

TEMA INVITADO



Foto: Jhon Jairo Melano

La construcción de ciudadanía mediática

Por: Vicent González Pérez¹

Resumen

En el presente artículo se presenta el concepto de autonomía moral en relación con los medios de comunicación, autonomía vinculada a su vez con la noción de ciudadanía. Este vínculo nos invita a hablar de "ciudadanía mediática". Se trata de construir y justificar teóricamente unos referentes éticos razonables, válidos sobre todo en el ámbito educativo y en el seno de sociedades hipercomunicadas pero con profunda vocación democrática. Tras un breve recorrido histórico por la noción de ciudadanía, se establece una idea de ciudadanía mediática que apunta a los grandes ideales de la ética (justicia, autonomía y autorrealización), a la vez que se ofrecen dos argumentos en defensa de los medios de comunicación como resorte para un civismo autónomo y cosmopolita. Por último, el artículo muestra ejemplos de la contribución de los medios al desarrollo de la ciudadanía democrática, apelando a la necesidad de educar en el uso cívico, autónomo y responsable de la tecnología comunicativa.

Palabras clave: Ciudadanía, democracia, medios de comunicación, civismo, educación mediática.

Abstract

In this article the concept of moral autonomy in relation to the media, autonomy linked to the notion of citizenship is presented. This link invites us to speak about "media citizenship". It's about building and justifying theoretically some reasonable ethical references, especially valid in the field of education and in the heart of hyper communicative societies, but with profound democratic vocation. After a brief historical tour of the notion of citizenship, an idea of media citizenship pointing to the great ideals of ethics (justice, autonomy and self-realization) is establish, at the same time it is offer two arguments in defense of the media as a mean to autonomous and cosmopolitan citizenship. Finally, the article shows examples of the contribution of the media to the development of democratic citizenship, by appealing to the need to educate in the civic, autonomous and responsible use of communication technology.

Keywords: Citizenship, democracy, media, media literacy.

Ciudadanía y libertad, breve recorrido histórico

Antes de abordar el tema de la ciudadanía mediática, haré un breve análisis de la importancia del concepto de ciudadanía en sociedades democráticas actuales. Y para ello, se impone un pequeño recorrido en el tiempo, un repaso histórico a la idea de ciudadanía y a los orígenes de la libertad.

Como es sabido, el concepto de ciudadanía se remonta a la cultura clásica, en concreto a Roma, en donde eran reconocidos como ciudadanos aquellos que tenían el privilegio de estar bajo el amparo de las leyes y la protección del Imperio o la República. Ser miembro de la civitas u obtener la ciudadanía romana (civitatem assequi) era fundamentalmente una prerrogativa de tipo legal.

Pero tras la caída del Imperio Romano y la expansión del feudalismo, el derecho de ciudadanía se ve oscurecido por otra consideración social: de ciudadanas las personas pasan a ser súbditas, en relación de servidumbre o vasallaje. Precisamente la Revolución Francesa supone la rebelión contra éstas relaciones. El lema revolucionario a favor de la ciudadanía supone la reivindicación de la dignidad de cualquier persona, al margen de su origen social y su estatus económico.

Pocos años antes de la toma de la Bastilla en Francia, ilustrados alemanes como Kant hablaban en 1784 de la necesidad de identificar la Ilustración con la libertad (Maestre, 2007), sobre todo con una forma especial de libertad: la autonomía (del griego "αυτο", sí mismo, y "νομος", ley, criterio o norma). La autonomía es, en palabras de Kant, la mayoría de edad mental, la capacidad para pensar por sí mismo, fruto de un acto de atrevimiento frente a los poderes e inercias socialmente establecidas.

