

El ejercicio de la ciudadanía en la convergencia de medios a partir de la experiencia de radio virtual*

The exercise of citizenship in the convergence of media, starting from a virtual radio experience conceptual background

Recibido: 25 de mayo de 2015 – Aceptado: 09 de agosto de 2015.

Héctor García Ospina**

Resumen

El siguiente texto es el resultado del ejercicio académico desarrollado en el semillero de investigación *Radio y construcción de ciudadanía*, mediante lecturas y debates, nutridos por diferentes autores que se han ocupado del tema de la ciudadanía en el marco de la convergencia de medios, y, en general, de la puesta en escena de las múltiples ofertas tecnológicas al servicio de la comunicación. En este sentido, la convergencia de medios, y particularmente la radio virtual, constituyen el foco de esta investigación, cuyo sustrato filosófico es el humanismo cívico.

Palabras clave

Humanismo cívico, ejercicio de la ciudadanía, educación ciudadana.

Abstract

The following text is the result of an academic exercise developed in the group of research *Radio and Citizenship*, through readings and discussions, nourished by different authors who have dealt with the issue of citizenship in the framework of convergence of media, and, in general, the staging of multiple technology offerings to communication service. In this sense, the convergence of media, and particularly virtual radio, are the focus of this research, whose philosophical substrate is civic humanism.

Keywords

Civic humanism, citizenship, citizenship education.

* Artículo resultado de investigación del semillero *Radio y construcción de ciudadanía* de la Universidad Sergio Arboleda.

** M.Sc. en educación. Docente-investigador de la Universidad Sergio Arboleda.

Correo electrónico:
garciaospina@hotmail.com

Para citar este artículo use: García, H. (2015). El ejercicio de la ciudadanía en la convergencia de medios, a partir de la experiencia de radio virtual. *Civilizar Ciencias de la Comunicación*, 2(2), 2015.

Antecedentes conceptuales

El ejercicio de la ciudadanía en el escenario de las nuevas tecnologías es parte de la agenda de las ciencias sociales y humanas en el siglo XXI. En el centro del debate está la comprensión de las nuevas formas de subjetividad, el significado de ser ciudadano y la construcción de lo social-cultural en relación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. De acuerdo con Francisco Sierra (2013) la investigación social debe contribuir a perfilar desde un compromiso epistemológico y una agenda renovados, la nueva sociedad emergente que se vislumbra con la *cibercultura*, pensando en sujetos en construcción, como en un proceso de montaje y desmontaje permanente.

Son, precisamente, los sujetos lo más importante en el abordaje del nuevo escenario, antes que la dinámica tecnológica y la fuerza del mercado que imperan hoy en el *tecnosistema* que cuestiona el humanismo cívico.

De acuerdo con el padre Alfonso Llano (1999), es el ámbito de la filosofía política en el cual se ubica la propuesta del humanismo cívico, y es desde allí de donde se ofrecen los elementos tanto de carácter conceptual, como de carácter operativo, a partir de los cuales se espera contribuir al giro humanista que podría tener la actual configuración de la vida social.

Se basa en una premisa fundamental: que las personas son los sujetos radicales de la política. En consecuencia, sus pilares fundamentales son la promoción del protagonismo de los ciudadanos como agentes responsables de la configuración política de la sociedad, la relevancia que concede a los diferentes tipos de comunidades; y el valor que confiere a la esfera pública como lugar privilegiado para el despliegue de las libertades sociales. Lo anterior parte de la comprensión del bien humano como perfeccionamiento de las personas, en un proceso crítico para ubicar

lo bueno para cada uno y para los demás que les permita dar sentido y plenitud a sus vidas.

Esta apuesta coincide con lo planteado por Armand Mattelart (1987) en la crítica al enfoque mecanicista de lo social, en cuyo marco conceptual una de sus coordenadas es, precisamente, la recuperación de la perspectiva del sujeto en la comunicación. Un sujeto dotado de lo que diversos autores denominan la competencia comunicativa, a partir de su capacidad de palabra, y con derecho a identidad y a dignidad, en un marco de la diferencia y la pluralidad.

