



A competência mediática dos servidores públicos de universidades federais.¹

Ana Carine García Montero, Me²

Universidade Federal de Santa Catarina, BR

Águeda Delgado-Ponce, Me³

Universidad de Huelva, ES

J. Ignacio Aguaded Gómez, Dr⁴

Universidad de Huelva, ES

Resumo

Pesquisas recentes realizadas na Espanha (Aguaded, 2011; Ferrés, 2011) procuram diagnosticar o grau de competência mediática da população espanhola, para justificar propostas formativas pertinentes. Este artigo apresenta a pesquisa *Comunicação educativa organizacional: uma análise da competência mediática de servidores públicos de universidades federais*, que utiliza o método de investigação dos espanhóis e tem o objetivo de identificar o grau de competência mediática dos servidores públicos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), no propósito de levantar subsídios para o desenvolvimento de competências em comunicação educativa organizacional na Instituição. A investigação está sendo desenvolvida no Máster de Comunicación y Educación Audiovisual (UNIA/UHU)⁵ e aplicada pela Seção de Apoio ao Sistema de Comunicação Educativa Organizacional (Comunica) da Agência de Comunicação da UFSC.

Palavras-chave: Competência mediática; comunicação educativa organizacional; servidores públicos; universidades federais.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Servidora Pública Federal, Chefe da Seção Comunica (www.comunica.ufsc.br) da Agência de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisadora do Grupo Sigma. Mestre em Educação pela UFSC. Aluna no Máster em Comunicação e Educação Audiovisual da UNIA/UHU. Coordenadora da pesquisa “O estado da comunicação organizacional na UFSC”, projeto financiado pelo Funpesquisa/UFSC. (ana.montero@ufsc.br).

³ Investigadora del Grupo de Investigación Ágora y doctoranda del Departamento de Filología Española y sus Didácticas de la Universidad de Huelva (agueda.delgado@dfesp.uhu.es). Licenciada en Filología Hispánica, Máster en Literatura Europea y Enseñanza de Lenguas y Máster en Comunicación y Educación Audiovisual por la Universidad de Huelva.

⁴ Catedrático de Universidad de Educación y Comunicación en la Universidad de Huelva. Preside el Grupo Comunicar, colectivo veterano en España en «Media Literacy», y dirige la revista científica iberoamericana de comunicación y educación «Comunicar». Director del Grupo de Investigación «Ágora» dentro del Plan Andaluz de Investigación (HUM-648).

⁵ Universidad Internacional de Andalucía y Universidad de Huelva.



Introdução

Este artigo apresenta a pesquisa Comunicação educativa organizacional: análise da competência mediática de servidores públicos de universidades federais, que está sendo desenvolvida no Máster de Comunicação e Educação Audiovisual oferecido pela Universidade Internacional de Andalucia (UNIA) e coordenado pela Universidad de Huelva (UHU), da Espanha.

O estudo adota e adapta a metodologia usada em investigações precedentes sobre competência mediática e seu planejamento didático (DELGADO-PONCE, 2011), os conceitos e a articulação em dimensões e indicadores da competência em comunicação audiovisual (FERRÉS, 2007) e a avaliação da alfabetização mediática (AGUADED, 2011; CELOP Y PÉREZ TORNERO, 2009; FERRÉS, 2011).

No resultado da pesquisa espera-se encontrar subsídios para realizar ações que desenvolvam competência em comunicação educativa organizacional na UFSC, tema já abordado por Montero (2011b, 2010, 2009b) em outros artigos.

O texto está estruturado em quatro partes. Inicialmente discorre-se sobre os fundamentos teóricos da competência mediática. Em seguida, explica-se como se insere esta pesquisa no contexto de comunicação educativa da UFSC. Na seqüência, apresentam-se os objetivos, métodos e etapas da investigação. E finaliza-se trazendo inquietudes e desafios vivenciados neste momento da pesquisa, como também se discorre sobre os resultados esperados.

Fundamentos teóricos

A comunicação realizada por sujeitos no convívio social do mundo moderno ou ocidental está chegando a níveis extremos de complexidade (MORIN, 2001). A dimensão tecnológica está provocando mudanças profundas nos relacionamentos sociais (TOFFLER, 1980; CASTELLS, 2001; LEVI, 1999) e modelando os “processos de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2008, p. 42).