En su famoso artículo "Respuesta a la pregunta: ¿qué es la Ilustración?", publicado ese mismo año, establece Kant que las sociedades no son ilustradas sino que se encuentran en

¹ Profesor de la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación Teoría de la Educación, Universidad de Valencia, España
E-mail: vicent.gozalvez@uv.es

proceso de ilustración. Importa el proceso, el lento devenir mediante en cual las personas –los ciudadanos– y los pueblos van encontrándose a sí mismos, se van despojando de tutores o instituciones que rigen continuamente su pensamiento y su acción. La Ilustración empieza con la libertad y el *sapere aude*, el atreverse a hacer uso de la propia razón.

Y aquí es donde empieza a asomar su rostro la “autonomía mediática”: la autonomía como forma de libertad moral supone construir socialmente la razón pública y contribuir personalmente a ella. La razón pública se construye poco a poco, con el esfuerzo de la inteligencia de ciudadanos que investigan, piensan y debaten en común acerca de cuestiones que a todos interesan o que a todos pueden interesar, desde asuntos políticos y sociales, hasta cuestiones económicas, artísticas, religiosas o científicas. Y en el proceso de construcción de la razón pública (de una opinión pública razonante, informada, ponderada y deliberativa) los medios de comunicación son una pieza esencial e ineludible: son la vía maravillosa que nos brinda la tecnología (en momentos de Kant, la tecnología de medios impresos fundamentalmente) para pasar de la razón privada, eminentemente subjetiva, a una razón pública e intersubjetiva (dialógica o discursiva, como diría Habermas y los filósofos de la Ética del diálogo).

De este modo, el progreso de individuos y sociedades va unido, a instancias del movimiento ilustrado y del movimiento revolucionario europeo del XVIII, a la lucha por las libertades y la ciudadanía, lo que significa en términos kantianos la lucha por la autonomía y la dignidad. Es fundamental acabar con la opresión de tiranos y monarcas absolutos; pero tanto o más importante es acabar con la opresión mental de los prejuicios, los dogmas infundados, el fanatismo y todo cuanto oscurece la razón y el pensamiento. El progreso y la ilustración se han de extender educativamente... y mediáticamente, pues la sociedad se ha de procurar una buena información en todos aquellos temas que contribuyen a la mejora de la vida, la justicia y la convivencia en sociedad.

La lucha por la ciudadanía es, en suma, la lucha por la autonomía en el seno de sociedades ilustradas, interesadas por la cultura como bien apreciable en sí mismo. Pero además, la cultura y la buena información (la transmitida o expuesta a través de periódicos, folletos, libros, textos impresos...) son instrumentos para una vida más libre. Ciudadanía es atreverse a superar cualquier forma de vasallaje ampliando la órbita de la libertad.

La lucha por la ciudadanía legal y política es la lucha por la participación libre en asuntos públicos y por el reconocimiento o amparo de las leyes. La ciudadanía social (concepto que irrumpe con fuerza a mitad del siglo pasado y estrechamente unido al Estado de Bienestar) supone la libertad para gozar plenamente de la vida en sociedad, puesto que sin atención sanitaria, sin buenas condiciones laborales o sin educación hablar de libertad ciudadana es mera entelequia.

Y hoy, conectado con el sentido de autonomía como uso público de la razón, es más adecuado y urgente que nunca hablar de ciudadanía mediática, en el sentido de la libertad o la superación del vasallaje en el ámbito de la cultura audiovisual y en un entorno intercomunicado, entorno en el que los medios de comunicación tradicionales y los interactivos (Internet) tienen la capacidad para definir en buena medida los destinos de las actuales sociedades globalizadas.

En lo que respecta a los medios de comunicación, en un Estado no puede imponerse un medio anulando las iniciativas de los demás, sobre todo cuando usa esa posición para desinformar, manipular o subinformar siguiendo los dictados de intereses particulares.

La ciudadanía mediática es aquella condición libre –autónoma– de la persona en relación con la tecnología comunicativa. A esta forma de libertad la he denominado autonomía mediática, libertad que comporta también la responsabilidad de estar bien informado y el compromiso de adquirir buenos criterios para seleccionar/comprender/interpretar la información a nuestro alcance.

