

di **a** logos DE LA COMUNICACIÓN

Edición **93**

## ¿Autonomía o subordinación mediática? La formación de la ciudadanía en el contexto comunicativo reciente

### Autonomy or media subordination? Citizen formation in a contemporary communicative context

Ignacio Aguaded-Gómez (Universidad de Huelva, España)

Mari Carmen Caldeiro-Pedreira (Universidad Pública de Navarra, España)

**Resumen:** La presencia de múltiples formas de comunicación y el trasiego tecnológico justifican el desarrollo de la ciudadanía mediática. En la emergente sociedad digital la convivencia con los medios y la comprensión de la información que emiten resulta básica y fundamental. Conscientes de ello se establece la formación como matriz para el desarrollo de la autonomía mediática. Teniendo en cuenta que la situación comunicativa determina y condiciona el alcance de la personalidad moral de los sujetos, en la investigación se revisa el pensamiento de los principales autores que centran su interés en el desarrollo de la misma. Además, se contrastan diversas posturas que sirven para certificar la necesidad y alcance de la autonomía tanto por parte de los receptores como de los emisores de la información. En el trabajo se justifica la necesidad de la alfabetización de la ciudadanía para el desarrollo de la actitud crítica de los denominados “emirec”; personas capaces de analizar los contenidos audiovisuales, a los que están expuestos, actualmente denominados «prosumer”.

**Abstract:** The presence of multiple communication forms and technology transfer justify the media citizenship development. In the emerging digital society, citizens have to live with the media and they must understand audiovisual contents. Aware of it we set formation as a model for the media autonomy development. The communicative situation determines and it influences the citizenship moral character. Thus, in this research, we revise the thought of the main authors who focus their interest in the moral character development and we contrast different positions that certify the need and scope of autonomy by receptors and issuers information. This research justified the relevance of citizenship training and learning as a way to reach critical subjects called “emirec”, this is people who can analyze the main audiovisual contents that they are exposed, people who it is able to understand audiovisual information and who can produce contents autonomous, now called «prosumer”.

**Palabras clave:** Sociedad comunicativa, Autonomía Moral, Ciudadanía Mediática, Convivencia.

**Keywords:** Communicative society, moral autonomy, media citizen, coexistence.

## 1. Introducción

El término ciudadanía se enmarca en la sociedad de la globalización desarrollada, según Porto (2010), en un espacio donde las personas y las cosas viajan a velocidades, hasta hace poco tiempo, impensadas.

El surgimiento y profusión de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), favorece la presencia de múltiples culturas en un mismo espacio en el cual, no siempre, cohabitan. La interactividad, las tecnologías o los multimedia protagonizan la era audiovisual donde crece de forma exponencial el número de pantallas y medios que permiten la comunicación y participación.

Para Barroso (2009), las TIC contribuyen directamente en el proceso de comprensión espacio-temporal: asimismo nos acercan a gran velocidad con gente en lugares remotos al tiempo que posibilitan la comunicación al instante. Además de ello favorecen la divulgación de la información que condiciona y determina los estados de opinión de la audiencia<sup>1</sup>; por ende, es necesario el control legislativo y personal.

En un momento caracterizado por el desarrollo comunicativo y digital impera la necesidad de sujetos que posean habilidades para interactuar, libres y autónomos, capaces de “promover el contacto del individuo con un mundo de valores que no es menos real que la definición de la convivencia humana” Gordillo (2006). Por este motivo y siguiendo a Gil, Ballesteros, Mata y Sánchez (2016) resulta imprescindible la formación y capacitación de la ciudadanía que ha de ser capaz de superar el impacto de los contenidos y la subordinación mediática.

La existencia de múltiples espacios donde conviven hombres y mujeres certifica su necesario aprendizaje integral. Este argumento adquiere valor en una situación que se desarrolla en la era audiovisual y mediática donde conviven múltiples pantallas y medios que, desde tiempos inmemorables, han ido adquiriendo repercusión hasta convertirse en protagonistas. Actualmente los contenidos audiovisuales y digitales se entremezclan y crean sinergias para transmitir, de forma simultánea e inmediata, la información a través de los diferentes multimedia; unos hechos que se producen cuando la información difundida no muestra de forma fehaciente la realidad. Con frecuencia se alude al término veracidad que implica el alcance de personas a las que se les presupone el desarrollo de la autonomía crítica y mediática que capacita para “usar de un modo personal, crítico, instruido y libre los medios

de comunicación”, (Gozálvez y Aragón, 2011). Esta necesidad se hace imprescindible cuando los medios «aceptan y difunden (muchas veces acríticamente) multiplicidad de discursos y relatos; representan ‘simulacros’ de la realidad, dado que todo mensaje es seleccionado y transmitido como ‘verdadero’ y ‘real’ (Barroso, 2009).