Estudar as competências mediáticas dos sujeitos que são produto/produtores das organizações atuais surge como fundamental para que se consigam entendimentos



coletivos. Não há mais como desenvolver processos de comunicação organizacional sem levar em conta a presença da tecnologia mediando às relações sociais. Nesse sentido, para desenvolver competências comunicativas em organizações, torna-se fundamental a identificação das competências mediáticas dos seus colaboradores.

Para aproximar-nos de uma definição adequada e completa sobre o que entendemos por competência mediática e quais são as dimensões que a integram, devemos primeiro abordar a noção de competência que usamos.

Uma competência educativa

O termo *competência* deriva de uma interpretação conductivista de aprendizagem e comportamento humano que consideram as competências como a somatória linear de comportamentos simples e tarefas discretas (PÉREZ GÓMEZ, 2007, p. 10), cuja finalidade é a de formar cidadãos competitivos que se incorporem ao mundo laboral.

No entanto, essa noção, oriunda do âmbito laboral, enriqueceu-se no mundo educativo, enraizada em diversos documentos, em que se destacam em primeiro lugar a *Declaração Mundial sobre Educação para Todos: satisfação das necessidades básicas de aprendizagem*, que absorve tanto as ferramentas essenciais para a aprendizagem (como a leitura e a escritura, a expressão oral, o cálculo, a solução de problemas), como os conteúdos básicos (conhecimentos teóricos e práticos, valores e atitudes) necessários para que os seres humanos possam sobreviver, desenvolver plenamente as suas capacidades, viver e trabalhar com dignidade, participando plenamente do desenvolvimento e melhoria da sua vida, tomando decisões fundamentadas e continuar aprendendo (UNESCO, 1990).

Outro documento importante, publicado em 1996, o informe da comissão internacional sobre a educação para o século XXI, presidida por Jacques Delors, avança da noção de qualificação para a de competência, entendida já como o *conjunto de conhecimentos teóricos e práticos unidos a valores e atitudes* – ‘saber ser’.

Já no final do século XX, um grupo de expertos da OCDE, com a participação da UNESCO, começa a trabalhar de modo mais concreto no desenvolvimento do conceito de competências. No ano 2000 surge, então, o primeiro documento publicamente, aprovado somente em 2003, com o nome de DeSeCo (Definição e Seleção de Competências). Esse documento aborda o estudo das competências desde a perspectiva do construtivismo social e traz uma visão holística.



Assim, chegamos à noção atual de competência, embasada no DeSeCo, que é utilizada ao longo desta pesquisa. Portanto, entendemos a *competência como um conjunto inter-relacionado e complexo de conhecimentos, habilidades, atitudes, valores e motivações que se põem em prática para intervir eficazmente em situações concretas.*

A competência mediática

O mediático como convergência do digital e audiovisual tem um caminho relativamente curto, se comparado com o transcurso do conceito de competência. Historicamente, os termos de competência digital e competência audiovisual permaneceram claramente separados. Enquanto a competência audiovisual centrava-se nos conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas com os meios de comunicação de massa e com a linguagem audiovisual, a competência digital abordava a capacidade de buscar, processar, comunicar, criar e difundir por meio das tecnologias.

Não obstante, o fato de que a tendência dos atuais meios seja a digitalização e que, desse modo, não se pode chegar a entender uma competência sem a outra, está levando aos distintos organismos internacionais a uma convergência e integração conceptual e terminológica. Esta é uma realidade que urge, se o que queremos é centrar esforços no que verdadeiramente importa que seja desenvolver as competências dos cidadãos em um mundo cada vez mais mediático (DELGADO-PONCE, 2011).

