



Arquitectura y cultura digital en el Instituto Mexicano de la Radio: Los relatos interactivos de Facebook

Gladys Mendoza Paredes

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

Los medios de comunicación masivos transitan actualmente hacia un ecosistema de convergencia digital. Esta encrucijada de orden económico-político-tecnológico-cultural, suscita fenómenos en los terrenos de la web 2.0 que afectan a la radio en todas sus dimensiones. El presente trabajo pretende indagar qué ocurre cuando la intervención del social media –específicamente Facebook- impacta a las audiencias en sus formas de acercarse a las emisoras, desde los muros del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), un caso paradigmático de las instituciones públicas de comunicación, por sus circunstancias históricas, geográficas y tecnológicas.

Palabras clave: radio pública, cultura digital, convergencia tecnológica, social media, Facebook.

Abstract

The mass media are moving towards a digital convergence ecosystem. This crossroads of technological, political, economic and cultural order, raises phenomena at web 2.0's fields that affect radio in all its dimensions. This paper aims to investigate what happens when the intervention of social media -specifically Facebook- hits to audiences in their ways of approaching stations, from the walls of the Instituto Mexicano de la Radio (IMER), a paradigmatic case of public communication institutions.

Key words: public radio, digital culture, technological convergence, social media, Facebook.





Arquitectura y cultura digital en el Instituto Mexicano de la Radio: Los relatos interactivos de Facebook

Gladys Mendoza Paredes

“... la cultura da sentido a la comunicación. La atrapamos en el conocimiento, pero cambia y fluye; volvemos a atraparla, y cambia y fluye. En el camino, crecemos”.

Ramón Zallo. 2011

El Instituto Mexicano de la Radio es un caso único y paradigmático de las telecomunicaciones mexicanas. Su trayectoria histórica se reconoce como una fase evolutiva, en lo tecnológico y propiamente en las dinámicas vinculadas a los procesos de producción/difusión/recepción. En él, se reconocen sí los recursos materiales y las potencialidades de alcance sociocultural al que pudiera aspirar cualquier radio de servicio público, pero también se evidencian los lastres comunes que en materia jurídica y administrativa arrastran los medios dependientes del Estado, en este caso de orden federal.

Al momento es la única radio de gobierno con una infraestructura importante en el Valle de México, con presencia en diversas regiones del país, y también es el único grupo en su tipo con procesos en curso de radiodifusión digital terrestre. El IMER administra emisoras concesionadas y permisionadas del anterior (a la reforma constitucional de 2013) modelo de reglamentación mediático –lo cuál significa que puede participar a patrocinadores que contribuyan al sostenimiento económico del Instituto-, y las 18 emisoras que lo conforman se encuentran operando además en internet.

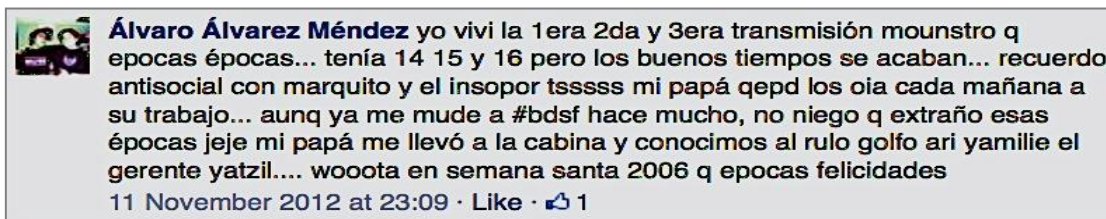
En teoría, el Instituto responde al momento por el que transita la radio en el naciente ecosistema convergente de medios digitales. El acceso a su señal es prácticamente



universal a través del streaming en su página web o aplicaciones como TuneIn; sus equipos de producción mantienen activas las cuentas oficiales del Instituto, y contacto con la audiencia a través del social media.

