

La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores

Joan Ferrés Prats

El concepto de *competencia* nació asociado al mundo laboral, al mundo de la empresa. Progresivamente se fue integrando al mundo académico, hasta convertirse en el eje conceptual de las reformas educativas en la mayoría de los países de la Unión Europea, incluido el Estado español.

Por *competencia* se suele entender una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto. El abandono en que se halla la educación en comunicación audiovisual (ECA) se pone de manifiesto, por tanto, en que, a pesar de que nuestro contexto cultural es marcadamente audiovisual, la ECA apenas tiene presencia en los currículos educativos.

Hay que reconocer que en nuestro país existen experiencias muy valiosas de educación en comunicación audiovisual. Pero, atendiendo al conjunto de la sociedad, estas experiencias resultan puntuales, anecdóticas, poco representativas. Además, desde el punto de vista de las competencias, son muy pocas las tentativas, explícitas o implícitas, que se han acometido para definir qué es una persona competente en comunicación audiovisual.

En la Universidad Pompeu Fabra, en colaboración con el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), llevó a cabo en el año 2005 una iniciativa para definir y consensuar este concepto. Se elaboró un primer documento a partir de la experiencia del equipo de investigadores y del análisis de las experiencias más satisfactorias llevadas a cabo en los países que han destacado más en este campo.

El documento se envió a 54 expertos del ámbito iberoamericano que se han dado a conocer por sus aportaciones en este ámbito académico. Con las observaciones y las sugerencias de los 46 expertos que respondieron a la demanda se elaboró un segundo documento, que fue enviado 14 expertos del Estado español para su análisis y valoración. Por último, estos expertos debatieron las propuestas y las observaciones en un seminario presencial realizado en Barcelona y consensuaron el documento definitivo¹.

El valor principal del documento *Competencias en comunicación audiovisual* radica, por tanto, en que se trata del resultado de las aportaciones de los expertos más reconocidos del ámbito iberoamericano y que ha sido consensuado por los expertos más reconocidos del Estado español.

Se trata, por descontado, de un documento que siempre deberá ser provisional, un documento que se debería ir revisando continuamente, a medida que se van acumulando experiencias de educación en comunicación audiovisual. No obstante, es un documento que puede servir de base tanto en lo que se refiere a los criterios a partir de los cuales se debería plantear esta educación como a las dimensiones que se deberían atender.

Competencia en comunicación audiovisual

Justificación de la propuesta

El abandono en el que se encuentra la Educación en Comunicación Audiovisual se manifiesta, entre otras cosas, por la falta de una definición precisa y consensuada de qué

Joan Ferrés Prats

Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra

1 En un apéndice al final del artículo constan los nombres de los expertos que participaron en las dos fases de la iniciativa.

comporta ser competente en este ámbito y, como consecuencia, por la ausencia de evaluaciones sobre el nivel de competencia de las personas.

La eficacia de los procesos de enseñanza-aprendizaje está condicionada en buena medida por la eficacia de los sistemas de evaluación que se incorporen en ellos. Por otra parte, no puede haber unos sistemas de evaluación eficaces sin una definición precisa de los conocimientos, las habilidades y las actitudes que es preciso haber conseguido para poder considerarse competente en un ámbito académico.

El documento se sitúa en el marco del programa de trabajo de la Unión Europea *Education and Training 2010*, dentro del grupo de trabajo sobre *Competencias clave para una aprendizaje a lo largo de toda la vida. Un marco de referencia europeo*. En marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa marcó un nuevo objetivo estratégico para la Unión Europea: los sistemas de educación y formación deben adaptarse a las demandas de la sociedad del conocimiento; para ello, los estados miembros deben establecer un marco europeo que defina las nuevas destrezas básicas que los europeos deben dominar en el marco de un proceso de aprendizaje a lo largo de toda la vida. Este marco debe incluir las tecnologías de la información y la comunicación, la cultura tecnológica, las lenguas extranjeras, el espíritu emprendedor y las habilidades sociales. Para ello, se crean grupos de trabajo sobre competencias clave.

Dos años después, en febrero de 2002, en el Consejo de Barcelona, se acentuaba la necesidad de acción para mejorar el dominio de las destrezas básicas. En particular, se pidió especial atención a la alfabetización digital y a las lenguas extranjeras. Se trata de definir cuáles son las competencias necesarias para todos en la sociedad del conocimiento. El grupo de trabajo B denominado *Competencias Clave para un aprendizaje a lo largo de la vida* ha definido un marco compuesto por ocho dominios de competencias clave que se consideran necesarias para todos en la sociedad del conocimiento, entre las que figura en cuarto lugar *la competencia digital*.

