

A Investigação e o Desenvolvimento da Comunicação Audiovisual na Universidade: a Universidade Fernando Pessoa como estudo de caso

Aníbal Oliveira¹

I. Introdução

La Educación en Medios la entendemos como algo más que una propuesta de contenidos que se sumerge, en la dinámica del proceso investigativo, en una filosofía alternativa de escuela en la que básicamente se forme a los alumnos para que se «apropien» integralmente de la comunicación. Más que en contenidos paralelos, la Educación en los Medios ha articularse alrededor de conceptos fundamentales, esto es, instrumentos de análisis que permitan a los alumnos comprender los medios, ser capaces de enjuiciarlos y de generar nuevos mensajes. (Aguaded Gómez, 2001: 8)

Esta constatação implica, necessariamente, tirar partido dos instrumentos da tecnologia contemporânea, em especial daqueles que tratam a primeira matéria-prima da civilização actual, a informação. Dada a responsabilidade da escola na preparação das novas gerações para a plena inserção na vida activa, estas tecnologias têm de ter um papel relevante na vida escolar, mas elas são igualmente um importante factor de transformação da escola, proporcionando o surgimento de novos objectivos, novas situações de aprendizagem, novas actividades, novas temáticas e novas competências. Impõem a reorganização dos espaços e a alteração das relações professor / aluno.

Neste sentido compreende-se que (Aguaded Gómez, 2001: 14) afirme:

O «fenómeno comunicacional» es, sin duda, la nota más trascendental y significativa que caracteriza la sociedad del mundo contemporáneo. Aunque en todos los períodos de la

historia el hombre se ha servido de instrumentos para comunicarse, la magnificación y universalización de los medios y recursos del mundo contemporáneo nos hace a las generaciones presentes más singulares.

As Novas Tecnologias colocam por isso a Escola perante um tremendo desafio. De facto, esta funciona ainda essencialmente segundo os padrões de uma sociedade industrializada, valorizando saberes, capacidades e atitudes que já não são os mais importantes para a sociedade de hoje.

A propósito da dimensão comunicacional (Roda e Beltrán, 1988:26 e ss.) afirmam que:

a evolução da Humanidade parece apontar para um maior desenvolvimento das capacidades comunicativas e para uma regulação da vida social cada vez mais mediatizada, menos vinculada com a actividade primária.

Por este motivo, (Aguaded Gómez, 2001: 15) citando (Masuda, 1984) diz que:

a já chamada «terceira revolução industrial» não é mais que o desenvolvimento de um também denominado «sector quaternário», próprio da sociedade já não post-industrial, mas sim «pós-post-industrial», vinculada com a produção, uso e distribuição da informação, dada a importância cada vez maior destas indústrias e tecnologias.

A partir desta constatação (Esteves, 1988: 159-168) defende uma ideia de:

que a restrição da problemática comunicacional a determinados limites impostos nas correntes científicas,

é um sinal comprovativo da restrição analítica ocorrida no campo das ciências sociais e humanas e, igualmente, do seu contributo para uma amnésia profunda da dinâmica global da vida social.

Ou então que:

As tecnologias, operacionalizadas enquanto media, estabelecem-se ao nível dos sentidos e incidem no modo de percepção do mundo..., só a um segundo nível a sua operatividade tem incidências em termos de ideologias e conceitos..., daí que McLuhan estabeleça um corte profundo entre o real valor dos media e a sua utilização.

A máxima «medium is message» proveniente da antropologia e aplicada aos meios de comunicação social aponta para um hiperdeterminismo tecnológico a todos os níveis do desenvolvimento social. Defendida na obra «Galáxia de Gutenberg», esta tese define que a tecnologia perante hábitos de percepção ajuda igualmente a definir um novo meio social. O medium suplanta-se a si mesmo enquanto estrutura tecnológica, na medida em que elas implicam um reajustamento da estrutura social.

Assim, os media são parte da estrutura social e seus criadores. Este processo evolutivo torna-se um ciclo infinito de «inflamações» e «neutralizações», propostas pelas inovações tecnológicas. Os processos de aceleração de ritmo situados ao nível dos sistemas sociais, decidem face à sua função sensorial, a incorporação de um medium ou tecnologia novas, definindo, também, os seus limites e repercussões.

Existem diversos autores que se debruçam acerca desta problemática da integração dos meios de comunicação no curriculum escolar, ou mais especificadamente, no âmbito da educação audiovisual. Vejamos alguns que se destacaram pelas suas posições ou pelos seus desafios.