El humanismo cívico pone en cuestión la tradicional concepción moderna de ciudadanía por centrarse de manera excluyente en torno a lo político y lo económico. El Estado y el mercado han transmitido la misma nota de impersonalidad tecnocrática a una ciudadanía organizada en torno a esos parámetros. La ciudadanía se convierte, así, en una noción abstracta e indiferenciada, que no confiere identidad alguna al individuo, con lo cual éste pasa a ser considerado una realidad abstracta y vacía. En este sentido, entonces, si la democracia consiste en la libertad de participar en la vida pública y de manifestar libremente las propias opiniones dentro de la legalidad; la ciudadanía, tal como la entiende el humanismo cívico, debe identificarse con el libre protagonismo cívico en la configuración de la sociedad.

Dicho protagonismo se concreta, en el nuevo escenario de la *cibercultura*, por medio de proyectos que superen las dimensiones política y económica, y que evidencien, una relevancia pública, que sean estrictamente cívicos o ciudadanos, es decir, que se orienten a la creación de sentido y de autorrealización de la propia identidad. Esto significa, entonces, que la cultura es el espacio idóneo para el desarrollo de una nueva ciudadanía, (Irizar, 2009). Tratándose de la persona, los nuevos desarrollos tecnológicos y todas sus implicaciones no son ajenos a una naturaleza y unos fines que son humanos.

En esa línea, Victoria Camps (2009) llama la atención sobre las dudas que genera la irrupción de las nuevas tecnologías (entiéndase internet) en el sentido de que ésta se convierta en una nueva ágora donde se propicien la deliberación y la democracia. Ella advierte que el acceso a los nuevos medios podría ser más global y más plural, pero el resultado puede ser más aldeano, menos ilustrado, más charlatán y más propicio a generar confusión y desorden. Además, aparece un nuevo ser humano, el “ser en la red”, cuya característica más sobresaliente es su sensibilidad comunitaria, lo cual no asegura la creación de un espacio público más propicio a la participación y solidaridad ciudadana.

En el marco de su mirada de la ciudadanía moral, Victoria Camps (2009) advierte que la construcción de la ciudadanía es un déficit de las democracias actuales. Que el liberalismo se ha olvidado de la construcción del *demos* y de que el *demos* debe estar habitado por personas conscientes y cumplidoras de sus obligaciones cívicas. Según Camps, el ciudadano de las sociedades desarrolladas renuncia fácilmente a sus obligaciones, refugiándose en el egoísmo y la indiferencia ante lo público, lo que para Daniel Bell sería el individualismo hedonista, la clave moral de los años sesenta y setenta. La economía de mercado no produce ciudadanos, sino consumidores. El *homo cives* desaparece ante la voracidad individualista del consumista o la pasividad del *homo videns*.

Para Camps (2009), uno de los mayores problemas morales que enfrentan las sociedades liberales es el ejercicio correcto de la libertad por parte de sus miembros. La autora llama la atención sobre la necesidad de vigilar el buen funcionamiento, el comportamiento cívicamente correcto de los medios de comunicación, como parte de los derechos y deberes ciudadanos.

La libertad de expresión no es vista como un medio, es decir, como un valor en consonancia con el conjunto de valores democráticos y

constitucionales, sino como un fin en sí mismo, al servicio de intereses privados.

En el trasfondo de dicha idea está el concepto de autonomía moral, especialmente en la versión kantiana del mismo, según la cual el ser racional es autónomo, libre, pero lo es para cumplir con su deber. Para Camps (2009) “el comunicador de nuestros días, por su parte, no es más que un mercader, no actúa como ciudadano y, al no hacerlo no se esfuerza por combatir el llamado eclipse de lo público”.