Pues bien, derivado de este mandato, los sistemas educativos deben definir y alentar las competencias clave que debe adquirir el alumnado en la etapa escolar, en el marco de sus competencias.

Se puede definir la *competencia clave* como un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todos los personas necesitan adquirir en el proceso de enseñanza obligatoria para su realización y desarrollo personal, inclusión en la sociedad y acceso al empleo. Deben ser transferibles y, por tanto, aplicables en determinados contextos y situaciones.

En el documento de trabajo anteriormente citado sobre *Competencias Clave* se establece que la *competencia digital*—que abarca tanto a las tecnologías de la información como de la comunicación— “*implica el uso confiado y crítico de los medios electrónicos para el trabajo, el ocio y la comunicación. Estas competencias están relacionadas con el pensamiento lógico y crítico, con las destrezas para el manejo de la información a un alto nivel, y con el desarrollo eficaz de las destrezas comunicativas*”.

El desarrollo eficaz de estas destrezas comunicativas supone en el individuo una imprescindible *competencia en Comunicación Audiovisual*, que entendemos como 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. Esta competencia está relacionada con el conocimiento de los medios de comunicación y con el uso básico de las tecnologías multimedia necesarias para producirla.

Hablamos de comunicación audiovisual para referirnos a todas aquellas producciones que se expresan mediante la imagen y/o el sonido en cualquier clase de soporte y de medio, desde los tradicionales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo) hasta los más recientes (videojuegos, multimedia, Internet...).

El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) ha hecho una aportación pionera instrumentando dispositivos tanto de consulta como de interacción entre expertos para definir con rigurosidad disciplinar los marcos referenciales que delimitan el concepto de *persona competente en Comunicación Audiovisual (C.A.)*.

Diseño de la propuesta

Con este fin se han realizado dos actividades destinadas a la definición consensuada de dicho concepto:

1. Elaboración de un documento base, en el que se defina el concepto *persona competente en Comunicación*

Audiovisual (C.A.). A partir de la experiencia de los autores del documento, confrontada con el análisis de documentos elaborados en países en los que se trabaja la Educación en Comunicación Audiovisual (ECA), se elaboró un documento base en el que se definían las dimensiones que configuran la noción de *competencia no profesional* en el área de la C.A. y se presentaban los indicadores que se consideraban adecuados para evaluarla. Este documento fue evaluado, vía mail, por los principales especialistas en la materia en el ámbito iberoamericano. Se les invitó a realizar todo tipo de modificación, sugerencia y crítica escrita que considerasen una aportación a la redacción del documento definitivo.

2. Jornada de discusión. En una segunda fase, se celebró el día 11 de noviembre una Jornada a la que asistieron los principales expertos en la materia del Estado para debatir el documento con las aportaciones, con el objetivo de consensuar una definición sobre lo que se entiende como persona competente en Comunicación Audiovisual y delinear los indicadores a tener en cuenta para posibilitar su evaluación. La propuesta comporta tres tipos de implicaciones:

- Para llegar a ese documento era preciso tener en cuenta qué se considera que debería ser conocido, lo que implica una dimensión **normativa**.
- Ese documento, para ser eficaz, debería poder servir como instrumento para medir, es decir, ser útil en una dimensión **descriptiva**.
- El producto descriptivo final debería servir posteriormente para contribuir a elaborar los objetivos, procesos y contenidos en comunicación audiovisual que deberían ser desarrollados y adquiridos por el alumnado con carácter general al final de la Enseñanza Secundaria Obligatoria y servir de base para el desarrollo de posteriores aprendizajes en este campo a lo largo de toda la vida; así como también los contenidos del currículo universitario para la formación de los futuros profesores y futuros profesionales de la comunicación y la información en general.

Ámbitos de incidencia

Se describen a continuación dos criterios por los que deberían regirse los niveles de competencia que se

describen posteriormente. El primero incide en lo personal y el segundo en lo operativo.