1. (Masterman, 1993: 16) defende a ideia de que existe uma contradição entre a relevância social da informação e o seu fraco uso em sala de aula.

2. (Morán, 1993: 45) defende a ideia de que os meios significam deslumbramento, novidade, fascínio, ócio, interação.

3. (Shepherd, 1993: 145) defende a ideia de que se torna imperioso a participação e consciencialização dos alunos quando confrontados com a comunicação social.

4. (Area, 1995: 7) defende a ideia de que existe um elevado índice no que respeita ao consumo da comunicação, existindo por outro lado uma homogeneização de padrões culturais e uma mediação extrema provocado pelas tecnologias.

5. (Cabero, 1997: 40) defende a ideia de que os meios de comunicação são instrumentos modeladores da realidade social e reinventam-na, construindo novas realidades.

6. (Gonnet, 1995: 35) defende a ideia de que os meios de comunicação desempenham papel fulcral na composição e interpretação do quotidiano e na participação cívica dos cidadãos.

Do conjunto destas afirmações sobressaem alguns tipos classificatórios da problemática analítica da educação audiovisual, que podem, eventualmente, ser motivo de uma síntese a partir do seguinte pensamento:

a importância de educar os alunos para que façam frente às exigências do futuro, já que desgraçadamente, as instituições escolares tem ignorado com excessiva frequência a educação dos factos presentes, as mudanças culturais, políticas e de toda a ordem do mundo contemporâneo, de forma que muito poucos alunos, receberam, ao menos, umas orientações rudimentares sobre a maneira como os meios constróiem os seus significados. (Masterman, 1993: 29)

Ao terminar esta introdução cabe-nos lembrar um corrosivo desafio lançado por Masterman e citado por Aguaded Gómez a propósito da educação audiovisual:

uma coisa é estar convencido da importância e da necessidade da educação audiovisual, e outra muito diferente, desenvolver práticas de educação audiovisual satisfatórias. (Masterman, 1993 : 32)

II. Desenvolvimento

La Educación en Medios de Comunicación, en el marco de una enseñanza de calidad, tiene como función básica la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas en los alumnos para conocer y comprender los envolventes procesos de comunicación que vive la sociedad de hoy. (Aguaded, 2001: 25)

1. Conceito - A problemática conceptual da Educação nos Meios de Comunicação, no que à reflexão audiovisual diz respeito, poder-se-á pautar por diversas abordagens. Neste contexto, compete-nos realçar as seguintes:

1. (Tyner, 1993: 171) defende a ideia de que na actualidade se verifica um fenómeno de crescente «analfabetismo audiovisual».

2. (Aguaded, 1996: 8; Pérez Tornero, 1994: 28) defendem a ideia de que o consumo indiscriminado, sem medida, dos meios de comunicação produzem uma incapacidade de entendimento das mensagens audiovisuais.

Neste sentido, emergem determinados autores e organizações que se constituem como referência no panorama educacional audiovisual, como sejam, o British Film Institute, Bazalgette, Duncan, Unesco, Pinto, Kumar, Sancho, Margalef, Matilla, entre outros. De seguida propomo-nos destacar os principais contributos conceptuais, dos atrás citados, para o edifício da investigação e desenvolvimento da comunicação audiovisual, em ambiente educativo.

(Bazalgette, 1993: 128) a propósito de uma análise acerca da educação audiovisual promovida pelo British Film Institute afirma:

A educação audiovisual tem por objectivo desenvolver a compreensão crítica dos meios. Costuma fazer referência aos modernos meios de comunicação de massas, tais como a televisão, o cinema e a rádio (...) Tenta aumentar o conhecimento que as crianças tem dos meios por intermédio de trabalhos críticos e práticos. Trata de obter consumidores mais

capazes que possam compreender e apreciar o conteúdo dos meios e os processos implicados na sua produção e recepção. Também é sua intenção obter utilizadores dos meios, que sejam mais activos e críticos, que exijam, e quem sabe possam contribuir.

(Duncan, 1989: 6-7) a propósito do Guia de Recursos de Alfabetização Audiovisual, define o ensino dos meios como:

O processo de compreensão e uso dos meios de comunicação compreende, igualmente, a ajuda aos alunos para que desenvolvam um conhecimento e compreensão crítica da natureza dos meios, das técnicas que utilizam e a incidência das referidas técnicas. Quer dizer, a educação pretende fomentar para que os alunos compreendam como funcionam os meios de comunicação, como eles produzem significados, como eles se organizam e como eles constroem a realidade e também para que saibam fazer uso de tudo aquilo. A alfabetização audiovisual pretende igualmente fomentar nos alunos a capacidade de criar produtos para os meios de comunicação.