Por tanto y ante estos hechos resulta imprescindible el alcance de la autonomía moral individual entendida según Christman (2009) y la participación política que se concretan en el Estado de Derecho que exige además de la presencia de autolegislación, su cumplimiento y autorrealización individual. En esta línea la participación se postula como un principio de validez universal propio de los seres racionales, opuesto a la moral heterónoma que no presupone la superación de estadios ni el alcance de la mayoría de edad entendida como la superación de niveles inferiores y el alcance del raciocinio. A ello se suma la libertad que constituye “la posibilidad de hacer o no hacer, de hacer esto o hacer aquello otro, la posibilidad de elegir” (Gómez-Pérez, 2007).

Las condiciones reseñadas determinan el crecimiento del sujeto que debe producirse en un contexto donde los actos se dirijan hacia objetivos concretos y específicos y se actúe de forma racional y responsable; en este sentido “la autonomía es responsabilidad, que la identidad moral de los sujetos es identidad de los sujetos responsables” (Etxeberría, 2001: 81).

Por ende, no debe obviarse la relación de continuidad establecida entre el derecho y las normas morales que se complementan con el fin de contribuir al alcance de personalidades activas, capaces de “elaborar libremente sus planes de vida, que puedan ser dueños de su destino, que este no pueda quedar en instancias extrañas a los citados individuos” (González-Amuchastegui, 2004: 373).

Asimismo, el entorno audiovisual actual y la situación formativa determinan el alcance de la autonomía mediática como medida que favorezca la comprensión del ecosistema comunicativo y la adquisición de una actitud reflexiva y crítica sobre la que ha de construirse la ciudadanía activa, capaz de producir y trabajar con la información y los medios de los que dispone. En este sentido, debe tenerse en cuenta que en el entorno digital actual “existen nuevas habilidades que claramente requieren de una función tutorial docente” (Yedaide y Porta, 2016). Esta función no puede relegarse a la mera transmisión de conocimientos, sino que ha de identificarse con la de un guía capaz de motivar, asesorar y acompañar al alumnado en la construcción del aprendizaje y por tanto en la conformación de su propia personalidad autónoma.

### 1.1. La adquisición de la autonomía moral en el contexto mediático

La ingente cantidad de medios y pantallas que existen en la actualidad conlleva la necesidad de sujetos *multitasking* que realizan diversas actividades de forma simultánea. Estos deben ser capaces de comprender y decodificar adecuadamente los mensajes, un objetivo que alcanzan a través del aprendizaje que les permite desarrollar la conciencia crítica y convertirse en productores autónomos de contenidos (Aguaded, Caldeiro y Rodríguez, 2015). Para ello se requiere de un proceso de alfabetización entendida según recoge la UNESCO en su web, como “un derecho humano fundamental y constituye la base del aprendizaje a lo largo de toda la vida”. En este sentido, a lo largo de las últimas décadas del siglo XX la ONU indicaba, según figura en la Resolución 56/116 aprobada por la Asamblea General sobre la base del informe de la Tercera Comisión (A/56/572) que la alfabetización resulta «esencial para lograr los objetivos de erradicar la pobreza, reducir la mortalidad infantil, poner coto al crecimiento de la población, lograr la igualdad entre los géneros y lograr el desarrollo sostenible, la paz y la democracia». Conforme avanza el tiempo y el ecosistema mediático se complejiza, surge la necesidad de hacer alusión a la alfabetización mediática “como el proceso de desarrollo de la personalidad” (Fedorov, 2011: 8). Una capacitación que la UNESCO pone en estrecha relación con la alfabetización informacional al entenderlas como «un conjunto combinado de las competencias”. En este sentido, en la sociedad digital actual, “La alfabetización mediática” significa el empleo de las habilidades de alfabetización a los mensajes de los medios de comunicación y la tecnología“ una afirmación que sostiene Ijnet, red de periodistas internacionales. La tarea de la alfabetización hace referencia tanto a docentes como a discentes e incluso a profesionales de la comunicación.