Desde su emisora Reactor 105, el IMER merece el reconocimiento de haber marcado a una generación de audiencias adolescentes/juveniles: la generación que inauguró la era de las redes sociales y la radiodifusión convergente. Reactor definió también a la misma generación que por primera vez se acercó a la radio pública de forma masiva; que sintonizó por primera vez la radio vía streaming en teléfonos celulares inteligentes, dispositivos multipantalla, multiaplicación y con banda ancha móvil.

La generación @, ciento cuarenta de nativos digitales, que reparó en que la radio pública puede ser parte de la cultura cotidiana; contribuir no sólo a la expresión de su condición como radioescuchas, sino al fortalecimiento de sus habilidades digitales, y sembrar una semilla de conciencia ciudadana a partir de programas y muros como el de Bicitlán.



En su inserción al ecosistema convergente, el IMER también está acercando a la plataforma web a diversos segmentos de audiencia, incluso a los de la emisora más antigua de México, la XEB. Y aunque, el perfil de esta emisora es de adultos mayores, alejados de las nuevas tecnologías, se puede constatar la aseveración del sociólogo Manuel Castells, quien afirma que “la tecnología no determina la sociedad, pero tampoco la sociedad dicta el cambio tecnológico [...] se trata más bien de un complejo modelo de interacción” (Alva de la Selva, 2011: 189), y lentamente radioescuchas de



otras generaciones comienzan a integrarse a estos procesos desde el muro de Facebook.

Sin embargo, el Instituto presenta fuertes contrastes entre las condiciones lejanas, pero realidades paralelas en que operan las emisoras del Valle de México y provincia. Desde su arquitectura digital se observan emisoras consolidadas en la transmisión web y la dinámica de sus medios sociales. Asimismo las radiodifusoras que operan en el interior de la república enfrentan el fenómeno digital bajo condiciones desfavorables. En cada ámbito, directivos, productores, colaboradores y radioescuchas buscan cómo trasladar los esquemas de participación de la radio convencional a la del modelo convergente. Es un momento de transición, de exploración de recursos y estrategias para afrontar las distensiones de la experiencia radiofónica desde los medios sociales, de los cuales Facebook, es el de mayor penetración en México y al momento forma parte de la columna vertebral arquitectónica del IMER en el ecosistema convergente.

Facebook como centro del relato

Facebook permite la convergencia de audiencias de diversas regiones, edades, nivel sociocultural/escolar, intereses y habilidades digitales. Facebook también permite la convergencia de sitios, aplicaciones, otras cuentas de social media, y se puede advertir como nudo central de lo que acontece en el IMER en la web.

Dar Like, compartir una foto, una actualización o taggear amigos, son acciones sencillas que estimulan la disposición de los usuarios no familiarizados con internet o con el social media para utilizar estas herramientas interactivas. Asimismo, propicia un ambiente de confort para los internautas asiduos, y que como radioescuchas se integran sin complicaciones a la dinámica de las emisoras a través de sus muros.

En apariencia, Facebook es el nicho perfecto de una nueva cultura emergente, todo en retazos, integrado de forma efímera, siempre en movimiento, siempre tocando la superficie (Galindo en Sierra, 2013). Este fenómeno se observa sobretodo en los muros



con mayor tránsito y actividad. Usuarios dispersos, confundidos, en búsqueda de orientación que muchas veces no encuentran, de respuestas que no aparecen; o bien, usuarios adolescentes opinando sin reservas a cerca de la programación, los invitados, los eventos organizados por las emisoras o el Instituto, participando en la dinámica de los muros. Y sí, se observan *intervenciones anodinas, inadecuadas o inoportunas e injuriosas* (Palma Peña y Manuel Ortiz y , en López, 2011), que al final, forman parte de las voces de una audiencia real.

Pero en medio de este cúmulo de datos expuestos, disgregados, excluidos, ignorados, se encuentran múltiples relatos que pronuncian *la naturaleza per se de la radio*, la razón de su existencia: la voz del radioescucha expresada en un comentario. Al ser el IMER un conjunto de emisoras con geografía y perfiles tan diversos, la riqueza que se puede encontrar en los muros de Facebook es inmensa.

