

# Análisis crítico de dimensiones de la competencia audiovisual en la etapa de Bachillerato

María M. RODRÍGUEZ-ROSELL  
Universidad Católica San Antonio de Murcia  
mmrodriguez@ucam.edu

Inmaculada BERLANGA FERNÁNDEZ  
Universidad Internacional de la Rioja  
inmaculada.berlanga@unir.net

Ana SEDEÑO VALDELLÓS  
Universidad de Málaga  
valdellos@uma.es

## Resumen:

La alfabetización en medios resulta un aspecto clave de integración de los alumnos en los diferentes niveles educativos. Especialmente interesante resulta el estudio de estas capacidades en los jóvenes españoles de bachillerato, denominados “nativos” digitales por la naturaleza particular que han vivido como individuos nacidos en un entorno mediático y tecnológico. A través de técnicas de muestreo no probabilísticas se consiguen relevantes datos que permiten destacar, entre otros aspectos competenciales, el de la “pasividad” de estos jóvenes que se confiesan “autodidactas” en el terreno de *Media Literacy*.

**Palabras clave:** competencia audiovisual, alfabetización mediática, nativos digitales, Bachillerato

## Critical analysis of audiovisual skills in High school students.

### Abstract

Media literacy is an outstanding issue of integration of students in different educational levels. It's specially interesting the study of these skills in bachelor Spanish youth, who are being referred to as “digital natives” due to the particular nature as individuals who were born in a media environment. Through forms of non-probability sampling are achieved relevant data about, among other aspects, the “passivity” of these young people who confess “self-taught” in the field of Media Literacy training.

**Key Words:** Audiovisual skills, media literacy, digital natives, High School

### Referencia normalizada:

Rodríguez Rosell, M. del M.; Berlanga Fernández, I. y Sedeño Valdellós, A. (2013) Análisis crítico de dimensiones de la competencia audiovisual en la etapa de Bachillerato. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. Nº Especial Noviembre. Págs. 703-712.

**Sumario:** 1. Introducción: competencia audiovisual y su importancia en Bachillerato. 2. Metodología. 2.1. Diseño de la investigación y elaboración del instrumento. 2.2. Muestra. 3. Análisis de los resultados. 3.1. Área competencial del lenguaje. 3.2. Área competencial tecnológica. 3.3. Área competencial de la recepción e interacción. 3.4. Área competencial de la producción y difusión. 3.5. Área competencial de la ideología y los valores. 3.6. Área competencial de la estética. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas. 6. Notas

## 1. Introducción: competencia audiovisual y su importancia en bachillerato

Los medios de comunicación como factores de aprendizaje de naturaleza activa son objeto de análisis desde hace algunos años. La alfabetización en medios resulta un aspecto clave de la integración del alumnado en los diferentes niveles educativos y así es tratada por instituciones internacionales. Tanto la UNESCO como la Alianza de Civilizaciones se han puesto como meta que la mayoría de la población tenga unos niveles aceptables de alfabetización mediática en los próximos años y, así, han surgido iniciativas como la del II Congreso *Media Literacy* o el Instituto de Educación de la Universidad de Londres para definir las múltiples facetas que ella implica. En 2009, Buckingham apuntó alguna de sus facetas clave (Buckingham, 2009: 14-15) entre las que destacamos la de “fomentar la ciudadanía activa y participativa”.

Las llamadas competencias mediáticas -término que intenta medir estas facetas- incluyen una serie de dimensiones que inciden sobre valores éticos y estéticos de los sujetos en torno a los medios y sus lenguajes. En España, diversos colectivos y asociaciones, como el Gabinete de Comunicación y Educación de la UAB, la Fundación Infancia y Aprendizaje (1) o el grupo Comunicar, están desarrollando desde hace más de una década metodologías para describirlas y medirlas. También el Consejo Audiovisual de Cataluña de la mano del profesor Ferrés presentó en 2006 “La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”, que más tarde se publicó bajo diversas perspectivas y acentos. Si la competencia básica es un “conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todas las personas necesitan adquirir en el proceso de enseñanza obligatoria para su realización y desarrollo personal” (Aguaded et al., 2011: 18), la competencia en comunicación audiovisual es “la capacidad de un individuo para interpretar y analizar, desde la reflexión crítica, las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo” (Ferrés, 2006: 10). Las dimensiones de la competencia en comunicación audiovisual son, según este último: el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción y programación, la ideología y valores, la recepción y audiencia y la dimensión estética.

