

Explorando instrumentos para la valoración objetiva de la calidad de los vídeos didácticos

# Análisis de documentos audiovisuales para el aula

Javier Fombona Cadavieco  
Gijón

*El audiovisual puede aparecer presentado bajo su formato televisivo, en un vídeo didáctico, en forma telemática, o en un próximo futuro, a través de la telefonía móvil con imagen simultánea. El autor de este trabajo indica que independientemente del formato, urge cada vez más valorar rigurosamente, interactuar y también disfrutar más del intercambio de mensajes, dejando de ser meros espectadores pasivos para convertirnos en actores y aprovecharnos de una forma integral del proceso comunicacional.*

### 1. Fundamentos de la investigación

¿Conocemos realmente la trascendencia social de la información audiovisual?, ¿sabemos hacer un comentario objetivo de imágenes en una información o documento audiovisual?, ¿estamos capacitados para producir mensajes de naturaleza audiovisual?, ¿desde qué ámbitos y cómo podemos actuar sobre la información audiovisual?

Estas propuestas iniciales han generado un debate profundo sobre la necesidad de investigar el uso y trascendencia de los documentos audiovisuales en el aula (y por extensión en el desarrollo íntegro del individuo en sociedad). Este trabajo surge de una tesis doctoral, donde se abordan tales cuestiones, alcanzando respuestas tanto desde la vertiente comunicativa, como desde la pedagógica. Así, es frecuente contemplar trabajos que solucio-

nan el «asunto» audiovisual sin fijarse en la trascendencia del fenómeno, en la complejidad de la producción de mensajes audiovisuales o en la importancia del análisis del lenguaje audiovisual, tres pilares ejes de tal investigación. Y resulta este momento oportuno y de actualidad para abordar los modelos y repercusiones de los mensajes audiovisuales en el aula, dado que nacen nuevos sistemas de comunicación multimedia que nos afectan directamente como ciudadanos-alumnos. Y sobre todo esto precisamos un continuo y serio aprendizaje de sus pautas de actuación.

A pesar de su trascendencia social, son escasos los estudios sobre la información. De aquí la orientación seguida en este trabajo. Es aún más importante profundizar en el ámbito de la información visual, dada la envergadura del medio televisivo como constante motor

comunicacional de la cultura de nuestro tiempo, circunstancia que continúa ignorando todo el ámbito escolar. La constante proliferación de emisoras de televisión, y los nuevos canales informáticos nos llevan a pensar en la magnitud y significatividad de la información en la comunidad mundial, así como en su carácter eminentemente audiovisual. En un futuro los alumnos han de incorporarse como componentes activos en una sociedad donde es relevante poder actuar y decidir ante un elevado flujo de información, por tanto les es importante desarrollar un verdadero «proceso de alfabetización» en el lenguaje audiovisual, ya que éste será uno de los dominantes en su contexto comunicológico. Sólo así podremos participar de una manera activa en los procesos de comunicación que normalmente están reservados a monopolios controladores de la información: los *mass media*.

## 2. Estructura del estudio sobre mensajes audiovisuales

La investigación se inició analizando el contexto social de los mensajes audiovisuales, enmarcando el fenómeno televisivo en su trascendencia social, profundizando en sus motivaciones y centrándose en las repercusiones del género más importante: los «informativos». El análisis permite el control de variables del proceso de producción en sí, la mediación y la interacción relevante con la realidad del entorno y con sus audiencias. Es oportuna tal contextualización dado que al analizar la repercusión de cualquier elemento informativo audiovisual no se obvian las múltiples facetas de un sector con otros vínculos industriales. Así, el medio televisivo hoy extiende su poder como empresa multimedia, que se ocupa también de publicaciones, de tecnologías telemáticas, de radio-emisiones y otros sectores diversos. Por tanto, en el conjunto de procesos de mediación e interacción del informativo con la realidad del entorno se realiza un control de claves externas al propio proceso de producción de mensajes.

