



*Construyendo ciudadanía, responsabilidad social de los medios de comunicación ante los nuevos espacios de participación*

*José Manuel Moreno Domínguez*

Universidad de Sevilla  
josemanuelmore@hotmail.com

«En el gran esquema industrial concebido por los patronos de las empresas de entretenimiento, puede constatarse ya que la información se considera antes que nada una mercancía, y que este carácter predomina ampliamente respecto a la misión fundamental de los media: aclarar y enriquecer el debate democrático».

Ignacio Ramonet

«Educar da a la vez razón y sentido, contenido y programa, a los grupos ciudadanos. Y se convierte en un elemento clave para la democratización de la sociedad».

Paulo Freire

El presente trabajo pretende recuperar el debate sobre la función social de los medios de comunicación en un momento en el

que el sistema económico neoliberal y la propia dinámica de introducción de nuevas tecnologías han aparcado esta discusión en beneficio de los índices de audiencia y de la continua renovación formal. Para ello, se realiza un análisis de cómo ha evolucionado el concepto de espacio público hasta llegar a las nuevas posibilidades que ofrecen los nuevos sistemas de información y comunicación como centros de transformación social.

La propuesta que se extrae no es volver a incidir en los cambios que son necesarios para mantener el principio de responsabilidad social que se le atribuye a los medios y que, pese a la influencia cada vez mayor que cobran, ha quedado marginado frente a los intereses de las grandes corporaciones. Sino la idea sería establecer de la mano de las nuevas posibilidades de la comunicación un espacio de participación ciudadana que transforme desde abajo el funcionamiento excesivamente institucionalizado de nuestras democracias representativas.

En este sentido, hay que fomentar la apropiación ciudadana de los medios de comunicación para devolverles a éstos su valor social, su dimensión política; hay que recuperar para el debate la responsabilidad que los determina y la función pedagógica que representan. Para ello, debemos pensar qué individuos estamos construyendo en nuestra sociedad para, de esta forma, encontrar el lugar apropiado desde donde los medios de comunicación como vínculos sociales insustituibles, aporten en su dinámica nuevos deberes y responsabilidades.

## **Introducción**

La sociedad de la información ofrece una oportunidad extraordinaria, pero también un desafío enorme ante el que tenemos que reaccionar activamente. De ahí que debemos debatir intensamente como está desarrollándose nuestra sociedad en el marco de un nuevo orden comunicativo, y cómo puede transformarse en vista de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías o *new media*.

Como ha señalado Díez-Hotleiner (2000), presidente del Club de Roma, «los efectos positivos de los nuevos medios y de las tecnologías de la información pueden ser ampliados y sus consecuencias negativas mitigadas gracias a una democracia participativa, a un sentido de responsabilidad y conciencia, al ejercicio de derechos y deberes y a la capacitación de toda

la ciudadanía». En la medida en que esto se produzca, conseguiremos que la sociedad futura no acentúe las desigualdades y ofrezca una igualdad de oportunidades similar a todos sus integrantes.

El problema que nos encontramos es que cada vez los medios de comunicación (y también ya las telecomunicaciones) se encuentran en pocas manos, pertenecen a grandes grupos mediáticos que ejercen una influencia decisiva en las decisiones políticas y en la situación de la economía mundial. La cuestión es que estos consorcios empresariales defienden intereses particulares y propios de sus accionistas, y difícilmente pueden ni siquiera aparentar que representan los objetivos de la comunidad. Se produce así, el desequilibrio que ha primado el sistema neoliberal donde la comunidad queda en manos del Estado que, a su vez, se ve disminuido por el poder del mercado.

Sin embargo, en la cuestión de los medios, el problema no radica tanto en la titularidad de éstos, como en las demarcaciones acerca de su función social y en el establecimiento de cautelas legales que impidan un desequilibrio abusivo entre los actores del proceso mediático. Aquí reside el objetivo de nuestro trabajo que, a partir del análisis de todo el contexto que rodea a los *media*, pretende recuperar la importancia que éstos tienen en cuanto agentes democratizadores y educadores de la ciudadanía.

