reporteros invertir en la compra de un teléfono celular inteligente para la realización de su trabajo. Los periodistas deben pagar, ellos mismos, las mensualidades por tener este servicio telefónico. Es decir, las empresas rotativas no están dispuestas a cubrir este consumo.

La presente investigación continúa el diálogo académico entre la relación de los periodistas y la tecnología a través de la teoría de usos y gratificaciones pero examinando el fenómeno en otro país y como consecuencia en una población distinta a las que anteriormente se estudió. En particular, esta investigación se centra en la exploración de la dinámica entre los periodistas mexicanos fronterizos y diversas herramientas digitales cómo el teléfono celular, el radio Nextel y el mensaje de texto. El análisis se centra en identificar de que manera esas herramientas de trabajo han sido integradas por los periodistas de Nuevo Laredo a sus labores cotidianas de trabajo informativo. La presente pesquisa se realizó desde tres perspectivas de análisis: (1) tendencias generales del uso y beneficios de las herramientas digitales, (2) tendencias por género del uso y beneficios de las herramientas digitales y (3) tendencias por medio informativo del uso y beneficios de las herramientas digitales. Cada una de esas tres perspectivas fue cuidadosamente señalada a través de las preguntas de investigación que guían este trabajo académico: (1) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los reporteros fronterizos? (2) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los periodistas fronterizos en términos de género? (3) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los periodistas fronterizos de acuerdo al medio informativo donde laboran? Las referencias metodológicas de este estudio se presentan en la siguiente sección.

Metodología

La presente investigación fue realizada por medio de la metodología cualitativa, utilizando la técnica de la entrevista como herramienta principal para la obtención de datos científicos. La investigación se realizó en la ciudad fronteriza de Nuevo Laredo ubicada en el Estado de Tamaulipas. Los autores realizaron varias observaciones de campo para determinar las herramientas digitales

que se eligieron para esta investigación. Una vez que las herramientas digitales fueron establecidas, los autores elaboraron un cuestionario que estaba compuesto por dos secciones. La primera sección denominada “Datos demográficos” contenía preguntas para obtener información demográfica general sobre el periodista. Por ejemplo, ¿Cuál es su nombre?, ¿para qué medio labora usted?, ¿cuánto tiempo lleva usted como periodista?, ¿cómo inicio su carrera periodística?, etc. La segunda sección titulada “Herramientas digitales” constaba de preguntas que se concentraban en averiguar el uso que el reportero le da al teléfono celular, al radio Nextel, y al mensaje de texto. Igualmente, esta segunda sección incluye preguntas para indagar cuales son los beneficios que el teléfono celular, la radio Nextel, y el mensaje de texto ofrecen a los comunicadores. Por ejemplo, ¿utiliza usted su teléfono celular para realizar sus labores informativas?, ¿qué tipo de teléfono celular utiliza usted para su trabajo?, ¿qué ventaja le brinda a usted el uso del teléfono celular? Estas mismas preguntas se realizaron para las otras dos herramientas digitales, pero sustituyendo las palabras “teléfono celular” por “radio Nextel” o “mensaje de texto”, según el caso.

Los autores decidieron entrevistar a los comunicadores asignados a cubrir la fuente de la Presidencia Municipal para obtener una muestra de diversos representantes de los distintos medios de comunicación. Ángeles Samaniego, Secretaria de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional de la Presidencia Municipal de Nuevo Laredo (en adelante DCS), informó que su oficina tiene 52 periodistas registrados trabajando su fuente (Samaniego, 2014) de los cuales 33² periodistas

participaron en el estudio de manera voluntaria y tenían la libertad de contestar solamente las preguntas que les hicieran sentir cómodos. Las entrevistas se realizaron del 8 de septiembre de 2014 al 29 de septiembre de 2014. Los resultados de la presente investigación son presentados en la siguiente sección.

Resultados y discusión del tema

Los resultados demográficos indicaron que de los 33 periodistas que participaron en este estudio 67% son hombres y 33% son mujeres. En relación a la pregunta referente al medio de comunicación donde trabaja el periodista, 33% laboran en medios impresos, 21% en DCS, 18% en televisión, 18% en medios digitales, y 9% en radio. Los comunicadores que participaron en este estudio tenían un promedio de quince años de experiencia profesional. Los autores encontraron que el mayor número de periodistas que participaron en este estudio iniciaron su carrera periodística colaborando en la prensa escrita. En seguida se presentan los resultados de la presente investigación de acuerdo a cada una de las preguntas de investigación que guían este estudio. Una vez establecido el uso que los periodistas fronterizos le dan a cada una de las herramientas digitales, se pasa a presentar los beneficios que cada una de ellas les brinda a los comunicadores neolaredenses al momento de ejecutar su labor informativa.

