



Nuevos entornos del ecosistema sonoro

*Retos y competencias del comunicador y periodista en tiempos de algoritmos,
 Inteligencia Artificial y nuevas ciudadanías*

Juan Carlos Pérez Bernal

Universidad Sergio Arboleda, Escuela de Ciencias de la Comunicación, 74 No. 14-14, Bogotá, D.C., Colombia
 jotacarlos5@yahoo.com; <https://orcid.org/0000-0002-9891-1640>

William Ricardo Zambrano Ayala

Universidad Sergio Arboleda, Escuela de Comunicación e industrias digitales, Calle 74 No. 14-14 Bogotá, Colombia
 william.zambrano@usa.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-2804-9709>

Recibido: 28-02-2025 **Revisado:** 20-03-2025 **Aceptado:** 24-06-2025

Resumen

Los profundos cambios que está experimentando el ecosistema sonoro permiten pensar y replantear el modelo clásico de la comunicación oral basado en la dinámica emisor-mensaje-receptor, hacia un modelo en perspectiva: contenido-narrativas-interacción-prosumidores-tecnología. En este texto se postula la necesidad de dejar de lado la visión instrumentalista para identificar, de acuerdo con el impacto tecnológico, un nuevo entorno para la formación del comunicador y periodista: el ejercicio periodístico en la cadena informativa es parte integral del proceso de comunicación. De ahí que se ponga el énfasis en la producción, apropiación y consumo de nuevos contenidos, narrativas, lenguajes y estilos y las formas de uso que hacen tanto el comunicador como las audiencias en la transformación del ecosistema sonoro, que hoy incluye, además de la radio análoga, la de internet, el podcast, la digital y la operada con Inteligencia Artificial.

En coherencia con este planteamiento, se trazó el siguiente objetivo general: identificar las competencias del comunicador y del periodista en el contexto de la comunicación sonora en tiempos de algoritmos, Inteligencia Artificial y nuevas ciudadanías a partir de las categorías de estudio: tecnología, ciudadanías, contenidos, narrativas, lenguaje, audiencias y rutinas laborales. Para ello, se aplicó el enfoque de la *ecología de los medios*, encaminada a indagar sobre los cambios que han experimentado y experimentan los medios de comunicación inmersos en la revolución tecnológica. También, se empleó la observación participante, descriptiva e interpretativa, y la técnica de la entrevista.

Se identificó que en tiempos de algoritmos, Inteligencia Artificial y nuevas ciudadanías los contenidos y productos periodísticos no responden a las exigencias de la revolución tecnológica debido al distanciamiento entre los medios y los ciudadanos. Por consiguiente, se concluye que es necesario configurar nuevas competencias y perfiles profesionales del comunicador y del periodista en el ecosistema comunicativo sonoro con énfasis en el acceso y la participación ciudadana a fin de generar contenidos más inclusivos, y así minimizar la homogeneización informativa y el sesgo algorítmico.

Palabras clave: comunicación, ciudadanías, ecología de los medios, ecosistema sonoro, Inteligencia Artificial.

Abstract

The profound changes that the sound ecosystem is undergoing allow us to think and rethink the classical model of oral communication based on the sender-message-receiver dynamics, towards a prospective model: content-narratives-interaction-prosumers-technology. This text postulates the need to leave aside the instrumentalist vision in order to identify, in accordance with the technological impact, a new environment for the training of communicators and journalists: the journalistic exercise in the information chain is an integral part of the communication process. Hence, the emphasis is placed on the production, appropriation and consumption of new contents, narratives, languages and styles and the forms of use made by both the communicator and the audiences in the transformation of the sound ecosystem, which today includes, in addition to analog radio, Internet radio, podcasts, digital radio and radio operated with Artificial Intelligence.

In coherence with this approach, the following general objective was set: to identify the competencies of communicators and journalists in the context of sound communication in times of algorithms, Artificial Intelligence and new citizenship based on the study categories: technology, citizenship, contents, narratives, language, audiences and work routines. For this purpose, the *media ecology* approach was applied, aimed at investigating the changes that the media have undergone and are undergoing immersed in the technological revolution. Participant observation, descriptive and interpretative, and the interview technique were also used.

It was identified that in times of algorithms, Artificial Intelligence and new citizenship, journalistic contents and products do not respond to the demands of the technological revolution due to the distance between the media and the citizens. Therefore, it is concluded that it is necessary to configure new competencies and professional profiles of the communicator and journalist in the sound communication ecosystem with emphasis on access and citizen participation in order to generate more inclusive content, and thus minimize information homogenization and algorithmic bias.

Keywords: communication, citizenship, media ecology, sound ecosystem, Artificial Intelligence.

Introducción

Es evidente que los cambios de la comunicación y de la radio en los últimos años han sido vertiginosos. Desde su aparición ha experimentado varias transformaciones, pero en las últimas décadas los impactos han sido drásticos, debido al fenómeno de la globalización impulsado por la tecnología (Terceiro, 1996).

Asistimos, entonces, a la evolución de la comunicación y la transformación de los medios masivos, entre ellos la radio y las organizaciones, lo que implica comprender la comunicación como red e interacción con las ciudadanías, lo cual se sustenta en el desarrollo e importancia de la comunicación de masas para acentuar la relación entre comunicación y sociedad, que incluye la proyección comunitaria y el espíritu investigativo encaminado a identificar y buscar soluciones problemáticas atinentes a las ciudadanías.

En el caso colombiano, una de las finalidades de la radio en sus más de 95 años de funcionamiento ha sido mantener conectada a una sociedad para que viva y participe de los diferentes temas que son contados por los comunicadores y periodistas a partir de investigación, testimonios y ambientes sonoros. Es un objetivo que se ha visto truncado en buena medida en los medios comerciales, debido a un modelo que suele privilegiar la información de una sola vía, dentro del paradigma clásico emisor-canal-receptor.

Vargas, Solano, & Galindo (2017), afirman que la participación de los sujetos en el acto comunicativo se le atribuye a la relación entre estos y su influencia en la trasmisión de la información, lo que repercute incluso en el significado del mensaje y el efecto que genera en su interlocutor. Se trata de un tema de gran trascendencia en países como Colombia, si se tiene en cuenta la tradición oral aún vigente explica, en buena medida, porque la radio comunitaria o ciudadana tiene una gran incidencia en la vida local.

En esta misma dirección, Pérez (2021b), señala que el intercambio de símbolos, mensajes y significados, que puede ocurrir de manera sincrónica (inmediata) o asincrónica (mediata), propicia el papel de las comunidades participantes, es decir, de actores marginados de los medios tradicionales, como campesinas, campesinos e integrantes de comunidades indígenas y afrodescendientes que “pueden actuar como sujetos gestores, productores y realizadores y distribuidores de sus propios contenidos”. (p. 42). Es un modelo comunicativo impactado por las transformaciones del ecosistema sonoro, gracias al avance de las tecnologías de la información y comunicación y a la creación de nuevas plataformas digitales donde se están alojando las diferentes emisoras nativas, tradicionales y formatos recientes, como el pódcast y el videopódcast.