Ciudadanía, autonomía y autorrealización

No es posible hablar con profundidad del concepto de ciudadanía sin relacionarlo con los dos grandes temas o preocupaciones de la ética (o filosofía moral) a lo largo de su historia: la justicia y la felicidad (o autorrealización).

En cuanto a la primera preocupación, Kant ha sido quizás, como hemos visto, el filósofo que mejor ha representado la necesidad y valor del yo autónomo, o sea, del yo moral: en definitiva del yo justo. No puede haber auténtica autonomía desde el egoísmo más atroz, pues ser autónomo significa pensar por sí mismo más que pensar exclusivamente en sí mismo. La autonomía presupone poder hacer uso de la razón, pero no cualquier uso (por ejemplo, un uso estratégico o instrumental, haciendo de los otros un mero instrumento a mi servicio) sino un uso excelente, el mejor uso, el más digno y a su vez el que más nos dignifica: un uso práctico o moral.

Desde Kant, el yo autónomo se ha ido asociando en nuestro contexto cultural al yo moral, al yo justo. Hablar de un yo autónomo, como bien podemos aprender de las lecciones de la hermenéutica y de las exhortaciones de los filósofos comunitaristas, es hablar de un yo entrelazado, coaligado

racional y emocionalmente, que vive las tradiciones, los usos del lenguaje, las peculiares interlocuciones que acontecen en su vivir diario... como condiciones o requisitos insoslayables de su ser como persona y, por supuesto, de su ciudadanía. Hablar de un yo autónomo nos conduce, así, a hablar del ciudadano, de la persona que vive en sociedad y que desde su libertad nunca renuncia a la dimensión cívica y social de la justicia.

La autonomía unida a la condición ciudadana convierte la libertad no en una entidad metafísica absoluta sino en un proyecto coaligado en un entramado de acciones comunicativas. Se trata de un proceso, de un llegar a ser, construido no en la soledad de la renuncia al otro, no en una subjetividad autárquica, sino en la intersubjetividad comunicativa, gracias a la cual conocemos la realidad social, nos entendemos a nosotros mismos, y por la cual apreciamos y deseamos lo mejor o más digno. En torno a esta intersubjetividad se erige, llegado el caso, nuestra inteligencia moral (González, 2000). Mi yo se refuerza con la autonomía, goza de ella y la celebra con la mirada puesta en un nosotros que aspira a más y mejor. Lo contrario, la confusión anodina y sistemática con lo convencional nos disuelve, nos sume en la densa e insoportable levedad del ser (rememorando la novela de M. Kundera): en la nadería del no pensar y no sentir el impulso vivificador de un yo que se quiere moralmente libre. Pues sólo desde esta libertad podemos hablar de ciudadanía, también en el plano mediático o el referido a los medios de comunicación.

La autonomía o libertad moral es condición para la ciudadanía, sobre todo en lo mediático, en tanto que es la vacuna contra el peligro de la manipulación de las opiniones. Reforzar la ciudadanía supone desarrollar la autonomía crítica frente a la identificación amorfa y masificada con el discurso establecido o los contenidos impuestos unilateralmente por los medios. Es lo que nos convierte en público, no en masa. De ahí, que la autonomía cívica obliga a modificar el apelativo de "medios de comunicación de masas" por el de "medios de comunicación del público", cambio favorecido en principio por la interactividad en el ámbito mediático de la sociedad-red.

El otro gran tema de la ética ha sido el de la autorrealización. El perfeccionamiento del yo, el anhelo de alcanzar una vida plena, buena o feliz ha sido una constante en la reflexión filosófica que evidentemente no podemos circunscribir a Occidente. Cualquier cultura, incluso cualquier ser humano con entendimiento y sensibilidad aspira a la felicidad, y el impulso de acercamiento a la felicidad es quizá un impulso tanto o más arraigado en nuestra especie como el de alcanzar justicia.