El secuestro de la función social de los medios tiene como resultado una profunda transformación de la consideración del objetivo final de los mismos, es decir, el receptor o la audiencia. A la que se priva en la actualidad, en buena medida, de la consideración de su condición cívica, como sujetos de derechos políticos y públicos, para magnificar su condición privada de consumidor, dentro de un esquema básicamente sujeto a las leyes de la oferta y la demanda.<sup>1</sup>

## **1. El espacio público: contradicciones pasadas, esperanzas futuras**

Podemos decir que el espacio público moderno entendido como tal, nace con la Ilustración y ha tenido perspectivas filosóficas y políticas muy diferentes que han inten-

---

<sup>1</sup> Para ampliar esta idea consultar GARCIA CANCLINI, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos*. México, Grijalbo.

tado ubicarlo dentro de las sociedades contemporáneas. Lejos de hacer un recorrido histórico por su evolución parece ineludible destacar los principales cambios que se han producido en él, para llegar a la concepción actual y a su futura naturaleza, principal aspecto que nos interesa desarrollar.

Con la llegada de las democracias masivas (unidas a los medios masivos de comunicación), se producirá la gran mutación del espacio público, cuando empieza a diluirse lo privado y lo público en el elemento de lo social. La opinión pública ya no designará a esa minoría burguesa ilustrada que se diferencia intelectualmente de la masa confusa e inculta que forma el vulgo. Ahora, esta «opinión pública» pasará a designar más bien a una masa segmentada, de opiniones particulares en las que se expresan intereses divididos y hasta conflictivos (Ferry, 1992).

El problema es que este grupo de opiniones se reduce cada vez más, al ser consideradas en muchos casos por los medios como un único público igualitario al que hay que llegar desde el punto de vista de la empresa comunicativa. Dejándose de lado, por tanto, la consideración de la ciudadanía como la voz legítima de los diferentes colectivos que la conforman. De esta forma se cierra el paso a lo que el sociólogo portugués Santos (1994) ha denominado como la «formulación de la voluntad general bajo las ideas de participación y solidaridad». Si a esto le unimos la falta de conciencia política como obligación de todo ciudadano nos encontramos en un paisaje que limita la implicación social de cada uno de los individuos que componen cualquier comunidad.

Para Wolton (1992) tres son los actores que entran en juego en las democracias masivas contemporáneas: los gobiernos, los medios de comunicación y las encuestas o los institutos de sondeos. A nuestro entender, son los medios de comunicación como parte del entramado empresarial, los que actualmente definen con su agenda de contenidos, cuáles son los temas de interés público y los que a su vez establecen un control mediático en la sociedad. Por lo que se hace necesario un replanteamiento de su responsabilidad social, como actores principales de este proceso. En este sentido, parece claro que no puede existir una democracia masiva sin la consideración de la opinión pública y ésta es inseparable de un proceso comunicacional, tanto en su constitución como en su expresión.

En cuanto al papel de los sondeos o encuestas de opinión, no creemos que cumplan ese papel de megáfono de

las reivindicaciones y reacciones ante el poder de la opinión pública, del que habla Wolton. En primer lugar, porque estas encuestas son en la mayoría de los casos manipuladas según qué intereses o, simplemente, utilizadas desde un punto de vista parcial. En segundo, porque la propia velocidad de información y renovación de contenidos en los medios de comunicación, hace que las conclusiones de las mismas se alejen de la realidad.

Y, por último, parece evidente que en la escena social existen manifestaciones autónomas (aunque parciales) de una opinión pública que se moviliza sola mediante agrupaciones sindicales o asociativas, movimientos sociales, manifiestos políticos y acciones públicas, que transmiten una opinión auténticamente más pública que el conglomerado estático de opiniones e intereses individuales dirigidos que autodenominan «opinión pública» los institutos de encuestas.

Según Habermas (1984), con el acceso de la mayor parte de la población al sistema de consumo y, como resultado, la llegada de los medios de comunicación de masas se pondrá fin al monopolio de la clase burguesa de la opinión pública. Sin embargo, este acceso se produce de la mano de condicionantes que limitarán el carácter crítico de la sociedad para someterla más bien al control y adoctrinamiento de los que tienen el poder sobre los medios, eliminándose de esta forma el peligro que supondría una esfera pública crítica que podría incorporar a colectivos sociales no comprometidos con el orden establecido. Se produce así lo que Jean-Marc Ferry ha denominado como la subversión del reino de la crítica por un reino mucho más frágil y manipulable: «el reino de la opinión».