Preocupada por la educación ciudadana, dice Camps (2009) que más allá de las transformaciones del entorno, hay ciertas cosas que deben permanecer. Una de ellas es la “capacitación moral” de la persona para que aprendan a desenvolverse, de manera justa y democrática en la nueva realidad. En la sociedad del conocimiento, hablar de educación no es hablar sólo de escuela, ni siquiera de escuela y familia, advierte la autora. Los medios de comunicación se han convertido en el medio de socialización más poderoso, por lo que no pueden ser obviados. En definitiva, la comunicación tendrá que formar parte de la lista de derechos fundamentales porque es un bien público al servicio del interés público y no sólo del interés comercial particular.

Aportes a la noción de ciudadanía desde la educación

“Aunque el conocimiento no garantiza la buena conducta, la ignorancia es casi una garantía de todo lo contrario”, dice Martha Nussbaum (2011) en su libro *Sin fines de lucro*, en el que la educación ha de constituir la base en la construcción de la ciudadanía.

Las propuestas de la autora tienen apoyo, principalmente, en las ideas y acciones de Rabindranath Tagore y John Dewey. Nussbaum (2011) defiende la necesidad de considerar con mayor énfasis las humanidades en los procesos de educación actuales, con miras a contribuir en

la construcción de una ciudadanía democrática. Las artes estimulan el cultivo del mundo interior y también la sensibilidad ante los otros, es una de sus premisas.

El ser humano es una suma de indefensión física y complejidad cognitiva. Es decir, una combinación de competencia con indefensión. Por lo tanto, es un error enseñar invulnerabilidad, perfección y control sobre los demás. El interés genuino por el otro demanda: competencia práctica para no esclavizar al otro; reconocer que el control absoluto no es posible ni útil; una actitud lúdica para imaginar cómo puede ser la experiencia del otro.

Para la autora, la estabilidad de las democracias depende de contar con ciudadanos educados para tal fin, lo cual demanda estimular la reflexión y el pensamiento crítico. En este sentido, nos recuerda que la educación nos prepara no sólo para el trabajo, sino, sobre todo, para darle sentido a nuestra vida. Sentido que se constituye en el marco de la interdependencia. Parece, dice Nussbaum (2011), que “olvidamos lo que significa acercarse al otro como un alma, más que como un instrumento utilitario o un obstáculo para nuestros propios planes”. Esto es un llamado a gritos para recordar nuestra condición gregaria, que nos pone en el escenario de la pluralidad, la diferencia, y, a la vez, el complemento. Ver un alma en ese cuerpo (el del otro) es un logro, que se encuentra en las artes y la poesía, dice la autora. Difícilmente se puede apreciar en el otro lo que no hemos experimentado (explorado) en el propio mundo interior.

En coincidencia con los principios del humanismo cívico, Nussbaum (2011) defiende la integralidad del hombre, es decir, su condición material, indisoluble de la condición espiritual (moral). Diríamos, en este sentido, que los avances tecnológicos expresan no sólo la condición material de las sociedades modernas, sino que, además, ennoblecen la propia condición humana. Con esta idea nos lleva Nussbaum a la necesidad de entender que nuestra vida debe

estar plena de significación. Lo que se alcanzará únicamente a través de una educación en derechos humanos para el civismo y la democracia.

Históricamente, se nos ha enseñado la necesidad del control absoluto, haciendo de esta idea “un mérito”. Controlar a los padres, a los amigos, a la pareja, a los subalternos; pero no se nos enseña la interdependencia, la necesidad de tener claro que casi nada podemos realizar sin la compañía, la ayuda, el aporte de los otros. La idea de control es una ficción: la ansiedad, el hambre y el cansancio nos lo recuerdan permanentemente.

Entonces, insiste Nussbaum (2011) en la necesidad de educar no sólo para el crecimiento económico. El desarrollo no es sólo el crecimiento del PIB. En este sentido, afirma que la solidez económica no es un fin en sí mismo, sino un medio. Un medio para alcanzar un fin más humano. Por eso, dice la autora, debemos cuidarnos de la tiranía de la acumulación. Puede conducir al “encogimiento del alma”. No nos realizamos en lo material, sino en el máximo nivel de nuestra condición: la humanidad.