Podemos observar exemplos dessa convergência terminológica e conceptual em distintos órgãos internacionais que nos últimos tempos, quando se referem aos meios de comunicação, usam o termo alfabetização mediática (*media literacy*), como podemos comprovar na definição adotada pela Comissão Europeia de 2007:

La alfabetización mediática puede ser definida como la habilidad de acceder, analizar y evaluar el poder de las imágenes, sonidos y mensajes, a los que nos enfrentamos actualmente en nuestra actividad cotidiana, y que son una parte importante de nuestra cultura contemporánea, así como la habilidad de comunicar de un modo competente mediante los medios disponibles a nuestro alcance. La alfabetización mediática tiene que ver con todos los soportes mediáticos, incluyendo televisión y películas, así como radio, música, medios de prensa, Internet y cualquier otro tipo de tecnologías digitales diseñadas para la comunicación.

A Aliança de Civilizações da ONU também utiliza o termo *media literacy*, dentre os quais se incluem os meios tradicionais, digitais e a educação.



E, finalmente, a UNESCO, que tradicionalmente falava de “educação em meios”, depois de “alfabetização informativa” e “digital”, agora ensaia o híbrido termo “alfabetização mediática e formativa”, como se pode ver em seus mais recentes documentos (e.g. *Teacher Training curricula for Media and Information Literacy*). Mas a tendência, como nos documentos anteriores, é a de sublinhar a convergência conceitual para descrever o evidente fenômeno do “todo digital” (PÉREZ TORNERO, 2008).

É sob esse enfoque que este estudo assume a definição de Delgado-Ponce (2011, p. 74):

La competencia mediática es aquella que comporta el dominio de conceptos, procedimientos y actitudes relacionados con el acceso y búsqueda de información, el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción, la política e industria mediática, la ideología y valores, la recepción y comprensión, la participación ciudadana, la creación y la comunicación, relacionados con los ámbitos de conocimiento, comprensión y expresión, así como la capacidad para adecuar dichos conceptos, procedimientos y actitudes a los distintos contextos.

Dimensões e categorias

A proposta de Pérez-Rodríguez e Delgado-Ponce (2012) destaca como aspectos mais relevantes da competência mediática dez dimensões distribuídas em três âmbitos, conforme mostra a figura 01. As dimensões que aparecem na base da pirâmide são necessárias para o desenvolvimento das que se encontram no ponto mais alto.



Figura 01: Pirâmide das dimensões e âmbitos de competência mediática.

Assim, O âmbito do Conhecimento congrega as dimensões de: *política e a indústria mediática* (compreende o conhecimento sobre as autoridades reguladoras dos meios e a missão legal que têm, assim como os fatores que convertem as mensagens mediáticas em produtos comerciais); *processos de produção* (funções e tarefas designadas aos principais agentes de produção; fases que se decompõem dos processos de produção e programação); *tecnologia* (sistemas informáticos, operativos; uso crítico e eficaz das ferramentas necessárias para levar a cabo a comunicação mediática); *linguagem* (códigos que intervêm na linguagem mediática e a capacidade de combinar as distintas linguagens e estabelecer relações de complementaridade entre eles); *aceso e obtenção da informação* (processos de busca e das normas de acesso).

O âmbito da Compreensão reúne as dimensões de: *recepção e compreensão* (compreensão das informações procedentes de diferentes meios de comunicação e TIC, como também a capacidade de reconhecer-se como audiência ativa); *ideologia e valores* (capacidades de estimar a objetividade e fiabilidade, detectar os interesses e valores que subjazem em determinados mensagens).



Finalmente, na cúspide, o âmbito da Expressão traz as dimensões de: *comunicação* (capacidade de comunicar-se e colaborar de modo efetivo); *criação* (elaboração e criação de produtos tecnológicos e audiovisuais adaptando-se eficazmente às características que requer esse tipo de linguagem); *participação cidadã* (construção de uma cidadania digital e responsabilidade cívico-política).

É com base nesses âmbitos e dimensões que este estudo se desenvolve. Recolheremos dados primários dos servidores públicos da UFSC sobre essas dimensões para realizar uma análise sobre qual é o grau de competência mediática desse grupo. O resultado da pesquisa deverá trazer subsídios para que se possa atuar com mais efetividade no desenvolvimento de competência em comunicação educativa organizacional na UFSC.