Es claro que en el mundo de hoy se justifica indagar acerca de las competencias que necesita el comunicador y el periodista en el contexto de la comunicación sonora para el ejercicio de las ciudadanías, debido, entre otras, a las siguientes razones: la influencia de la Inteligencia Artificial en la cadena informativa radial, el avance de la comunicación y del periodismo exige nuevos cambios, como lo es la inter y transdisciplinariedad del campo y el impacto en el perfil de formación; las demandas de nuevos contenidos, narrativas y lenguajes en los nuevos canales y plataformas digitales; la integración de la radio, y en general, del ecosistema sonoro, en otros ámbitos de la sociedad, la cual impone la selección de los contenidos debido a los algoritmos.

Del mismo modo, los cambios que están experimentando los conocimientos, metodologías y estrategias de la comunicación y del periodismo desde una mirada local y global que anteriormente era análoga tradicional y hoy se inserta en escenarios de transmedia y *crossmedia*; y el creciente compromiso ético que demanda un ecosistema que, así como ha abierto oportunidades para ejercer la comunicación, representa, en sí mismo, una amenaza para el ejercicio de las libertades, en especial la de expresión, debido a la creciente manipulación algorítmica.

Se considera que el gran reto de la comunicación sonora en el escenario de la convergencia digital pasa por integrar en su oferta las nuevas necesidades que se derivan de un contexto totalmente diferente al de hace dos décadas, pues la realización de contenidos y productos periodísticos todavía no responde en su totalidad a estas exigencias. En suma, no se deben obviar los cambios estructurales y sociales que han acompañado la llegada del siglo XXI y que han modificado sustancialmente la relación tradicional que existía entre los medios y los ciudadanos (Saiz Olmo, 1998).

De hecho, la revolución digital, que se ha profundizado con la Inteligencia Artificial (IA), deja de ser solo un paradigma para convertirse en una realidad que afecta todas las facetas de la sociedad actual. Uno de los aspectos donde esta influencia resulta más evidente está en los cambios que implica la revolución tecnológica en la forma de hacer las cosas lo que se traduce en una profunda transformación del entorno (Islas, Gutiérrez, Arribas y Strate, 2024). De ahí que, como se ha insistido, en la actual era de la información, los modelos periodísticos mediáticos en la actual era de la información se configuren nuevas competencias y perfiles profesionales del comunicador y del periodista.

En ese contexto de grandes transformaciones, una de las de mayor impacto sobre todo el ecosistema comunicativo es la capacidad que tiene la IA de producir arte y efectuar descubrimientos científicos por su cuenta, a tal punto que “el poder se ha transferido de los humanos a los algoritmos” (Harari, 2024, p. 66). Tales planteamientos profundizan el debate sobre el valor y la incidencia social de la información, al poner en tensión su relación con la producción de conocimiento y, en consecuencia, su utilidad para el ejercicio de las ciudadanías. Coeckelberg (2024) advierte al respecto que, sin desconocerse los beneficios de la IA en diversos escenarios, está en juego la confianza en valores democráticos como libertad, igualdad, fraternidad, tolerancia e imperio de la ley, debido a fenómenos como la manipulación; las dificultades para distinguir lo verdadero de lo falso y la creación de “burbujas epistémicas”. Vale precisar que el autor entiende estas últimas como parte de una estructura de conocimiento viciada en la medida en que desconoce o deja por fuera voces, argumentaciones o informaciones relevantes, así sea de manera accidental.

De allí se deriva el gran reto de promover y ejercer la lectura crítica, y de investigar para que la calidad de la información conduzca al conocimiento, producto de la reflexión, que se refleja en la capacidad para discernir, organizar, contrastar, discriminar, jerarquizar, maximizar la información y usarla en contextos específicos (Savater, 1998).

Es claro que estamos ante fenómenos mediáticos que se proyectan hacia una comunicación mediada por computadores, IA, algoritmos, ‘webdocs’, metaverso periodístico, cómic periodístico, periodismo inmersivo, periodismo drone (que usa drones o tecnologías similares apoyadas en vehículos o aeronaves no tripuladas, para cubrir informaciones de difícil acceso, como aquellas que se registran en zonas de desastres, o en medio de conflictos bélicos); periodismo viral en redes sociales, ambientes virtuales, procesos de convergencia informativa, comunicación 3D, narrativas *crossmedia* y *transmedia*, medios interactivos e información a través de realidad virtual, los cuales son parte integral del ecosistema mediático, y, por consiguiente, marcan las tendencias de la comunicación con nuevos enfoques y exigencias innovadoras.

En esa dirección, se postula aquí que esta perspectiva impacta la comunicación sonora, en un contexto de *crossmedia*, debido a cinco factores que, desde esta perspectiva, influirán en la relevancia mediática: 1. Globalización (configura identidades locales y mundiales). 2. Digitalización (recepción y apropiación de contenidos por nuevos canales). 3. Transmisión (difusión de la información a audiencias segmentadas por múltiples canales análogos y digitales). 4. Tecnologías (uso y aplicación de la IA en dispositivos móviles y satelitales y manipulación algorítmica). 5. Ejercicio ético (búsqueda permanente de la excelencia profesional).

En este sentido, se plantea la siguiente pregunta: ¿Qué competencias necesita el comunicador y el periodista en el contexto de la comunicación sonora en tiempos de algoritmos, Inteligencia Artificial y nuevas ciudadanías a partir de las siguientes categorías de estudio: tecnología, ciudadanías, contenidos, narrativas, lenguaje, audiencias y rutinas laborales?

Fundamentación teórica

El concepto de ciudadanía ha tenido notorias transformaciones a través del tiempo; como lo indica Pérez (2019), se trata de una evolución que no se ha dado de manera lineal, y se inicia en la polis griega cuando, en el marco de la incipiente democracia, se identificó con el ejercicio de derechos y deberes en función de la toma de decisiones. El mismo autor hace énfasis en que las personas podían deliberar, pero bajo esta condición básica: solo podían ser considerados como ciudadanos los hombres libres y, por tanto, quedaban por fuera de esa condición los esclavos, las mujeres y los extranjeros. “La toma de decisiones se apoyaba en la deliberación entre iguales, a partir de la clásica definición de Aristóteles del hombre como ser racional” (p. 56).

Según lo plantea el mismo Aristóteles en *Política*, toda actividad humana debe estar enfocada en el bien. Destaca el vivir en compañía, en el marco de la ley y de la justicia que, dice, es una cosa política y civil; “porque no es otra cosa sino regla y orden de la compañía civil, y este juicio es la determinación de lo que es justo” (S.f). Según el relato del mismo Pérez (2019), al analizar estos postulados aristotélicos, el filósofo español Alejandro Llano destaca que este era el fin de la polis:

La asociación con otros y la participación en la dirección valorativamente orientada de esa comunidad forman al mismo tiempo un medio para un fin y un fin (o bien) en sí mismo. Y la participación en la comunidad cuyo fin es el bien de todas las asociaciones particulares, y el logro de todos sus particulares bienes, es en sí misma un bien de una índole muy alta, precisamente porque es universal, ya que todo buen ciudadano debe saber y ser capaz de obedecer y mandar. (1999, p. 448).

En la Edad Media (siglos V a XV) se debilitaron los valores ciudadanos por cuenta del oscurocianismo y del sistema feudal, los cuales vuelven a plantearse en el Renacimiento (S. XV y XVI) período en el que se sientan las bases de la ciudadanía moderna, desde el republicanismo cívico. Entonces se desarrollaron de manera puntual en el norte de Italia con la figura de las ciudades estado, que les permitían a los ciudadanos participar de manera activa en las decisiones del gobierno, pero aún era un ejercicio restringido a las élites, ya que estaban excluidos los obreros, las mujeres, los campesinos y los pequeños comerciantes.