(1) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los reporteros fronterizos?

En lo que se refiere al teléfono celular desde una perspectiva general, los resultados del análisis indicaron que el 94% de los reporteros que participaron en el estudio utilizan diariamente el teléfono celular como herramienta de trabajo y 6% no lo utilizan (ver Tabla 1). Es decir, el teléfono celular si es utilizado como una herramienta de trabajo por los reporteros de Nuevo Laredo. Durante la entrevista con los reporteros fronterizos se realizó una pregunta filtro para poder determinar qué tipo de celular es el preferido en Nuevo Laredo. Los autores definieron como “teléfono celular inteligente” a los aparatos que tienen las siguientes características particulares: acceso a internet, acceso al correo electrónico, capacidad para tener aplicaciones, así como captar fotografías de alta resolución y grabar video de alta calidad. De la misma

2 Gabriela Acalco Gutiérrez -Televisa Nuevo Laredo, Rubén Arenas Galán- Hoy al Día, Guillermo Batres Rosales-Nuevo Laredo Express, Cesar Bolaños Ortega-DCS, Felipe Angel Burnes Ríos- Canal 6 de TV Cable de Nuevo Laredo, Alberto Carrasco-El Mañana, Martha Cazares-DCS, Antonio Javier Claudio Gámez-Presidente de la Asociación de Periodistas y Comunicadores de Nuevo Laredo, Verónica Cruz Frías-Infomed Tamaulipas, Feliciano Diéguez Vergel-El Diario de Nuevo Laredo, Carlos Domínguez Rodríguez- El Diario de Nuevo Laredo, Ricardo Flores Álvarez-Grupo Imagen, Brenda García-Canal 2 XEFE TV, José González Ríos-Canal 6 de TV Cable de Nuevo Laredo, Brenda Berenice Gutiérrez Barrera-DCS, Marco Antonio Martínez García-DCS, Perla Martínez García-Líder Informativo, Cecilio Javier Martínez Salazar-La Peñita 89.5 FM, Martha Ángela Martínez Solís-El Mañana, Gastón Eligio Monje Estrada-Sin Censura.mx, Angélica Montes-Primera Hora, Nora Morales Morales-Ultima Hora, Minerva Beatriz Oseguera Montoya- Desarrollo Siglo XXI, Pedro Pérez Natividad-Hoy Laredo.net, Julio Pruneda- TV Azteca y Telemundo, Vicente Rangel Hernández- XHNOE Stereo 91, Juan Manuel Rodríguez Contreras-Hoy Tamaulipas y Ultima Hora, Daniel Salazar Barrón-DCS,

Jesús Salinas- DCS, Caín Solís García-fotógrafo oficial de la Presidencia de Nuevo Laredo, José Pablo Trinidad Arteaga-Nueva Visión Informativa, Luis Valtierra Hernández-Grupo ACIR, Luisa Fernanda Valtierra Hernández-Televisa Nuevo Laredo.

manera, los autores identificaron como “teléfono celular normal” a aquellos aparatos que no tienen la capacidad de conectarse al servicio de internet y ofrecen mínimas funciones alternativas.

A continuación exponemos las ventajas que observaron los reporteros al utilizar el teléfono celular en su desempeño informativo. Pedro Pérez Natividad, periodista del portal de noticias *Hoy Laredo.net*, aclaró “yo ya migré de las cámaras digitales, de las grabadoras... mi oficina es esto [teléfono celular] yo dependo al 100% de mi teléfono, traigo internet, trae cámara de video, cámara de fotografía. Yo trabajo en esto [notas] nada más con mi teléfono inteligente... estuve en un curso de internet que me metí y yo antes tenía mi escritorio, mi computadora, y tenía que ir a la oficina a escribir como antes. Pero después vi que no, que desde cualquier lugar yo puedo hacer mi trabajo y desde allí yo me acoplo a ese sistema...yo me voy y desde donde esté, yo estoy escribiendo... Yo hice fácil la forma de hacer periodismo” (P. Pérez Natividad, entrevista personal, 8 de septiembre del 2014). Igualmente, Ricardo Flores Álvarez, reportero de radio para *Grupo Imagen*, aclaró: “Mi teléfono inteligente es un radio Nextel, es teléfono, pero también traigo allí una cámara fotográfica, traigo una cámara de video, traigo algunas aplicaciones como el BBM [BlackBerry Messenger] o el WhatsApp. Voy a un evento, tomo una foto y la puedo enviar por correo desde mi radio, desde WhatsApp, desde BBM,...el móvil se convirtió en una multi-herramienta...es como

traer la oficina de redacción contigo” (R. Flores Álvarez entrevista personal, 8 de septiembre del 2014). Ahora, en la nueva etapa del periodismo digital donde los reporteros son multifuncionales, requieren de herramientas que también sean multifuncionales. Consideran que una sola herramienta sea su gran auxiliar en las varias clasificaciones en el ejercicio informativo.