El Bachillerato es una etapa esencial en la profundización en competencias de todas las disciplinas por su naturaleza de puente hacia la especialización universitaria. Sus alumnos se encuentran en un momento donde se hace necesaria una especial orientación ante los medios aunque se les presuponga un dominio de los dispositivos tecnológicos asociados.

Como apunta el experto en educomunicación, Jose Manuel Pérez Tornero (2012: 15) “Una buena alfabetización mediática e informacional conseguida en el bachillerato potenciará una ciudadanía activa y participativa, una universidad más científica y creadora, un humanismo más acendrado y una tecnología más inteligente y orientada siempre al servicio de la humanidad”. El desarrollo de competencias mediáticas e informacionales tendría como finalidad la consolidación en el alumno de una capacidad de lectura profunda y reflexiva, que tendría las siguientes características: sería atenta y respondería a un esfuerzo de concentración; seguiría recorridos de informa-

ción regulares y sistemáticos; respondería a patrones analíticos previos; potenciaría el autoanálisis y el metadiscurso; aprovecharía la memoria enciclopédica para resolver ambigüedades y, en general, para decodificar; iría más allá de la denotación hacia la connotación; ensayaría nuevos modelos y patrones de interpretación para resolver la producción de sentido; potenciaría la organización y estructuración del pensamiento; se basaría en la deducción lógica, además de otro tipo de inferencia (Pérez Tornero, 2012: 15).

Algunas propuestas para medir la competencia en el ámbito mediático en el nivel de Bachillerato se han dado de la mano de Gasca Fernández (2010) (con énfasis en la medición de técnicas para fomentar la comprensión crítica, la lectura en Internet y la búsqueda de información), Ramírez, Basteretxea y Jiménez (2011) (que han confirmado ciertas lagunas en alfabetización audiovisual en el País Vasco) y Del Cerro Ruiz y Llorente Cejudo (2011) (que han ahondado en las diferencias entre la competencia tecnológica y la mediática en estas edades). Aguaded y Berlanga (2011), por su parte, han reflexionado sobre las dimensiones ética y estética de la competencia mediática mediante el análisis de la asignatura “Proyecto Integrado” (2).

## **2. Metodología**

### **2.1. Diseño de la investigación y elaboración del instrumento**

El presente trabajo forma parte del Proyecto I+D del Ministerio de Economía y Competitividad (EDU2010-21395-C03-03) titulado “La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital”. El objetivo de la investigación es medir el nivel de competencia mediática del alumnado de Bachillerato a fin de certificar, si es el caso, la necesidad de la educación en medios, y descubrir aquellas dimensiones que precisan ser mejoradas en los estudiantes de este nivel. Como primer paso se elaboró un cuestionario titulado “sobre competencias mediáticas para la etapa de bachillerato” (3) que actuara como instrumento de evaluación. El documento está dividido en seis apartados de acuerdo con las seis áreas competenciales que se han tenido en cuenta: lenguajes, tecnologías, recepción e interacción, producción y difusión, ideología y valores y estética. El cuestionario se elaboró a través de un proceso que alternó los encuentros presenciales y el trabajo on-line y tuvo siete versiones de acuerdo a diferentes revisiones y fases comprendidas entre octubre de 2011 y marzo de 2012.

### **2.2. Muestra**

El cuestionario se ha aplicado mediante muestreo no probabilístico accidental, técnica que permite que los elementos de la muestra sean seleccionados al azar o al menos con probabilidades conocidas de selección, aunque es imposible determinar el grado de representatividad de la muestra. Sin embargo la técnica de muestreo no

probabilística por cuotas, como es el caso, se formula sobre la base de un correcto conocimiento de los individuos más adecuados para los fines del estudio. Entre las variables que se han considerado se encuentra la provincia de los investigadores implicados, la edad, el tipo de centro educativo (privado, concertado o público) y el género.