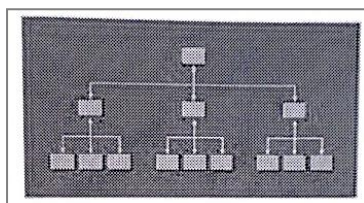
Es verdad que estos relatos son aún escasos, insipientes y austeros, pero potencialmente prometedores, porque en Facebook, los radioescuchas expresan sus experiencias de vida, sus conocimientos musicales, su bagaje cultural, refuerzan sus vínculos de pertenencia comunitaria; y a corto, mediano y largo plazo pueden expandir sus habilidades digitales, sus destrezas técnicas y comenzar a generar niveles de asociación que trasciendan los límites del social media.

Los muros de Facebook en el IMER dan cuenta de la evolución del medio radiofónico en este periodo transitorio: sus enclaves, alcances e insolencias, y presentan relaciones directas con las categorías de análisis que sustentan en el marco teórico conceptual de esta investigación: hipertexto, interactividad e interacción social. Configuran una geografía virtual de esta radio de gobierno, que irremediablemente privilegia en el futuro las expectativas fincadas en la Sociedad de la Información, y que en este momento se proyectan como promesas, riesgos y oportunidades para construir efectivamente un IMER convergente, incluyente, participativo y plural.

Hipertexto e interactividad

En el curso narrativo de rutas aventuradas que permite el hipertexto (Martín Prada, 2012), los muros oficiales del IMER se generan bajo *modelos centrados o jerárquicos* (López, et. al., en Cabrera 2013). Como se muestra en la imagen 5.1, los administradores condicionan una ruta completamente horizontal, donde el post es un espacio exclusivo de la cuenta y sólo en cascada aparecen los comentarios del usuario.

Imagen 5.1 Estructura jerárquica típica



Fuente: López et. al, en Cabrera, 2013: 61

En el post (con excepción de casos como los de Horizonte en su barra de música nocturna), los administradores se reconocen como figuras abstractas identificadas con el nombre de la emisora o de programas, que proporcionan información, invitan a la audiencia a participar en el diseño de la programación, a expresar comentarios, dudas o propuestas, etc. Sin embargo, con excepción de Reactor, Horizonte y Órbita, los muros registran escasa afluencia e interactividad cotidiana.

En todas las cuentas monitoreadas, se identificaron elementos básicos de la arquitectura digital radiofónica: texto, imagen, video, links de transmisión o vinculados a la información que aparece en el post. Se configuran en un primer plano otros códigos multimedia que expanden el lenguaje radiofónico y permiten al usuario registrar (con Likes y Shares) de forma económica su presencia en los muros.



Según lo observado durante el periodo muestra, la mayoría de las cuentas oficiales del IMER en Facebook favorecen la promoción de la emisora y el Instituto en sus diversas facetas y actividades; informan a los radioescuchas, obsequian premios, difunden breviaros y agendas, etc. Los muros son propicios para que los usuarios participen en las dinámicas históricamente asignadas a un radioescucha convencional.

Desde estas cadenas asociativas, en el ciberespacio el IMER sí habilita recorridos de múltiples lecturas posibles, donde cada texto podría ser la narración particular de un hipertexto. Las rutas de acceso y tránsito se generan desde las páginas oficiales del Instituto y sus emisoras, aplicaciones como Itunes o Spotify, muros de Facebook, timelines de Twitter y cuentas de social media de los programas y conductores.

En este sentido y como se observa en la figura 5.2, el modelo rígido se fragmenta y con todas las reservas identificadas (escaso acceso y participación, comentarios aislados, inactividad por parte de los administradores, etc.) se reconfigura un *modelo narrativo* que plantea la distribución de sus elementos de forma lineal, pero mantiene cierta rigidez en el momento de navegación (López, et. al., en Cabrera 2013) e intervención.

En el cuadro 5.2 se puede observar también, la dinámica comercial en que participa el IMER desde cada nudo hipertextual. Las cuentas de social media, aplicaciones, cualquier link interconectado en la web, configuran la superestructura económica global. Las marcas insertan publicidad ineludible en todas las cuentas de los usuarios, Facebook es propietario, y puede negociar la información que circula en los muros; también desde el IMER en la ventana de acceso al streaming, se encuentran clips publicitarios.