Poder-se-ia pensar que esta problemática pudesse ser recente. Nada mais falso. Desde o longínquo ano de 1979, já a UNESCO se preocupava em estabelecer a ideia de educação entendida à luz da comunicação.

(UNESCO, 1984: 8) Nesta organização defende-se a ideia de que a educação à luz da comunicação consiste em:

Todas as formas de estudar, aprender e ensinar a todos os níveis (. . .) e em qualquer circunstância, a história, a criatividade, a utilização e educação dos Meios de Comunicação como actividades práticas e técnicas, bem assim como o lugar que ocupam os meios de comunicação na sociedade, a sua repercussão social, as consequências da comunicação mediatizada, a participação, a modifi-

cação que produzem no modo de entender, o papel da função criativa e o acesso aos meios de comunicação.

Em Portugal, também se produziu matéria relativa à problemática da Educação perante os Meios de Comunicação. A responsabilidade administrativa por esta área educativa encontrava-se, na alçada do Instituto de Inovação Educativa, no seio da Secretaria de Estado da Educação, órgão responsável pela política educacional no contexto do Ministério da Educação à data.

Neste contexto, foi produzido um documento intitulado «Educar para a Comunicação», abrangendo o universo do ensino secundário. A esse propósito afirmou-se:

(Pinto, 1988: 27-28) define que o termo Educação em Meios de Comunicação é tido numa acepção não reduzível, quer face ao uso dos meios tidos como tecnologias ao serviço do processo de ensino-aprendizagem, quer face à ideia de formação específica profissional, isto no campo da comunicação social.

Assim sendo, para o organismo acima citado (IEE) a Educação para os Meios de Comunicação significa:

Uma acção pedagógico-didáctica, adequadamente organizada, de modo a promover uma atitude crítica face às mensagens provenientes dos meios, uma compreensão da linguagem audiovisual, da estrutura e função que os meios representam e, finalmente, um incentivo às capacidades e atitudes de modo a que os alunos envolvidos no processo possam assumir um papel mais activo na comunicação e sejam mais competentes na utilização destas linguagens e das suas possibilidades técnicas.

A propósito da formação das pessoas tendo como pano de fundo a sua habilitação na descodificação das novas linguagens audiovisuais, bem assim, como da sua capacidade de analisar criticamente as mensagens e, quiçá, utilizá-las a partir de uma base criativa, emergem outros autores atrás citados que importa ouvir.

(Kumar, 1992: 167) defende a ideia de que:

a Educação para os Meios é uma prática e um processo educativo, destinado a permitir aos membros de uma colectividade, participar de modo criativo e crítico na utilização dos meios tecnológicos e tradicionais, com a ideia de desenvolver e libertar os sujeitos e democratizar a comunicação.

De modo a concluir esta passagem pela análise conceptual, deve-se ressaltar três posições que delimitam, em termos de campo de investigação, o universo da Educação para os Meios. Falamos concretamente de Sancho, Margalef e Matilla. Perdoem-nos se outros ficaram por referir mas o espaço deste texto assim o exige.

(Sancho, 1995: 53) defende a ideia de que:

a palavra «meios» (. . .) é excessivamente ampla quer a nível geral e inclusivé ao nível docente, recolhendo outros recursos didácticos longe da comunicação social.

(Margalef, 1994: 15-16) defende a ideia de que:

a designação que nos últimos anos se tem vindo a utilizar para identificar esta inovação didáctica de integração dos meios no curriculum escolar tem sido a empregue pelo Ministério da Educação de Espanha, através dos seus materiais curriculares que opta, (. . .), pelo termo «Educação para o uso dos Meios de Comunicação» (. . .).

(Matilla, 1993 : 64) defende a ideia de que:

não se pode entender o conceito de Educação em Meios de Comunicação «sem sem que se tenha falado anteriormente de Alfabetização Audiovisual; mas, sem dúvida, a Educação em matéria de Comunicação (sic) transcende o conceito de alfabetização e relaciona-se directamente com uma con-

cepção global do fenómeno educativo na sua dupla interacção com os meios, como objecto de estudo no interior da escola e como instrumento ao serviço de um modelo alternativo de comunicação educativa».