El estudio de campo se llevó a cabo durante los meses de abril y mayo de 2012 a grupos de entre 25 y 30 alumnos de 1º de Bachillerato, seleccionados por muestreo casual en 10 provincias (Cantabria, Córdoba, Granada, Huelva, La Rioja, Lugo, Málaga, Murcia, Sevilla y Valencia), en las que se eligieron dos centros educativos diferentes. En total, se realizaron 623 cuestionarios: de ellos el 54,1% fueron contestados por hombres (337) y el 45,9% por mujeres (286). El proceso permitió aplicar el cuestionario por el sistema on-line, sin olvidar que en todo momento fue constante la presencia en el aula de investigadores que lo presentaban y que explicaban tanto sus objetivos como sus contenidos; asimismo aclaraban las dudas que planteaban los alumnos respecto a la cumplimentación del mismo y de algunos aspectos formales.

Antes de comenzar el cuestionario propiamente dicho se reservan unas preguntas en el encabezado del mismo que permitirán identificar el perfil del encuestado. Una de esas preguntas se refiere a la formación que haya podido recibir el sujeto en competencias digitales y comunicación audiovisual. La mayoría de las personas de la muestra (60,2%) consideran que *han recibido “algún” grado de formación en comunicación audiovisual y digital* y sólo el 9,8% se atreve a afirmar que ha recibido “bastante”. Por otro lado, el 30% confiesa no haber recibido formación alguna sobre el tema.

Aquellos que contestaron afirmativamente a la pregunta anterior se enfrentaban a otra que les cuestionaba sobre la forma en que habían adquirido los conocimientos en comunicación audiovisual. El 41,3% respondieron que “habían aprendido por sí mismos” o “por medio de los contenidos de una asignatura que estaban cursando durante el año 2012”. Cabe destacar por tanto el carácter autodidacta que presenta en muchas ocasiones la formación en comunicación audiovisual entre los alumnos de bachillerato, y la presencia pequeña de la formación académica entre los alumnos, que apenas alcanza el 30% (30,04%).

### 3. Análisis de los resultados

Se tendrán en cuenta las siguientes áreas competenciales: lenguajes, tecnologías, recepción e interacción, producción y difusión, ideología y valores y, por último, estética.

### 3.1. Área competencial del lenguaje

Esta dimensión venía indicada por la pregunta *¿Comprendes la información que transmiten los diferentes códigos y lenguajes (las imágenes, las palabras, la música y los sonidos, entre otros) que componen los mensajes de los medios?* Los resultados nos permiten hablar de un alto nivel de comprensión de la información recibida por medio de los diferentes códigos audiovisuales: el 58,4% de las personas de la muestra contestaron afirmativamente y el 40,1% que “en alguna ocasión”.

### 3.2. Área competencial tecnológica

La pregunta 6 tenía como objetivo medir el conocimiento sobre cómo combinar y manipular sonidos e imágenes para mejorar la presentación de trabajos y creaciones. Un 87% de los jóvenes son conscientes de la mejora que supone la utilización de elementos de otros lenguajes para enriquecer sus documentos; un 55,6% afirma poder hacerlo “un poco” y un 31,5% “bastante”.

En la siguiente pregunta el encuestado debe seleccionar la respuesta correcta para una serie variada de definiciones. Los conceptos a definir se refieren a aportaciones tecnológicas novedosas como firewall, hardware, NTFS, blu-ray, podcast, Android, software, tarjeta digitalizadora, Google docs. Un 66,2% sabe qué es Android y blu-ray. El mayor de los errores lo encontramos con tableta digitalizadora, ya que una mayoría confunde su definición con el de interfaz gráfica, cuya respuesta correcta sólo eligieron un 18,2% de los encuestados. Sólo el 35,2% asegura que la definición de “sistema de archivo de nueva tecnología” es el NTFS. El resto de encuestados piensa de forma errónea que es tableta digitalizadora (11,1%), Android (9,6%) y software (9,3%). No alcanzan el 44,1% los que afirman de forma correcta que es un podcast, el 66,2% sabe qué es Google Docs y sólo el 48,9% el significado de firewall. La respuesta a la definición de software vuelve a situarse sólo al 48,9%, que saben identificarlo como “el conjunto intangible de programas y datos almacenados en un ordenador”. 283 de las personas encuestadas, es decir, el 45,5% acierta al elegir la definición correcta de hardware. También sólo el 45,5% acierta a nombrar correctamente hardware.