Ya en la modernidad Rousseau pone el énfasis en la ciudadanía asociada a la formación educativa, que, según él, debía encaminarse a crear unas bases morales cuyo fin es la personalidad autónoma. En el denominado contrato social, los hombres deberían actuar como seres libres y autónomos, comprometidos con el bien común. La relación entre el ciudadano y el Estado se debía fundamentar en el estricto respeto de las leyes y en la convivencia, concebida como “la participación comprometida en el espacio público” (Reyes, 2009, pp. 77-94).

Por su parte Kant postulará el triunfo de la razón y del entendimiento humanos, como condición para superar la minoría de edad de hombres y mujeres que, a su vez, considera la divisa de la Ilustración. Es lo que denomina el rescate del entendimiento humano, como acicate de la razón y fundamento de la libertad. Kant (2009) habla de la libertad “como supuesto necesario de las acciones” (p. 1), es también una invitación a actuar como seres racionales, a romper tradiciones y lugares comunes. Pero el propio Kant exhortaba que esa no es una tarea nada fácil:

Tengo a mi disposición un libro que me presta su inteligencia, un cura de almas que me ofrece su conciencia, un médico que me prescribe las dietas, etc., etc., así que no necesito molestarlo. Si puedo pagar no me hace falta pensar: ya habrá otros que tomen a su cargo, en mi nombre, tan fastidiosa tarea. (2009, p. 1)

Advertirá que, en consecuencia, “solo son pocos, los que, por esfuerzo del propio espíritu, logran salir de la minoría de edad, sin embargo, con seguro paso” (Kant, 2009, p. 1). En este contexto, el filósofo alemán asocia los derechos de la ciudadanía con el respeto de los derechos humanos que, no se contradicen, sino que se implican mutuamente (Carrillo, 2010). Como lo señala la investigadora Carrillo, Kant se ocupa de la idea de un derecho cosmopolita, adelantándose al planteamiento de Arendt (1997), en su solución a las dificultades que plantea el derecho a tener derechos. Son postulados que se concretan, en buena medida, en las revoluciones americana de 1776 y francesa, de 1789.

La investigadora Téllez (2012) destaca que estos dos momentos van a significar un ‘antes’ y un ‘después’ en su historia, ya que establecen la igualdad entre los hombres, al consagrar el Estado de derecho, considerado por Bobbio (1992) como el Estado de los ciudadanos (2011). De ahí en adelante se puede hablar de la pugna por el ejercicio de una ciudadanía más integral, pues se incluyen los componentes civil, político y social, con desarrollos en los siglos XVIII, XIX y XX.

Ya entonces los derechos se conciben como de primera, segunda y tercera generación, respectivamente (Téllez, 2012). Mientras los derechos civiles suponen la igualdad de todos ante la ley y se expresan en libertades como las de pensamiento y expresión, a la propiedad y a la religión, los políticos hacen referencia a la libertad de participar, elegir y ser elegido, y los sociales enmarcan el acceso a servicios como los de salud, educación y vivienda digna, entre otros.

Se trata de una lucha permanente que apunta en últimas a definir formas y acciones del estar juntos y los unos con los otros, como lo expone Arendt, para quien la política se basa en el hecho de la pluralidad de los hombres (1997, p. 45). La propia Arendt observa que, en ese orden de ideas, el nivel político se define por la actitud de estar abierto y atento al mundo. Y agrega: “Donde quiera que los hombres coincidan se abre paso entre ellos un mundo y es en este ‘espacio entre’ donde tienen lugar todos los asuntos humanos” (Arendt, 1997, pp. 57-58).

Ante este panorama, la comunicación sonora se debería convertir en un espacio vital para la participación ciudadana y así contrarrestar la homogeneización informativa y el sesgo algorítmico, ya que facilita que la pluralidad de voces sea escuchada. Lo anterior, permitiría abrir nuevas posibilidades de participación de la ciudadanía y enriquecer los mensajes con acceso e innovación y, aumentar la calidad técnica de las producciones y generar contenidos más inclusivos, plurales y representativos en estos tiempos de algoritmos y de Inteligencia Artificial.

El sociólogo y educador Postman (s.f.), basa sus estudios en el concepto ecología, asociado a la complejidad, es decir, a interrelaciones e interacciones, cuyo fin es el análisis profundo de los entornos inmersos en mensajes y contenidos, y su impacto en las sociedades. Estamos, por tanto, en terrenos de lo complejo, enfocados en formas de pensar, sentir y actuar. Como lo subrayan Islas, Gutiérrez, Arribas y Strate (2024), en el caso particular de la radio vivimos hoy en un entorno que ha sido radicalmente remodelado por las tecnologías. De allí se desprende el énfasis de este trabajo que, como se indicó, apunta a identificar, en este contexto, las nuevas competencias del comunicador y periodista en el contexto de la comunicación sonora.

Métodos

Para esta investigación se aplicó el enfoque cualitativo, en el marco de la *ecología de los medios*, una metadisciplina compleja y sistemática que centra su objeto de estudio en los cambios que se han experimentado y se experimentan los medios de comunicación, a partir del impacto que provoca el desarrollo de las tecnologías (Islas, 2015). Esta metodología cualitativa permitió identificar las competencias del periodista de acuerdo con los retos de la transformación de este medio sonoro en consonancia con los problemas del campo de la comunicación y del periodismo.

Este tipo de investigación no se limitó a la revisión, recolección y análisis de información sino a la producción y generación de conocimientos sobre las nuevas habilidades y destrezas que debe tener un periodista en sus prácticas profesionales, según los retos del siglo XXI. “Este tipo de metodología permite un conocimiento más profundo, a su vez, posibilita formular nuevas orientaciones en el abordaje de problemas científicos y profesionales” (Silverman, 2017, p. 23).

Para ello, se empleó la observación participante, descriptiva e interpretativa, y la técnica de la entrevista. El método descriptivo e interpretativo se aplicó mediante el siguiente proceso: se seleccionaron cuatro emisoras más sintonizadas de Colombia según el Panel de Opinión de la marca Cifras y Conceptos S.A., del 9 de julio al 14 de octubre de 2024, sobre los noticieros de radio digital más consultados de Colombia, los cuales fueron Blu Radio, La FM, La W Radio y Caracol Radio, Blu Radio, RCN Radio y La FM (La República, 2024).

Se asistió a cada informativo principalmente en las horas de la mañana para observar las rutinas de los periodistas y comunicadores en sus procesos de consecución de información, producción y posproducción. De acuerdo con Zubert-Skerritt (2012), en el método de observación el investigador participa en los hechos, observa durante su intervención y registra información durante y después del acontecimiento.

Asimismo, se hizo seguimiento a los periodistas y comunicadores en sus labores, y se describieron e interpretaron sus funciones en el contexto radial tanto análogo como digital. “En esta etapa, una vez delimitado el rol del observador y su objetivo, la actividad se centra en la recogida de datos, observando lo que ocurre a su alrededor” (Peña, 2016, p. 285) que, en este caso se relaciona con las problemáticas y labores de los periodistas y comunicadores en cada informativo radial. Robinson (2018), indica que “este método implica la interacción entre investigador y los actores del objeto de estudio. Su objetivo es recoger datos de modo sistemático directamente de los contextos y situaciones específicas de cada periodista” (p. 25).