Al inicio de la investigación también se

realizó una introducción al marco histórico y legal, que nos sitúa en un presente cuyo panorama también se define, y que se inserta dentro de las macro-tendencias que rigen las nuevas directrices en televisión; líneas que siguen el entorno audiovisual mundial. De este modo, el trabajo nos permite situar al documento audiovisual dentro de la variedad tipológica y dentro de una tendencia en un entorno cambiante que supone unas relaciones estructurales circunscritas a cada entorno, dignas de un análisis diferenciado, valorando los distintos ámbitos en los que realmente repercuten los mensajes de la televisión.

Con el fin de obtener una mayor eficacia en la narración visual, también se replantearon los métodos de trabajo, controlando las variables y los recursos que hacen cumplir los objetivos de la información audiovisual. A veces, tal labor puede quedar anquilosada, o se funciona según criterios dispersos, por lo que han de surgir estudios que planteen una necesaria renovación metodológica que vaya subsanando y corrigiendo análisis en los procesos de generación del mensaje audiovisual.

Se analizan los procedimientos decisivos que determinan formalmente el audiovisual. Se estudian los procesos de realización (imágenes) y redacción (textos), controlando la intervención humana.

Desde los centros docentes y, desde sus tareas investigadoras, debería instaurarse una iniciativa renovadora que trascienda a la empresa; de aquí el sentido de este estudio, que surgiendo de una tesis doctoral, pasa por la experiencia empírica que permite la cuantificación de las variables que controlan la sistematización informativa desde una perspectiva endógena de la producción de audiovisual, analizando las formas de los mensajes audiovisuales.

## 3. Organización de la investigación

a) Elementos contextualizadores del audiovisual:

- Repercusiones y trascendencia del medio televisión.

- Variables externas: las audiencias (objetivo de los mensajes).

- Competencias y responsabilidades de los sujetos emisores.

b) Fundamentos y desarrollo de estructuras:

- Conceptos, tipos y formatos de información audiovisual.

- Evolución de la información audiovisual.

- Modelos y macro tendencias audiovisuales.

c) Modelos internacionales de información audiovisual:

- Canales informativos especializados.

- Modelos de los EE.UU.

d) ¿Cómo se hacen mensajes audiovisuales?:

- El proceso de producción del audiovisual.

- Normas éticas y deontológicas.

e) ¿Cómo analizar mensajes audiovisuales? (Ejemplificaciones):

- Fundamentación científica y teórica.

- Método de análisis de la información.

- Propuesta y ensayo del instrumento de análisis de información audiovisual.

f) Inserción del audiovisual en el aula.

#### 4. El tratamiento de la imagen en el aula

El audiovisual debería incorporarse al aula como motor reflexivo de procesos culturales transnacionales y lingüísticos de nuestro tiempo, y urge formar a la comunidad escolar para que sea selectiva y eficaz en el uso de estos mensajes de naturaleza icónica.

Pero el audiovisual, bajo su formato de vídeo didáctico, se ha convertido en un recurso didáctico desaprovechado. Su elevada capacidad comunicacional, eficazmente utilizada en otros sistemas de relación humana, está infrautilizada en los ámbitos escolares. Este fracaso, claramente reflejado en el descalabro del

Proyecto Atenea, responde a diversos motivos: escasez de infraestructuras escolares vinculadas al medio videográfico, penuria de docu-

mentos didácticos en soporte videográfico, ignorancia sobre el uso y eficacia del recurso audiovisual y, sobre todo, debido al escaso movimiento económico que genera el uso del vídeo didáctico en otros ámbitos (circunstancia esta última que no sucede con los recursos informáticos ya que mueven una amplia industria aledaña de servicios a los computadores: programas, revistas, etc.).

El aula tiene que contextualizarse en un entorno cultural donde las audiencias tienen unos parámetros principales basados en un reducido nivel de lectura, especialmente libros, y un elevado consumo de televisión, con clara

preferencia por los espacios de entretenimiento y diversión. Se ve más televisión que el resto de eventos culturales juntos, circunstancia que ha de modular de alguna manera los contenidos y formas didácticas docentes. Es importante incorporar a la escuela los factores que están presentes en los grandes sistemas de comunicación articulando mensajes audiovisuales, y que en el aula más nos puedan interesar, o que podamos aprovechar.

Los docentes no contemplan en la práctica los medios audiovisuales como materia y recurso clave en su estudio intrínseco, ni tampoco los usan adecuadamente como ayuda en el resto de aprendizajes (porque nadie les enseñó).