### 3.3. Área competencial de la recepción e interacción

La pregunta 10 del cuestionario trataba de valorar el grado de conocimiento en terminología audiovisual respecto a la recepción del mensaje y la interacción. Un 49,5% de los alumnos de Bachillerato encuestados no saben lo que significan los términos *share* y *sofres* y sólo un 20,01% de los que deciden marcar una respuesta lo hace de manera correcta y los relaciona con la medición de audiencias.

Respecto al trabajo en grupo se intentaba medir con la pregunta 11 *¿Cómo trabajan en grupo los alumnos de bachillerato?* Según los datos, en torno a la mitad (51,6%) prefieren reunirse físicamente y trabajar así, y un 31,4% realiza los trabajos en solitario y luego se reúne, mientras que el 17% trabaja en red a través de herramientas tecnológicas on line sin necesitar reunirse, lo que resulta un porcentaje muy bajo

que no concuerda con las características que describen los investigadores en el tema (Berlanga, 2010) y que se atribuyen a los nativos digitales de estas edades.

Las preguntas siguientes 13 y 13.a proyectaban mostrar si se conocen instituciones sociales donde presentar sugerencias o quejas en relación a los contenidos de los medios de comunicación (televisión, prensa, radio). Se pretende también saber si ha ejercido este derecho ciudadano. Un 73,8% dicen saber de la existencia de instituciones, aunque casi un 20% lo desconoce. El porcentaje se eleva hasta un 92% para indicar aquellos que no han ejercido este derecho.

### 3.4. Área competencial de la producción y difusión

La pregunta 14 se refiere al conocimiento del término *Creative commons*: aunque se incluye dentro de la dimensión de la producción tiene pinceladas de la dimensión del lenguaje y la dimensión tecnológica, así como tiene que ver con ciertos valores de conciencia social al tratarse de un grupo de licencias gratuitas para compartir y difundir material fruto de la creatividad y el conocimiento, aportadas por una organización sin ánimo de lucro. En torno al 55,1% confiesa no saber el significado del término y el 29,3% dice no haberlo utilizado.

En cuanto a la credibilidad de la imagen se pretendía saber si el “ver” las cosas a través de una imagen ayuda a creer en ella, es decir, si los encuestados suponen que una imagen es garantía de credibilidad para una noticia. A este respecto, un 46% no está de acuerdo ante la afirmación base de la pregunta 18: *cuando puedo ver la realidad porque las noticias van acompañadas de imágenes, no corro tanto riesgo de ser manipulado...* el 16,6% no sabe qué responder y sólo el 37,5% dice no estar de acuerdo.

### 3.5. Área competencial de la ideología y los valores

Las preguntas 12, 16 y 17 del cuestionario tratan de medir dimensiones cognitivas de emociones primarias. Respecto a *si compra un producto porque le ha convencido el argumento de un anuncio no se está moviendo por emociones* (pregunta 12), el 50,2% asevera no estar de acuerdo, mientras un 14,1% no lo sabe.

La pregunta 16 es *¿a qué se debe la elección de una película cuando un joven va al cine o alquila una cinta?* El 70,4% señala la recomendación de una persona con criterio, el 70,6% indica la preferencia por los actores. En cambio, un 58,4% de los casos lo hace porque antes lo ha oído o leído en una crítica especializada, un 88,9% la elige cuando cree que la trama es buena o por el éxito en taquilla (55,9%) de los casos.

La pregunta 17 cuestiona *el grado de aprovechamiento de las herramientas de las nuevas tecnologías para mejorar de alguna forma su entorno desde una actitud de compromiso social y cultural*. El 32,5% dice no aprovecharla, el 55,9% aprovecharlas un poco y el 11,6% hacerlo bastante. Con los resultados ofrecidos en la pregunta 13a (referente a corresponsabilidad social), puede afirmarse la baja iniciativa de participación de los jóvenes en actividades de concienciación y otras tareas sociales.

### 3.6. Área competencial de la estética

La pregunta 19 trata de medir la capacidad estética de los participantes a través de una fotografía: se propone señalar si una serie de aspectos se puede considerar causa para desechar una foto suya en primer plano para una publicación relevante. El motivo más elegido es la falta de nitidez en el color (67,5%). No parece importante el hecho de que la imagen no esté totalmente centrada (74,8%) ni que esté situada algo a la izquierda (42,4%). El color no es un elemento importante para desecharla tampoco para el 73%.