Las técnicas fundamentales de recolección de datos se basaron en la entrevista no estructurada y en las técnicas narrativas. El objetivo de la entrevista fue comprender las perspectivas y experiencias de los periodistas y comunicadores en su propio contexto. Bogdan y Taylor (1986, p. 15), afirman que la entrevista en profundidad son encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus experiencias o situaciones.

Para tal fin, se realizaron 57 entrevistas distribuidas así: 10 periodistas, 10 comunicadores, 5 editores de radios, 6 jefes de redacción, 12 egresados, 8 docentes de asignaturas de radio y 6 directores de programas de Comunicación Social. Las entrevistas fueron analizadas calculando las distribuciones de las preguntas cerradas y abiertas de una manera inductiva, con el fin de encontrar temas comunes y opiniones generalizadas. Producto de la discusión y análisis. Lo mencionado estuvo en coherencia con lo que expresan Bravo (1998): “La entrevista cualitativa, junto con la observación participante, es la técnica más usual en este tipo de investigación porque se lleva a cabo en la naturalidad de los escenarios de observación” (p. 38).

Los periodistas se seleccionaron aleatoriamente con un promedio de edad de 20 a 70 años que estuvieran activos en el momento de aplicar la entrevista. Para escoger la muestra a entrevistar en forma personal, se utilizó el método de muestreo probabilístico, en el que todos los individuos tuvieran la misma posibilidad de elegirse, lo que conllevó a que la selección fuera aleatoria por cada medio radial. Lo anterior implicó asistir a comités editoriales, salas de redacciones, de producción, edición y emisión. En total fueron diez sesiones, cada una de una hora en promedio, registradas en grabadoras y en libreta de apuntes.

La muestra para los decanos y directores de los programas de comunicación se escogió de acuerdo con la actualización de sus programas, los cuales están viviendo la transformación del campo de la comunicación y del periodismo y particularmente de la radio. Patton (2014) puntualiza que el principio fundamental de la entrevista cualitativa es “proveer un contexto en el que los entrevistados puedan expresar su comprensión del fenómeno de estudio en términos propios” (p. 115).

El éxito de cada una de las entrevistas fue su método de conversación o de intercambio de comunicación que propició una conversación fluida, y, por consiguiente, un testimonio narrativo de mayor calidad con cada uno de los entrevistados. Lo descrito, estuvo en coherencia con lo que aconseja Ruiz (1996): “durante la entrevista el entrevistador debe transmitir interés, motivación, confianza y credibilidad. La empatía, por tanto, es la condición esencial para que tenga lugar una auténtica comunicación personal” (p. 175).

Las competencias del comunicador y periodista se complementaron con las redes de conocimiento en comunicación, entre ellas: La Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación (Afacom), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), y El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

Se presentaron algunos inconvenientes en la consecución de dos entrevistados que no cumplieron con la totalidad del tiempo requerido para profundizar el tema propuesto, lo que condujo a ampliar la diversidad de fuentes primarias. Igualmente, en las reuniones con la muestra referenciada fue necesario plantear acuerdos y consensos sobre los nuevos perfiles profesionales del comunicador y del periodista en virtud de los avances y desafíos que se avecinan para la radio ciudadana, lo que implicó sesiones de trabajo, desarrollo de contenidos preliminares, así como mediar entre las diferencias.

Posteriormente, se sistematizó mediante una matriz la información con análisis por categorías, se triangularon las diferentes fuentes, se incluyeron las respuestas de los entrevistados, la documentación obtenida, se destacaron las citas textuales y verbales, la participación de los comunicadores y periodistas, y las descripciones situadas de prácticas observadas en las salas de redacciones de cada medio de comunicación. Al consolidar esta matriz y las técnicas de investigación, en correspondencia entre los datos y la información obtenida, se construyó el soporte argumental de los resultados, el análisis y las conclusiones del objeto de estudio que se presentan a continuación:

Resultados

En cuanto a las competencias en ciudadanías, se necesita de un profesional con capacidad de análisis, síntesis, sentido crítico, solidario, empático y propositivo que aporte a la construcción de canales sólidos y provechosos para la formación de ciudadanías. De igual forma, que entienda cómo reubicar la radio en este nuevo ecosistema comunicativo y articular las relaciones de unos medios con otros; integre estratégicamente diferentes formatos periodísticos y múltiples plataformas con el fin de crear nuevos sistemas de interacción con las ciudadanías.

El nuevo profesional deberá consolidar instrumentos teóricos, metodológicos y prácticos dirigidos a generar aportes sobre diversos vacíos de participación ciudadana y a atender las demandas sociales, culturales y laborales del entorno, con el fin de mejorar las opciones de vida del ciudadano.

Igualmente, observar, analizar, comprender, diseñar y ejecutar actuaciones en relación con las ciudadanías, para lo cual resulta indispensable entender la comunicación como un proceso y fenómeno global con impacto en la comunidad, a través de diferentes canales de participación e interacciones sociales y culturales, enfocadas en la construcción de identidades y en la búsqueda de reconocimiento (Pérez, 2021a). En otras palabras, se trata de gestionar vasos comunicantes entre las ciudadanías en lo social, lo político y lo cultural, para lo cual resulta indispensable el ejercicio de la otredad (el otro visto como ciudadano que participa de manera activa de la vida política) y la alteridad, entendida como la alternancia de voces y propuestas que jercen las ciudadanas y ciudadanos como sujetos de interaprendizaje (Prieto, 2006).

Frente a la competencia en contenidos se requiere de un experto en producción dinámica e interactiva, en formatos creativos y novedosos y con una cultura global, que no desconozca lo local; incorpore en sus procesos de producción y en sus modelos de contenido la Inteligencia Artificial y la conexión masiva de sistemas y dispositivos digitales a partir de un pensamiento crítico y creativo para la toma de decisiones con impacto en el futuro.

Además, conozca e interprete el Big Data; y cree proyectos que involucren la cultura y lo social y sepa integrarlos a la comunicación sonora empresarial 4.0. Para ello, deberá realizar procesos de comunicación convergente e interactiva, crear innovadores contenidos y diversas maneras de consumo a través de dispositivos móviles, de aparatos de reproducción portátil, formatos, pódcasts y estrategias de interacción en redes sociales.

En relación con la competencia en narrativas y lenguaje es necesario contar con un profesional creativo para la elaboración, presentación y difusión de formatos; que maneje archivos sonoros y esté preparado para la realización de pódcasts, es decir, que sea competente para poner en práctica variedad de narrativas y lenguajes en los cuales los prosumidores puedan interactuar y estar conectados en tiempo real. En otras palabras: un profesional capaz de aportar en la reconstrucción del tejido social, mediante la puesta en marcha de procesos de comunicación, para dar soluciones a las problemáticas del contexto local y nacional.

De igual forma, deberá dominar las nuevas narrativas para diferentes plataformas digitales y para crear estrategias mediatizadas sociales. Estas narrativas y lenguajes se deben articular en un relacionamiento con el contexto y la población, con el fin de contribuir a la transformación social, a la democratización de la palabra y la libertad de expresión. Lo descrito, está en consonancia con el cambio social, lo digital y la evolución de la radio, la cual debe contribuir a narrar el país y el mundo desde una perspectiva ciudadana y participativa.