Modelo hipertextual narrativo

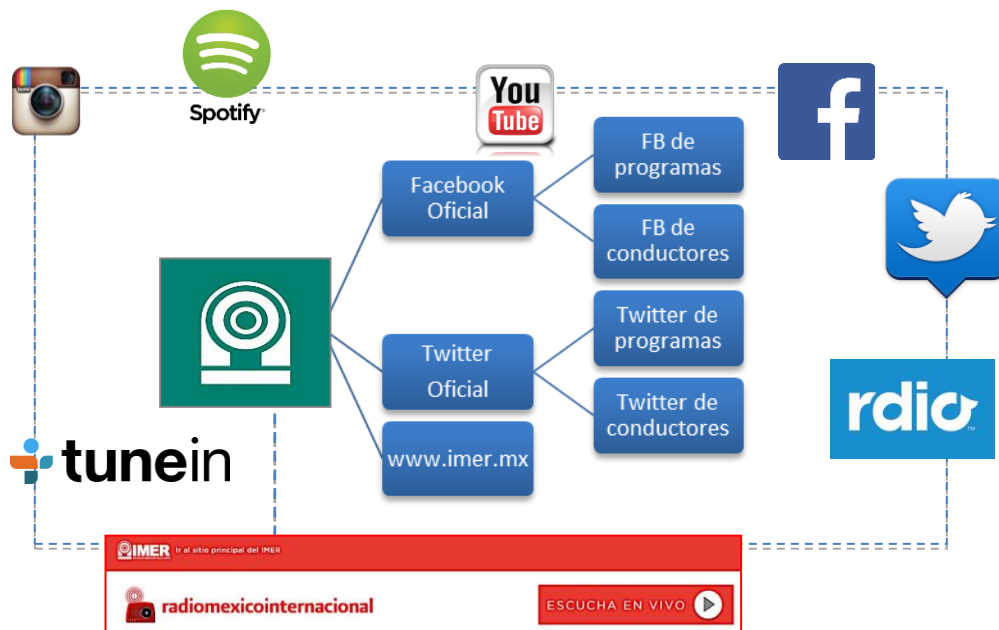


Figura 5. 2. Fuente: Elaboración propia con base en el modelo narrativo de López et. al. (en Cabrera, 2013: 61)



Aparentemente, el social media se presenta como panacea libertaria en el terreno virtual, pero su estructura puede condicionar íntegramente la actividad en la interfaz. En el caso del IMER, sólo los administradores postean desde los muros centrales y su modelo lineal distribuye horizontalmente el flujo de comunicación. [Figura 5.3] Incluso

en los muros de programas con mayor actividad como *Bicictlán* o *La otra versión*, se mantiene el modelo narrativo, donde los post se reservan únicamente para administradores de las cuentas.

Estructura horizontal de los muros oficiales.

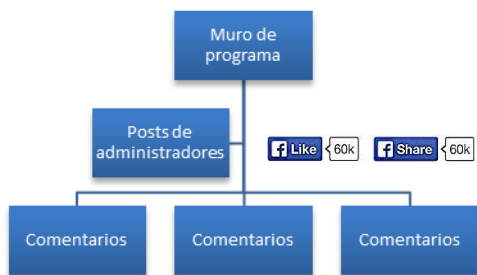
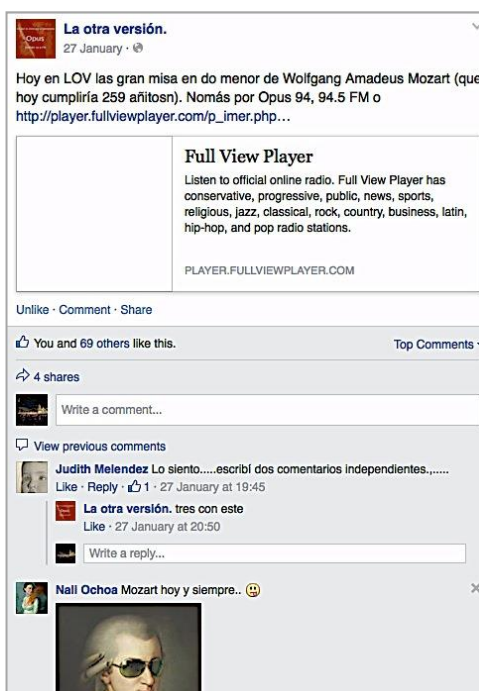