De la misma forma, Alberto Carrasco, reportero del periódico *El Mañana*, indicó que utiliza el teléfono celular para subir avances informativos al instante de que están ocurriendo los hechos noticiosos: “en nuestro periódico tenemos información en tiempo real, información al momento y tenemos imágenes al momento y un breve [informativo]” (A. Carrasco, entrevista personal, 23 de septiembre del 2014). Otra ventaja que el teléfono celular le brinda al reportero es el acceso directo al internet. Esta función le permite al reportero hacer una consulta rápida de cualquier tema a cualquier hora del día y desde el lugar donde se ubique. Cesar Bolaños Ortega, Jefe de Información de la DCS, precisó que “si no tienes un plan de datos [en tu celular] hay red de Wi-Fi en todos lados. Entonces, muchas veces yo prefiero no traer saldo en el teléfono, pero si traer internet porque todo mundo checa su WhatsApp y su correo” (C. Bolaños Ortega, entrevista personal, 15 de septiembre del 2014).

En la opinión de varios periodistas el teléfono celular vino a suplir varias herramientas y a hacer sencilla la labor informativa. Los autores consideran que la preferencia

Tabla 1: Usos y beneficios herramientas digitales

Herramienta	Uso (%)		Ventajas	Desventajas	Hábito/adopción
	Sí	No			
Teléfono celular	94	6	Llamadas, tomar fotografía y video, grabar audio, checar correo electrónico y redes sociales, escribir notas, acceso fácil a internet	Ninguna	Sí
Nextel	52	48	Contactar a las fuentes de información	Falla mucho el servicio y es caro	Sí
Mensaje de texto	30	70	Contactar las fuentes de información	Servicio caro, cambió por mensajería gratis por internet, no se lo paga la empresa	No

por el teléfono celular que se encontró en los reporteros de Nuevo Laredo es porque los comunicadores han encontrado que esta herramienta les permite recopilar todo tipo de información que su medio les requiere, pero también pueden controlar económicamente su inversión en las herramientas de trabajo. Actualmente los planes para teléfono celular incluyen a la tecnología de internet dentro de su plan básico.

Radio Nextel

El servicio del radio Nextel se inició en Nuevo Laredo en el año 2000 aproximadamente. Por algún tiempo cosechó demanda por la facilidad en que los usuarios fronterizos podían comunicarse a través de la modalidad de Radio *walkie talkie* en ambos lados de la frontera. Esta ciudad fronteriza llegó a ocupar el primer lugar de usuarios de radio Nextel a nivel nacional. Los resultados a nivel general indicaron que el 52% de los periodistas utilizan radio Nextel para su desempeño informativo y el 48% de los comunicadores ya no lo considera útil para su labor (ver Tabla 1). Los autores consideran que aunque la tendencia en este momento favorece el uso del radio Nextel, ella también presenta una alerta. La diferencia del número de personas que utilizan el radio Nextel y los que no lo utilizan es tan pequeña que la orientación de los resultados al corto plazo muy probablemente se va a invertir.

De acuerdo a los periodistas neolaredenses, la principal ventaja del uso del radio Nextel es fácil acceso a las fuentes de información. Los reporteros envían un alerta a su fuente, y si hay disponibilidad inmediata ésta responde o posteriormente aquellos hacen contacto, de acuerdo a la relación profesional que exista entre el líder de opinión y el comunicador. El radio Nextel le permite al reportero comunicarse directamente con la fuente sin intermediarios de ninguna naturaleza, como las secretarías, asistentes y personal de seguridad, lo que hace más accesible la interacción entre ambas partes. El hecho de que el reportero tenga la oportunidad de enviar un alerta le permite comentar en su nota que hizo el esfuerzo por darle voz a la fuente aunque ésta no haya respondido. El simple hecho que el reportero se tome la tarea de brindar equidad a los involucrados en su nota refleja el profesionalismo. Además, eleva la calidad de la nota periodística porque el reportero tiene la oportunidad de otorgar el derecho de réplica a cualquier fuente. Cuando se genera una información controversial sobre algún líder de opinión o tema informativo fronterizo, el reportero éticamente está obligado a darle espacio en su nota a las partes involucradas en los eventos noticiosos. El hecho de no tener tantos obstáculos para contactar a la fuente permite ejercer periodismo de alta calidad. Esta cultura del derecho a réplica está tomando

auge entre los reporteros que cubren la presidencia municipal de Nuevo Laredo. Las herramientas digitales han formado un puente de comunicación directa entre los periodistas y la sociedad.

