



---

**INSERCIÓN DE FORMATOS VISUALES EN LA ESCUELA:  
VIDEOJUEGO Y VÍDEO MUSICAL EN EL AULA.**

---

Ana María Sedeño Valdellós

E- mail:[valdellos@uma.es](mailto:valdellos@uma.es)

*Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga*

El Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) definió en 1973 la educación en materia de comunicación como "el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimiento específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía."

La educación y el proceso de aprendizaje han pasado por muchas fases a lo largo de la historia. En la actualidad, parece más o menos un consenso el que se trata de un proceso que está relacionado con el desarrollo personal, el cual es el resultado de la adquisición del conocimiento (aprendizaje), y de habilidades específicas, en los terrenos intelectual, moral, social y emocional. De acuerdo con el DRAE (1992), la educación es la adquisición de conocimiento de alguna materia por medio del estudio o de la experiencia.

Este derecho de todo ser humano a la educación se convierte en un deber para los estados, en tanto medio y requisito indispensable para los ideales de igualdad y justicia, y se concreta en la creación de un sistema educativo por niveles o fases que comienza entre los tres y cuatro años y finaliza a los "veintialgo" en la mayoría de los países occidentales.

Los adelantos tecnológicos del siglo pasado supusieron una convulsión para las formas de transmisión de la información, que repercutieron en las transformaciones sociales y en la riqueza cultural del ser humano. Ellos exigen aprender a manejar nuevos instrumentos, adquirir nuevas pericias y técnicas que son las que permiten conducirse y entender la nueva configuración social y tecnológica contemporánea.

A la vez, la veloz transformación de los sistemas y aparatos tecnológicos que componen estos nuevos medios obliga a que el aprendizaje formal pierda parte de su peso ante los mecanismos educativos informales: la educación no se sitúa sólo en una fase temporalmente limitada de la vida. Se viaja hacia la autoeducación permanente e integral y el aprendizaje a lo largo de toda la vida (life-long learning).

Qué duda cabe que los formatos visuales desempeñan un papel y una función fundamental en los procesos de educación formal y no formal, en definitiva, del modo en que se compone la identidad individual del ser humano y de la manera en que se articula la comprensión de la realidad colectiva en que está inserto.

El dispositivo de recepción televisivo, los entornos interactivos del videojuego y de acceso a internet se constituyen como prácticas mediante las que estos procesos se desarrollan en los adolescentes y jóvenes de nuestra era.

Desde mi punto de vista, dos son los grandes objetivos que atañen a la alfabetización audiovisual de los alumnos en todos los niveles no universitarios: por un lado, la evidenciación de la imagen como lenguaje, como dispositivo arbitrario y deliberado de significación y, por otro lado, su utilización manipulativa por los grupos de poder con fines propagandísticos, publicitarios, de imposición de modas, estilos y conductas en orden a la consolidación de un determinado orden social, institucional o político. Estas metas formativas globales deben afrontarse con objetivos más concretos:

-El análisis de la influencia de la imagen audiovisual en nuestro entorno y la necesidad de distinguir entre la imagen y la realidad.

-La descripción exhaustiva de las características del lenguaje de las imágenes y los sonidos, y de las connotaciones significativas de la interacción de sus diferentes parámetros.

-La discriminación entre las funciones descriptiva y expresiva de las imágenes y su relación mutua.

-La comprensión de las fórmulas narrativas que articulan distintos espacios (la representación, la labor de la cámara, las variaciones de punto de vista) y diversos tiempos (el montaje y la sincronización sonora).

-La explicación y el estudio de los rasgos objetivos de los signos básicos de la imagen.

-La reflexión crítica acerca de la relación existente entre las fórmulas visuales o icónicas contemporáneas con su finalidad comercial y/o publicitaria, y el engarce de todo ello con los grupos de poder económico, político y social de nuestra sociedad globalizada.