Todas las religiones o escuelas éticas plantean un modelo de autorrealización y perfeccionamiento personal (moral y espí-

ritual) que se completa o no en esta vida. También cualquier sistema de costumbres y de valores culturalmente transmitido plantea una dimensión de lo idealmente realizable por los miembros de la cultura, aquello que les convierte en personas honorables, loables y virtuosas, siendo tal mérito y el reconocimiento social que comporta un buen motivo para sentirse persona realizada.

La misma proclamación moderna de la idea de ciudadanía en el siglo XVIII va estrechamente unida a la búsqueda de la felicidad de los hombres, al derecho a la misma que por naturaleza nos corresponde, tal y como se expresa de modo explícito en las Declaraciones de Derechos que se formulan entonces.

Pero hoy, al formular la idea de ciudadanía, cabe reconocer que la justicia es una condición para la felicidad, necesaria pero no suficiente. Que la autonomía moral y la justicia sean un requisito insoslayable de la vida feliz significa que cualquier intento de felicidad que contravenga las reclamaciones de justicia es, por ello mismo, un intento ilegítimo. Lo recomendable feliz ha de enmarcarse, pues, dentro de los límites exigibles de la justicia, límites que hablan del respeto activo y el trato digno e igual a la persona, independientemente de su procedencia y sistema cultural de creencias. Por eso mismo, ser ciudadano en sociedades abiertas y democráticas es ante todo tratar de cumplir con las exigencias de la justicia para, desde ahí, construirse como persona única y con un proyecto de vida feliz propio.

Resumiendo, en sociedades plurales y democráticas no pueden las instituciones privar a los ciudadanos de sus propios caminos para alcanzar la autorrealización, camino que es un proyecto personal de búsqueda a partir de lo aprendido por sí mismo o lo heredado de la cultura. El yo autónomo, abreviando, es el yo libre, el yo capacitado para llevar adelante sus planes de vida plena. La autonomía es así mismo un atributo del yo posconvencional, libre no de las convenciones sino (superador) de la convencionalidad. Es decir, libre del sistema de pensamiento y acción que acepta sistemáticamente la bondad de lo establecido sólo por el hecho de estar establecido y aceptado en mi grupo, comunidad o sociedad.

El yo posconvencional no renuncia metódicamente a toda convención, ley o tradición, sino que es capaz de revisar críticamente el manto de la tradición y la ley cuando éste asfixia las ansias de justicia y autorrealización de las gentes de un pueblo, sea o no el propio, máxime cuando en nuestra era de la comunicación nos resultan tan cercanos el otro lejano y sus avatares o tragedias vitales, desde la pobreza hasta la guerra o la dominación política.

Con el yo autónomo están sentadas las bases del yo autorrealizado, aunque quizá quede todavía mucho por hacer

y no sean las cosas tan sencillas, máxime cuando constatamos la relativa homogeneidad del estilo audio-visual de vida que baila al son de la nueva economía mundial. En todo caso, podemos pensar que la autonomía entrelazada, vinculante e intersubjetiva –intercomunicada– se ve, a pesar de todo, favorecida por el despliegue de la tecnología comunicativa. ¿Cierto?

Tras nuestro discurso se escondía la idea optimista de que la revolución mediática ha sido un avance favorable para la construcción de un yo autónomo en las sociedades donde tal revolución se ha desarrollado. Efectivamente, y en contra de las cargas pesimistas (neófobas por lo general, como diría R. Gubern, 2000) que valoran como un retroceso para la humanidad la llegada de las tecnologías comunicativas, hay buenos argumentos para creer que sin éstas no hubieran sido posibles los cimientos para una ciudadanía plena, ni se darían las condiciones sociales para la autorrealización en los individuos.