Mensaje de texto

Los resultados generales en relación al mensaje de texto del teléfono celular indicaron que esta herramienta digital es poco utilizada por los periodistas de Nuevo Laredo. El 70% de los comunicadores ya dejaron de utilizar esta herramienta digital para poder desarrollar el trabajo informativo y el 30% restante que lo utiliza principalmente para contactar a las fuentes de información (ver Tabla 1). En resumen, el mensaje de texto del teléfono celular no es una herramienta digital utilizada por los reporteros fronterizos.

Los autores evidenciaron que el mensaje de texto del teléfono celular ha sido substituido por la mensajería de internet gratuita como la WhatsApp y el BBM, lo que indica que la cuestión económica juega un papel importante en la integración de esta herramienta digital. Por ejemplo, Angélica Montes, reportera para el periódico *Primera Hora*, apuntó, “el mensaje de texto no lo uso. Si me lo paga la empresa, sí lo uso” (A. Montes, entrevista personal, 15 de septiembre del 2014). Algunos comunicadores expresaron que esta herramienta digital ya está obsoleta. Jesús Salinas, reportero para *DCS*, comentó “ya quedaron en el pasado [el mensaje de texto] porque ya cualquier persona tiene a su alcance el internet, entonces la mensajería vía WhatsApp, o vía cualquier otra aplicación, es gratis y por mensajes de texto te cobran por cada mensaje, ya no es tan práctico” (J. Salinas, entrevista personal, 9 de septiembre del 2014).

El mensaje de texto del teléfono celular ha sido suplido por las aplicaciones de mensajería en línea. Luis Valtierra Hernández, reportero de radio para *Grupo ACIR*, expuso: “creo yo que la tecnología del internet móvil ha disminuido el uso del mensaje de texto...todavía está la aplicación en el teléfono de mandar el mensaje de texto, pero creo la gente prefiere hacerlo a través de las redes sociales...muchos no lo ha analizado pero es más fácil enviar un mensaje de texto que escribir en *WhatsApp*. Hay inclusive hasta un minuto de diferencia para que le llegue [el mensaje]. El mensaje de texto es instantáneo pero ya la gente no lo utiliza...a la gente le gusta más utilizar las redes sociales o aplicaciones, que mandar el mensaje de texto. Creo yo que ya ha quedado obsoleto el utilizar esa herramienta” (L. Valtierra Hernández, entrevista personal, 22 de septiembre del 2014). Los

Tabla 2: Usos de las herramientas digitales por género

Herramienta	Mujeres	Hábito/adopción	Hombres	Hábito/adopción
Teléfono celular	100%	Sí	91%	Sí
Nextel	67%	Sí	47%	No
Mensaje de texto	0%	No	45%	No

resultados indicaron que la aplicación de internet para mensajes de texto gratuitos *WhatsApp* es la favorita entre los comunicadores que participaron en este estudio.

(2) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los periodistas fronterizos en términos de género?

La segunda pregunta de investigación es en relación con las tendencias generales respecto a los usos y beneficios del teléfono celular en términos de género, todas las féminas que participaron en el estudio comentaron que ya es un hábito para ellas utilizar el teléfono celular diariamente como herramienta de trabajo (ver Tabla 2). El tipo de celular predilecto por todas las mujeres es el denominado “inteligente”. Asimismo, al 91% de los hombres les gusta utilizar el teléfono celular cotidianamente en su labor informativa, mientras que el 9% no lo utiliza. En lo que se refiere al tipo de celular, el 91% de los comunicadores masculinos utilizan el teléfono de tipo “inteligente”, sin embargo el 9% de ellos prefieren el teléfono tipo “normal”. En resumen, tanto las mujeres como los hombres consideran al teléfono celular inteligente como una herramienta digital importante para el desempeño de su tarea noticiosa.