En los años que tenemos de escolarización obligatoria, son contadas las ocasiones en las que nos dedicamos a cuantificar objetivamente la trascendencia de los medios audiovisuales en nuestra sociedad y al estudio de sus técnicas narrativas. Esta carencia en el profesorado es

**El audiovisual, bajo su formato de vídeo didáctico, se ha convertido en un recurso didáctico desaprovechado. Su elevada capacidad comunicacional, eficazmente utilizada en otros sistemas de relación humana, está infrautilizada en los ámbitos escolares.**

patente en sus alumnos, y así, podemos considerarnos todos y en cierta medida, como analfabetos audiovisuales.

En realidad interesa a poca gente desarrollar la capacidad de análisis del mensaje informativo audiovisual, dado que las empresas que mueven sus productos a través de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías están interesadas en tener unas audiencias pasivas, consumistas, no analíticas y sometidas al dictado del macrodiscurso televisivo. El conocimiento sobre los sistemas de comunicación debe adaptarse a la realidad social circundante. Y esta realidad nos indica que la sociedad, las audiencias, ven televisión un promedio de más de tres horas por persona y día. Esta cantidad nos lleva a demostrar claramente la eficacia de unos mensajes que son de naturaleza audiovisual, y que conforman el verdadero substrato cultural de nuestro tiempo, controlando los *modus vivendi* de nuestra sociedad de una forma inconsciente, a medio y largo plazo, para la gran mayoría de las personas.

No sabemos leer imágenes porque no estamos escolarizados audiovisualmente y nuestros profesores se forman al margen de las, ya hoy viejas, tecnologías del audiovisual. No existen videotecas, ni sabemos valorar la calidad de un vídeo didáctico, ni sabemos utilizarlo. Los niños no leen apenas, sólo consumen televisión. El que los niños sean especiales consumidores de televisión ha de modular de alguna manera los contenidos y formas didácticas docentes. Se deberían incorporar a la escuela los factores que más nos puedan interesar, o de los que sabiamente nos podamos aprovechar, y que normalmente estén presentes en la articulación de mensajes audiovisuales. La escuela no sitúa los medios audiovisuales como materia ni recurso clave

A medida en que conocemos más los recursos de un lenguaje y de un sistema de comunicación, nos estamos capacitando para interactuar disfrutando más del intercambio de mensajes.

en su estudio intrínseco, ni tampoco lo usan adecuadamente como ayuda en el resto de aprendizajes (porque nadie les enseñó). Somos en buena medida analfabetos audiovisuales y esta sociedad debe estar preparada para la nueva era de la comunicación y los flujos de datos.

Por contra, sabemos a la perfección controlar la calidad y eficacia de un libro de texto: el autor, su forma de redactar el texto, las ilustraciones, su organización del índice de materias, incluso la calidad del papel. ¿Cómo vamos a sacarle provecho o disfrutar de un «buen» programa televisivo? ¿Y qué podemos valorar realmente en un vídeo o un mensaje audiovisual? He aquí otro objetivo cubierto en la presente investigación: poder cuantificar integralmente la forma de un

mensaje audiovisual cualquiera, centrándonos en este caso en la información televisada, pero pudiendo aplicar el mismo esquema de cuantificación objetiva y científica a cualquier comunicado de naturaleza visual.

De todos es conocido que lo más atractivo e interesante en un principio para cualquier persona que observa por primera vez un libro son... sus ilustraciones, sus fotografías, sus gráficos. ¿Por qué no vamos a aprovecharnos de este interés por lo visual y buscar la clave y razón de eficacia de este tipo de mensajes? ¿Por qué no vamos a despertar el sentido del analizar objetivo y crítico sobre los mensajes que vemos diariamente en televisión? También sabemos que a medida en que conocemos más los recursos de un lenguaje y de un sistema de comunicación, nos estamos capacitando para interactuar disfrutando más del intercambio de mensajes, dejando de ser meros espectadores pasivos para convertirnos en actores y aprovecharnos de una forma integral del proceso de comunicación televisivo, en el

que queramos o no, directa o indirectamente, estamos inmersos.