No es que la discusión pública –dice Habermas– esté condenada a desaparecer, sino que en vez de tratarse espontáneamente a partir de experiencias privadas, la discusión es asumida, organizada, administrada, etc. No nos debe extrañar, por consiguiente, el éxito que está teniendo la fórmula sensacionalista de hacer periodismo o los formatos de programas que triunfan en la televisión. Además, el acceso a tales foros de debates se realiza en muchos casos a través de pago, lo que refuerza mucho más su teoría de la transformación de la cultura en mercancía. Cada vez se llega con los nuevos medios de comunicación a una exploración mayor del acontecimiento, del hecho periodístico como mercancía o materia del propio periodismo y se alejan de la expresión de opiniones, como instrumento crítico en nombre de la razón.

Aparece así, lo que Dominique Wolton denominaría la «tiranía del acontecimiento» en el periodismo contemporáneo, que nos presenta los hechos con una ficción de imparcialidad y cercanía y nos hacen pensar que por el hecho de vivir los acontecimientos en directo ya estamos preparados para comprenderlos, sin necesidad alguna de análisis. Se transfiere, por tanto, para el público la responsabilidad de formarse un juicio. «Pero aquello que tiene la apariencia de un campo de libertad, que sería el del público con capacidad de comprender y juzgar, está de hecho expuesto a un sin número de manipulaciones cuando no incluye un espacio crítico» (Cornu, 1994: 94).

Sin embargo, la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación están poniendo de relieve una serie de características nuevas que configuran lo que se ha denominado la sociedad global de la información. El desarrollo de la industria del satélite, así como el progreso de las redes telemáticas y de la televisión por cable, han permitido alcanzar cotas de velocidad y alcance nunca antes conocidas, lo que nos sitúa ante un panorama comunicativo completamente nuevo que repercute sin duda en la esfera de lo social.

Esta transformación está siendo excluyente en muchos casos y la preponderancia del beneficio empresarial sobre estas condiciones sociales está provocando consecuencias significativas en la nueva economía de la comunicación como la reducción de puestos de trabajos, la precariedad de los contratos o la jerarquización de clases según la oportunidad de acceso, etc. Se crea entre los que se adaptan a este modelo y los que se ven absorbidos por él lo que se ha venido a llamar la brecha digital o la sociedad de las dos velocidades.

Según este nuevo panorama, podemos decir con una mezcla de pesimismo aunque con esperanza para el futuro, que «estamos en el umbral de constitución de una nueva esfera pública, articulada por Internet y por los medios masivos de comunicación internacionalizados que retoma el carácter crítico, pero restringido, de la esfera pública burguesa de los siglos XVIII y XIX (con las mismas reglas de exclusión: poder económico y conocimiento)» (Bolaño, 2002). El problema es cómo hacer llegar este proceso a la mayoría de la sociedad, que puede quedar anclada en el paradigma de la cultura de masas, de la manipulación y del Estado nacional, que pierde con el neoliberalismo, buena parte del poder de decisión en materia de política económica, a favor de los organismos multilaterales que representan el poder de los oligopolios industriales y financieros.

César Bolaño apunta además, otra tendencia presente en el actual desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs): la informatización general de la sociedad. «Todos los procesos productivos y comunicativos, domésticos e institucionales, pasan a ser mediatizados por estas tecnologías y por las redes telemáticas». Una de las consecuencias de este proceso es la constitución del ciberespacio que se presenta como la base de la nueva esfera pública global de la que hablamos.

Porque este espacio contribuirá a la identificación de una nueva categoría de ciudadanos, una especie de ciudadanía del ciberespacio, con capacidad de autoorganización, reglas particulares y comportamientos comunes. Todo esto permite imaginar la existencia futura de un Estado virtual, lo que Javier Echevarría ha denominado el *tercer entorno*<sup>2</sup>, con sus propios ciudadanos, sus propias relaciones de poder, sus propios objetivos y su propia y legítima soberanía. Es en este nuevo entorno donde tendremos que apostar por un espacio público de participación transparente y democrática.

Es importante destacar el aspecto de la participación ya que este mundo de las nuevas tecnologías corre el peligro de convertirse en un espacio aislado que se utilice como válvula de escape a la realidad social que nos rodea. Así, mientras la cibercomunidad naciente encuentra refugio en la realidad virtual, las ciudades tienden a convertirse en inmensos desiertos llenos de gente, donde cada cual vela por sí mismo y está cada uno metido en su propia burbuja.