Un profesional que mediante sus narrativas y lenguaje logre la sensibilidad social y ética, con capacidad para identificar y comprender realidades, contextos y escenarios, en los cuales pueda generar transformación social mediante procesos de comunicación. Asimismo, poner en práctica sus conocimientos sobre las ciudadanías comunicativas y la mediación cultural a través de la investigación, la planificación y la gestión de contenidos, teniendo en cuenta la diversidad sociocultural y los múltiples canales radiales análogos y virtuales.

En cuanto a la competencia en tecnología es menester contar con un profesional que preste atención al interés humano y a los avances tecnológicos sin descuidar algunos cambios ocurridos en el contexto comunicacional y periodístico. Por ende, que sepa transmitir la información en directo apoyado en el uso de plataformas en *streaming*; manejar y usar adecuadamente las tecnologías más allá de su dimensión instrumental; apropiar itinerarios de plataformas de conocimiento

mediante el análisis, reflexión e interpretación; y conocer las nuevas herramientas para propiciar la comunicación omnicanal, lo *mobile* y el comercio electrónico.

Sobre el dominio de las competencias en audiencias, es necesario contar con un comunicador-periodista que identifique los públicos para entablar una auténtica conversación con ellos; que, en consecuencia, propicie la comunicación con actores diversos caracterizados por el sentido ético y de responsabilidad social, con mensajes propositivos que incentiven la participación ciudadana. En esa dirección, deberá desarrollar habilidades comunicativas con la audiencia en contextos reales y promover, mediante ambientes especializados, el acceso a nuevos contenidos locales, regionales y globales para alcanzar una cercanía más estrecha con la ciudadanía. Para ello, será indispensable que cree e instaure, a través de lo alternativo, mediante el análisis del contexto particular de cada comunidad, caminos que permitan transformaciones sociales desde la gestión de la comunicación.

En esa lógica y en lo relacionado con las competencias laborales, los profesionales de la comunicación en la radio deben centrarse en el nexo directo con las ciudadanías y su participación, y en enfocar los campos de la comunicación, las organizaciones mediáticas y los canales digitales para difundir una información basada en un pensamiento crítico, social, pertinente y verdadero. Ello demanda la capacidad crítica y emprendedora, el dominio de las herramientas del periodismo, medios y estrategias, de acuerdo con las tendencias y cambios del ecosistema comunicativo y de las necesidades del sector empresarial.

De la misma manera, articular la educación, las nuevas tecnologías y los medios de comunicación en beneficio de las regiones y de la sociedad; desarrollar contenidos con creación de nuevos lenguajes y narrativas; saber usar los diversos canales de comunicación y las herramientas mediáticas de la globalización del conocimiento asociadas a la democratización de la información.

Adicionalmente, se necesita un profesional que afronte los retos y tendencias de la comunicación y del periodismo radial, las realidades de la sociedad, los aportes de las TICs, conserve y promueva el humanismo con sentido de la ética y de responsabilidad social, y desarrolle la capacidad de investigación. Con tal propósito, deberá priorizar y reconocer la construcción de saberes y conocimientos pertinentes para colaborar en la solución de problemáticas sociales, mediante la promoción de la cultura de paz, la apropiación del territorio, el reconocimiento de la diversidad, el respeto, la protección del medio ambiente, la convivencia social, el ejercicio pleno de los derechos, la equidad y la justicia social.

Como se puede advertir, las mencionadas competencias centradas en ciudadanías, contenidos, narrativas, lenguajes, tecnología, audiencias y rutinas laborales son relevantes para comprender el mundo actual de la evolución del campo comunicacional y del ecosistema sonoro, de tal manera que contribuya al desarrollo, la orientación de los actores sociales, la crítica y la transformación de la radio, de la comunicación y de la sociedad en general. Por tanto, son comunicadores sociales comprometidos con la construcción de la sociedad e interesados por una mejor información sobre los problemas que aquejan a la región.

Sumado a lo anterior, se requiere de un profesional que genere estrategias y contenidos y que permita la conexión de las instituciones públicas y privadas con los ciudadanos, desarrolle relaciones entre Estado y la Comunidad, gestione los medios de comunicación tradicionales y digitales para lograr una comunicación efectiva y transparente; promotor de diálogos y de consensos. Profundice y resignifique las teorías y prácticas; articule desde la comunicación nuevos elementos en un debate que integre a la ciudadanía en lo político, lo educativo, lo informativo y lo cultural. Y que, desde la investigación y la práctica, promueva una comunicación democrática y participativa que construya y fortalezca procesos comunitarios como base para lograr mejores condiciones de vida material, social y humana.

Un comunicador-periodista que se caracterice por su capacidad de comprensión y gestión de procesos de mediación social y cultural, y por proponer nuevas formas de mediación y organización comunicativa dirigidas al desarrollo local y global, de acuerdo con las necesidades educativas, sociales, culturales, económicas y políticas del país.

Lo descrito debe estar en consonancia con las posibilidades que se identifican en las regiones y en el país a través de los planes de desarrollo donde se plantean necesidades de intervención en temáticas como ciudadanía, cultura, educación, salud y alfabetización.

Lo anterior está en coherencia con las redes de conocimiento en comunicación de Afacom (Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación), que propende

por la formación de profesionales que profundicen en las competencias propias del manejo de lenguajes, narrativas, modos diversos de contar historias (orales, escritas, sonoras, audiovisuales y convergentes). A ello se le agrega el dominio de la comunicación estratégica, la producción de contenidos transmediales, la comunicación corporativa y la gestión de comunidades.

Estas competencias están alineadas con Felafacs, cuyo propósito es la formación de periodistas y comunicadores dotados de altos principios, sólidos fundamentos teóricos, capacidades técnicas comprobadas y un compromiso de servicio inquebrantable. Además, están relacionadas con la contribución al desarrollo de la enseñanza y práctica profesional de la comunicación en sus diversas áreas. También, con los postulados de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación), que profesa el dominio de la comunicación como un campo de conocimiento transdisciplinar, antes que como simple disciplina. De igual forma, con planteamientos de la CIESPAL enfocados en un profesional que desarrolle investigaciones sobre diversas problemáticas comunicativas presentes en la sociedad global de la información, con énfasis en los fenómenos comunicativos y participativos.

En cuanto a los retos y desafíos de la radio es evidente que la prospectiva de este medio está en hacer un periodismo de impacto en redes sociales, integrar procesos de convergencia informativa, realizar una comunicación 3D, manejar narrativas crossmedia y transmedia, masificar la radio interactiva y difundir información a través de la realidad virtual, apoyarse en la Inteligencia artificial y en los algoritmos en la producción de contenidos, verificarlos y contrastarlos.

La radio se proyecta a una comunicación mediada por computadores, Inteligencia Artificial, 'webdocs y metaverso periodístico, afirma el profesor Miguel Carvajal experto en tecnología radial. Juan Carlos Valencia, docente universitario, complementa que uno de los retos del comunicador y del periodista radial es desarrollar un periodismo inmersivo, un periodismo dron y un periodismo en ambientes virtuales.