La principal ventaja que las féminas encontraron en el uso del teléfono celular es que una sola herramienta les permite recopilar la información periodística en varios formatos. Por ejemplo, Martha Ángela Martínez Solís, reportera del periódico *El Mañana*, comentó que el teléfono celular es la herramienta más importante para su labor periodística: “ahora con los teléfonos móviles que ya traen todo integrado, la grabadora [de voz], inclusive el block para poder redactar tus notas, tus apuntes...con la rutina diaria uno va aprendiendo a moverle todos los programas que trae el teléfono... checo correo, redes sociales...yo creo que ya la mayoría cuenta con internet en su teléfono móvil y es donde te estás comunicando por el correo, el *WhatsApp*, y el *BBM*...ahora los teléfonos son multifuncionales, hay

algunos teléfonos que traen buena resolución para las cámaras, incluso para publicar una foto de portada en el periódico” (M.A. Martínez Solís, entrevista personal, 9 de septiembre del 2014). Además, el factor económico es determinante para el uso de esta herramienta digital. Angélica Montes, reportera del periódico *Primera Hora*, comentó la ventaja que su teléfono inteligente le brinda para conectarse en línea: “por cuestión de costos, nada más ocupas internet cuando hay *Wi-Fi*” (A. Montes, entrevista personal, 15 de septiembre del 2014).

De la misma manera que las féminas, los comunicadores masculinos encontraron como ventaja en el uso del teléfono celular es que una sola herramienta les permite recopilar la información periodística en varios formatos. Anteriormente los reporteros tenían que traer cargando su cámara fotográfica o de video, su grabadora de audio, su libreta, la computadora, pero ahora todas esas funciones están integradas en un solo aparato. Marco Antonio Martínez García, Director de DCS, manifestó “es a veces imposible traer [todas las herramientas digitales] y aquí [teléfono celular] tienes todo, tienes la cámara, la grabadora digital, tienes la de video...Básicamente tenemos todo acá, eso nos ayuda en un momento dado...con el celular haces maravillas hoy en día. Todo lo tienes aquí concentrado” (M. A. Martínez García, entrevista personal, 23 de Septiembre del 2014). Asimismo, Juan Manuel Rodríguez Contreras, reportero del medio digital *Hoy Tamaulipas*, también considera al teléfono celular su herramienta digital más importante, explico: “grabo [audio], tomo fotos, tomo video, incluso hago la nota...luego me la envió por correo, la bajo en la computadora, le pongo los acentos y ya armo la información, es más fácil. Es como si fuera tu oficina, prácticamente” (J.M. Rodríguez Contreras, entrevista personal, 22 de septiembre del 2014). En términos prácticos, tanto los reporteros como reporteras han obviado equipamientos, así como evitar desembolsos importantes para la adquisición de herramientas digitales, ya que las empresas, por lo general, no les financian sus herramientas de trabajo, por lo que el reportero debe invertir de sus propios recursos económicos.

Radio Nextel

Los resultados generales en relación a los usos y beneficios del radio Nextel en términos de género, mostraron que al 67% de las mujeres les gusta usar radio Nextel y al 33% no (ver Tabla 2). En cambio, 47% de los hombres utilizan el radio Nextel para sus labores informativas y 53% ya no lo utiliza. Los resultados exponen que las féminas si utilizan al radio Nextel como herramienta de trabajo. Por el contrario, entre los comunicadores masculinos hay una fuerte tendencia a dejar de usar esta herramienta. Las féminas están motivadas a seguir utilizando esta herramienta para contactar sus fuentes al momento de estar trabajando la nota porque el uso de esta herramienta digital les proporciona ciertas ventajas. Por ejemplo, Brenda García, periodista para el Canal 2 XEFE TV, expuso “puedo conseguir mejor las fuentes por [radio] Nextel porque no todos traen celular y el radio [Nextel] lo traen la mayoría de los funcionarios y en términos de costo es una sola mensualidad” (B. García, entrevista personal, 15 de septiembre del 2014). La periodista señaló que tiene un mejor control de sus finanzas utilizando el servicio de radio Nextel.

Por el contrario, los reporteros hombres consideran que el servicio reporta continuas fallas técnicas. Antonio Javier Claudio Gámez, reportero para el portal de noticias *Nuevo Laredo Express*, explicó “Nuevo Laredo es el número uno en todo el país con la mayor cantidad de números de radios [Nextel] que hay. Ningún otro municipio en el país tiene tanto radio [Nextel] como Nuevo Laredo. Yo creo que nuestro trabajo, nuestra manera de operar es lo que nos hace más exigentes en cuanto a la demanda del radio [Nextel] que cualquier otra ciudad. Nosotros como periodistas y comunicadores hicimos una protesta contra Nextel por el mal servicio que había. Hicimos un plantón fuera de Nextel, hablamos con funcionarios, nos dieron algunos datos y entre ellos ése. Si mal no recuerdo había como 12,000 aparatos en la ciudad, y esa cifra se ha ido bajando hasta llegar a 7,500 actualmente, dado por el mal servicio... La función [del

radio es la que se necesita] y como Nextel fue pionero en el radio, pues todo mundo trae Nextel” (A. J. Claudio Gámez, entrevista personal, 9 de septiembre del 2014). Los periodistas masculinos consideran que el servicio de radio Nextel es caro y poco confiable de que la conexión de comunicación pueda darse eficientemente.