Figura 5.3 Elaboración propia



En otro esquema diferenciado, de manera excepcional se observa el muro del programa *Covertitlán*, donde los marcadores registran *Amigos* en lugar de *Likes*, y los administradores permiten el libre flujo de contenidos en el post central, no sólo desde el comentario. Las imágenes 5.1 y 5.2 muestran cómo le conceden al usuario un protagonismo explícito dentro del muro.



En contraparte, no es posible asegurar que la interacción social en niveles que van más allá de una pregunta/respuesta, provocación/insulto; expresión/gratitud; felicitación/saludo, etc., se generan sólo porque existe un espacio en el muro, expreso para comentar y establecer contacto con los usuarios que en él confluyen.

En la mayoría de estos muros rígidos, austeros, sombríos, casi silenciosos, la lectura interactiva se restringe a los eventos suscitados en las herramientas *Like* y *Share*, quedando la interacción social en un plano aspiracional; incluso en las cuentas con mayor actividad, la interacción es escasa y se genera sólo cuando una serie de factores se conjugan.

Interacción/administración de la cuenta

Si bien, en Facebook se puede establecer una asociación directamente proporcional hipertexto/interactividad, porque la estructura del modelo otorga los recursos y orienta las pautas de acción del usuario, y porque en el sentido más laxo, la interactividad supone una suerte de diálogo usuario/dispositivo. En el caso de la interacción social no es posible determinar relaciones directas con un factor específico, ésta se acerca más al *constructo multidimensional* planteado por McMillan (2010) o Lévy (2007). Se trata de un fenómeno circunscrito a factores estructurales tan complejos como las dimensiones (económica, tecnológica, social, política, cognitiva y sociocultural) de la brecha digital analizadas por Alva de la Selva (2012).

El relato fragmentado de cada emisora, respecto a la interacción entre usuarios se define ante: el presupuesto otorgado por el gobierno federal; su problemática administrativa/de operación; su geografía; el alcance de su señal; los niveles de acceso a internet y apropiación de la audiencia respecto a los dispositivos digitales; las capacidades cognitivas de la población, etc. Sólo la suma de estas circunstancias





explicarían por qué en los muros de Facebook, la interacción social entre radioescuchas es un evento extraordinario que se cumple sólo bajo circunstancias especiales.

Este problema de la interactividad planteado por Lévy (2007) se observa en el IMER efectivamente como un evento más amplio que las acciones registradas en pantalla; un problema de usuarios que se reconocen como consumidores, NO como interlocutores de un espacio y un diálogo radiofónico que a través de Facebook queda abierto a su intervención. Asimismo administradores que pretenden obtener un tránsito masivo de usuarios dando Like y diseminando contenidos, y no interlocutores a quienes estén dispuestos a escuchar o hacer parte del discurso radiofónico.

Resultaría inapropiado restar importancia a la intervención de los usuarios que visitan e intervienen el muro con comentarios, críticas, preguntas, propuestas, solicitudes y participan en las dinámicas propuestas, porque al final, estas acciones revelan el germen de otra fase evolutiva para la intersección radio/social media. En este sentido el fenómeno se orienta más hacia, el flujo de información: “uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos” como lo señala Cabrera (2013:265), pero en la mayoría de los casos se trata de comentarios aislados o intentos escasos y fallidos por establecer un diálogo o un debate.