Actualmente, en un contexto marcado por los cambios y evoluciones socio-tecnológicas en el cual los medios sociales tratan de atraer la atención del receptor, se apuesta por la alfabetización del sujeto que se encuentra expuesto a “nuevas posibilidades y espacios de comunicación” (Martínez, 2016) en los cuales de manera inexcusable es perentorio ser capaz de comunicarse de forma libre y responsable con los demás. El cumplimiento de este objetivo requiere de modificaciones especialmente en las sociedades plurales actuales donde la proliferación de varios medios de comunicación que conforman el entramado social y mediático no supone su correcto uso ni su comprensión; para ello se propone además la superación de los niveles básicos del desarrollo moral. El mayor grado de autonomía y su consolidación constituyen un proceso de aprendizaje continuo donde intervienen la responsabilidad, la participación o el diálogo, entre otros. Estos elementos lo determinan llegando a confluir en el desarrollo de una ciudadanía con capacidad de análisis crítico y

reflexivo, competente para emitir juicios que superen la valoración; aseveraciones independientes, no condicionadas por factores externos o por normas impuestas que no se han contrastado previamente ni están interiorizadas para su correcta comprensión.

## **2. El desarrollo moral en el contexto comunicativo y mediático**

El ecosistema comunicativo justifica la convivencia en el contexto audiovisual donde es necesaria la adquisición de personalidades morales íntegras, idóneas para analizar la realidad social que les ha tocado vivir; sujetos reflexivos, capaces de valorar la situación presente y de desarrollar un comportamiento propio de los receptores que, a diario y de forma continua, se exponen a la información mediática. En este sentido el alcance de una ciudadanía activa, con un alto grado de autonomía mediática le permitirá adoptar posturas independientes y responsables.

Tal tarea se desarrolla en un ambiente mediático donde se asiste al cumplimiento de una serie de principios deontológicos fundamentales que constituyen la base y referencia de las actuaciones. Este condicionante se considera básico y fundamental en la sociedad de la información y los medios que proliferan en un entorno protagonizado por profesionales de la información que no siempre actúan conforme a principios objetivos y moralmente adecuados. Ante esta situación se propone la formación que capacita para el alcance del mayor grado de desarrollo moral y a su vez faculta al sujeto para pensar y actuar de forma independiente y propia.

Por ende, es necesario actuar conforme al criterio de responsabilidad que permite la consecución del pensamiento ético de carácter comunitario capaz de extrapolarse a nivel planetario. Siguiendo a Barroso (2009:1), para la consecución de tal objetivo, “se pondera el papel de una ética que sea plenamente consciente de la complejidad contemporánea”.

Además de ello son necesarias la convivencia social y mediática para las que resulta insuficiente la presencia de los medios y los sujetos en un mismo espacio. Por su parte adquiere importancia la capacitación cognoscitiva, tecnológica y la formación axiológica, emocional y de actitudes que posibiliten y favorezcan el adecuado cultivo de habilidades propias de quienes se desarrollan en un entorno donde predomina la ética de carácter público que trasciende las normas de índole jurídica. A mayores deben “incorporarse en las actitudes de los ciudadanos, convertirse en convicción y costumbre, formar parte de ese “ethos” de la sociedad” (Cortina, 2000: 784). Una realidad que se desarrolla en una sociedad donde proliferan gran número de datos y medios que contribuyen a la denominada «intoxicación informativa» (Tainta, 2003).

De forma general la realidad exige la comprensión y empleo de los variados lenguajes así como de los múltiples sistemas de transmisión de la información. Por ende y para el cumplimiento de estos objetivos resulta necesario «formar personas capaces de manejarse con autonomía en diversas y variadas situaciones y no sólo en el ámbito exclusivo del aula» (Tainta, 2003: 192).

### **2.1. Competentes en la sociedad de las comunicaciones**

La globalización trasciende el ámbito económico expandiéndose hacia el informativo llegando a establecerse como uno de los fenómenos con mayor repercusión hoy en día. Conforme ha ido avanzando el tiempo, tanto las comunicaciones como los transportes y la información han comenzado a adquirir carácter internacional y se desarrollan en un entramado donde adquiere especial relevancia y repercusión el valor de los datos. Asimismo, su tratamiento conduce hacia la necesaria toma de conciencia crítica de la ciudadanía receptora, es decir de aquellos sujetos que reciben parcialmente contenidos de diversos puntos de la geografía como si se tratase del suyo propio. Este motivo justifica su adecuada formación tanto para la interrelación socio-cultural como para el choque de datos que la ingente cantidad de contenidos audiovisuales supone.