En este sentido el espacio público posibilitado por las nuevas tecnologías de la información aumenta el espectro de posibilidad de una acción colectiva local capaz de generar un impacto global, es decir, que vaya más allá de los límites de una determinada comunidad. A través de este espacio, la acción colectiva de grupos articulados en torno a la llamada «globalización desde abajo» (*globalization from below*), permite a ciudadanos comunes, especialmente aquellos de países con menos recursos, construir vidas a las que nunca llegarían bajo los límites del tradicional Estado-Nación.

---

<sup>2</sup> Recogido en la conferencia que pronunció Echevarría durante el *I Seminario de Comunicación y Desarrollo* celebrado en Sevilla en Noviembre de 2001. Este nuevo espacio social provocado por las TIC, según el autor vendría a trascender los dos entornos anteriores: el campo y la ciudad como bases de la sociedad agraria y la sociedad industrial.

La globalización desde abajo es el proceso a través del cual la gente aprovecha el desarrollo de los medios de comunicación y transporte, no sólo para moverse o cruzar fronteras territoriales, sino para sustentar nuevos grupos de acción colectiva globales, capaces de contrarrestar el poder y los efectos producidos por la globalización económica y la acción de corporaciones transnacionales. Se trataría en este caso, apoyados por Internet, de pensar localmente en la definición de problemas, necesidades y demandas, para actuar globalmente en la creación de redes de apoyo y soporte transnacional, articulando actores capaces de generar cambios sociales locales necesarios para construir una sociedad más justa, plural e igualitaria<sup>3</sup>.

## **2. La responsabilidad social de los medios. Democracia y pedagogía a través de la participación**

Si queremos facilitar la gobernabilidad de las sociedades no podemos olvidar que hoy día los medios de comunicación social se erigen en parte fundamental de la gestión del poder. Podríamos decir, por tanto, que la comunicación es hija fiel del modelo de gobierno de la sociedad, entendido este modelo no como simple mecanismo de legitimidad o técnicas de consenso, sino como viabilidad de un proyecto: se gobierna según qué sociedad se quiere estructurar y según esta sociedad tendremos unos u otros medios de comunicación. En este sentido, nadie duda del papel primordial que juegan los medios de comunicación, aunque no todos plantean un proyecto de desarrollo igual para los mismos.

El derecho a la información es una demanda que siempre se ha encontrado en el centro de la lucha social. A medida que los tiempos han ido cambiando y que se han ido transformando los contextos socio-políticos, este derecho ha recibido distintos nombres: libertad de opinión, libertad de expresión, libertad de prensa y, como muchos reclaman ahora, derecho a la comunicación.

Veamos algunas consideraciones que creemos necesarias con respecto a este derecho en la sociedad actual. En primer lugar, podríamos decir que se ha olvidado la participación del receptor en el proceso comunicativo. Si la consecución fue

---

<sup>3</sup> Esta idea es uno de los principales temas que se abordó en el *II Congreso Mundial de Redes Ciudadanas*, que tuvo lugar en Buenos Aires durante los días 5, 6 y 7 de Diciembre de 2001.

que no sólo se considerase la posibilidad de opinar de expresar, sino que también se recogiese el derecho que todo ciudadano tiene a recibir una información veraz, imparcial, que pueda ser de interés general, ahora parece que el ciudadano no puede pedir cuentas a nadie. Ya que se ha convertido en simple usuario de la información y no en parte activa del proceso comunicativo.

En este sentido, tendríamos que seguir reivindicando lo que Aron definía *como freedom to*<sup>4</sup>, es decir, la participación del ciudadano en la administración de los asuntos locales y en la gestión pública. Y si se ha producido un trasvase de poder a los medios de comunicación, la cuestión radicaría en crear unos medios más interactivos, donde el ciudadano participe y no figure simplemente como un número en la audiencia.

Sin embargo, se impone por otro lado, un regreso originario al *freedom from*. Conviene recordar que en muchos casos la libertad no se juega en las decisiones, sino en los ejercicios de interpretación. Y las democracias tienden a estancarse en la suposición de que el estado libre es aquel que permite decir lo que se piensa, olvidando la necesidad de pensar libremente lo que se dice o lo que se elige. Juan de Mairena, el conocido *alter ego* de Antonio Machado, lo dejó dicho en uno de sus apuntes: «la emisión del pensamiento es un problema importante, pero secundario, y supeditado al nuestro, que es el de la libertad del pensamiento mismo».