Se reconoce lo que Galindo Cáceres (en Sierra, 2013:292) asevera respecto a Facebook: individuos hablando de sí mismos, sin diálogos en profundidad, y en realidad no existe una participación, ya que “de cada cien usuarios, noventa sólo observan, nueve participan y sólo uno propone contenidos”. Se observó además que la intención del usuario para entablar una conversación no es suficiente para concretarla.

Durante el tiempo de monitoreo se identificó que es necesario crear un ambiente de respeto y empatía entre los usuarios, mediar las intervenciones, mantener comunicación permanente, responder dudas, taguear usuarios, comentar y dar like a las intervenciones, etc. Esta tarea recae principalmente en el administrador de la



cuenta, pero desafortunadamente, los administradores no siempre atienden tales responsabilidades.

Tampoco se puede afirmar que un radioescucha con acceso a la red, que tiene una cuenta en Facebook, que se mantiene activo en ella y sabe utilizar los recursos digitales, sea garantía para que establezca interacción en el muro. Aún más, ni el diseño de la interfaz o sus recursos interactivos, ni lo atractivo del formato, la riqueza de contenidos o la invitación explícita del administrador, aseguran la integración del usuario en un diálogo, una discusión o un debate que aporte tanto a los contenidos o dinámicas de la emisora, como al usuario en su condición de radioescucha o ciudadano. La suma de los factores arriba mencionados – y a la que en este trabajo se reconoce como un *oficio en red para construir relatos*- deben coincidir para que los usuarios decidan participar, apropiarse de los recursos interactivos; establecer como lo señala Jenkins (2006) conexiones entre contenidos mediáticos dispersos para socializar y encaminarse –a partir de la interacción social- hacia lo que Lévy define como inteligencia colectiva o al modelo de *autocomunicación* planteado por Castells. Y en el IMER, pocos muros logran esta sinergia.

De acuerdo al monitoreo realizado, se constató que los muros donde existe mayor interacción social, se encuentran administrados por locutores de turno o del programa que conducen. Estos agentes se identifican plenamente ante la audiencia y son responsables de las publicaciones –contenido y formato-, del control, seguimiento de las cuentas y trato con los usuarios. Y entonces como acto propiamente radiofónico, de estos muros surge un “sortilegio de personas que le hablan a personas”: conocidos, desconocidos, expertos, aficionados, melómanos, fans de la emisora, del programa o del locutor, o quizá usuarios fortuitos recién llegados al programa o al muro donde coinciden por curiosidad, casualidad o por error.

En los muros de Horizonte FM, Covertitlán, Bicictlán, Beatleradio, El fin del mundo o La otra versión, se observa esta suerte de convergencia no sólo multimedia, tecnológica,





digital, de radioescuchas, sino de usuarios en colaboración y en ruta directa hacia la construcción de una inteligencia colectiva, de una cultura digital radiofónica; porque la interacción generada en los muros es como lo señala CONACULTA a través del Centro de Cultura Digital: expresión que nace o se ve afectada por el hecho de vivir influido por las tecnologías de la información.

Estos datos aportan elementos para proyectar desde la radio y sus extensiones digitales una dinámica de iniciativas y repercusiones individuales, pero que en lo colectivo apuntan a la generación de grupos y comunidades que comparten significados y sentidos, negocian capitales culturales o simbólicos, y que desde una visión más extensa a la del proceso comunicativo, se pueden vincular a una cultura permeada por tecnologías y todas sus implicaciones sociales: la cultura digital de actividad radiofónica.

Radio pública: entre la interactividad y la participación social

La información obtenida durante esta investigación apunta a que el social media del IMER es efectivamente un recurso catalizador de presencia de usuarios e interactividad, pero como medio público lleva implícito un compromiso con el desarrollo cultural y la vida democrática del país. En este sentido, la participación social de las audiencias en interfaces interactivas debería ser un principio fundamental de sus políticas y sus tareas cotidianas, no eventos aislados propiciados por voluntad individual de algunos colaboradores.

Como se muestra en la figura 5.4, los medios públicos reflejan las condiciones económicas, políticas y sociales de los países; y en este proceso de consolidación tecnológica digital, el social media es una realidad inserta en la estructura de las instituciones públicas. El IMER como medio de Estado debe contribuir también a incentivar la participación social ciudadana apelando a estos recursos interactivos.