Además de ello, el avance provocado por la evolución socio-tecnológica y de la comunicación producida en nuevos espacios requiere de la comprensión informativa y del correcto manejo de las tecnologías. En definitiva y según señalaba Jenkins (2008) el receptor debe convertirse en emirec, esto es, emisor y receptor de los contenidos. En este sentido adquiere un valor determinante la alfabetización entendida como el conjunto de habilidades que permiten el desarrollo de las seis dimensiones que han sido definidas por Ferrés (2006) y que componen la competencia mediática. Se trata de las dimensiones del lenguaje, tecnología, producción y recepción de contenidos, estética y valores cuyo alcance permite la emisión de juicios propios y críticos. Su alcance favorecerá la interacción de individuos, presentes o no en un mismo entorno al tiempo que contribuirán al fomento de su entendimiento y comprensión como elementos que permiten la participación, el diálogo y la interconexión entre quienes contribuyen a la consecución y difusión de los principales valores que constituyen el origen de toda sociedad democrática.

### **2.2. Formación y capacitación de la ciudadanía para la convivencia en el contexto mediático**

En la sociedad de la comunicación adquieren gran importancia los medios que “utilizamos cuando deseamos comunicarnos con las personas indirectamente, es decir, sin que medie contacto personal o los interlocutores se vean cara a cara” (Buckhigham, 2005: 19). Esta idea igual que la de comunicación ha ido evolucionando y cobra valor e importancia. El surgimiento de la imprenta ha contribuido al desarrollo de la comunicación entre diferentes espacios, posteriormente la electricidad, los medios electrónicos y los multimedia evolucionan llegando a configurar la denominada, “aldea global<sup>iii</sup>” germen de la moderna situación mediática y comunicativa que posibilita la transmisión de información interactiva a través de medios entendidos como elementos que favorecen los vínculos y relaciones sociales establecidas entre los usuarios que acceden de forma irregular a las TIC.

Pese a las mejoras técnicas, económicas y culturales hoy en día continúa acrecentándose la brecha entre quienes tienen acceso a la información y quienes no; en este contexto adquieren suma relevancia los derechos humanos, la libertad de expresión y el acceso a la información relacionados con la vulnerabilidad de las igualdades que se le presuponen a todo sujeto por el mero hecho de serlo. Además cobra importancia el deseo de disminuir las diferencias y la posibilidad de referirnos a la existencia de una ciudadanía global que protagonice una sociedad sin escisiones ni diferencias.

La compleja tarea implica un hito inalcanzado y los desequilibrios sociales, económicos, culturales y mediáticos constituyen una tara que, lejos de resolverse, parece acentuarse.

Como solución a la compleja situación se propone la formación y adquisición de la autonomía moral, el alcance de personalidades críticas capaces de trabajar en pro del desarrollo social y con competencias para contribuir al fomento de una ciudadanía con habilidades y actitudes que favorezcan el desarrollo de la igualdad. Todo ello en un momento cuando «es difícil mantener relaciones sociales propicias para el desarrollo de individuos libres y autónomos que sean capaces a la vez, de mantener la colaboración con grupos amplios de personas” (Gimeno, 2001: 105). Es necesario que la escuela ofrezca instrumentos para comprender las relaciones sociales de la ciudadanía que debe contar con, “un marco para orientar el desarrollo de las tendencias naturales del ser humano para vivir dentro de colectivos sociales” (Gimeno, 2001: 135).

En el ámbito de la información, la comunicación y los medios se trata de adquirir la capacidad que faculta al sujeto para utilizarlos de forma dinámica y comprenderlos. Esta tarea se complejiza debido a que, “con exceso de información se provoca la parálisis o el bloqueo” (Pindado, 2000: 34). El autor considera que existen importantes dificultades por parte del receptor a la hora de discernir la información que le interesa de la que no; esto justifica la



participación entendida como algo diferente que presupone una actitud positiva y activa frente a determinados hechos. Una situación que justifica el establecimiento de relaciones de proximidad y comprensión entre las variadas formas de comunicación que generan lazos de unión entre los integrantes de una sociedad o un colectivo.

El hecho de que la persona perciba la información y programación que las múltiples pantallas ofrecen implica cierta relación de interactividad y por tanto una determinada participación ya que interioriza los contenidos al tiempo que, “desarrolla unas habilidades mentales específicas, distintas de las que se exigen y se desarrollan en la experiencia de interacción con unos signos abstractos y estáticos” (Ferrés, 2010). El sujeto debe convertirse, siguiendo a (Orozco, Navarro y García-Matilla, 2012) en emirec<sup>iii</sup>, o en prosumer con capacidad de consumir y producir contenidos a través de las diferentes herramientas con las que cuenta. Esta función le permite participar al tiempo que fomenta el desarrollo de la sociedad Red en la cual intervienen miembros de múltiples puntos geográficos y de diferentes culturas. La tecnología se utiliza en este caso como motor de desarrollo y fomento de la participación y sirve, como señala (Ferrés, 2010: 257), para “ponerse al servicio de la simple expresión personal, de la comunicación interpersonal o de una causa que trascienda, una causa de carácter cognitivo, social o cultural”.