Mensaje de texto

Los resultados del análisis por género de los usos y beneficios del mensaje de texto del teléfono celular documentaron que todas las féminas que participaron en esta investigación ya no utilizan el mensaje de texto para sus labores informativas (ver Tabla 2). Todas las reporteras consideran que el mensaje de texto no les genera ningún beneficio profesional. Ellas encontraron inconvenientes en el mensaje de texto, como que el servicio es caro, su empresa no les paga este servicio de mensajería, pero sobre todo, porque lo cambiaron por la mensajería gratis en internet. En cambio, el 55% de los reporteros masculinos dicen no emplearlo en su desempeño informativo y el 45% restante utilizan el mensaje de texto de su teléfono móvil como herramienta de trabajo. Los periodistas masculinos que todavía utilizan el mensaje de texto consideran que el uso de esta herramienta les genera la ventaja de contactar a sus fuentes de manera muy efectiva y rápida.

(3) ¿Cuáles son los usos y los beneficios que el teléfono celular, el radio Nextel, y el mensaje de texto proporcionan a los periodistas fronterizos de acuerdo al medio informativo donde laboran?

La tercera pregunta de investigación se refiere a los usos y beneficios del teléfono celular en términos de lugar de trabajo. Los resultados de las tendencias generales indicaron que todos los reporteros que colaboran con los medios impresos, la televisión, y la DCS han integrado al teléfono celular en un 100% a sus actividades profesionales (ver Tabla 3). En cambio, los periodistas afiliados a los

Tabla 3: Usos de las herramientas digitales por medio informativo

Herramienta	Impresos	Hábito/Adopción	Radio	Hábito/Adopción	TV	Hábito/Adopción	Com. Social	Hábito/Adopción	Medios Digitales	Hábito/Adopción
Teléfono celular	100%	Sí	67%	Sí	100%	Sí	100%	Sí	83%	Sí
Nextel	50%	No	50%	No	75%	Sí	40%	No	50%	No
Mensaje de texto	27%	No	0%	No	17%	No	33%	No	75%	Sí

medios digitales utilizan el teléfono celular en un 83% y no lo utiliza un 17%. Mientras tanto en la radio el 67% de sus comunicadores ya han integrado esta herramienta digital a su tarea informativa y el 33% no la utiliza.

A continuación presentamos unos testimonios que ilustran las ventajas que encontraron los periodistas de los medios impresos, la televisión y la DCS. Por ejemplo, Brenda Berenice Gutiérrez Barrera, reportera para DCS considera que el teléfono celular puede desempeñar varias trabajos: “el celular lo utilizo por el internet, para checar las páginas en internet, para mandar correos... yo creo que los teléfonos [celulares] podrían suplir a las cámaras o a las grabadoras porque ya tienen todas esas herramientas dentro de un solo teléfono” (B. B. Gutiérrez Barrera, entrevista personal, 29 de Septiembre 2014).

Los reporteros han sido creativos con su teléfono al utilizar la aplicación de notas para ir avanzando en la redacción de su noticia. Esta aplicación de notas es parte del paquete básico de aplicaciones que tiene el celular inteligente al momento de su compra. Luisa Fernanda Valtierra Hernández, reportera de *Televisa Nuevo Laredo*, explicó: “yo ya no traigo que papelito y pluma. Yo si voy a una conferencia [de prensa] estoy en el celular escribiendo lo que estoy escuchando, los datos más relevantes...se me hace muy indispensable porque hago muchas cosas allí” (L. F. Valtierra Hernández, entrevista personal, 29 de Septiembre del 2014). Incluso aplicaciones especializadas en redacción son elegidas por reporteros porque les permite usar su tiempo más eficientemente. Igualmente, Alberto Carrasco, periodista de prensa escrita, explicó que “para aprovechar los tiempos muertos a veces estás en alguna conferencia o estás en espera de alguna entrevista, entonces avanzas el trabajo y agilizas la edición” (A. Carrasco, entrevista personal, 23 de septiembre del 2014). Carrasco tiene ligadas la aplicación *Evernote* de su teléfono celular a su computadora, de tal manera que de inmediato las notas del teléfono se descargan en ella.