A continuación se van a aportar algunas pautas acerca de dos formatos audiovisuales potencialmente muy fructíferos si se aprecia el creciente interés que despiertan en niños y jóvenes: va a reflexionarse acerca de las posibilidades educativas del videojuego por ordenador y del vídeo musical, con especial atención a este último debido a su evidente menor interés para los investigadores educativos.

## **1. Videojuegos y escuela: algunas diferencias.**

Sin duda, las videoconsolas se convierten en una parcela de poder de niños entre ocho y quince años en el entorno doméstico, aunque eso no quiera decir que otros habitantes de la casa no sientan fascinación por ellas.

Son numerosas las investigaciones y estudios multidisciplinares que han versado sobre el empleo de los juegos de ordenador como herramienta educativa en el aula, y como instrumento para la formación integral del ser humano. Los enfoques de estos análisis se han manifestado más que variados: aprovechamiento de su dimensión lúdica, relación con contenidos violentos, efectos sobre la sociabilidad del jugador, complemento para el desarrollo de habilidades psicomotrices...

En España merecen especial atención los trabajos de Estallo, Etxebarria (1999), Gros (1997), Calvo y el del grupo F9 de la Universidad Autónoma de Barcelona, que durante toda la década de los noventa vienen realizando investigaciones acerca de innumerables aspectos. Puede destacarse algunas afirmaciones de Estallo (1995), como la de que "los jugadores de videojuegos suelen ser sujetos de mayor nivel intelectual que sus compañeros no jugadores". Un buen videojuego puede favorecer el desarrollo emocional e intelectual de todo jugador, siempre que se establezcan una serie de medidas controladoras en el proceso de aprendizaje.

De todos ellos se derivan una serie de conclusiones acerca de los beneficios educativos potenciales que reportaría una utilización adecuada del videojuego en entornos educativos:

-Por un lado, una dimensión socioafectiva, de dinamización de las relaciones de grupo y del trabajo colaborativo. Los videojuegos ayudan a reflexionar sobre gran cantidad de contenidos que se materializan en conductas y valores aplicables en

situaciones cotidianas: aportan capacidad para estimar las consecuencias de las propias acciones y de su efecto sobre los demás y sobre el contexto. Es decir, se presentan como factor de dinamización de la conducta y del pensamiento.

-Contribuyen al desarrollo de destrezas y habilidades concretas, como son la coordinación óculo-manual, el desarrollo de la espacialidad y de la capacidad deductiva, el control psicomotriz, la resolución de problemas, la imaginación, el pensamiento (la comprensión, la reflexión, la facultad de análisis y síntesis), etc; así como potencian la memorización y el tratamiento de información general y específica (incluso en la práctica por asignaturas).

Al llegar a este punto, habría que realizarse una importante pregunta ¿qué aportan los videojuegos para cautivar a niños y adolescentes? y, sobre todo, ¿cómo se puede aprovechar esa fascinación en las prácticas educativas?

Parece ser que los juegos por ordenador poseen ciertos factores dinamizadores de la conducta: es decir, atractivo y motivación en fuertes dosis, unido a una alta carga de realismo en las situaciones que los convierten en conductas semireales. Esto puede concretarse o analizarse como una conjunción de los elementos siguientes, muy diferentes de las actividades que se proponen y viven en la escuela (Méndiz, A., Pindado, J., Ruiz, J., Pulido, J.M.):

- Factor de ocio, de carácter voluntario.
- Talante lúdico, con alto nivel de estimulación auditiva, ocular...
- Incorporación de niveles de dificultad progresivos: la seducción de la consecución de unos objetivos claramente definidos y graduales y unos medios sencillos y evidentes para conseguirlos.
- Para lograr esos objetivos se apela a la superación personal: un nuevo videojuego es un fresco reto para el joven jugador.
- En relación con ello se encuentra la competitividad, generada a menudo por la situación de oposición con otros compañeros jugadores (presentes o virtuales –juegos en red-).
- El factor de individualización, frente a la sensación de colectividad de la clase: muchos alumnos se aburren o pierden por falta de atención.
- El desarrollo o potenciación de la autoestima: los objetivos definidos, los medios fácilmente manipulables, los incentivos, numerosos y correctamente dosificados, convierten el juego en una actividad mecánica, rápidamente accesible, que favorece el aumento del autorespeto, y un fuerte sentimiento reflexivo de consideración.
- Otros factores de índole social: el menor control de los padres; el atractivo de la cultura electrónica; presencia activa del grupo de pares (frente a soledad de actividades escolares); carencia del rigor de un horario y de un espacio determinados...