Se persigue el desarrollo de habilidades que propicien el conocimiento del sistema, maneras de pensar y actuar concretas con base en la comprensión y el raciocinio y enmarcadas en la responsabilidad. Para ello la UNAOC “United Nations Alliance of Civilizations” propone la educación y alfabetización mediáticas que define en su web como “nuevos métodos pedagógicos que toman en consideración las nuevas culturas emergentes de la Sociedad de la Información”. En este sentido, y siguiendo a Pina (2002), es necesario formar el sentimiento de pertenencia cuya base se sitúa en los modelos educativos capaces de incorporar nuevas formas de comprender la identidad y la ciudadanía. Conviene, como señala en el título de su obra Schujman (2004), “un cambio de mirada” que nos sitúe en el lugar del otro, tal modificación viene avalada por la formación de carácter ético que adquiere especial relevancia para el desarrollo de una ciudadanía mundial como la que pretendía Valcárcel (2002) cuando aludía al conjugado de derechos y deberes necesarios para el alcance de la igualdad y el desarrollo de las relaciones sociales entre iguales.

Para ello no basta la empatía que supone “la capacidad para ‘tomar el lugar del otro’ y entender cómo se siente o cómo piensa en un momento dado y que pretende contribuir al desarrollo de la personalidad moral del sujeto; un individuo activo que ha de poseer una serie de valores que le capacitan para la comprensión del otro y la asunción de sus

responsabilidades” (Gutiérrez, 1999: 98). Además es necesario formar a una ciudadanía participativa y dialógica, con posibilidades para intervenir y consensuar posturas; se requiere de sujetos alfabetizados, a nivel de lecto-escritura, tecnológico y mediático. Urge el desarrollo de la personalidad moral en la sociedad tecnológica donde predominan los medios de comunicación y las tecnologías concebidas para la difusión y transmisión de la información.

Por tanto conviene el alcance de personalidades morales creativas, con capacidad de análisis, sujetos racionales que alcancen las aptitudes que les permiten trabajar de forma colaborativa para la consecución de proyectos comunes. Personas que además de comprender el mundo de forma racional y desarrollar habilidades comunicativas, basadas en el diálogo y la interrelación presencial y virtual, deben mantener el ambiente ético que auspicia el dominio de las normas morales concebidas como directrices que han de alcanzarse por convencimiento y de forma consensuada.

### **3. Conclusiones**

En el contexto comunicativo actual del que forman parte apocalípticos e integrados (Eco, 1984) y donde están presentes nativos e inmigrantes digitales (Prensky, 2001) es necesaria la convergencia de ambos y el entendimiento de unos y otros. En este sentido Fernández-García, Blasco-Duatis y Caldeiro (2016) se refieren a los “natitantes”, es decir la ciudadanía que debe ser capaz de comprender los contenidos audiovisuales más allá de si son nativos o visitantes digitales (White y Le-Cornu, 2011). Asimismo, en este marco protagonizado por los medios y la tecnología digital la formación se erige como una de los pilares fundamentales que permite el desarrollo de la ciudadanía mediática (Gozálvez, 2013) y autónoma. Hombres y mujeres capaces de emitir juicios de forma independiente, una tarea que insta al alcance de la autonomía entendida como la actuación responsable que responde a un procedimiento dialógico-constructivo con base en el consenso y la deliberación; una ciudadanía mentada por Habermas en su Teoría de la Acción Comunicativa (1988).

En este contexto, el desarrollo de tales actitudes junto con el alcance de la competencia mediática a la que se ha referido Ferrés y que hemos descrito anteriormente permite la toma de decisiones y la asunción de las mismas de forma libre y sin mimetizarse con la colectividad dado que, “el sujeto moral ha de ejercer en soledad su elección autónoma y su compromiso” (Rubio-Carracedo, 1992: 56).

La elección autónoma y el abandono de la subordinación mediática se convierte en una tarea difícil cuando el sujeto se encuentra rodeado de múltiples pantallas y diversos medios que

reflejan, no siempre de forma total, la realidad que transmiten. Hoy en día imperan valores ligados a la estética, la venta y el espectáculo que opacan la calidad de los contenidos audiovisuales. Por tanto, resulta imprescindible el desarrollo de acciones individuales y es necesario además “implementar estrategias globales de comunicación” (Aguaded, 2014); se trata de habilidades que favorezcan “El desarrollo del proceso comunicativo y la comprensión e interrelación humana” (Ramírez, Renés y Caldeiro, 2014).