Desde los muros de sus emisoras, pueden efectivamente sembrarse “nuevos compromisos y pactos sociales generados por la intercomunicación, la participación aumentada, la colectivización del capital cultural y el desvanecimiento de fronteras geográficas, entre disciplinas artísticas, científico-tecnológicas y humanísticas” (centrodeculturadigital.gob, 2013).

Medios públicos y social media



Figura 5.4 Elaboración propia con información de Ortega, 2004

Pero este reto abismal, requiere de acciones conjuntas de orden estructural. Resulta insoslayable reducir la brecha digital en todas sus dimensiones; democratizar geográficamente la señal y el alcance de las emisoras, frenar los recursos presupuestales al ámbito de la educación y la cultura, generar políticas públicas transversas de alfabetización digital y mediática, establecer marcos de contenidos y administración de las cuentas de social media, etc.

Directamente al IMER le correspondería expandir las narraciones, articular y enriquecer sus relatos con los aportes “comunicativos unidireccionales y multidireccionales, con recursos multimedia de diversos tipos” (Alva de la Selva 2011:190) del muro, del timeline, de cada canal de comunicación. Multiplicar las voces de cada región, de cada



comunidad en múltiples y diversas cadenas asociativas en las cuentas de cada emisora, en los muros de cada programa.

Es imprescindible incrementar la apertura de sus rutas, disminuir ausencias y generar estrategias no sólo para elevar la calidad de la participación de los usuarios, sino realmente establecer y mantener su presencia, acompañando al usuario en cada fase del proceso.

La cultura de participación generada en los muros del IMER, puede proyectarse hacia los muros de instituciones, desde donde los usuarios ejerzan en un ámbito virtual su derecho ciudadano a cuestionar, denunciar, o solicitar información pública, etc. En el momento que internet se incluye en el discurso político como bien y servicio público, es también parte de los derechos humanos exigir una participación activa; y la participación social en el social media del IMER puede y debe contribuir a la construcción de ciudadanía

Radio, social media y cultura digital

Se puede concluir que la arquitectura digital es sólo una condición escénica, pero la cultura digital es la suma de múltiples factores estructurales. En este esquema de convergencia digital, el IMER con todas las limitantes y contradicciones expuestas, es una fuerza motriz para la reconversión del esquema de comunicación masiva de orden gubernamental, con enormes potencialidades de contribución social y cultural.

En Horizonte FM la participación interactiva se incrementa positivamente día a día. Los radioescuchas de la XEB por iniciativa propia o impulsados (y guiados) por familiares de otras generaciones han comenzado a ingresar a Facebook, y aunque el reto de provincia es inmenso y técnicamente inalcanzable en el corto y mediano plazos, el presente es un momento decisivo para sembrar oportunidades para estas y las próximas generaciones.





La transición es sin duda un proceso lento y complejo, aunque desde instituciones como el IMER se pueden generar (se están generando) mecanismos de impulso que requieren el sostén estatal, pero también la voluntad colaborativa de los hacedores de radio. El social media es sin duda es un recurso valioso que puede contribuir a esta tarea. Al momento sus bondades son primigenias, sesgadas a ciertos perfiles de audiencia, e insostenibles para la visión global del IMER como medio de alcance nacional, pero su proyección finca enormes expectativas.

La interacción que sí se produce en estas interfaces se encuentra en realidad un momento álgido, tenso, disonante e ineludible. Mientras Facebook permite observar la narración transitoria, Twitter se coloca un paso adelante, pero innegablemente ambos dependen del otro para evolucionar y subsistir; asimismo cada red social (Youtube, Vine, Instagram) se nutre y mantiene vínculos permanentes con las demás.