En la misma línea, Adela Cortina (2009) plantea que el discurso de la diferencia se entreteje necesariamente con el de la identidad y, por tanto, cobra singular importancia en las ciencias sociales, como en la filosofía, la categoría del otro, del diferente, del distinto. Si la diferencia nos constituye, dice Cortina, es urgente reconocer al otro en su identidad, y por eso mismo en su diferencia. Es decir, no basta con tomar de los ciudadanos lo que los asemeja, como lo sugiere la idea de la ciudadanía simple, sino que es necesario asomarse a la idea de una “ciudadanía compleja”.

También desde el terreno de la educación, Valderrama (2010) se refiere a la dimensión comunicativa de la ciudadanía, a partir de cuatro componentes: el diálogo, la narración, la hermenéutica, así como la dimensión tecnológica y mediática.

Según el autor, los procesos dialógicos, la comprensión de la propia cultura y de las otras culturas y la narración compartida aparecen atravesados por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC). Éstas han sido determinantes en las nuevas formas de hacer política y de ejercer la ciudadanía. Su presencia no se reduce a lo meramente instrumental, por el contrario, los medios y las NTIC son actores políticos que configuran nuevos espacios de lo público y son generadores de horizontes de sentido ético-político.

A partir de lo anterior, Valderrama invita a superar la noción recortada de la ciudadanía como servicio, amor y sacrificio por la patria, por parte de la comunidad o el barrio; o como un conjunto de deberes y derechos. Es necesario darle a la ciudadanía un nuevo sentido, una nueva gramática que no esté reducida a la implementación y participación de los beneficios y dispositivos que brindan las NTIC, sino, que contemple las nuevas formas de producción del sujeto político o ciudadano en el marco de una sociedad de la información y el conocimiento.

De esta manera, se puede decir que una comunidad política es tal, en la medida en que los sujetos comparten códigos y símbolos que les permiten crear las utopías necesarias para vivir en común. Es decir, una comunidad será tal si se constituye en comunidad de comunicación. No obstante, en la sociedad de la información, el ejercicio de la ciudadanía está marcado por tensiones que diluyen la unidad previsible, de la idea de ciudadanía: con la presencia de internet la esfera pública es ahora global y autónoma; no obedece a referentes territoriales ni a regulaciones estatales; y por otra parte, la dinámica territorialidad-desterritorialidad implica que la idea de ciudadanía ya no este atada a un territorio definido o exclusivo. En este sentido, Cortina (2009) habla hoy de ciudadanos del mundo.

En el ámbito particular de la radio, dice Rosalía Winocur (2002), en *Ciudadanos mediáticos*, que “la narrativa radial evolucionó

desde un imaginario de inclusión de la diferencia hasta un imaginario de diversificación de la experiencia, donde los que son diferentes ya no exigen ser incluidos, sino reconocidos y aceptados”. Las nuevas nociones de ciudadanía trascienden el estrecho marco de la inclusión de deberes y derechos cívicos y políticos, y pugnan por el reconocimiento y el respeto de las diferencias étnicas y culturales. Los ciudadanos apelan a las formas que, en este caso la radio les ofrece, con la ilusión, generalmente individual, de trascender el ámbito de lo doméstico con el objetivo de ser reconocidos.

Aunque el hecho de llamar a la radio no es privativo de ningún sector social en particular, el significado, la motivación y la estrategia comunicativa no es igual en los distintos grupos: pueden ir desde la denuncia, la queja o la solicitud de auxilio, hasta la opinión, el disenso o la controversia, según el nivel socioeconómico. Para los oyentes este acto significa volverse visibles, aunque sea por unos segundos; en contraste, para los medios son historias que venden y generan credibilidad, que configuran una forma de poder.