Las estrategias más adecuadas para trabajar con los medios son: «el pensamiento crítico, los modelos indagadores, los enfoques de estudios culturales, la educación de los valores, las estrategias interdisciplinarias, las experiencias creativas, la semiótica y la pedagogía democrática centrada en el alumno». (Aguaded Gómez, 2001: 57) citando (Duncan, 1989)

2. Marco Teórico - Qualquer pretensão sistematizadora do universo da Educação em Meios de Comunicação seria demasiadamente extensa e profunda para caber neste pequeno texto. Apesar disso, existe uma possibilidade restringindo a quantidade de autores solicitados a apenas um: Masterman, tendo como ponto de partida uma obra emblemática «L'Education aux Médias dans l'Europe des années 90 ».

(Masterman, 1994 :55 e ss. ;1994) defende a ideia de que existem princípios orientadores da Educação para os Meios de Comunicação, os quais se constituem enquanto elementos basilares, a saber:

2.1. O princípio fundamental no qual se centra a Educação para os Meios de Comunicação é o da «representação». Segundo ele e passamos a citar (Aguaded Gómez, 2001: 58)

Para este autor, é fundamental considerar que os «meios não refletem a realidade, representam-na, são sistemas de símbolos ou signos»

2.2. O objectivo primordial da Educação para os Meios de Comunicação é «desnaturalizar» os meios, «responder» perante o carácter «natural» do qual se reveste, analisando a produção, as suas diferentes técnicas, o seu impacto ideológico e a maneira pela qual o público «lê» o conteúdo mediático e da qual se apropria.

2.3. A Educação para os Meios de Comunicação é antes de mais um processo investigatório sobreposta a uma proposta de conteúdos.

2.4. A educação para os Meios de Comunicação articula-se à volta de conceitos fundamentais que são instrumentos de análise mais do que conteúdos paralelos. (. . .) As novas tendências europeias (. . .) chegaram a um relativo consenso para estabelecer o marco teórico que enquadre a Educação para os Meios de Comunicação em redor de uma série de conceitos, tais como: «denotação e conotação, género, selecção, comunicação não verbal, linguagem mediática, ficção e realismo, público, instituição, construção, mediação, representação, código /codificação / descodificação, segmentação do público, estrutura do relato, fonte, ideologia, apresentação, retórica, discurso, subjectividade. (. . .)

2.5. A Educação para os Meios de Comunicação é um processo de longo prazo, que tem de iniciar-se inclusivé antes da escolaridade, quando se começa o consumo de produtos mediáticos e continuar durante toda a vida.

2.6. A Educação para os Meios de Comunicação tem de desenvolver por sua vez o sentido crítico e a autonomia crítica. (. . .) A importância desta reflexão tem consequências fundamentais sobre as orientações dos programas, sobre as suas metodologias e critérios de avaliação (. . .).

2.7. A Educação para os Meios de Comunicação tem de utilizar critérios de avaliação próprios, baseados na capacidade dos alunos para aplicar o que vierem a «descobrir» dos meios em novas situações (. . .).

2.8. A Educação para os Meios de Comunicação é «oportunista» e fundamenta-se na actualidade, uma vez que se baseia nas informações dos meios de comunicação (. . .).

3. O Caso Português - Em Portugal falarmos em «Educação para os Media», expressão pela qual é reconhecida no âmbito académico e da comunicação social, é abordar uma das áreas com maior desempenho nos últimos anos, se nos atendermos aos aspectos relativos à política de inovação educativa.

Se bem que falar em Educação para os Media englobe as mais diversas experiências encetadas no campo da imprensa, rádio e televisão, e nos mais dispares locais de investigação, como sejam: os centros de Educação Primária e Secundária, encontros e jornadas. Os mais destacados foram certamente «A Educação e os Meios de Comunicação Social» sob a tutela do Conselho Nacional de Educação, «A Escola e os Media» da responsabilidade do Instituto de Inovação Educacional, ou outros eventos patrocinados por entidades privadas ou públicas, cooperativas ou associações.

(Pinto, 1988: 53 e ss.) dá-nos a conhecer o texto fundamental que serviu de marco teórico e de análise da situação inicial da educação portuguesa, ou seja, «Educar para a Comunicação», texto esse que radicava na legislação que regulava o sistema educativo português, isto é, a «Lei de Bases do Sistema Educativo»(Lei 46/86).

O texto em causa concerne à conceptualização da Educação para os Media, oferecendo-nos um estudo da existência da comunicação nos planos curriculares, centrando-se, fundamentalmente, sobre o seu uso na formação de docentes, na investigação científica e na procura dos recursos adequados.