Contexto da pesquisa

Esta pesquisa insere-se no planejamento de atividades da Seção de Apoio ao Sistema de Comunicação Educativa (Comunica) da Agência de Comunicação da UFSC, berço do conceito de Comunicação Educativa Organizacional (CEO)⁶.

Iniciamos o estudo sobre a CEO, proativamente, em 2005, e em 2008 foi institucionalizado com a criação da seção Comunica (www.comunica.ufsc.br), que tem a finalidade de desenvolver competências em comunicação educativa organizacional na Instituição. A partir da institucionalização do estudo, o Programa de Capacitação da UFSC incluiu, na sua programação, cursos de CEO para os servidores públicos, e o Plano de Desenvolvimento Institucional 2010-2014 assumiu as atividades de CEO como estratégicas.

Fundamentados no conceito de CEO foram criadas duas ferramentas de gestão: o Modelo de Comunicação Educativa (MCE) e o Sistema de Comunicação Educativa Organizacional (SCEO). Os instrumentos vêm sendo usados para resolver problemas de comunicação e têm surtido resultados institucionais satisfatórios.

⁶ O estudo refere-se aos processos de produção e disputa de sentidos que são realizados em ambiente organizacional por sujeitos que perseguem objetivos coletivos e se propõem a construir um ambiente solidário e democrático. Tem como visão a sedimentação intersubjetiva dos princípios de comunicação educativa na atividade cotidiana de comunicação organizacional realizada pelos servidores públicos.



Paralelamente às campanhas e atividades realizadas pela seção Comunica para desenvolver competência em comunicação educativa organizacional, produzem-se estudos para avançar no conhecimento de CEO.

Em 2010, iniciou-se uma pesquisa de desenvolvimento institucional que busca descobrir “o estado da comunicação organizacional na UFSC” (MONTERO, 2009a) e propõe realizar a análise dos resultados com base na triangulação de três fontes: dados documentais (MONTERO; 2011a), dados objetivos e dados subjetivos levantados das opiniões dos servidores públicos da Instituição.

Agora em 2013, iniciou-se a pesquisa que aborda este artigo - *Comunicação educativa organizacional: uma análise da competência mediática de servidores públicos de universidades federais* -, que tem como propósito identificar o grau de competência mediática dos servidores públicos para fundamentar ações futuras de CEO.

No fazer/pensar da CEO percebeu-se que muitas vezes não consideramos as competências mediáticas dos sujeitos para definir estratégias e ações comunicativas. Vivemos em um ambiente completamente mediado por tecnologias de informação e comunicação, mas nem sempre detemos as habilidades e conhecimentos necessários para apropriar-nos dos meios.

Sob essas inquietações é que surge a pesquisa aqui apresentada. Este estudo busca conhecer as competências mediáticas dos servidores públicos da UFSC com o propósito de encontrar subsídios para o desenvolvimento de competências em comunicação educativa organizacional na Instituição.

A pesquisa

Esta pesquisa iniciou em fevereiro de 2013 e deve finalizar em setembro de 2013 com a apresentação pública dos resultados, a realizar-se na Universidad de Huelva, Espanha. É um estudo que focaliza os sujeitos que estão vivenciando as mudanças sociais da atualidade ao mesmo tempo em que são produtos/produtores das organizações modernas.

Dentre as organizações da sociedade contemporânea, centrar-nos-emos especificamente nas universidades federais, por entender seu papel fundamental na formação dos cidadãos de uma sociedade democrática. A universidade pública configura-se na atualidade como instituição social paradigmática (THOMPSON, 1998, p. 25), detentora



dos recursos educacionais, de poder simbólico, eixo de um sistema educacional brasileiro. A importância de investigar a universidade pública está exatamente em penetrar o nó dessa rede de sentidos que está sendo construída pelos sujeitos no trabalho e pela sociedade em movimento histórico.

Os (as) servidores (as) públicos (as) dessas universidades são atores sociais fundamentais no processo de sedimentação intersubjetiva dos princípios educativos dessas organizações. São eles que diariamente tornam a universidade pública real: “Ao desempenhar papéis, o indivíduo participa de um mundo social. Ao interiorizar estes papéis, o mesmo mundo torna-se subjetivamente real para ele. (BERGER; LUKMANN, 2008, p. 103). Por essa razão, eles são o objeto de estudo.