Los medios, más allá de su valor meramente instrumental, contienen un potencial para la educación y la “ciudadanización” de las gentes, potencial resaltado en las últimas propuestas de la UNESCO (Pérez-Tornero y Varis, 2010). En el contexto colombiano, el profesor Rodríguez Uribe (2008) ha incidido en esta dimensión participativa y ciudadana unida a los medios, sobre todo en relación con la tecnología radiofónica. La tecnología comunicativa es, en suma, resorte para la creación de una opinión pública razonablemente informada y acercada a lo público, así como para la salida del yo convencionalmente anticipado y amorfo. ¿Qué razones tenemos para afirmar esto? Desde ahora me centraré en dos razones:

1. Las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) nos abren a un nuevo tipo de experiencia. Los media tienen el potencial para enriquecer y transformar el proceso de formación del yo al posibilitarnos una experiencia que no se ciñe al contacto cara a cara. Ir más allá de las relaciones personales cara a cara (sin suprimirlas) supone un cambio en nuestra idea de la intimidad con claras connotaciones morales. No sólo nos vamos definiendo por las interacciones directas (por las obligaciones, expectativas y derechos establecidos en el contacto directo) sino que nos definimos y entendemos también por expectativas más amplias, por noticias de otras personas allende nuestro espacio físico, hecho que nos induce a modificar nuestra idea de lo recíproco. No nos vemos sólo

desde los ojos de los otros próximos y directos, sino que podemos imaginar cómo nos veremos a través de los ojos de otros distantes, pues recíprocamente nos hacemos una imagen de ellos desde nuestra óptica culturalmente particular. En este contexto ampliado de reciprocidades nuestra idea de lo merecido y lo obligado evidentemente también se ve perturbada: al menos está a nuestra disposición imaginar un reino de los derechos y las obligaciones mucho más amplio. Es más, casi podríamos afirmar que este flujo mediático con el otro distante nos induce a establecer y reinventar derechos y obligaciones interculturalmente aceptables y válidos.