Hace unos años publicaba *El País* los resultados de una encuesta en la que el ochenta por ciento de los jóvenes japoneses preguntados, coincidía en afirmar que habían sido los rusos los responsables de las dos bombas atómicas caídas sobre su país. ¿Dónde empieza entonces la libertad de expresión? El problema es que vivimos en un mundo dónde todo se nos presenta con claridad «ante nuestros ojos». Todo está claro, expuesto a valores y verdades iluminadísimas, todo es tan evidente que da pereza utilizar el pensamiento o el espíritu crítico.

En este sentido, fomentar a través de los medios de comunicación un espacio de pensamiento crítico que se vincule políticamente a las prácticas sociales de la ciudadanía no debe destinarse únicamente a hacer visible problemas sociales o grupos marginados, sino más bien a reivindicar un cambio

---

<sup>4</sup> Citado por Daniel CORNU (1994: 78).

democrático donde los ciudadanos no sean consumidores sino sujetos activos de los procesos de comunicación.

De este modo, considero que la recuperación del espacio público (el nuevo que crean las TICs) como lugar de participación ciudadana, no se puede limitar a la posibilidad de dar «presencia» (Sassen, 2003) a los más desfavorecidos en cuanto voces discordantes y de reivindicación. Ya que, así, lo que se hace es marcar mucho más la diferencia entre un lugar donde se ostenta el poder (sea el estado, las instituciones, etc.) y unas prácticas sociales destinadas a paliar y solventar desde el individuo los problemas coyunturales que se presentan. Como señala Gamuza (2002: 66) «cuando la participación en la esfera pública tiene un contenido primordialmente reivindicativo, se construye un espacio público siempre ajeno al espacio propio, en cuanto aquel es contemplado como mero donador. La acción implícita en dicho movimiento social supone una participación en esencia instrumental y, por extensión, implica un espacio público eminentemente instrumental, que lo vacía de significado y sentido».

Quizás, habría que plantearse más bien, si la democracia delegativa o de representación no está dando legitimidad a unos actores públicos concretos que limitan lo político a acciones que se convierten finalmente en una competencia de intereses particulares. El sistema deja claro que «verticalmente se gana la representatividad y horizontalmente se compite por ella» (Ibídem).

En este caso, se trataría, por tanto, de recuperar la práctica política de la ciudadanía como acción social que no se limita a entrar en estos procesos de interés y competencia o en el ejercicio del voto, sino que se extiende a todas las dimensiones de la práctica social. En palabras de Savater (1998: 26-27) «la política son muchas cosas, no sólo las elecciones, ni los cargos públicos (...) sino también una conversación quizá debatiendo sobre sus ideas, un padre o una madre que educa a sus hijos, la labor del profesor de la escuela, los medios de comunicación; todo ello son también actividades políticas en el más noble y necesario sentido de la palabra. Son actividades que crean ciudadanos con valores, con capacidad de intervenir, de decidir».

Por estos motivos, hoy se reivindica el derecho a la comunicación como capacidad básica para organizar espacios públicos sólidos y una democracia genuinamente participativa. Pero, este derecho no podemos reducirlo a la simple transfe-

rencia tecnológica, ya que la tecnología no crea por sí misma la igualdad. También deben abordarse y, este es el gran desafío para los encargados de dictar políticas comunicativas, cuestiones económicas, legales y culturales.

Sin embargo, para transformar los espacios públicos, primero hay que cambiar las conciencias individuales y, en este sentido, llevar a cabo una política de educación que pasa necesariamente por tener en cuenta los medios de comunicación. «Convertir la televisión en asignatura escolar es el mayor favor que podemos hacerle al espíritu humanístico de la enseñanza», lo decía el poeta Luis García Montero en un artículo publicado en *El País*. Claro, si entendemos las Humanidades no como un conjunto de saberes arqueológicos, sino por un esfuerzo de libertad en el conocimiento, de responsabilidad ética, de capacidad personal en la interpretación.

Llevar la libertad a los ojos resulta una tarea imprescindible, pero para ello es fundamental un proceso intenso de formación. Sin el conocimiento necesario nadie puede decodificar los mensajes que le llegan, por eso muchos autores hablan de la necesidad de una «alfabetización audiovisual», de enseñar a tener las herramientas necesarias para dar un uso crítico a los medios de comunicación y un acceso igualitario a las aplicaciones de las nuevas tecnologías.