O problema

A questão a que nos propusemos responder é: “Qual é o nível de competência mediática dos servidores públicos da UFSC?”, considerando hipoteticamente que essa é uma das competências necessárias para “desenvolver competências em comunicação educativa organizacional”. As descobertas servirão de subsídio para a definição de futuras atividades de comunicação educativa organizacional na UFSC, e também para propiciar novas pesquisas na área.

Os objetivos da pesquisa

Buscamos responder à questão apresentada perseguindo o Objetivo Geral de *Identificar e analisar o nível de competência mediática dos servidores públicos da UFSC*. Para tanto, o estudo estruturou-se em quatro frentes: definição de competências a serem investigadas; desenho e validação de questionários; levantamento de dados objetivos e subjetivos; análise dos dados com base nas dimensões e categorias do modelo de competência mediática.

A mostra

A pesquisa é aplicada aos 5.234 (UFSC, 2012, p. 77) servidores públicos – docentes e técnico-administrativos (STAE) - com cargos efetivos na UFSC. Cada subgrupo (docente e STAE) receberá um questionário desenvolvido para a categoria.

Metodologia de investigação

Este estudo tem como pano de fundo o paradigma da complexidade de Edgar Morin, que traz “o pensamento capaz de reunir (*complexus*: aquilo que é tecido conjuntamente), de contextualizar, de globalizar, mas, ao mesmo tempo, capaz de reconhecer o singular,



o individual, o concreto” (Idem, p. 206). Para Morin (2011), “só o pensamento complexo nos permitirá civilizar nosso conhecimento” (p.16).

Configura-se como um estudo descritivo, exploratório, transversal que tem como foco os processos coletivos de comunicação na Instituição.

Para levantamento de dados objetivos e subjetivos é utilizado o formulário eletrônico do Sistema Collecta, desenvolvido na UFSC para realizar pesquisa de opinião com a comunidade universitária. A organização analítica dos dados será realizada com o *software* SPSS.

Os questionários criados e validados pelos grupos de pesquisa espanhóis servirão de modelo para o desenvolvimento do questionário desta pesquisa.

Fases do processo de investigação

- Preparatória: Estudos dos âmbitos e dimensões das competências mediáticas para fundamentar a pesquisa. Criação de indicadores de análise. Adaptação dos questionários utilizados nas pesquisas anteriores sobre competência mediática de adultos. Validação dos questionários utilizados na pesquisa. Configuração do Sistema Collecta para a pesquisa com os públicos escolhidos e elaboração do formulário eletrônico a partir do questionário validado.
- De levantamento de dados: Aplicação da pesquisa de opinião com o Sistema Collecta. Organização dos dados e produção de relatórios quanti-cuali.
- Analítica: Análise dos dados primários recolhidos com base nos indicadores da pesquisa, âmbitos e dimensões de competência mediática. Produção de informe com os resultados da pesquisa.

Inquietudes e Resultados esperados

A pesquisa está sendo desenvolvida e não tem ainda um informe final. Neste momento do processo de investigação percebe-se que há muito a ser descoberto quando o tema é a competência mediática dos sujeitos contemporâneos. Para os gestores da comunicação organizacional, fica cada vez mais premente a necessidade de atuar na alfabetização mediática dos colaboradores para conseguir avançar na implementação dos processos comunicacionais.



Espera-se que ao final da pesquisa consigam-se os dados suficientes para realizar uma análise contundente que embase fortemente ações futuras de comunicação educativa organizacional.

Por ora, tem-se a expectativa de colaborar e participar do esforço que vêm realizando pesquisadores da Espanha para diagnosticar o nível de competência mediática da população andaluza e espanhola.

Referências bibliográficas

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNKER, Cleusa Maria Andrade (Org.). *O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1968.

CASTELLS, Manuel. *La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Arete, 2001.

CELOT, P.; PÉREZ TORNERO, J. M. *Study on assessment criteria for media literacy levels: a comprehensive view of the concept of media literacy and an Understanding of how media literacy level in europe should be assessed*. Brussels: European Commission. Disponível em: <http://ec.europa.eu/culture-/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf>. Acesso em: 26 maio 2012.