Todos estos avances y la prospectiva de la radio invitan a tener en cuenta las mencionadas competencias profesionales de comunicadores y periodistas, los cuales son parte integral del ecosistema mediático, y, por consiguiente, marcarán las tendencias de la comunicación alternativa con nuevos enfoques y exigencias innovadoras.

Discusión

Al estar inserto en la sociedad el ecosistema sonoro refleja, en alguna medida, las demandas que existen en ella porque es la misma la realidad la que debe imponer la selección y producción de los contenidos.

De hecho, lo que se pone en juego aquí es un modo de percibir lo real que, más allá del lenguaje y su insoslayable importancia, es un hecho técnico. Según Mata (2023) la técnica va más allá de las características de los artefactos de transmisión y recepción, pues lo sustancial corresponde a lo que "en ellos está inscrito (...) como uso debido y lo que inscribe culturalmente en ellos como uso adquirido" (p. 625).

Por supuesto, no se puede pasar por alto que ese *uso debido* está inscrito en la histórica y actual lucha por la construcción de sentidos, en el marco de prácticas dominantes, residuales o emergentes (Williams, 2000). Según este autor, lo residual alude a lo negado o reprimido por la cultura imperante, como algunas identidades étnicas o religiosas, que, sin embargo, existen y, con frecuencia, llegan a fusionarse o, por lo menos, a impactar lo emergente, como se puede evidenciar hoy en los escenarios digitales (Pérez, 2019).

De ahí la importancia de contar con un periodista que no se limite a transmitir lo que sucede. Su labor debe ser más elaborada, más documentada, más interpretativa o visionaria, lo que demanda estar en permanente interacción con los diferentes estamentos de la sociedad. Un profesional radial "que no se conforme únicamente con decir la noticia sino que realice un trabajo más minucioso para poder contextualizarla y explicarla" (González, 2006, p. 44).

La labor del periodista requiere definir cuál es el centro del relato y, al mismo tiempo, según Barrios (2016) "poseer un adecuado conocimiento de los diversos medios de comunicación y de cómo codificar la propuesta comunicativa en cada uno de ellos, de modo que se brinden herramientas de construcción narrativa transmediales que vinculen y conecten las historias..." (p.12).

De hecho, el aprovechamiento de las oportunidades transmediales se ha convertido en el gran desafío para los comunicadores y periodistas, porque deben crear estrategias para motivar y articular nuevas relaciones entre las ciudadanías digitales, los contenidos y los públicos, además de modificar la lógica de la producción de la información y su difusión en las distintas plataformas digitales y redes sociales.

Dichas transformaciones “han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre los mismos usuarios, hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas: interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas” (Pineda, 2000, p. 34). Por tanto, las audiencias, que devienen comunidades participantes (Pérez, 2021a), forman parte modular de la interacción, generación y en la expansión de los diferentes contenidos.

Es claro, entonces, que el ecosistema sonoro se sitúa en un contexto muy competitivo y exigente desde el punto de vista de los contenidos y narrativas, a lo que hay que añadir los demás desafíos estructurales propios de la convergencia mediática. Por eso los principales cambios, según Campos Freire (2011) “deben orientarse con la intención de definir y establecer un modelo (...) viable desde el punto de vista económico, útil en lo informativo y estructurado conforme a las nuevas características y necesidades de la audiencia” (p. 10), que para esta investigación se identifica como “comunidades participantes” (p. 10).

Estos retos deben ser atendidos por los nuevos comunicadores y periodistas, cuya tarea deberá desplegar habilidades y competencias encaminadas a crear contenidos basados en la investigación, el contraste de fuentes y el saber contar las historias. Para Bonano (2014) las formas de narrar se han revestido de nuevos cambios: combinan el entretenimiento con el poder simbólico en el que el oyente debe trabajar en pos de la construcción del sentido de la historia. Es decir, las nuevas tecnologías permiten el desarrollo de entornos de inmersión, donde el lector u oyente es a la vez creador (Murray, 1999). Por ello, hoy no se habla de usuarios en red sino de pro-consumidores.

Ante este panorama, es indispensable que el comunicador social y periodista profundice en los nuevos ecosistemas comunicativos radiales, en la comunicación empresarial 4.0 y en los nuevos modelos de negocio, los cuales requieren de estrategias de comunicación periodística. Ávila (2020) agrega que se necesita de un comunicador que domine el ecosistema mediático, considerado como un mundo de narrativas, de historias y de relatos, motivadas por esta crisis de la idea de mediación y por la emergencia de los prosumidores en sus tareas de comunidades participantes.

Dada la importancia de estos actores en la construcción de los contenidos, es deber de los profesionales de la comunicación saberlos integrar al ecosistema sonoro. A diferencia de las tecnologías y espacios que tenemos hoy, los estudios o cabinas de radio pueden ser lugares sofisticados que, inscritos en su finalidad puramente comercial, demandan una cuantiosa inversión, aunque también es cierto que con muy pocos recursos se puede hacer mucho, y para ello, “se requiere de habilidades, creatividad y disposición, además del conocimiento y aplicación de la tecnología que debe tener un comunicador y periodista”, expresa Antonio Roveda, ex decano de facultades de comunicación.

Es claro, en todo caso, que esta evolución del medio sonoro necesita de profesionales con destrezas para innovar, producir y transmitir contenidos interactivos en las plataformas digitales. La llegada de la radio a los teléfonos celulares, al carro con una mejor cobertura y la posibilidad de tener un portal web donde se pueda escuchar cada emisora desde el lugar que sea es un gran logro, exige “unas competencias en dominio de todo el ecosistema comunicativo radial: pre, pro y posproducción, difusión de los contenidos en lo análogo, FM y digital, conocer la cobertura de la información y la capacidad de recibirla y entregarla a audiencias segmentadas”, puntualiza Gustavo Ernesto Gómez, director del programa 6AM Hoy por hoy de Caracol Radio.

Estos niveles de interacción en dichos entornos digitales sonoros permitirán al receptor, ahora también en su rol de realizador de contenidos sonoros, involucrarse en la reelaboración y recombinación del mensaje para, según sus propias necesidades, modificar el flujo de información, al servicio de una auténtica comunicación, entendida como un proceso eminentemente humano, la negociación y construcción de sentidos y significados.

Para el éxito de estas tareas, es clave considerar que los medios comunitarios deberán apuntarle a lograr su sostenibilidad social, política económica y de contenidos, en entornos que les son adversos, debido, en especial, al oligopolio de los medios comerciales. Guillermo Patiño, docente universitario y ex director de Radio Semillas, uno de los medios comunitarios referentes en Co-

lombia que debió apagar sus micrófonos en 2017 tras permanecer 23 años al aire, dice que ello solo será posible si se fortalece la organización de medios ciudadanos: “Mientras no tengamos esa fuerza de representatividad y de acción va a ser muy difícil concretar el anhelo de democratizar la comunicación comunitaria en Colombia” (Pérez, 2024-presente, 3m17s).

Por su parte, Vargas, Solano, & Galindo (2017) afirman que la participación de los sujetos en el acto comunicativo se le atribuye a la relación entre estos y a su influencia en la transmisión de la información, lo que repercute incluso en el significado del mensaje y en el efecto que genera en su interlocutor. Por consiguiente, se debe realizar un periodismo radial que asuma el papel de las comunidades como protagonistas en los procesos sociales, y reflexione sobre su responsabilidad en los mismos. “Su objetivo principal es que la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos actores de la sociedad” (Cytrinblum, 2009, p. 73).