Radio Nextel

Los resultados generales en relación a los usos y beneficios del radio Nextel teniendo como base el medio de comunicación para el cual trabaja el periodista indicaron que los comunicadores afiliados a la televisión con un 75% son los que más manejan el radio Nextel para el desempeño de su trabajo (ver Tabla 3). Todos los demás comunicadores afiliados a los otros medios noticiosos tienen un manejo limitado del radio Nextel para sus labores informativas. Los

periodistas que laboran en los medios impresos, la radio, y los medios digitales utilizan el radio Nextel en un 50% cada uno. El que obtuvo el resultado más bajo fueron los comunicadores asociados con DCS con un 40%.

Mensaje de texto

Los resultados del análisis comparativo sobre los usos y beneficios del mensaje de texto según el medio de comunicación donde laboran los periodistas neolaredenses mostraron que los reporteros de la radio son los únicos que utilizan el mensaje de texto para el ejercicio de su profesión (ver Tabla#3). Sin embargo, los reporteros que están afiliados a los medios digitales lo utilizan en un 75%, los de DCS 33%, los medios impresos 27%, y los de televisión 17% en sus labores informativas. Es decir, los comunicadores que laboran en los medios digitales son los que más frecuentemente utilizan al mensaje de texto del teléfono celular como herramienta digital para desarrollar su trabajo informativo.

Conclusión

Los resultados generales de esta investigación determinaron que el teléfono celular inteligente es la herramienta digital predilecta de los reporteros asignados a la fuente de la presidencia municipal de Nuevo Laredo. Los periodistas neolaredenses en general destacan la característica que tiene el teléfono celular inteligente les permite realizar varias funciones en un mismo dispositivo. Es decir, consideran al teléfono celular como una multi-herramienta, fácil de usar, y cómoda de llevar a cualquier lugar. Es importante mencionar que los teléfonos celulares inteligentes son muy fáciles de operar porque no requieren de capacitación especializada, cualquier persona puede utilizarlos. Además son vendidos como artículos de consumo general, por lo que están al alcance de cualquier persona. Según un reporte televisivo de *Amed Urbán* (2014), Editor de tecnología del periódico *El Universal* de México, actualmente en este país existen 42 millones de teléfonos inteligentes. Las marcas predilectas por los mexicanos son Samsung 27%, Apple compite con Nokia con un 15% cada uno, Black Berry 12%, LG 10%, Motorola 8%, Sony 7%, y por ultimo HTC 2%.

En la era del periodismo multimedia donde los periodistas están obligados a recoger la información de un mismo evento noticioso de diversos formatos como lo son audio, video, fotografías, entre otros, requieren de equipos que sean versátiles. Las rutinas de entrega de información también han cambiado en algunos medios de comunicación. Por esta razón, los comunicadores deben tener acceso directo a su cuenta de correo electrónico para poder mandar o recibir información en cualquier

momento del día. Igualmente, los comunicadores deben tener acceso en todo momento a las redes sociales de sus medios informativos para mandar avances informativos y fotos a sus lectores desde el lugar donde están pasando los hechos. Por lo tanto, el periodista multimedia debe ser multifuncional (no mono funcional como antes—yo solamente escribo, yo solamente tomo fotos) y requiere, para el desarrollo de sus labores informativas, que sus herramientas digitales también sean multifuncionales, como lo es el teléfono celular inteligente. Asimismo, los resultados mostraron que el radio Nextel sí es utilizado por los periodistas fronterizos pero los autores sugieren que su uso va a ser discontinuado dentro de poco tiempo. En cuanto a la herramienta del mensaje de texto del teléfono celular, los resultados determinaron que esta herramienta digital ya no es utilizada por los comunicadores en sus labores cotidianas.

En cuanto al análisis por género, los resultados mostraron que todas las reporteras gustan de utilizar el teléfono celular inteligente. También a la mayoría le gusta utilizar el radio Nextel para sus labores informativas. Sin embargo, no han adaptado el mensaje de texto del teléfono celular como herramienta de trabajo porque a ninguna le gusta utilizar esta herramienta digital. En el caso particular de los comunicadores masculinos los resultados indicaron que la mayoría de ellos tienen preferencia por utilizar el teléfono celular inteligente. Por el contrario a las féminas, los reporteros hombres no han integrado al radio Nextel, ni el mensaje de texto a sus actividades profesionales.

Finalmente, el análisis de las tendencias del uso de estas herramientas digitales de acuerdo al medio informativo para el cual labora el reportero indicó que todos los reporteros que colaboran con los medios impresos, la televisión y la DCS han integrado al teléfono celular a sus actividades profesionales. Asimismo, los comunicadores afiliados a la televisión son los que más manejan el radio Nextel para su trabajo. Además, los reporteros de los medios digitales son los únicos que utilizan el mensaje de texto del teléfono celular para el ejercicio de su profesión.