COMISIÓN EUROPEA. *Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones: un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital, 2007*. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/com/-es.pdf>>. Acesso em: 5 fev. 2011.

DELGADO-PONCE, A. *Competencia digital y audiovisual: propuesta de dimensiones e indicadores para un planteamiento didáctico*. Dissertação (Máster en Comunicación y Educación Audiovisual), Universidad de Huelva, UNIA, 2011.

FERRÉS, J. *Competencia mediática: investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía em España*. Ministerio de Educación: Instituto de Tecnología Educativa, 2011.

_____. *La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. *Quaderns del CAC*, n. 25, p. 9-17, 2007.

GIDDENS, A. *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, ES: Editorial Alianza, 1993.

LEVI, Pierre. *¿Que es lo virtual?*. Barcelona: Paidós, 1999.



MONTERO, Ana C. G. As imagens da comunicação organizacional nos documentos oficiais da UFSC. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS - ABRAPCORP; 5., 2011, São Paulo. *Anais...* (on-line). São Paulo: Abrapcorp, 2011a. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT2/GT2_Montero>. Acesso em: 1 mar. 2013.

_____. *O estado da comunicação organizacional na UFSC*. Projeto de Pesquisa – Funpesquisa, Florianópolis: UFSC, 2009a.

_____. O sistema de comunicação educativa organizacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS; 7., 2013, Brasília. Teorias e métodos de pesquisa: entre a tradição e a inovação. *Mesas temáticas* (15 a 17 de maio). Trabalho a ser apresentado no congresso.

_____. O Sistema de Comunicação Educativa Organizacional. In: CONFEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE ASOCIACIONES CIENTÍFICAS Y ACADÉMICAS DE LA COMUNICACIÓN - CONFIBERCOM, 2011, São Paulo. *Anais* (on-line)... São Paulo: Confibercom, 2011b. Disponível em: <http://anamonero.files.wordpress.com/2011/10/2011_artigo_montero_o-sistema-de-comunicacao-educativa-organizacional_i_confibercom2.pdf>. Acesso em: 20 maio 2012.

_____. O sistema de comunicação educativa organizacional: uma ferramenta conceitual para ser usada na gestão da comunicação interna de organizações públicas. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS - ABRAPCORP, 4., 2010, Porto Alegre. *Anais* (on-line)... São Paulo: Abrapcorp, 2010. Disponível: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2010/GT2/GT2_Montero>. Acesso em: 1 mar. 2013.

_____. O sistema de comunicação educativa organizacional da UFSC. In: JORNADAS INTERNACIONALES DE GESTIÓN UNIVERSITÁRIA – JIGU; 1, 2009b, Santo Domingo, República Dominicana.

MORGAN, Edgar. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 1996. . Tradução de Cecília Whitaker Bergamini e Roberto Coda.

MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. 3. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

PÉREZ-GÓMEZ, A. I. *La naturaleza de las competencias básicas y sus implicaciones pedagógicas*. Cantabria: Consejería de Educación, 2007.

PÉREZ-RODRÍGUEZ, M. A.; DELGADO-PONCE, A. *De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores para un planteamiento didáctico convergente*. Comunicar, n. 39, p. 25-34, 2012.

PÉREZ TORNERO, J. M. Alfabetización digital y mediática: convergencia conceptual. In: _____. *Pensamiento crítico y comunicación*, 2008. Disponível em: <<http://jmtornero.wordpress.com/tag/afabetizacion-mediatica>>. Acesso em: 25 mar. 2012.



THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

UFSC. *Relatório de Gestão 2011*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

UNESCO. *Declaración sobre educación para todos y marco de acción para satisfacer las necesidades básicas de aprendizaje*, 1990. Disponível em: <http://www.oei.es/quipu/marco_jomtien.pdf>. Acesso em: 24 out. 2012.

WOLTON, Dominique. *Salvemos la comunicacion: aldea global y cultura: una defensa de los ideales democráticos y la cohabitacion mundial*. Barcelona, ES: Gedisa, 2006.