Por tanto, el comunicador-periodista debe dejar de suponer que sabe lo que la opinión pública piensa, pues, como lo advierte Carlos Ferraro, la premisa del radialista es buscar involucrar al ciudadano no para promover procesos de autogobierno, sino para formar una opinión pública autónoma (Pérez, 2024-presente, 3m 17s). Es claro que para estar en capacidad de asumir un reto de esta naturaleza, hoy más que nunca es indispensable fortalecer competencias críticas, analíticas y propositivas que, como se indicó arriba, se enfoquen en jerarquizar, organizar y maximizar la información, con el propósito de contribuir a su transformación en conocimientos que se puedan aplicar en la solución de problemas puntuales.

Así, desde las perspectivas de la educomunicación, uno de los grandes desafíos está en promover la formación para la vigilancia crítica de los poderes, pero ya no con el énfasis puesto en quienes nos gobernan, sino en lo que Ferraro denomina la ecuación del *contrapoder*: pensar, decidir y actuar desde lo que sienten y piensan las y los ciudadanos. Según dicho autor, la ecuación se resuelve de manera distinta cuando el pueblo (las ciudadanías) cumple el rol activo que siempre ha debido cumplir, mediante la apropiación y realización de sus propios contenidos.

En esa misma dirección, Nussbaum (2015, p. 8) apunta que una tarea clave consiste en promover y compartir la capacidad socrática de autocritica y pensamiento crítico, pues los estudiantes expuestos a la instrucción en pensamiento crítico aprenden, al mismo tiempo, una nueva actitud frente a los que no concuerdan con ellos. Aprenden a ver a quienes no están de acuerdo no como enemigos a ser derrotados, sino en cambio, como personas que tienen razones para lo que piensan. Cuando se reconstruyen sus argumentos, puede resultar que incluso compartan algunas premisas importantes con su propio “lado”, y ambos entenderán mejor de dónde vienen las diferencias.

Vale indicar que para ese ejercicio resultan de particular importancia, entre otros, temas como los conflictos armados, crisis institucionales, sociales, humanitarias, de derechos humanos y medio ambientales (Bernabé Fraguas, 2007, p. 28). Lo citado “aparece indisolublemente atado al ecosistema sonoro, que debe estar comprometido con la promoción del pluralismo y la cultura crítica, así como a la experimentación intelectual, como fuentes imprescindibles de la vitalidad de la vida democrática y de la diversidad de nuestras sociedades” (Palamidessi, Gorostiaga & Suasnábar, 2014, p.63).

En todo caso, este medio de comunicación debe seguir permitiendo el reconocimiento de las experiencias de las ciudadanías, con el fin de generar procesos y crear espacios de información y de opinión. Lo anterior lo reafirma Corrales (2015), cuando dice que la radio ha facilitado dichos espacios de discusión de las ciudadanías y de las organizaciones sociales en todos los ámbitos globales gracias a la tecnología y a sus tendencias.

Dichas tendencias tecnológicas pueden aprovechar el ecosistema sonoro en los diferentes ámbitos sociales. Para Druetta (2001) estas herramientas amplían la interactividad en tres niveles: la relación entre hombre- máquina, hombre a hombre, gracias al uso de las nuevas tecnologías, y las prácticas culturales de cada individuo. Esta “tecnología no sólo ha multiplicado e integrado a la radio, las redes, canales y pantallas de acceso a la información sino también, a la capacidad de uso social de la misma por parte de los ciudadanos” (Campos, 2011, p. 4).

En un principio tener en un celular la función de la radio era una necesidad, hoy con la llegada de las TIC, de la IA y de diferentes herramientas esa función se ubica con aplicaciones o simplemente accediendo a la página web de la emisora donde el programa debe ir vía *streaming*. Por tal motivo, se requiere de un comunicador y periodista que domine los contenidos en el periodismo

móvil, *tablets*, *eBooks*, etc.; “conozca de fotografía, video, podcasts, información, video llamada y de recursos integrados a un sistema avanzado de soporte y terminal convergente en ciberadio”, afirman Herreros, & Vivar (2011, p. 1). Como se ha indicado, este nuevo ecosistema radial está conformado por la comunicación, la información, los medios, la convergencia digital, la radio y el *podcast*.

En cuanto al pódcast se refiere, las cifras demuestran que cada vez gana más espacio gracias, en especial, a que le permite al usuario definir qué quiere escuchar y en qué momento hacerlo, sin perderse nada de la emisión. Para realizarlo con alta calidad se requiere de un profesional que sepa entremezclar en la convergencia radial: la comunicación, información, contenidos, narrativas, lenguajes, formas de expresión y estéticas para generar un consumo de la industria cultural integral.

Hoy los retos y las oportunidades en el marco del nuevo ecosistema comunicativo y tecnológico recaen en el uso de la transmedia, de la IA y de los algoritmos, los cuales requiere de una genialidad del comunicador y del periodista para atraer públicos y conseguir los recursos de capital necesarios para su creación y producción. Abuín (2006, p. 9) agrega que los medios de comunicación del mundo se están reinventando rápidamente y convirtiéndose en empresas de publicaciones transmedia, las cuales innovan plataformas, formatos y lenguajes, y crean nuevas audiencias, al tiempo que generan diferentes oportunidades para sus anunciantes.

Manuel González, decano de comunicación de la Universidad de la Sabana, afirma que se está descentralizando el consumo y la radio se mantiene porque durante el día se van tomando píldoras de información, que se complementan con el contenido que viene de redes y contactos. En concordancia con esta evolución, se requiere de un profesional más cauteloso en las construcciones narrativas para lograr ubicar a las herramientas digitales y plataformas apropiadas para transmitir la información.

Conclusiones

El nuevo gran entorno de la comunicación sonora impacta, por lo menos, los siguientes factores que definen un nuevo remodelado mediático: globalización (configura identidades locales y mundiales); digitalización (apropiación, realización y distribución de contenidos por nuevos canales); transmisión (difusión de la información a audiencias segmentadas por múltiples canales análogos y digitales); tecnologías (uso y aplicación de la IA en dispositivos móviles y satelitales y manipulación algorítmica); ejercicio ético, entendido como la búsqueda permanente de la excelencia profesional, para la cual resultan indispensables la autocritica y la crítica, que se materializa en tareas de reconocimiento mutuo (otredad) y de alteridad (alternancia de voces y propuestas), para oficiar como sujetos de interaprendizaje.

En este contexto, los profesionales de la comunicación y el periodismo deben estar preparados para entender cómo reubicar la radio en este nuevo ecosistema comunicativo y articular las relaciones de unos medios con otros. Igualmente, observar, analizar, comprender, diseñar y ejecutar actuaciones en relación con las ciudadanías, para lo cual resulta indispensable entender la comunicación como un proceso y fenómeno global con impacto en las comunidades participantes.

Además, deberán estar en la capacidad de poner en práctica variedad de narrativas y lenguajes para que los prosumidores puedan interactuar y estar conectados en tiempo real. Por tanto, serán profesionales capaces de aportar en la reconstrucción del tejido social, y brindar soluciones a las problemáticas del contexto local y nacional.