Como muy bien ha apuntado Pinto (1994: 117), el hecho de abrir la escuela a los medios de comunicación supone un gran paso en tres sentidos:

- ◆ Hacer de los problemas y conflictos (también virtudes o funciones) de los medios, problemas de la escuela, principalmente en todo lo que se refiera a su función pedagógica.
- ◆ Abrir la escuela al mundo de los alumnos, es decir, tener en cuenta sus conocimientos, influencias y experiencias relacionadas con los *media*, creando las condiciones necesarias para romper la vieja idea de un sistema educativo alejado de las trivialidades mediáticas.
- ◆ Llevar la escuela hacia la innovación educativa, no simplemente en el plano de los contenidos sino, sobre todo, en lo que se refiere a procesos y metodologías.

Hay que devolver a los medios de comunicación su valor social, su dimensión política, hay que recuperar para el debate la responsabilidad que los determina y la función pedagógica que representan. Para ello, debemos pensar qué indivi-

duos estamos construyendo en nuestra sociedad para, de esta forma, encontrar el lugar apropiado desde donde los medios de comunicación como vínculos sociales insustituibles, aporten en su dinámica nuevos deberes y responsabilidades.

En este sentido, no podemos sucumbir al sesgo ideológico de ciertas posturas posmodernas donde el «todo vale, aunque de nada sirva» parecen otorgar una resignación y un valor anticuado a cualquier discusión que retome los valores del pasado y vuelva a infundirlos al debate de la actualidad. Quizás, hoy más que nunca, tendríamos que ir a la base de los planteamientos de nuestra sociedad, de la estructura de funcionamiento de nuestras democracias para plantearnos reconstruir este modelo desde la práctica de la ciudadanía.

Así, como afirma Barcellona (1992) quizás el reto del mundo moderno se encuentre en gran parte en el proyecto de destruir la comunidad basada en la autoridad de los principios de la raza, la clase o el género, para construir una nueva comunidad a partir del hombre en abstracto que, como ha señalado Fernando Savater, no tiene nada más relevante que el hecho de haber nacido «humano».

## Referencias

BARCELONA, P. (1992): *Postmodernidad y comunidad*. Madrid, Trotta.

BOLAÑO, C. (2002): «Trabajo intelectual, comunicación y capitalismo», en SIERRA, F.: *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla, Comunicación Social.

CHOMSKY, N. y RAMONET I. (1993): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.

CORNU, D. (1994): *Jornalismo e Verdade*. Lisboa, Instituto Piaget.

DÍAZ NOSTY, B. (1995): *Los medios y la hipótesis de la democracia degradada*. Universidad de Málaga, Málaga.

DÍEZ-HOCHLEITNER, R. (1998): «El comienzo de un debate», prólogo de CEBRIÁN, J.L.: *La Red*. Madrid, Suma de letras.

FERRY, J.; WOLTON, D. y OTROS (1992): *El nuevo espacio público*. Barcelona, Gedisa.

GALEANO, E. (1998): *Patatas arriba: la escuela del mundo al revés*. Madrid, Siglo XXI.

GANUZA, Ernesto (2002): «Poderes locales y procesos participativos: los presupuestos participativos (Córdoba)», en LORENZANA, C.: *Tomamos la palabra. Experiencias de ciudadanía participativa*. Madrid, Icaria.

HABERMAS, J. (1987): *Teoría de la acción comunicativa*. Tomo II. Madrid, Taurus.

HABERMAS, J. (1984): *Mudança estrutural da esfera pública*. Río de Janeiro, Tempo Brasileiro.

MARTÍN-BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.

PINTO, M. y OTROS (1993): *Escola e comunicação social: Desafios e propostas de acção*. Braga, Universidade do Minho.

PINTO, M. (1994): *O currículo escolar e os media. Educar para um uso crítico dos meios de comunicação social*. Braga, Universidade do Minho.

QUIRÓS, F. (1998): *Estructura internacional de la información*. Madrid, Síntesis.

SANTOS, B. (1994): *Pela mão de Alice: O social e o político na pos-modernidade*. Porto, Afrontamento.

SASSEN, S. (2003): *Contrageografías de la globalización: Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid, Traficantes de Sueños.

SAVATER, F. (1998): *Ética, política, ciudadanía*. México D.F. Grijalbo, Casa Editorial y Causa Ciudadana.

SIERRA, F. (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*. Sevilla, Editorial Mad.

RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.

RAMONET, I. (1998): *Un mundo sin rumbo*. Madrid, Debate.

VÁZQUEZ, A. (2000): «Globalización y democracia» en la revista *Glocal* nº 2 Edición electrónica, mayo de 2000.