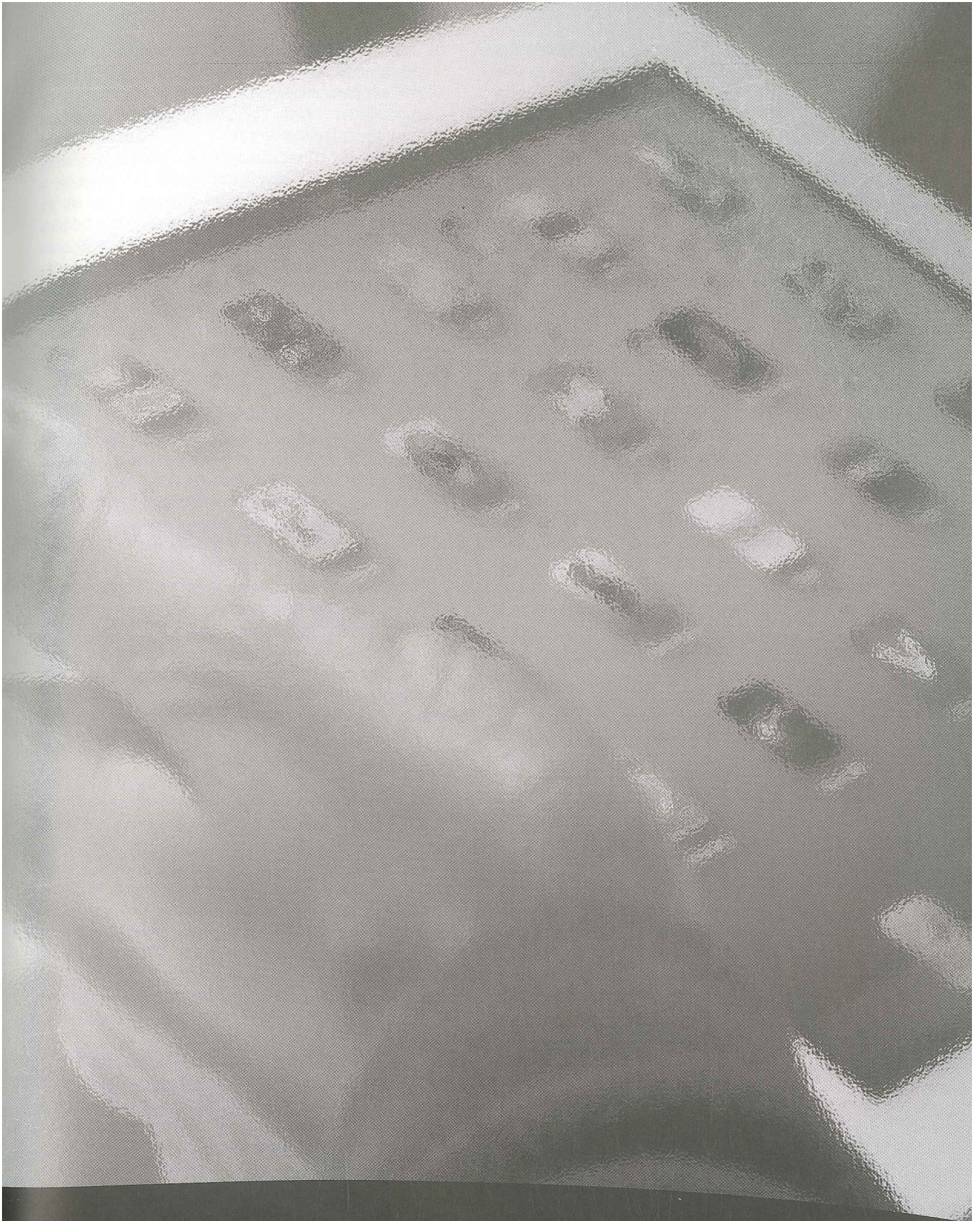
En la construcción de esa ciudadanía cosmopolita, los productores y usuarios de los medios tienen un horizonte al que no han de renunciar. A este tipo de ciudadanía, forjada y favorecida por un uso autónomo de los medios, la vamos a denominar ciudadanía mediática, vinculada obviamente a la autonomía mediática.

El hecho de verme ciudadano consciente de la globalidad en la que se enmarca mi ciudad ocurre hoy y en buena medida gracias al concurso de las tecnologías de la comunicación. A mayor alcance de la distancia comunicativa, mayor vinculación cognitiva y emocional con el otro lejano, o sea, mayor número de referentes para valorar mi ciudad y las restantes, valoración que es la piedra de toque para una ciudadanía global y cosmopolita a la que estamos, aparentemente y deseablemente, encaminados.

2. La globalización mercantil y mediática ha producido un efecto maravilloso, aunque sea un efecto colateral y no previsto: el acercamiento al sentir, a las vivencias y a las particulares perspectivas del otro. Pero este proceso puede ser también en dos direcciones. La explosión mediática y la difusión de la tecnología occidental puede tener en otros pueblos un efecto trasgresor y revolucionario, pues con ello Occidente también ha exportado o reforzado la noción de la dignidad, el valor del respeto a la persona y a sus derechos (individuales y

colectivos).

La globalización mercantil sería, tomada aisladamente, nociva para la noción de la autonomía en tanto que puede suponer, como de hecho ocurre, usar al otro como simple instrumento al servicio del enriquecimiento económico de empresas multinacionales. Pensemos si no en el trabajo ofrecido por éstas a los habitantes de lugares como Indonesia, Tailandia o cualesquiera otros en los que hasta los menores son usados como mano de obra barata sin las mínimas garantías laborales. Paradójicamente, de ello tenemos noticias gracias a ciertos medios (de difusión más o menos escasa o restringida) que operan como altavoz de lo que entendemos como trato injusto o indigno a la persona.