En lo personal: interacción entre emotividad y racionalidad

Se trata de que las personas sean capaces de tomar conciencia de las emociones que están en la base de la fascinación que ejercen las imágenes y de convertirlas en el desencadenante de la reflexión crítica. Se trata de que sean capaces de pasar del simple placer de mirar la imagen e interactuar con ella al de pensarla y de ahí al de pensar creando imágenes, convirtiendo la capacidad de análisis, el sentido crítico, la fruición estética y la expresión creativa en nuevas fuentes de satisfacción.

En otras palabras, para que una persona pueda ser considerada competente en Comunicación Audiovisual no se le ha de exigir que, como espectador, sustituya la emoción por la reflexión, sino que ha de ser capaz de convertir la emoción en reflexión y la reflexión en emoción.

En lo operativo: interacción entre la lectura crítica y la expresión creativa

Una persona competente en Comunicación Audiovisual ha de ser capaz a un tiempo de interpretar adecuadamente mensajes audiovisuales y de expresarse con una mínima corrección en este ámbito comunicativo.

En otras palabras, ha de ser capaz de realizar un análisis crítico de los productos audiovisuales que consume y, al mismo tiempo, de producir mensajes audiovisuales sencillos que sean comprensibles y comunicativamente eficaces.

Dimensiones

La competencia en Comunicación Audiovisual comporta el dominio de conceptos, procedimientos y actitudes relacionados con lo que podrían considerarse las seis dimensiones fundamentales de la Comunicación Audiovisual²:

1. El lenguaje

- Conocimiento de los códigos que hacen posible el lenguaje audiovisual y capacidad de utilizarlos para comunicarse

- 2** Estas dimensiones no pueden concebirse en modo alguno como compartimentos estancos. Cada una sólo puede entenderse en relación con las demás.

de manera sencilla pero efectiva.

- Capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva del sentido y significación, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros.

2. La tecnología

- Conocimiento teórico del funcionamiento de las herramientas que hacen posible la comunicación audiovisual, para poder entender cómo son elaborados los mensajes.
- Capacidad de utilización de las herramientas más sencillas para comunicarse de manera eficaz en el ámbito de lo audiovisual.

3. Los procesos de producción y programación

- Conocimiento de las funciones y tareas asignadas a los principales agentes de producción y las fases en las que se descomponen los procesos de producción y programación de los distintos tipos de productos audiovisuales.
- Capacidad de elaborar mensajes audiovisuales y conocimiento de su trascendencia e implicaciones en los nuevos entornos de comunicación.

4. La ideología y los valores

- Capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales, en cuanto representaciones de la realidad y, en consecuencia, como portadores de ideología y de valores.
- Capacidad de análisis crítico de los mensajes audiovisuales, entendidos a un tiempo como expresión y soporte de los intereses, de las contradicciones y de los valores de la sociedad.

5. Recepción y audiencia

- Capacidad de reconocerse como audiencia activa, especialmente a partir del uso de las tecnologías digitales que permiten la participación y la interactividad.
- Capacidad de valorar críticamente los elementos emotivos, racionales y contextuales que intervienen en la recepción y valoración de los mensajes audiovisuales.

6. La dimensión estética

- Capacidad de analizar y de valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista de la innovación formal y temática y la educación del sentido estético.

- Capacidad de relacionar los mensajes audiovisuales con otras formas de manifestación mediática y artística

Indicadores

1. Lenguaje audiovisual

1.1. Ámbito del análisis

1.1.1. Los códigos

- Capacidad de analizar y valorar el uso de los recursos formales vinculados a la imagen desde el punto de vista expresivo y estético.
- Capacidad de analizar y valorar el uso del *casting* (presencia física e interpretación de actores y presentadores), el escenario, maquillaje y vestuario.
- Capacidad de analizar y valorar los tipos de iluminación utilizados, y las funciones expresivas y/o estéticas que cumplen.
- Capacidad de analizar y de valorar el uso del sonido y la función expresiva y estética que cumplen, en interacción con los demás elementos expresivos.
- Capacidad de analizar y de valorar el uso de la edición como recurso para conferir sentido, ritmo y significación a las imágenes y sonidos en función de su interacción.
- Conocimientos básicos sobre la evolución del lenguaje audiovisual a lo largo de la historia y sobre los cambios e innovaciones introducidas en los distintos medios.