En cuanto a las ventajas que encontraron los reporteros de Nuevo Laredo en el uso de diversas herramientas digitales podemos concluir que en lo referente al teléfono celular inteligente, estos ofrecen la posibilidad de realizar diversas tareas con un mismo aparato como llamadas, tomar fotografías, tomar video, escribir notas, tener acceso inmediato al correo electrónico, el internet y las redes sociales. De igual forma se encontró que los reporteros fronterizos gustan utilizar su teléfono celular como grabadora de audio. Aun corriendo el riesgo que durante el transcurso de la entrevista el reportero pudiera llegar

a recibir una llamada, ocasionando que la grabación de audio fuese interrumpida, corriendo el riesgo que algún segmento de la entrevista pudiera perderse. La última ventaja que los reporteros encontraron en el uso del teléfono celular es la función de grabar video. No obstante algunos reporteros manifestaron su preocupación de que el video ocupa mucha memoria y por lo tanto se limitan a videos cortos de menos de un minuto de duración, para evitar ver entorpecidas las otras funciones que tiene este aparato. En relación al radio Nextel, este le permite al periodista comunicarse directamente con las fuentes sin intermediarios de ningún tipo generando un puente de comunicación dinámico, eficaz y accesible. Por último, la principal ventaja en el manejo del mensaje de texto es contactar a las fuentes, pero esta herramienta es poco utilizada por los reporteros neolaredenses.

Este estudio contribuye directamente a la documentación del desarrollo del periodismo digital en México, específicamente en la frontera norte del país. De igual manera, esta investigación les da un tratamiento autónomo a los reporteros que laboran en los medios digitales, así como a los que laboran en comunicación social. Es decir, se hace una distinción de labores informativas de acuerdo a las características particulares de cada ocupación noticiosa. Asimismo, expande la teoría de los usos y las gratificaciones, probándola con un distinto grupo de personas, los reporteros fronterizos. Esta investigación es innovadora al documentar el nivel de adaptación en el uso del teléfono celular, radio Nextel y mensaje de texto por los comunicadores de Nuevo Laredo. También, este trabajo académico documenta cuáles son las satisfacciones que cada una de esas herramientas digitales les brinda a los comunicadores. Por lo tanto, de acuerdo a la teoría de los usos y las gratificaciones, la herramienta favorita de los reporteros siempre será aquel aparato que cubra la mayoría de sus necesidades laborales porque es más alto el nivel de satisfacción que esa herramienta digital en lo particular le otorga al periodista, ella lo inspira a utilizarla más frecuentemente durante el desempeño de sus labores informativas.

Bibliografía

Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Bolaños Ortega, C. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador: M. Á. Flores*. 15 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Carrasco, A. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 23 de septiembre de

2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Claudio Gámez, A. J. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 9 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Flores Álvarez, R. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 8 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

García, B. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador: M. Á. Flores*. 15 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Gutiérrez Barrera, B. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 29 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? *Radio Research*, 3-33.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509.

La Pastina, A., & Quick, B. (2004). An Exploration of Internet and Traditional Media Uses in the Rio Grande Valley. *Conference Papers -- International Communication Association*, 1.

Martínez García, M. A. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 23 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Martínez Solís, M. A. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 9 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Molyneux, L. (2014). Reporters' Smartphone Use Improves Quality of Work. *Newspaper Research Journal*, 35(4), 83-97.

Montes, A. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador:*

M. Á. Flores. 15 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Pérez Natividad, P. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 8 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361. doi: 10.1177/0270467610380009.

Rodríguez Contreras, J. M. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador: M. Á. Flores*. 22 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Rosengreen, K. E., Lawrence, A. W., & Palmgreen, P. (1985). *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Salinas, J. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador: M. Á. Flores*. 9 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Samaniego, Á. (2014) *Periodistas fronterizos que cubren la fuente de Presidencia Municipal de Nuevo Laredo Tamaulipas/Entrevistador: M. Á. Flores*.

Schramm, W. (1961). *Television in the lives of our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Valtierra Hernández, L. (2014) *Herramientas digitales / Entrevistador: M. Á. Flores*. 22 de septiembre de 2014). Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Valtierra Hernández, L. F. (2014) *Herramientas digitales /Entrevistador: M. Á. Flores*. 29 de septiembre de 2014. Nuevo Laredo Tamaulipas México.

Urban, A. (Producer) (2014). ¿Qué smartphones se venden más? *Universo Geek*. 18 de septiembre del 2014). [Video] Retrieved from http://www.eluniversaltv.com.mx/videos/v_80da47c973a2405696543426a11f11e4.html