La globalización económica empieza a verse acompañada por una nueva globalización, la de los derechos, y en este sentido el cometido de los medios de comunicación es y puede ser impagable éticamente hablando. El pesimismo de la globalización comercial puede ser puesto en duda al hacer su entrada el relativo optimismo de la otra globalización, la globalización ética y de los derechos, tanto más necesaria cuanto más a faltar la encuentre la ciudadanía y cuanto más emergente sea una conciencia transnacional o cosmopolita (representada curiosamente por algunos movimientos antiglobalización).

En la construcción de esa ciudadanía cosmopolita, los productores y usuarios de los medios tienen un horizonte al que no han de renunciar. A este tipo de ciudadanía, forjada y favorecida por un uso autónomo de los medios, la vamos a denominar ciudadanía mediática, vinculada obviamente a la autonomía mediática. Pero si la primera se centra en la dimensión social y política de la libertad, la segunda alude a su dimensión moral, más íntima y profunda.

Necesidad de articular la ciudadanía (autonomía) mediática

En efecto, la ciudadanía mediática podría ser definida como la condición de la persona según la cual ella misma es capaz de procurar su libertad y su autorrealización con el concurso de la tecnología mediática y frente a los poderes mediáticos que pueden imponer una u otra forma de vasallaje en el pensamiento.

En nuestras sociedades hipercomunicadas y globalizadas es más patente que nunca la importancia de informaciones usualmente veladas a la ciudadanía y la opinión pública, como por ejemplo la que se refiere a los usos indignos de los "tiburones" del capitalismo financiero, por decirlo suavemente, hoy en día por fortuna cada vez más al descubierto gracias al vehículo de transmisión pública que supone Internet. Personajes sin escrúpulos morales cuyos desmanes cabe sacar a la luz; personajes a los que cabe poner nombres y apellidos. Por ejemplo, Paul Singer, Jay Newman o Michael Sheehan, grandes especuladores bursátiles dedicados a comprar la deuda de países pobres a precio de saldo para después revenderla impositivamente a los mismos países, respaldados por sentencias de tribunales de países ricos, con la complicidad y la bendición de organismos internacionales y del G8 (Vidal-Beneyto, 2010: 255).

En este sentido, el desarrollo de la ciudadanía mediática confluye con el de otro tipo de ciudadanía, la económica (Cortina, 2002). Dentro de esta asociación tan natural entre ambos tipos de ciudadanía, es hoy insoslayable la tarea de informar y de estar informado acerca del origen, calidad, procesos de manufacturación y distribución, etc. de los productos de consumo. Saber, por ejemplo, que un producto

ha sido elaborado de acuerdo con las medidas de respeto medioambiental, o evitando el trabajo abusivo o la explotación infantil, o la producción realizada en condiciones laborales y salariales dignas... Al fin y al cabo, la ciudadanía mediática (al igual que la social o la económica) pretende agrandar el significado y radio de acción de la libertad a los ciudadanos, sobre todo frente al significado de libertad impuesto y encorsetado del neoliberalismo actual. Ser libre no es, obviamente, solamente o principalmente tener libertad para comerciar y realizar negocios sin cortapisas o regulaciones del Estado; ni la libertad individual ante la inexistencia de un control mínimo –por parte de gobiernos e instituciones políticas internacionales– a las transacciones financieras, es decir, la libertad absoluta de los flujos internacionales de capitales; ni la ausencia de regulación a los tipos de interés bancario...

Ser libre y ejercer plenamente la ciudadanía significa muchas más cosas. Por ejemplo, (1) la posibilidad real de participar en acciones o iniciativas de relevancia pública (libertad estrechamente unida a la ciudadanía política), para lo cual un buen uso de los medios de comunicación es esencial, sobre todo en el entorno de las redes sociales, tal como hemos visto recientemente en España con el Movimiento 15 M y meses antes con las revueltas de Túnez, Egipto, Marruecos, Siria...