## 4. Conclusiones

El estudio sobre competencia mediática que hemos llevado a cabo describe perfiles de jóvenes estudiantes de Bachillerato que se consideran autodidactas en el terreno de las nuevas tecnologías, prueba de que este sector de la población no ha tenido una formación académica específica en competencias audiovisuales y neotecnológicas. De hecho esta filosofía de aprendizaje invade incluso la forma de funcionamiento preferida por estos jóvenes quienes están poco acostumbrados a trabajar desde un punto de vista académico en entornos *on line*; y esto, a pesar de que emplean estas herramientas para desarrollar sus actividades de ocio.

De esta forma una de las conclusiones generales del estudio permite declarar el desconocimiento casi absoluto de muchos de los términos específicos en comunicación audiovisual y tecnología de estos alumnos. Ahondando en esta idea el porcentaje de alumnos entre 15 y 17 años que confiesa conocer exactamente el manejo de entornos digitales y operaciones relacionadas es muy bajo.

Otro aspecto relevante es la escasa participación activa detectada: la mayoría se considera *usuarios pasivos* (lectores), pero no autores. Esta pasividad se hace patente en actitudes que tienen que ver con la corresponsabilidad social y que reflejan la baja iniciativa de participación de los jóvenes en tareas sociales y de concienciación. Especialmente resultan relevantes las carencias en la valoración de dos dimensiones fundamentales en la formación de una ciudadanía más crítica y culta: la dimensión de ideología y valores, y la dimensión estética.

Queda en manos de los investigadores y docentes idear nuevas propuestas para que estas conclusiones cambien y consigan integrar los sistemas de educación y comunicación en una práctica que logre en este alumnado actitudes más críticas y activas respecto a los medios.



## 5. Referencias bibliográficas

- ACOSTA BARRIOS, L. M. (2010). “El tratamiento de la información y competencia digital TICD en la enseñanza-aprendizaje de la historia en Bachillerato”. En: *Revista Catharum. Revista Ciencias y Humanidades del Instituto de Estudios Hispánicos de Canarias*, nº 10, p. 57-67.
- AGUADED, J.I. Et alt. (2011). *Informe de investigación. El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones.
- AGUADED, J. I. & BERLANGA, I. (2011). “La asignatura proyecto integrado como excelente medio para implementar las competencias mediáticas en Bachillerato”. En SIERRA SÁNCHEZ, J. Y LIBERAL, S. (coord.). *Investigaciones educacionales en la sociedad multipantalla*. Madrid: Fragua. p. 37-51.
- BERLANGA FERNÁNDEZ, I. (2010). “Metalenguaje interactivo: Herramientas en la red para los nativos digitales”. En: *Revista Icono14*, nº 15. p. 274-288.
- BUCKINGHAM, D. (2009). “The future of media literacy in the digital age: some challenges for policy and practice”. En: VERNIERS, P. (org.) *EuroMeduc: Media Literacy in Europe: Controversies, Challenges and Perspectives*. Brussels: EurMeduc. p. 13-23. Disponible en: <http://bit.ly/9RTbe9> [21/10/2012]
- DEL CERRO RUIZ, S. Y LLORENTE CEJUDO, M. C. (2005). Competencia tecnológica en los alumnos de Secundaria y Bachillerato. V Congreso Internacional Virtual de Educación “Cibereduca”. Sevilla: Universidad de Sevilla. Disponible en: <http://bit.ly/14XHU5u>. [07/01/2013]
- FERRÉS PRATS, J. (2007), “La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores”. En: *Revista Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº 29, p. 100-107.
- FERRÉS PRATS, J. (2006). “La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”. En: *Quaderns del CAC*, nº 25, p. 9-17.
- GARCIA, F., PORTILLO, J., ROMO, J. Y BENITO, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje, Actas de IV Congreso pluridisciplinar sobre diseño, evaluación y desarrollo de contenidos educativos reutilizables. Universidad del País Vasco. Disponible en: <http://bit.ly/e25Zb1> [15/01/2013]
- GASCA FERNÁNDEZ, M. A. (2010). *Desarrollo de la literacidad crítica en Internet en estudiantes mexicanos de Bachillerato*. Ponencia presentada en Congreso Internacional Europa/América Latina ATEI “Alfabetización mediática y culturas digitales”. Disponible en: <http://bit.ly/1edSskf> [07/02/2013]
- PÉREZ TORNERO, J. M. (2012). “Competencia mediática e informacional en el Bachillerato”, Intervención realizada en el Seminario sobre un nuevo bachillerato organizado por la Sociedad Catalana de Pedagogía y el Colegio de Doctores y licenciados de Cataluña en el Instituto de Estudios Catalanes. Disponible en: <http://bit.ly/1cF4Xno> [22/02/2013]
- PRENSKY, M. (2004). *SNS especial letter. The death of command and control*. Disponible en: <http://bit.ly/p3laMn> [10/02/2013]



- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T., BASTERETXEA, J. I. & JIMÉNEZ, E. (2011). “Estado de la alfabetización audiovisual en la comunidad escolar vasca”. En: *Revista Comunicar*, nº 36, p. 157-164.
- SÉGUIN, J.-C. (2007). “La enseñanza del cine en el sistema educativo francés”. En: *Revista Comunicar*, nº 29, p. 21-25.
- VIVANCOS, J. (2008). *Tratamiento de la información y competencia digital*. Madrid: Alianza.

---

## 6. Notas

- 1 Con su estudio “Análisis de la dieta audiovisual y su papel en la construcción de la realidad y el imaginario: elaboración de un sistema de indicadores”, 2002.
- 2 Esta asignatura, de oferta obligada en centros andaluces por el Decreto 416/2008 del Boletín Oficial de la Junta de 22 de julio, con el objetivo de conseguir profundizar en las competencias básicas de la etapa anterior.
- 3 En el encabezamiento del cuestionario se pide el nombre y tipo del centro donde se realiza el bachillerato: público, privado o concertado. También se pregunta por la variable sexo, por si este dato pudiera ofrecer información significativa al respecto. Finalmente se interroga sobre la formación que se haya podido recibir en competencias digitales y comunicación audiovisual. Le siguen 18 preguntas.

## Apoyos y agradecimientos

Estudio enmarcado en la Convocatoria de Proyectos I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010- 21395-C03-03, titulado «La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital».

## Las autoras

María del Mar Rodríguez Rosell. Doctora en CC. de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, acreditada por la Aneca como Profesor Contratado Doctor y Licenciada en Comunicación Audiovisual (UCM). Profesora Adjunta de diferentes asignaturas en los Grados de Comunicación y Educación Infantil de la UCAM donde ejerce de Secretaria Académica de la Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación y donde es Subdirectora de la revista científica *Sphera Publica*; desde 2005 es Directora del Grupo de Investigación Comunicación y Menores. Sus líneas de investigación se dirigen a profundizar sobre la relación de los Medios de Comunicación y los menores materializadas en diversas publicaciones en revistas científicas de comunicación. Directora del Blog “Comunicación y Menores” y Socia de la

Asociación Internacional para la Investigación sobre Infancia, Juventud y Comunicación (KIDS&COM).

Inmaculada Berlanga Fernández. Licenciada y Doctora en Filología Clásica y Licenciada y Doctora en Comunicación Audiovisual. Actualmente es profesora Agregada en la Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). Pertenece a COYSODI, grupo de Investigación del plan propio de la UNIR, Comunicación y Sociedad Digital. También es miembro del Proyecto del Ministerio de Ciencias e Innovación: “La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital” IP: Ignacio Aguaded. Miembro del Grupo Comunicar desde 2006 y de la Asociación Científica Icono 14 desde 2011. Autora de numerosas publicaciones en el ámbito de la Comunicación Audiovisual. Cf. <https://sites.google.com/site/inmaberlanga/>

Ana María Sedeño Valdellós. Doctora en Comunicación Audiovisual y Profesora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga (España). Sus líneas de investigación tienen que ver con la música en relación a los medios audiovisuales (El lenguaje del videoclip y la música contemporánea en el cine) y las prácticas audiovisuales en el panorama contemporáneo desde una perspectiva o histórica o educativa. Miembro del Proyecto del Ministerio de Ciencias e Innovación: “La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital” IP: Ignacio Aguaded. Autora de numerosas publicaciones en el ámbito de la Comunicación Audiovisual y la Publicidad.