En esta línea, resulta fundamental el repertorio de elaboraciones teóricas del autor del concepto de sociedad-red, Manuel Castells (2009), quien en su reciente libro *Comunicación y poder* elabora una propuesta a partir de algunos conceptos básicos. Poder, como la capacidad relacional que tiene un actor de influir asimétricamente en las decisiones de otros actores; comunicación, como compartir significados a partir del intercambio de información. Comunicación socializada, como la que afecta al conjunto de la sociedad, más allá de las relaciones interpersonales; autocomunicación de masas, como toda la que la sociedad autogenera, autoelabora y autodistribuye a través de internet y todos los nuevos dispositivos; y control, como la explotación de la más primaria de las emociones, que es el miedo.

Afirma Castells (2009) que el poder se constituye, sobre todo, en el ámbito de la co-

municación mediante la circulación de información que permite a los sujetos construir en su mente su propia experiencia. De manera que esa construcción favorece, a larga, ciertos intereses, lo cual, a su vez, constituye poder. El poder no es necesariamente coercitivo, mediante la comunicación se convierte en persuasivo.

En este sentido, el poder funda las estructuras de la sociedad, cuando dictamina reglas que rigen los comportamientos de la sociedad, mediante la selección de ciertas tecnologías. Así, pues, hay que hablar de relaciones poder-contrapoder. Siempre que exista el ejercicio del poder habrá, también, una reacción o contrapoder.

Introduce Castells (2009) en este punto un elemento clave: la política, expresada en el Estado. Dice que se da una transformación de la política por la vía de la transformación de la comunicación. Es el estado el lugar en el cual, que en última instancia, se asegura el poder establecido en los sistemas de dominación.

Aquí aparece la noción del miedo, que es la más primaria de las emociones, y, por lo tanto, fácilmente manipulable y controlable. Sin embargo, ese sistema de control que se ejerce desde las instituciones, cada vez menos legítimas, como consecuencia de la ilegitimidad de la política (o de las maneras de hacerla), se abre políticamente a través de los movimientos sociales, que buscan cambiar los valores en algún ámbito de la vida social; y también por medio de prácticas insurgentes espontáneas que generan “escándalo”. Por ejemplo el movimiento de los “indignados”.

Finalmente, el juego de poder-contrapoder se da en el ámbito de la política, en tanto formas de relacionarse los individuos socialmente. Éste surge hoy en un escenario de reconstitución del espacio público, gracias a las nuevas formas de la comunicación en red, con todos sus alcances. Es decir, ya no hay un monopolio del poder, ni éste se reduce a la coerción, porque la sociedad

se autoconvoca, se organiza, se comunica, se expresa por la vía de las nuevas formas de comunicación. Surge, entonces, la necesidad de vislumbrar las mutaciones de lo social/mediatizado en términos del impulso a modos de organización y acción colectiva que faciliten la apertura de nuevos procesos de participación y desarrollo comunitario.

Los nuevos medios deben ser entendidos como capital social, para no reducir la presencia de la tecnología a una expresión más de la *racionalidad instrumental*. Castells (2009) habla del *salto de la Mass-communication* al *self-media*, lo cual no sólo ha fortalecido las formas de integración social, sino también las formas de sociabilidad y también ha *horadado las bases del modelo centralizador y jerárquico de la mediación de las representaciones sociales*.

En la misma línea, Fernando Contreras (2010) dice que los nuevos medios digitales aportan representaciones, imágenes, conceptos e ideas desde la coinnovación, el codiseño a la participación independiente de la ciudadanía; constituyéndose así una nueva relación entre el público y los medios. Con lo cual la convergencia multimediática permite la coproducción simultánea sobre una misma información posibilitando que los productores hagan una lectura simultánea.

Esta dinámica permite hablar, entonces, de una ciudadanía digital, en tanto se mezclan combinaciones creativas como una expresión de la construcción simbólica de relaciones con el mundo. Así, dice Contreras (2010), la nueva esfera pública, nutrida por la participación colaborativa digital de los ciudadanos, pone en contraste distintos intereses políticos y económicos, sin importar su origen.

No obstante, los resultados no son siempre halagadores, por el contrario, hay un cierto pesimismo que se sustenta en la denominada infantilización social, es decir, la falta de sentido de responsabilidad de los usuarios sobre

su autoexpresión en este escenario. Algo así como que lo que es responsabilidad de todos, no es responsabilidad de ninguno.