1.1.2. Medios, tipos y géneros

- Capacidad de identificar las características expresivas específicas de cada medio.
- Capacidad de distinguir entre ficción y no ficción, y de valorar un mensaje audiovisual en función de la categoría y el género al que pertenece.
- Capacidad de identificar las características del relato, los informativos, la publicidad los concursos y los magazines, *reality shows*, *talk shows* y debates:

1.1.2.1. Relato audiovisual

- Capacidad de analizar y de valorar la estructura narrativa de un relato audiovisual y los mecanismos de la narración.
- Capacidad de analizar y valorar los personajes en un relato audiovisual y los roles narrativos que asumen.

- Capacidad de analizar y de valorar un relato en función del público objetivo al que se dirige.
- Capacidad de identificar y valorar qué aporta la interactividad al relato.

1.1.2.2. Informativos

- Capacidad de valorar la información audiovisual como un ejercicio de selección y descarte en el que inciden distintos criterios, de los cuales, el más importante es la imagen.
- Capacidad de valorar la información en función del orden en el que aparecen las noticias, del tiempo que se les dedica, el relato de lo que se dice explícitamente y la ausencia de lo que se omite.
- Capacidad de entender el sustrato empresarial propio de los medios y valorar las consecuencias que esto puede tener en el tratamiento informativo.
- Capacidad de entender que el ejercicio de la información implica la toma de decisiones de contenido y presentación y que no existe una regla objetiva para este propósito.
- Capacidad de comprender que este ejercicio de interpretación permite la pluralidad y la libertad de expresión, y que puede dar pie a un tratamiento informativo veraz o la manipulación dolosa.
- Capacidad de detectar y valorar las diferencias en el tratamiento de la información de una misma noticia que ofrecen distintos medios y entender que distintas visiones del mundo inciden en la visión social de la realidad.

1.1.2.3. Publicidad³

- Capacidad de análisis crítico de anuncios desde el punto de vista de las necesidades y deseos del destinatario: ¿satisface necesidades o crea deseos?
- Capacidad de análisis y valoración de anuncios en función del beneficio del producto que se presenta, una ventaja funcional o un valor añadido, de tipo psicológico o sociológico.
- Capacidad de discernir si en un mensaje publicitario se recurre a mecanismos de tipo racional, vinculados a la argumentación, o de emotividad primaria, vinculados a la seducción.

- Capacidad de comprensión y valoración crítica de formas de publicidad indirecta como el *product placement*.

1.1.2.4. Concursos

- Capacidad para analizar las finalidades del concurso.
- Capacidad para analizar las estrategias utilizadas por los concursantes.
- Capacidad para conocer la relación existente con la publicidad explícita e implícita en este tipo de programas.
- Capacidad para analizar los valores explícitos e implícitos.

1.1.2.5. Magazines, reality shows, talk shows y debates

- Capacidad de identificar la finalidad de la gestión de la palabra.
- Capacidad para analizar el tipo de relación construida con la audiencia.
- Capacidad de identificar los valores y modelos construidos a través de los personajes, presentadores y la narrativa.

1.2. Ámbito de la expresión

- Capacidad de elaborar imágenes estáticas y en movimiento con un uso correcto de los recursos formales vinculados a la imagen.
- Capacidad de relacionar imágenes de manera creativa, para conferirles un nuevo sentido a partir de su interacción.
- Capacidad de asociar imágenes a textos verbales de forma original para conseguir síntesis expresivas con nuevos valores comunicativos.
- Capacidad de integrar imágenes y sonido creativamente, para formar nuevos productos audiovisuales.

2. La tecnología

2.1. Ámbito del análisis

- Conocimiento de los principios fisiológicos y físicos que hacen posible la percepción en la comunicación audiovisual.
- Conocimiento de las innovaciones tecnológicas más importantes que se han ido desarrollando a lo largo de la historia de la comunicación audiovisual.

3 Sirven para la publicidad todos los indicadores facilitados en el apartado Relatos audiovisuales, sobre todo respecto a estereotipos y valores.

- Capacidad de detectar la manera como se han realizado los efectos más elementales.

2.2. Ámbito de la expresión

- Capacidad de manejo de equipos de registro visual (cámara de fotografía y de vídeo) y sonoro (micrófonos y grabadoras) con los mínimos exigibles de corrección técnica.
- Manejo elemental de los sistemas de edición electrónica y digital de imágenes y sonidos.
- Manejo elemental de los sistemas de captación y modificación digital de las imágenes.