O principal organismo público patrocinador do incremento da pesquisa, investigação e desenvolvimento das temáticas afectas à inovação educativa e, obviamente, a tudo que se relacionasse com os Media e seus usos na Educação, era o Instituto de Inovação Educacional. Neste âmbito, o IIE empreendeu diversos eventos decisivos perante aquele universo: «A Escola e os Media», «Semana dos Media», «Dia da Imprensa», ou os «Dias da Imprensa na Escola».

(Pinto, 1988: 45) citado por (Aguaded Gómez,2001: 33 e ss.) apresenta uma resenha elucidativa acerca das principais finalidades, que se pretendem atingir pelo Ministé-

rio da Educação de Portugal, no que se refere à consecução da Educação para os Media:

3.1. Conseguir que os alunos na sua vida quotidiana desenvolvam uma atitude e um comportamento equilibrados mediante a análise crítica dos meios de comunicação.

3.2. Desenvolver, através da reflexão acerca dos conteúdos e dos processos dos meios de comunicação, uma perspectiva de educação moral e cívica.

3.3. Identificar e compreender as principais funções e propósitos dos meios de comunicação, especialmente o entretenimento, a informação e a formação.

3.4. Ajudar os educandos a conhecer o funcionamento dos meios de comunicação, a maneira como se constituem enquanto indústrias culturais, os interesses e os poderes associados e o seu papel na sociedade.

3.5. Educar para o pluralismo e para a tolerância, através do contacto com a diversidade cultural, de expressão e formas de vida (. . .)

3.6. Compreender o desenvolvimento e evolução das sociedades contemporâneas, face às técnicas de comunicação.

3.7. Desenvolver nos educandos instrumentos de observação, análise e interpretação das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação.

3.8. Incentivar nos educandos a formação de opiniões próprias, relacionadas com a comunicação social e outras fontes de informação.

3.9. Identificar as necessidades e assimetrias existentes no plano da comunicação, a nível institucional, local e mundial.

3.10. Facilitar a compreensão e avaliação do consumo dos meios de comunicação, potenciando uma abordagem das possibilidades e formas de intervenção na comunicação.

3.11. Desenvolver nos educandos o espírito de criatividade, de inovação e cooperação, especialmente através da expressão e comunicação com os

meios, a partir da construção dos seus produtos.

(Areal, 1995: 17) citado por (Aguaded, 2001: 34 e ss.) apresenta um conjunto de novos objectivos gerais, resultado de um documento posterior intitulado «Educação para os Media no Ensino Secundário», e que se passa a citar:

- Utilizar instrumentos de análise e reflexão sobre como ler os meios de comunicação.
- Estabelecer um distanciamento consciente e crítico face aos meios de comunicação e às suas linguagens.
- Analisar e criticar os valores e atitudes expressos através dos meios de comunicação.
- Desenvolver a expressão de ideias e a autonomia de pensamento. (. . .)
- Compreender que os meios de comunicação oferecem pontos de vista acerca da realidade.
- Reconhecer que existem distintas leituras possíveis das mensagens dos meios de comunicação.
- Aprender a interpretar a realidade através da linguagem dos meios de comunicação.
- Descodificar mensagens, mitologias ou estratégias publicitárias.
- Analisar mecanismos de manipulação da opinião pública. (. . .)
- Conhecer os «bastidores» da produção mediática.
- Utilizar técnicas de investigação e documentação, mediante a busca, selecção, interpretação e informação.
- Experimentar diferentes técnicas de comunicação.
- Desenvolver a expressão através dos distintos meios de comunicação.

A finalizar esta breve análise problemática acerca da Educação para os Media -

o caso português, retivemos uma expressão de (Aguaded Gómez, 2001: 71):

A pesar de las interpretaciones, más o menos alejadas de la conceptualización que en las páginas anteriores hemos esbozado, que se han ido realizando de la Educación en Medios de Comunicación, hay que reconocer que el movimiento en favor de la integración de los medios de comunicación en el marco escolar es ya una realidad, como veremos en una breve panorámica de las experiencias más significativas (. . .)

e agora podemos acrescentar, do que se tem feito desde 1992 até actualidade, na Universidade Fernando Pessoa, o que constitui o estudo de caso prático a apresentar em suporte digital «Live».