Facebook y las otras redes sociales son un campo arquetípico de la sociedad de la información: los usuarios las rastrean, las exploran, las monitorean, las intervienen, las masifican, las sincronizan, las explotan, luego las olvidan y las reemplazan. Muy probablemente estas interfaces desaparezcan, se transformen o sean reemplazadas por versiones actualizadas, y generen otras versiones del mismo relato. Sin embargo, la participación de las audiencias en el social media es irreversible, por lo tanto los medios de comunicación analógicos y online están destinados y obligados a diseñar estrategias de integración y participación, en evolución con la propia naturaleza mutante de la web y por lo tanto del perfil de las audiencias.

El social media per sé, alcanzó un estatus de materia prima en la arquitectura digital y avanza hacia una definición de tecnología social, con enormes potencialidades de dar batalla al oligopolio mediático, gracias a la facilidad de acceso, manipulación y potencialidad de difusión viral hacia literalmente todo el planeta (Serrano, 2013), y los radios convencional, digital terrestre y online tendrán que esforzarse por incrementar






sus estándares de presencia e innovar sus formatos de programación y participación en estas periferias interactivas.

Es entonces tarea de la radio de gobierno, generar mecanismos para que los medios sociales sean efectivamente canales de comunicación, espacios de expresión que permitan la vinculación de usuarios, de comunidades, y que la experiencia radiofónica expanda sus posibilidades con la evolución del fenómeno interactivo.

Es fundamental que a partir de las redes sociales, los radioescuchas se reconozcan y se consideren parte del medio. Igual de importante es evitar el riesgo de una cosificación de los radioescuchas en su calidad de usuarios, y que su actividad en redes sociales sea vista por el instituto como mero recurso para generar y elevar cifras estadísticas en sus rangos de audiencia e interactividad.

El oficio *radiofónico* se enfrenta con desafíos económicos, políticos, sociales, culturales; pero sobretodo con el reto de defender su naturaleza humana. En el IMER el objeto y el objetivo de su labor es la captación de radioescuchas. Para las entidades gubernamentales que lo sostienen, se trata de ciudadanos con demandas imposibles de resolver, y para los administradores de internet los usuarios representan la razón fundamental de su trabajo.

Pero más allá de estas y todas las razones prácticas, en el interior de la arquitectura y la cultura digital, la radio sigue siendo un oficio de ser voz, de voces que le hablan a personas del otro lado del receptor, de la computadora, la tablet o el teléfono celular. Sí radioescuchas, receptores, usuarios o ciudadanos, pero personas al fin y al cabo. Al final y en el principio; en el centro y en la periferia del relato.



Octavio Espinosa ¿Arquitectura auditiva? Nada mal la metáfora, si se trata de definir a la bendita creación musical. Buenas noches! [Edmeé García](#) y a todo el foro de "jazzdemadrugada" presente esta noche, a través de la señal digital de Horizonte Jazz FM México. Vamos pues, a disfrutar de la música, al estilo del mejor Jazz internacional y nacional, por supuesto. Enhorabuena! Saludos cordiales desde la Ciudad de Mexico 👍

[Like](#) · [Reply](#) · [👍 2](#) · 27 March at 02:34





REFERENCIAS

- ALVA DE LA SELVA, A. (2012). *Brecha e inclusión digital en México*. México: UNAM.
- ALVA DE LA SELVA, A. y ESTEINOU, J., (2011) *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*. México: Secretaría de Relaciones Exteriores.
- CABRERA, M.A., (2013), *Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma*. España: Fragua.
- JENKINS, H. (2006), *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós.
- LÉVY, P. (2007), *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, México: UAM-Anthropos.
- MCMILLAN, S. (2010). *Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents and systems*. En L. Lievrouw, & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of new media: Social shaping and social consequences of ICTs*, Updated student edition. (pp. 205-230). London: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446211304.n12>
- ORTEGA R RAMÍREZ, P., (2004) *Medios públicos: La otra transición*, en *Etcétera*, 1 de noviembre. Recuperado el 14 de abril de 2011 de:
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1492>
- SERRANO, P. (2013) *Cuando las redes sociales generan desigualdad*. Recuperado el 30 de mayo de 2013 de:
<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=168500>
- SIERRA CABALLERO, F. (coord.) (2013) *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. España: Gedisa.