3. Procesos y agentes de producción y programación

3.1. Ámbito del análisis

- Conocimientos básicos de los factores que convierten los mensajes audiovisuales en productos sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.
- Conocimiento de las diferencias entre medios de titularidad pública y privada.
- Conocimiento de las diferencias fundamentales entre las emisiones en directo y en diferido en los distintos medios.
- Conocimientos básicos de las fases que constituyen el proceso de producción y distribución de una obra audiovisual, y de los profesionales que intervienen en ellas.
- Capacidad de valorar críticamente la oportunidad que ofrecen a veces los medios de invertir los roles emisor-receptor.

3.2 Ámbito de la expresión

- Capacidad de detectar los diferentes ámbitos, temas y situaciones no tratados, escasa o deficientemente tratados en los medios de comunicación y otros que aparecen más destacados.

4. Recepción y audiencias

4.1. Ámbito del análisis

- Capacidad de dilucidar por qué gustan unas imágenes o por qué tienen éxito: qué necesidades y deseos (cognitivos, estéticos, emotivos, sensoriales...) satisfacen.
- Capacidad de discernir y asumir las disociaciones que se producen a veces en el espectador entre emotividad y racionalidad, entre el interés más o menos primario que generan las imágenes y las valoraciones racionales que se hacen de ellas.

- Capacidad de detectar los mecanismos de identificación y de proyección e inmersión que se activan ante los personajes, las acciones y situaciones de un relato, videojuego, Internet...

- Capacidad de valorar los efectos cognitivos de las emociones: ideas y valores que se relacionan con personajes, acciones y situaciones que suscitan emociones positivas o negativas.

- Conocimiento de la importancia del contexto personal y social en la recepción y valoración de las imágenes.

- Capacidad de reflexión sobre los propios hábitos de consumo mediático.

- Capacidad de selección de los mensajes que se consumen, en base a unos criterios conscientes y razonables.

- Adquisición de hábitos de búsqueda de información sobre los productos disponibles en los medios.

- Conocimientos básicos sobre los estudios de audiencia: para qué sirven y sus limitaciones.

- Conocimientos básicos sobre las principales técnicas de programación.

- Conocimiento de los diferentes colectivos y asociaciones de espectadores y usuarios de los medios audiovisuales

- Conocimiento del marco jurídico que ampara y protege al consumidor en su recepción audiovisual

- Capacidad de producir aprendizajes, conciencia sobre lo que se aprende ante las pantallas capacidad de transferir estos aprendizajes a otros escenarios de la vida....

4.2 Ámbito de la expresión

- Conocimiento del poder que comporta estar informados de los canales y las posibilidades legales de reclamación ante cualquier incumplimiento de las normas vigentes en materia audiovisual.

5. Valores e ideología

5.1. Ámbito del análisis

- Capacidad de detectar y de tomar partido ante la ideología y los valores que se desprenden del tratamiento que se hace de los personajes, acciones y situaciones.

- Capacidad de analizar y valorar los mensajes audiovisuales como refuerzo de los valores imperantes en la sociedad o como portadores de valores alternativos.

- Capacidad de detectar los estereotipos más generaliza-

dos, sobre todo en cuanto a género, etnicidad, minorías sociales o sexuales, discapacidades, etc., y de analizar sus causas y consecuencias.

- Capacidad de distinguir entre la realidad y la representación que los medios ofrecen de ella.
- Capacidad para reconocer que no se puede estar informado sobre la realidad recurriendo a un solo medio.
- Capacidad de analizar críticamente los efectos de homogeneización cultural que ejercen a veces los medios.

5.2 Ámbito de la expresión

- Capacidad de producir mensajes sencillos para transmitir valores o para criticar los que presentan algunos productos mediáticos

6. Estética

6.1. Ámbito del análisis

- Capacidad de extraer placer de los aspectos formales, es decir, no sólo de lo que se dice sino también de la manera como se dice.
- Capacidad de relacionar las producciones audiovisuales con otras manifestaciones mediáticas o artísticas (influencias mutuas...)
- Capacidad de reconocer una producción audiovisual que no se adecue a unos criterios mínimos en cuanto a calidad artística.
- Capacidad de identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación formal y temática, originalidad, estilo, escuelas o tendencias.

6.2. Ámbito de la expresión

- Capacidad de producir mensajes audiovisuales elementales que sean comprensibles y que aporten una cierta dosis de creatividad, de originalidad y de sensibilidad.