4. O Estudo de Caso: Universidade Fernando Pessoa

- 4.1. Supervisão Geral: Aníbal Oliveira.
- 4.2. Autoria: Alunos do 4ºAno do Curso de Engenharia Publicitária
- 4.3. Categoria: Publicidade & Media.
- 4.4. Ideia: MCA - Uma Agência de Publicidade que se guia pelos sentidos.
- 4.5. Duração: 30'
- 4.6. Género Audiovisual: Spot Publicitário TV.
- 4.7. Âmbito da Acção: Projecto desenvolvido no contexto da disciplina de Engenharia da Produção Audiovisual 1.
- 4.8. Extras: Inclui o Making of.
- 4.9. Ano de Produção: 2003-04.
- 4.10. Budget: Ignorado.
- 4.11. Mercado-Alvo: Segmento Classe A, B e C, empresários jovens a partir dos 25 anos.
- 4.12. Suporte: Projecto e Spot em DVD [Digital Versatil Disk]

Bibliografía

Aguaded, J.I. (1996): *Sociedad consumista y medios de comunicación*, en *Comunicar*, 7;8-9.

Aguaded, J.I. G. (2001): *La Educación en Medios de Comunicación: Panorama y Perspectivas*. Murcia, Editorial KR. 1ª Edición. Enero.

Area, M. (1995): *La Educación de los Medios de Comunicación y su integración en el curriculum*, en *Pixel-Bit*, 4;5-19.

Areal, L. (1995): *Educação para os media no Ensino Secundário. Sugestões de actividades*. Lisboa, Instituto de Inovação Educacional.

Bazalgette, C. (1993) *La enseñanza de los medios de comunicación en la enseñanza Primaria y Secundaria*, en *Aparici*, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre;113-134.

Cabero, J. (1997): *Más allá de la planificación en la Educación en Medios de Comunicación*, en *Comunicar*, 8;31-37.

Duncan, B. y **Outros** (1989): *Media Literacy Resource Guide*. Toronto (Ontario), Ministry of Education.

Esteves, J. P. (1988): cit. in **Oliveira**, A. (2000): Tesis Doctoral. Santiago de Compostela. extraído da Revista de Comunicação & Linguagens. Lisboa. Ed. CECL-UNL.

Gonnet, J. (1995): *De l'actualité à l'école. Pour des ateliers de démocratie*. París, Armand Colin.

Kumar, K. (1992): *Une nouvelle définition des objectifs. Réflexions venues de l'Inde*, en **Bazalgette**, C.; **Bevort**, E. y **Savino**, J. (Coord.): *L'Éducation aux Médias dans le monde: nouvelles orientations* París, CLEMI/BFI/UNESCO;166-170.

Masterman, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, La Torre. Traducción española de Teaching the Media.

Masterman, L. y **MARIET**, F. (1994): *L'éducation aux médias dans l'Europe des années 90*. Strasbourg, Conseil d'Europe.

Margalef, J. M. (1994): *Guía para el uso de los Medios de Comunicación*. Madrid, MEC.

Masuda, Y. (1984): *La sociedad informatizada como sociedad postindustrial*. Madrid, Fundesco/Tecnos.

Matilla, A. G. (1993): *Los medios para la comunicación educativa*, en *APARICI*, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre;45-77.

Morán, C. M. (1993): *¿Por qué educar para la comunicación?*, en *APARICI*, R. (Coord.): *La revolución de los medio audiovisuales*. Madrid, La Torre;45-48.

Oliveira, A. (2000): *O Projecto Estratégico Audiovisual*. Porto. in Tesis Doctoral pela Universidade de Santiago de Compostela.

Oliveira, A. (2000): *A Educação no Limiar do Século XXI – a Escola Global: Análise das Problemáticas da Galáxia Audiovisual e das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação*. Santiago de Compostela. USC.

Pérez Tornero, J. M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.

Pinto, M. (1988): *Educar para a comunicação*. Lisboa, Estudos do Ministério de Educação de Portugal, Comissão de Reforma do Sistema Educativo.

Roda, F. J. y **BELTRÁN**, R. (1988): *Información y comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili.

Sancho, J. (1995): *¿El medio es el mensaje o el mensaje es el medio? El caso de las tecnologías de la información y la comunicación*, en *Pixel-Bit*;5;51-67.

Shepherd, R. (1993): *Raíces: origen y desarrollo de los profesores de medios*, en *APARICI*, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre;135-151.

Tyner, C. (1993): *Alfabetización audiovisual. El desafío de fin de siglo*, en *APARICI*, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre;171-197.

UNESCO (1984): *La Educación en materia de Comunicación*. París, UNESCO. Traducción del original en francés: *L'Éducation aux Médias*, UNESCO.

¹ Universidade Fernando Pessoa.