Asimismo, el actual ecosistema comunicativo y mediático infiere la necesidad de forjar un concepto de ciudadanía acorde con las emergentes necesidades y el contexto protagonizado por la ingente cantidad de posibilidades discursivas. En este entramado socio-comunicativo nace y prolifera el concepto de ciudadanía autónoma que trasciende los límites de tales calificativos para convertirse en ciudadanía mediática. Un término que hace referencia al conjunto de hombres y mujeres que pueblan un entorno protagonizado por la presencia de diferentes culturas que han de configurar, parafraseando a McLuhan, la ciudadanía de muros hacia dentro.

En el marco de la convergencia digital y el alcance de la autonomía mediática como base para el desarrollo crítico es perentorio el aporte formativo que evita la subordinación a los contenidos audiovisuales. Una capacitación que atañe además al colectivo de comunicadores y que establece su base sobre un escenario protagonizado por nuevas formas de narrar.

La ingente cantidad de dispositivos tecnológicos que conforman el ecosistema mediático (Figura 1) hacen uso de la realidad existente para mostrarla conforme a los distintos objetivos y necesidades.

Figura 1



*Fuente: Elaboración propia.*

En este entorno, la finalidad inmediata del profesional de la comunicación se centra, erróneamente, en la cuestión económica especialmente en la situación de crisis que atraviesa el sector. Esta realidad legitima comportamientos y formas, antes impensables e inadmisibles, de tratar y mostrar la información. Por ello, es posible afirmar que la hibridación de formas y contenidos se produce cuando conviven múltiples culturas en un mismo espacio. Asimismo se desarrolla en el momento en que se generan diferentes y variados contenidos en la sociedad actual.

La realidad descrita certifica el valor y la especial relevancia de los espacios de aprendizaje: tanto los formales como no formales y el profesorado. La valía de los espacios está vinculada a la educación a lo largo de toda la vida y en cualquier ambiente; por su parte el profesorado ha de ser capaz de enfrentar las nuevas necesidades de su alumnado convirtiéndose en mediador. El docente del S. XXI debe contribuir a la conformación de la personalidad autónoma del sujeto que se desarrolla en el contexto mediático donde la información se difunde de forma incesante y a veces sin filtrar.

En este ambiente el colectivo de formadores debe tener en cuenta a la hora de desempeñar su tarea las características de la era hipermedia y la importancia de los contextos virtuales que requieren de un especial control legislativo y moral. Esta realidad presencial y virtual no exime de la aplicación de las normas morales en los diversos ámbitos donde los sujetos conviven y desarrollan su actividad. Se trata de espacios que tienden a complejizar la realidad e implican un mayor grado de conocimiento y un amplio desarrollo de las dimensiones axiológica y tecnológica. Por todo ello, adquiere un valor preponderante el alcance del equilibrio que debe producirse entre nativos e inmigrantes digitales; un equilibrio entendido como la nivelación de las dimensiones de la tecnología y la axiología. Una situación que adquiere un valor relevante en un momento en el cual tanto Internet como las Redes Sociales “se han convertido en instrumento ciudadano para difundir y recibir información” (Romero-Cárcamo, 2015:15). En este entorno urge alcanzar la convivencia de la ciudadanía entre sí y de ésta con los medios. Tal consecución justifica el necesario control legislativo y el establecimiento de una regulación normativa que pretende lograr la autonomía moral del sujeto; una regulación que debe producirse tanto entre los tecnofílicos –defensores de los valores y virtudes de los medios, que abogan por su uso e integración– como, de los tecnofóbicos– detractores de los medios y su uso-.

Además de la supervisión conviene señalar la importancia de la formación, como baluarte que sustenta el desarrollo de personalidades morales, presumiblemente autónomas; personas que deben desarrollar la capacidad crítica y analítica. Una necesidad que se agudiza debido,

entre otros factores, a la primacía de la digitalización y la acuciante presencia de los multimedia que instan, por un lado, al alcance de la autonomía moral crítica base de la denominada “ciudadanía mediática” (Gozálvez, 2013) y por otro demandan la formación tanto tecnológica como axiológica de nativos e inmigrantes digitales.