(2) Libertad también alude a la capacidad para llevar adelante el propio proyecto de vida, aquel que nos autorrealiza, una vez garantizadas las condiciones sociales y económicas para ello. A esta forma de libertad se la ha denominado, desde los trabajos del Nóbel de economía A. Sen, libertad como desarrollo, y en la libertad así entendida es clave la capacidad de la persona para aprovechar del mejor modo la información que los medios ponen a su alcance.

(3) En los últimos años se está extendiendo otra potente significación de la libertad, en referencia a aquella situación deseable en que los ciudadanos no sufren dominación, sobre todo la ejercida por poderes arbitrarios. Esta forma de libertad entendida como no dominación (así la denomina Ph. Pettit, su principal patrocinador) es la libertad para vivir y participar en sociedad sin coacciones arbitrarias, superando los posibles manejos de personas, grupos o instituciones (administración, medios de comunicación)... que de un modo despótico usan y abusan de su posición de poder respecto del resto de ciudadanos.

En lo que respecta a los medios de comunicación, en un Estado no puede imponerse un medio anulando las iniciativas de los demás, sobre todo cuando usa esa posición para desinformar, manipular o subinformar siguiendo los dictados de intereses particulares. Así, es fundamental para la libertad contar con medios transparentes, plurales y en constante búsqueda de la imparcialidad, eminentemente en la búsqueda y denuncia de

casos de explotación, extorsión, corrupción o injusticia. Al fin y al cabo, esta es una de las funciones que legitima socialmente la existencia de las empresas comunicativas en sociedades democráticas, aparte de beneficios o bienes externos de su actividad empresarial.

En definitiva, la riqueza semántica del término libertad es un asunto de vital importancia en sociedades con profunda vocación democrática, riqueza que aplicada al ámbito de la cultura mediática nos invita enseguida a redefinir el concepto de autonomía. De ahí la conveniencia de hablar de autonomía mediática, de un nuevo referente educativo y ético para vivir como ciudadanos de pleno derecho en un mundo global e intercomunicado.

Referencias bibliográficas

- Conill, J.** (2006). Horizontes de economía ética. Madrid: Tecnos.
- Conill, J. y Gozávez, V.** (coord.) (2004): Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A.** (2002). Por una ética del consumo. Madrid: Taurus.
- Cortina, A.** (2010). Las raíces de la democracia. Valencia: Universitat de València.
- Gozávez, V.** (2000). Inteligencia moral. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Gozávez, V.** (2011): Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital. *Comunicar*, 36, v. XVIII, 131-138.
- Gubern, R.** (2000). El eros electrónico. Madrid: Taurus.
- Kohlberg, L.** (1984). Psicología del desarrollo moral. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Maestre, A.** (ed.) (2007): ¿Qué es la Ilustración? Madrid: Tecnos.
- Otte, M.** (2010). El crash de la información. Madrid: Ariel.
- Pérez Tornero, J. M.** (coord.) (2000). Comunicación y educación en la sociedad de la información. Barcelona: Paidós.
- Pérez-Tornero, J. M. y Varis, T.** (2010). Media Literacy and New Humanism. UNESCO, Institute for Information Technologies in Education.
- Pettit, Ph.** (1999). Republicanismo. Una teoría sobre la libertad y el gobierno. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez Uribe, H.** (2008). Medios de comunicación y educación. La perspectiva radial. Popayán: Instituto Tecnológico de Educación Superior de Comfacaucá.
- Sebreli, J. J.** (2007). El olvido de la razón. Barcelona: Debate.
- Sen, A.** (2000). Desarrollo y libertad. Barcelona: Planeta.
- Sunstein, C. R.** (2003). República.com. Internet, democracia y libertad. Barcelona: Paidós.

Vidal-Beneyto, J. (2010). La corrupción de la democracia. Madrid: Catarata.