Al asumir estos retos, los comunicadores y periodistas deberán desplegar habilidades y competencias enfocadas en la creación de contenidos basados en la investigación, el contraste de fuentes y en saber contar las historias; todo ello en el marco de un ejercicio ético que, como se indicó arriba, se resume en la búsqueda constante de la excelencia y la defensa de lo público, sin la cual tanto la comunicación como el periodismo perderían su razón de ser.

En atención a lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la integración de herramientas de inteligencia artificial en la producción sonora participativa influye en la diversificación de los contenidos en plataformas digitales y en las redes sociales?

Referencias bibliográficas

- Abuín, A. (2006). Escenarios del caos. Entre la hipertextualidad y la performance en la era electrónica. Valencia: Tirant Lo Blanch
- Arendt, H. (1997). ¿Qué es la política? Paidós I.C.E/U.A.B.
- Aristóteles (1998). Política. Ed. Gredos S.A.
- Asociación colombiana de Facultades y Programas universitarios de comunicación- AFACOM. (2019). *Transformaciones de la comunicación según el mundo del trabajo* <http://www.afacom.org/:http://www.afacom.org/secciones/ultimas-noticias/4872-transformaciones-de-la-comunicacion-segun-el-mundo-del-trabajo>
- Ávila, E. (2020). Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia. *Punto Cero*, 75-88. http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v25n40/v25n40_a08.pdf
- Barrios, A. (2016). Narrativa periodística en la convergencia de medios. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 22(1), 163-176. doi: 10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52587
- Bernabé Fraguas, J. (2007). Periodismo preventivo. *Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. Madrid: Libros de Catarata.
- Bobbio, N. (1992). Ética e política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, 131-140.
- Bogdan, R. y Taylor, S. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*.
- Bonano, M. (2014). Tendencias del periodismo narrativo actual. *Pregunta*, 1.
- Bravo, M. (1998). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en psicopedagogía. *Métodos de investigación en psicopedagogía*, 251.
- Campos, F. (2011). El nuevo escenario mediático. https://books.google.com.co/books?id=AGR2LN--AZkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Carrillo, L. (2010). El concepto Kantiano de ciudadanía. <https://www.redalyc.org/pdf/3798/379835901006.pdf>
- Coeckelbergh, M. (2024). Por qué la IA debilita la democracia y qué hacer al respecto. ePub base r3.0 (ePub 3).
- Corrales, R. (2015). *Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica*. Buenos Aires: Bibliotecas Virtuales de CLACSO. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20150708062655/Impacto_Redes_Sociales.pdf
- Cytrinblum, A. (2009). Periodismo social. Una nueva disciplina. lcrj'inclusiones.
- Druetta, M. (2001). Educar en la Red. Nuevas tecnologías y procesos educativos en la sociedad de la información. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/CROVI-Educar_en_la_Red_Basica.pdf
- González, A. (2006). *Escenarios del caos: entre la hipertextualidad y la performance en la era electrónica*. Tirant lo blanch.
- Harari, Y. (2024). Nexus: *Una breve historia de las redes de información desde la Edad de Piedra hasta la IA*.
- Herreros, M., & Vivar, J. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Editorial Fragua.
- Islas, Gutiérrez, Arribas & Strate (2024). *La ecología de medios: un ambiente y un territorio complejos por reconocer*. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/23155>
- Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64942535005.pdf>
- Kant, I. (2009) ¿Qué es la Ilustración? <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3171408.pdf>
- La República (2024). *Las cuatro primeras emisoras de radio hablada suman más de 3,4 millones de oyentes*. <https://www.larepublica.co/empresas/cuantas-personas-hay-en-la-radio-hablada-en-colombia-4004431>
- Llanos, A. (1999). El humanismo cívico y sus raíces aristotélicas. <https://dadun.unav.edu/entities/publication/7eec1e2d-e7bd-4c51-8e75-18f8bc7a546d>
- Mata, M. (2023). In-disciplinada. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/20516.pdf>
- Murray, J. (1999). Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio. Buenos Aires: Paidós.

- Nussbaum, M. (2015). *Educación para el lucro, educación para la libertad*. Universidad de Antioquia.
- Palamidessi, M., Gorostiaga, J., & Suasnábar, C. (2014). El desarrollo de la investigación educativa y sus vinculaciones con el gobierno de la educación en América Latina. *Perfiles educativos*, 36(143), 49-66.
- Patton, M. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.
- Peña, L. (2016). Educación en derechos humanos y paz en el bachillerato. *Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, 12(3), 285-295.
- Pérez, J.C. (2019). Radio Sutatenza y Acción Cultural Popular en la era digital. Producción de sentido y construcción de ciudadanías en las Escuelas Digitales Campesinas. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/87123>
- Pérez, J.C. (2021a). Actores de la comunicación y el periodismo, en tiempos de pandemia, redes sociales y algoritmos. <https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/actores-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-tiempos-de-pandemia-redes-sociales-y-algoritmos>
- Pérez, J.C. (2021b). IAP, comunicación y periodismo en contextos de educaciones rurales. *Revista Interacción*, (64). <https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/iap-comunicacion-y-periodismo-en-contextos-de-educaciones-rurales>
- Pérez, J.C. (Anfitrión). (2024-presente). Mundo Rural: *Colombia, en deuda con la radio comunitaria*. [Podcast]. Spotify.
- Pérez, J.C. (Anfitrión). (2024-presente). Mundo Rural: *Educomunicación: el arte de escuchar* [Podcast]. Spotify: <https://open.spotify.com/episode/1Q4BXLB019rqu1KCeRKcRu?si=dXpaxyRFQ-HiqyCp4CD5ZIA>
- Pineda, M. (2000). La investigación cualitativa en educación: necesidad y reto para los modelos pedagógicos contemporáneos. *Revista cubana de psicología*, 17(2).
- Postman, N. (s. f.). *What is media ecology?* En Media Ecology Association.
- Prieto, D. (2006). El interaprendizaje como clave de la educomunicación. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/307>
- Reyes, B. (2009). Hombre, moral y ciudadanía en Jean-Jacques Rousseau. *Revista intercontinental de Psicología y Educación*, 11(1), 77-94.
- Robinson, P. (2018). CNN effect. In *Visual global politics* (pp. 62-67). Routledge.
- Ruiz, J. (1996). *Cómo hacer una evaluación de centros educativos* (Vol. 70). Narcea Ediciones.
- Saiz Olmo, Jesús (1995). La redacción informatizada en radiodifusión sonora. Su incidencia en el proceso de producción de la noticia. El caso de Valencia (Tesis Doctoral).
- Savater, F. (1998). Potenciar la razón. <http://www.edepdagogia.com/articulos/potenciarlarazon.htm>
- Silverman, B. (2017). *Hair Traits: Color, Texture, and More*. Lerner Publications.
- Téllez, M. (2012) Observatorios y veedurías: Experiencias de Crítica Mediática y de construcción de ciudadanía. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2418>
- Terceiro, J. (1996). Sociedad digital. *Del homo sapiens al homo digitalis*.
- Vargas, M., Solano, A., & Galindo, D. (2017). Conceptualización de la interacción comunicativa y su caracterización. *Revista Med*, 25(2), 105-116.
- Williams, R (2000) Marxismo y literatura. Ediciones Península.
- Zuber-Skerritt, O. (Ed.). (2012). *Action research for sustainable development in a turbulent world*.