Como dice Guillermo Orozco (2010), hoy parece posible la utopía de contribuir a la formación de audiencias participativas, no solamente críticas frente y a partir de los diferentes medios de comunicación y sus contenidos. Insiste Orozco en que no se trata de un simple deseo, ni de un ingenuo optimismo tecnológico. Según el autor, la convergencia tecnológica que permite la combinación de formatos lenguajes y estéticas, así como la interactividad entre las distintas pantallas y las audiencias, abren nuevas posibilidades educativas y de creación, producción e intercambio con las audiencias, lo cual ya se aprecia en sectores tecnológicamente avanzados.

Lo anterior lo plantea Orozco (2010) como el tránsito de estar en la audiencia a ser audiencia, en el sentido de superar las posibilidades de movilidad que permiten contar con todos los dispositivos en todas partes sin que esto implique mayores dificultades para asumir una postura más activa en términos del ser ciudadano. La conformación de identidades como producto cultural del intercambio convergente con las pantallas se hace posible tanto por el uso de éstas, como por la producción y el consumo por parte de los usuarios.

Orozco (2010) nos invita a entender que la convergencia, desde la dimensión de interactividad, no es solo tecnológica. También lo es en las dimensiones cultural, situacional, estética, cognoscitiva y lingüística. En el mismo sentido, la convergencia es mucho más que la confluencia de los dispositivos tecnológicos: se da, además de la emisión, desde la recepción y desde los procesos perceptuales y mentales de los sujetos. Barbero (2003), citado en Orozco (2010), recalca cómo en esta era de la convergencia donde ya no se lee, ni se escribe, ni se ve y escucha como antes, tampoco se conoce ni se aprende como antes. Y, por supuesto, tampoco se comunica como antes.

Agenda ciudadana

Un aporte local a la comprensión de la noción de ciudadanía es el que hace la investigadora Ana María Miralles (2006), desde el escenario de lo que ella denomina el periodismo público, en su libro *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*.

El periodismo público busca involucrar al ciudadano para formar una opinión autónoma y afianzar la idea de que los medios de comunicación se conviertan en escenarios para el debate público, sin embargo los contenidos de la agenda ciudadana provienen del mismo. Esto con el fin de reconocer la individualidad de la sociedad civil y pensar desde los mismos ciudadanos de a pie. Miralles (2006) se ocupa, de la necesidad de poner al ciudadano en el centro del ejercicio periodístico, a través de una participación explícita en diferentes asuntos: el debate sobre su propia realidad, la elaboración de la agenda y el seguimiento a la información, entre otros. Todo lo anterior, aunado a una manera de ejercer el oficio periodístico que demanda una actitud más dialógica, más investigativa y contextualizada.

Desde el caso específico de la radio conviene retomar algunas ideas de Mariano Cebrián (2001) en el sentido de que la última década del siglo XX ha sido escenario de profundas mutaciones tecnológicas, económicas y políticas, donde se han generado nuevos espacios comunicativos, nuevos mercados, negocios y nuevas culturas. Dice Cebrián que se trata del nacimiento de un “nuevo universo de relaciones”.

Al igual que Castells, dice Cebrián (2001) que todo tiende a organizarse en red, a la manera de una cadena de eslabones comunicativos. Es decir, la conectividad como característica de estos tiempos. Así pues, acaba de nacer para la radio el modelo convergente con otros medios. No sólo en lo tecnológico, sino en lo empresarial y, por supuesto, en lo comunicativo. Además del

nuevo escenario de convergencia cultural en el que la radio deberá compartir con otros medios los nuevos hábitos de escucha y las nuevas formas de interacción entre los usuarios. Reto y compromiso insoslayable desde la perspectiva de la construcción de ciudadanía, dadas las características del medio potenciadas, ahora, con una cada vez más amplia red de dispositivos y lenguajes.