Apéndice

Presentamos a continuación las listas con los nombres de los expertos que participaron en las dos fases de la iniciativa.

Expertos iberoamericanos consultados⁴

Aguaded, Ignacio. Universidad de Huelva, España

Amador, Rocío. UNAM, México

Aparici, Roberto. Universidad Nacional a Distancia (UNED), España

Aranguren, Fernando. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia

Arévalo, Javier. Secretaría de Educación Pública, México

Ávila, Patricia. Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), México

Bartolomé, Antonio. Universidad de Barcelona, España

Bernal, Héctor. Instituto Latinoamericano Comunicación Educativa (ILCE), México

Blois, Marlene. CREAD, Rio de Janeiro, Brasil

Bustamante, Borys. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia

Cabero, Julio. Universidad de Sevilla, España

Candiotti, Carmen. Ministerio de Educación, España

Crovi, Delia M. UNAM, México

Del Río, Pablo. Universidad de Salamanca, España

Dorrego, Elena. Universidad Central de Venezuela

Esperón Porto, Tania. Universidad de Pelotas, Brasil

Fabbro, Gabriela. Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina

Fainholc, Beatriz. CEDIPROE, Argentina

Fontcuberta, Mar de. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Fuenzalida, Valerio. Universidad Católica de Chile

Funes, Virginia. UMSA, Buenos Aires, Argentina.

Gabelas, José Antonio. Grupo Spectus, Zaragoza, España

García Fernández, Nicanor. Gobierno del Principado de Asturias, España

García Matilla, Agustín. Universidad Carlos III de Madrid, España

Gutiérrez Martín, Alfonso. E. U. Magisterio de Segovia, Univ. Valladolid, España

Hermosilla, Elena. CONACE, Chile

Hernández, Gustavo. Universidad de Caracas, Venezuela

Kaplún, Gabriel. Universidad de La República de Montevideo, Uruguay

López, Emma. Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa(ILCE), México

Maquinay, Aurora. Departament d'Educació, Generalitat de Catalunya, España

Merlo Flores, Tatiana. Universidad Católica, Buenos Aires, Argentina

Miralles, Rafael. Universidad de Valencia, España

Morduchowicz, Roxana. Ministerio de Educación, Argentina

Obach, Xavier. Televisión Española, España

Ojeda, Gerardo. Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), España

Orozco, Guillermo. Universidad de Guadalajara, México

Ottobre, Salvador. Universidad Austral, Argentina

Pereira, Sara. Universidade do Minho, Portugal

Pinto, Armanda. Universidad de Coimbra, Portugal

Pujadas, Eva. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Reia-Baptista, Vito. Universidad de Algarve, Portugal

Quintão, Vânia. Universidad de Brasilia, Brasil

Quiroz, Teresa. Universidad de Lima, Perú

Rincón, Omar. Universidad Javeriana, Colombia

San Martín, Patricia. CONICET, Argentina

Vázquez, Miguel. Instituto Eduardo Pondal, Santiago de Compostela, España

4 En este listado constan sólo aquellos expertos iberoamericanos consultados que hicieron aportaciones al documento base (46 de un total de 54).

Expertos en el ámbito estatal

Aguaded, Ignacio. Universidad de Huelva.

Aparici, Roberto. Universidad Nacional a Distancia (UNED).

Candioti, Carmen. Ministerio de Educación, Madrid.

Del Río, Pablo. Universidad de Salamanca.

Ferrés Prats, Joan. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Gabelas, José Antonio. Grupo Spectus, Zaragoza.

García Fernández, Nicanor. Departamento de Educación del Principado de Asturias.

García Matilla, Agustín. Universidad Carlos III, Madrid.

Gutiérrez Martín, Alfonso. E. U. Magisterio de Segovia, Universidad de Valladolid

Maquinay, Aurora. Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya.

Obach, Xavier. Televisión Española, Madrid.

Ojeda, Gerardo. Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI).

Pujadas, Eva. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Vázquez, Miguel. Instituto Eduardo Pondal, Santiago de Compostela.

- 5 Constan en esta lista los expertos de ámbito estatal que estuvieron presentes en el seminario realizado el día 11 de noviembre de 2005, seminario en el que se aprobó por consenso el documento *Competencias en Comunicació Audiovisual* (14 de 18).