En este ambiente destaca el papel que la escuela juega en la educación ciudadana (Keating, 2016) a la hora de favorecer el desarrollo de la autonomía y la relevancia de los contenidos audiovisuales que proliferan de forma exponencial condicionando la forma de pensar y actuar del receptor. Asimismo no pueden olvidarse nuevas formas de educar con base en la tecnología y en la virtualidad, modalidades educativas que favorecen por un lado la integración de las tecnologías en la educación y por otro capacitan de forma flexible al alumnado. Se trata por ejemplo de los cursos MOOC o de los Webinar, se trata de nuevas formas pedagógicas que persiguen conciliar los ámbitos formativo y laboral. Unos y otros responden a metodologías recientes que si bien usan las TIC se oponen a la subordinación mediática y priman el alcance de la autonomía crítica. De forma general se puede indicar que los MOOC y los Webinar se conciben como formas de construcción del aprendizaje de forma abierta, colaborativa y participativa que favorecen no solo la interacción sino el desarrollo de conocimientos de forma universal y crítica.

**Agradecimientos:** Este trabajo está avalado por el Proyecto I+D+I, titulado “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples” con clave EDU2015-64015-C3-1-R (MINECO/FEDER), financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Ministerio de Economía y Competitividad de España.

### **Bibliografía**

Aguaded, I.(2014). Desde la infoxicación al derecho a la comunicación [From Infoxication to the Right to Communicate]. *Comunicar*, 42, 07-08. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-a1>

Aguaded, I., Caldeiro-Pedreira, M.C. & Rodríguez-López, J. (2015). ¿Qué nos muestran las pantallas?: La mirada crítica adolescente en el marco de las industrias culturales y del pensamiento actual. *Alteridad. Revista de Educación* 10(1), pp. 8-20. doi: <http://dx.doi.org/10.17163/alt.v10n1.2015.01>

Barroso, J. (2009). Medios de comunicación y posmodernidad: Hacia un pensamiento ético, comunitario y planetario. *Razón y Palabra*, 67. Recuperado de <http://goo.gl/Pjvxwp>

- Buckingham, D. (2005). Educación en medios Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Barcelona: Paidós.
- Christman, J. (2009). *Autonomy in Moral and Political Philosophy*. Recuperado de <http://goo.gl/YYo28M> (24-10-2015)
- Cortina, A. (2000). Ética y política: moral cívica para una ciudadanía cosmopolita. *Éndoxa*, 12, 773-789. Recuperado de <http://goo.gl/r746nr>
- Eco, U (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen. Recuperado de <https://goo.gl/ljisqw> (01-08-2016)
- Etxeberría, X. (2001). El yo moral: imbricación entre autonomía y alteridad. In Rodríguez-Sedano, A. & Peralta, F. (Ed.), *Autonomía, educación moral y participación escolar*. Pamplona: Eunsa.
- Fedorov, A. (2011). Alfabetización mediática en el mundo. *Infoamérica*, 5. Recuperado de <http://goo.gl/I5hQme> (13-07-2015)
- Fernández-García, N; Duatis-Blasco, M. & Caldeiro-Pedreira, M.C. (2016). *Comunicación y Educación en Transmedia*. Informe sobre competencias en TIC en cuatro centros de educación secundaria de Europa. *CAC*, 108. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/cac108>
- Ferrés J. (2006). La competència en comunicació audiovisual: proposta articulada de dimensions i indicadors. *Quaderns del CAC*, 25, 9-18 Recuperado de <http://goo.gl/laJKm8>.
- Ferrés, J. (2010). Educomunicación y cultura participativa. In Aparici, R. (Coord.), *Educomunicación más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa
- González-Amuchastegi, J. (2004). Los límites de los derechos fundamentales in Betegón, J; Laporta, F; Prieto, L. & De Páramo, J. (2004). *Constitución y derechos fundamentales*. España: Presidencia del gobierno, secretaría general técnica. (pp. 437-472)
- Gil-Jaurena, I., Ballesteros, B., & Mata, P. (2016). Ciudadanías: significados y experiencias. Aprendizajes desde la investigación. *Foro de Educación*, 14(20), 283-303. doi: <http://dx.doi.org/10.14516/fde.2016.014.020.014>
- Gómez-Pérez, R. (2007). *Ética. Más allá de la educación para la ciudadanía*. Madrid: Sekotia.
- Gozálvez, V. & Aragón, Y. (2011). *Autonomía mediática y comprensión crítica de los medios en una aproximación teórica*. Recuperado de <http://goo.gl/9Zyhlc> (15-09-2015)
- Gozálvez, V. (2013). *La ciudadanía mediática. Una mirada educativa*. Madrid: Dyckinson.
- Gordillo, M. (2006). Educación y ciudadanía. *Revista Iberoamericana de Educación*, 42, 69-83. Recuperado de <http://goo.gl/ejaHFh> (30-06-2016)