Desde esas miradas, en nuestra Escuela de Ciencias de la Comunicación creamos y hemos venido consolidando el semillero de investigación *Radio y construcción de ciudadanía* integrado hoy por 17 estudiantes, ha contribuido a profundizar el trabajo de investigación en diferentes plataformas multimediagracias a la alianza con organizaciones no gubernamentales como Acción Cultural Popular (ACPO), Fundación Techo, Fundación caminos de esperanza, Fundación Saldarriaga Concha, Fundación Oriéntame y Comunidades Afrocolombianas, entre otras.

En el caso particular de Acción Cultural Popular (ACPO), la investigación permitió identificar coincidencias importantes, entre ellas le convergencia de medios (también conocida como transmedia) en la apuesta de promover la construcción de ciudadanía. Así las cosas, decidimos aunar esfuerzos para trabajar en la consolidación de la plataforma multimedia *Mundo Rural*, a partir del programa de radio del mismo nombre, del cual ya hemos realizado y emitido 25 programas de una hora cada uno.

Otro de los productos de este trabajo es el programa *Sea Radio*, parte integral de la plataforma multimedial *Sea Digital*, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Ahora nos preguntamos: ¿Cómo integrar la radio con la televisión y la prensa, en el marco de la plataforma digital?

Nos hemos propuesto la realización integral de productos de gran factura en convergencia multimedia, y para ello le apostamos a todos

los géneros periodísticos: noticia, entrevista, reportaje y crónica. El formato utilizado es el magazín, también denominado el formato de formatos. Como bien lo dijera José Ignacio López Vigil, la radiorevista se caracteriza por su flexibilidad, versatilidad y espontaneidad; elementos que se ponen al servicio de productos concebidos y realizados de la mano de nuestra joven comunidad estudiantil.

Por otro lado, la radio es un medio que brinda grandes herramientas para potenciar la convergencia como estrategia, las cuales apuntan a fortalecer el elemento clave de la interactividad. En ese orden de ideas, nuestro reto consiste en fomentar la participación, tanto de la comunidad académica como de los oyentes, en general, mediante las redes sociales y la comunicación telefónica.

Así mismo, *Sea Radio* busca integrar e integrarse a la producción de los otros medios, con el fin de posicionar sus contenidos. Así, nuestra propuesta quiere ponerse al servicio de la experimentación, mediante la realización y difusión de piezas de comunicación que surgen del proyecto de investigación. De esa manera, podremos establecer cómo y con qué grado de efectividad los medios integrados le apuestan a la solución de problemas específicos que nos plantea el ejercicio de la ciudadanía, para encarar los retos del posconflicto en un contexto fundamental para el futuro del país.

Referencias

- Camps, V. (2009). *Democracia sin ciudadanos*. Madrid: Trotta.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Cebrián, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa
- Contreras, F. (2010). La colaboración en la esfera pública digital. En: F. Sierra

- (Ed.). *Ciudadanía, tecnología y cultura*. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A. (2009). *Ciudadanos del mundo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Irizar, B. (2009). *Humanismo cívico: una invitación a repensar la democracia*. Bogotá: Conrad Adenauer Stiftung, Corporación Pensamiento siglo XXI.
- Llano, A. (1999). *Humanismo cívico*. Barcelona: Ariel
- López, J.I. (2004). *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*. Quito.
- Mattelart, A. (1987). *Pensar sobre los medios*. Madrid: Fundesco.
- Miralles, A. (2006). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá:
- Norma Nussbaum, M. (2011). *Sin fines de lucro*. Buenos aires: Katz Editores.
- Orozco, G. (2010). Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos. *Educomunicación: más allá del 2.0*, (13), 267-280.
- Sierra, F. (2013). *Ciudadanía, tecnología y cultura*. Barcelona: Gedisa.
- Valderrama, C. (2010). Ciudadanía y formación ciudadana en la sociedad de la información. Una aproximación desde la comunicación-educación. *Educomunicación: más allá del 2.0*, 281-305.
- Winocur, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos, la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.