### 5. Resultados de la investigación

Aunque en un principio el estudio pretendía maximizar la eficacia de las informaciones audiovisuales sobre sus audiencias, el trabajo descubre los objetivos reales que rigen los audiovisuales. Así, las «bondades» de la información audiovisual son: su elevada capacidad para suministrar datos cómodamente, para ofrecer compañía y para entretener. Pero se constataron los siguientes «inconvenientes»:

- Mezcla de la realidad con la veracidad con que se reproducen los datos filmados.
- La televisión se dirige a sus audiencias como potenciales clientes de sus contenidos, sigue criterios de rentabilidad económica y mercantilización de la audiencia, y gira en torno al hogar y la vida familiar como consumidores, provocando una mediación colectiva a largo plazo.
- El audiovisual provoca pasividad y adicción receptiva en los telespectadores.
- Se contaminan entre sí géneros, programas, contenidos y fórmulas comunicacionales. Se reordenan formas, espacios y segmentos de tiempo dentro del macrodiscurso televisivo vinculados al flujo de audiencias.
- La publicidad condiciona formas, contenidos y audiencias.
- Se ha verificado la existencia de variables a las que se someten los distintos modelos audiovisuales:
  - Sintonía con las preferencias homogeneizadoras de ámbito mundial.
  - Dominio y potenciación social y comunicativa del género informativo.
  - Inspiración en modelos americanos, que se apoyan en recursos incitativos primarios: agresividad, dinamización y espectacularización de formas y contenidos.
  - Los contenidos están centrados en la sociedad occidental y urbana, no vinculados necesariamente a los intereses y cultura del espectador, y en una línea televisiva orientada hacia el ocio, entretenimiento y consumo.

El estudio concreta las tendencias actuales:

- Fragmentación de las audiencias.
- Transnacionalización de modas a través del satélite y redes telemáticas.
- Rentabilización de la información por el tiempo de uso (a través de contadores o codificaciones) que provoca un reordenamiento de los intereses publicitarios que normalmente ordenan y mercantilizan (compran y venden) las audiencias de la cadena televisiva.
- Preferencias homogeneizadoras de ámbito mundial, inspiradas en modelos americanos, que marcan la pauta a los emisores de mensajes de todo el mundo.

Pero el principal resultado es la verificación de la eficacia de la herramienta de análisis diseñada como instrumento de cuantificación integral de rasgos del mensaje audiovisual. Reunidos los dos elementos fundamentales aquí descritos: la trascendencia de la información audiovisual, y detectada tal carencia en el aula, se aporta ahora un método de análisis de documentos audiovisuales, fundado en una exhaustiva y sistemática recopilación de rasgos categorizados que diferencian y configuran la forma y contenidos de tales mensajes. El procedimiento muestra que se puede reproducir tanto sobre cualquier mensaje informativo de televisión, como de vídeos didácticos del aula. Este compendio de variables ha sido articulado a lo largo de un instrumento que puede analizar los mensajes y efectos de cualquier información exhibida, y puede servir también para proponer nuevas formas de producir y de trabajar con tales documentos. Tal herramienta de análisis aparece ampliamente descrita en el libro *Pedagogía integral de la información audiovisual*.

En síntesis, la investigación trata de dar pautas para controlar la eficacia de cualquier documento audiovisual. Este control es importante realizarlo dado que hay una disfunción entre las posibilidades reales del mensaje audiovisual en el aula, las intenciones del emisor y los efectos en el receptor-alumno, disfunción que se constata al observar el esca-

so control sobre la calidad de los recursos audiovisuales que, como norma general, aplica el profesorado.

**Referencias**

FOMBONA, J. (1998): *Pedagogía integral de la información audiovisual. Conocer, producir y actuar sobre la*

*imagen informativa*. Oviedo, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

SEVILLANO, M.L. y BARTOLOMÉ, D. (1991): *Enseñanza-aprendizaje con los medios de comunicación en la Reforma*. Madrid, Sanz y Torres.

**Referencias en páginas de Internet:**

<http://www.pntic.mec.es/recaula/profesio/fombona.htm>

<http://www.arrakis.es/~serin/educa01.htm>

• **Javier Fombona Cadavieco** es realizador de televisión y profesor de Enseñanza Secundaria en Asturias.