- Gutiérrez, L.A. (1999). Construcción de la personalidad moral: una Intención Pedagógica Impostergable en la Educación Básica. *Acción Pedagógica*, 8, 92-101. Recuperado de <http://goo.gl/yBQPkk> (14-08-2012)
- Habermas, J. (1988). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- IJNET (2013). *La alfabetización mediática en la era digital*. Red de Periodistas Internacionales. Recuperado de <https://goo.gl/c24fRj> (22-06-2016)
- Gimeno Sacristán, J. (2001). *Educar y convivir en la cultura global las exigencias de la ciudadanía*. España: Morata.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. Recuperado de <http://goo.gl/E9KFZC> (04-06-2010)
- Keating, A. (2016). Educating Tomorrow's Citizens: What Role Can Schools Play? *Foro de Educación*, 14(20), 35-47. doi: <http://dx.doi.org/10.14516/fde.2016.014.020.004>
- Martínez-Martínez, S. (2016). Los medios sociales y la lucha por atraer y mantener usuarios. *Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación*, 57. <http://goo.gl/32rmk7> (12-07-2016)
- Membreño, S.A. (2003). *Desarrollo humano, ética y ciudadanía en un mundo globalizado*. Tegucigalpa: PNUD. 7-24.
- Orozco, G., Navarro, E., & Matilla, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias [Educational Challenges in Times of Mass Self-communication: A Dialogue among Audience]. *Comunicar*, 38. Recuperado de <http://goo.gl/qf0vQ9>. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-07>
- Pina, M. (Coord.), *Identidad y ciudadanía*. Madrid: Narcea.
- Pindado, F. (2000). *La participación ciudadana en la vida de las ciudades*. Barcelona: Del Serbal.
- Porto, D. (2010). La moralidad de la globalización. *Revista Latinoamericana de Bioética*, 2, 76-87.
- Premsky M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5).
- Puig-Rovira J.M. (1996). *La construcción de la personalidad moral*. Barcelona: Paidós.
- Ramírez, A. Renés, P. & Caldeiro, M.C. (2014). ¿Quedamos para ver el fútbol? La competencia mediática y el área de educación física. *Retos*, 26, 46-51. Recuperado de <http://goo.gl/gJF4LB>
- Romero-Cárcamo, L. (2015). Memes y opinión pública. ¿Una relación posible? *Diálogos de la Comunicación*, 91. Recuperado de <http://goo.gl/ay3A0A> (21-04-2016)
- Rubio-Carracedo, J. (1992). *Ética constructiva y autonomía personal*. Madrid: Tecnos.

Schujman, G. (2004). *Formación ética y ciudadana: un cambio de mirada*. Barcelona: Octaedro.

Tainta, P. (2003). Enseñanza estratégica y aprendizaje autónomo: un estudio de campo a partir de entrevistas de profesores de ESO. *ESE*, 5, 191-209. Recuperado de <http://goo.gl/3FHmxZ>. (08-02-2016)

Valcárcel, A. (2002). *Ética para un mundo global. Una apuesta por el humanismo frente al fanatismo*. Madrid: Temas de Hoy.

White, D. & Le-Cornu, A. (2011). Visitors and residents: a new typology for new engagement. *First Monday*, 16, 9. Recuperado de <http://goo.gl/Ennwqe> (12-06-2015)

Yedaide, M.M., & Porta, L. (2016). Siete tesis en el horizonte. Nuevos mitos y viejas utopías para la enseñanza. *Actualidades Investigativas en Educación*, 16(1). <http://goo.gl/1mVgPY> (14-02-2016).

### Webs de consulta

ONU. Decenio de las Naciones Unidas para la Alfabetización: la educación para todos (2003-2012): <http://goo.gl/zMbz8S>

UNAOC. Educación y Alfabetización mediáticas: <http://goo.gl/K37nIv>

UNESCO. Alfabetización: <http://goo.gl/DCb8xf>

UNESCO. Alfabetización mediática e informacional: <http://goo.gl/z7cwDZ>

### Notas

---

i

Concebida esta última como la totalidad de los sujetos expuestos a la recepción de datos de todo tipo.

ii

Expresión utilizada en los años setenta del pasado siglo por diferentes autores como McLuhan o Gubern, entre otros.

iii

Emisor y receptor de la información que ha de comprender y analizar. Sujeto capaz de reaccionar ante un estímulo y de modificarlo tanto de forma cognitiva como sensorial.