Desde el punto de vista de aplicación a lo educativo, la gran ventaja de este tipo de textos multimedia se encuentra en la posibilidad de crear mensajes sin la necesidad de que exista referente externo, con los beneficios creativos que esto supone. La no limitación del mundo físico y la mayor libertad para la elaboración, diseño y creación de imágenes está al total servicio para la generación de mundos virtuales alternativos y actividades de estrategia, de acción, de simulación, en los que el alumno puede trabajar, observando las implicaciones y consecuencias de los procesos o fenómenos, descomponiendo las situaciones en sus partes, todo ello sin riesgo o peligro alguno.

Quiere manifestarse con esto que el aprendizaje puede estar ligado a la propia situación, es decir, a la mejora de destrezas complejas. De esta forma, se podría animar la producción de videojuegos donde se desarrollara la capacidad de adaptación a los fenómenos mediante la simulación de diferentes actividades y acciones: identificación y resolución de problemas, entrenamiento en las más variadas habilidades, velocidad de reacción, exploración, capacidad de aventura y riesgo, valoración de alternativas, reflexión...

Desde luego, estas enormes oportunidades se multiplican si se considera el juego en grupo: algunos videojuegos *online* o en red podrían ser empleados en clase como herramienta para que los alumnos aprendieran a colaborar entre sí en el desenlace de actividades o problemas. Los juegos multiusuarios o MUD (*Múltiple User Domains*) consisten en espacios relativamente abiertos en los que puedes jugar a cualquier cosa que pase por tu imaginación. La construcción del espacio y el tiempo virtual se produce en ellos de manera mucho más abierta y depende de la negociación de unas reglas de convivencia y colaboración mínimas, imperativas para todos los participantes. Es fácil inferir las posibilidades educativas que estos juegos prometen: implicación colaborativa en proyectos comunes, gestión estratégica, diálogo recíproco, comunicación a través de mundos potenciales y fundación de comunidades virtuales...

## **2. Vídeos musicales: la visualidad de la música.**

Es verdad que han sido numerosas las aplicaciones y usos que se han experimentado ya respecto a la imagen en movimiento (sobre todo la cinematográfica) en las aulas, y aunque estas puedan servir de referencia, el clip musical exige nuevas consideraciones todavía hoy no sistematizadas.

En primer lugar, podemos referirnos al hecho de que el empleo del videoclip como instrumento didáctico puede generar o ayudar a mantener un mayor contacto directo con la realidad inmediata de los estudiantes, especialmente los que se encuentran entre los doce y los dieciocho años. No es ignorada la afición que los adolescentes sienten por la música contemporánea más popular: el rock and roll y, su pariente, el pop. Esta devoción resulta manifiestamente mayor que para otros medios, como el cine en general, y sólo es igualada actualmente por la demostrada hacia los videojuegos.

La música rock y pop contemporánea fue en sus orígenes una práctica comunicativa empleada en contextos públicos de recepción musical como la actuación de salón o el concierto multitudinario, en la que se reunía un numeroso grupo de personas en torno a una experiencia social y emocional.

Más tarde, con la llegada del disco de vinilo y del cassette, la música rock entró en los hogares, donde ofrece funciones como las de diversión, distracción, relajación, esparcimiento, disfrute sensorial, alivio de la soledad...

La llegada de las estrategias publicitarias y de marketing a partir de la segunda mitad del siglo XX invadieron en poco tiempo el espacio de este tipo de música, debido a una tendencia de masificación de las audiencias en torno a determinados artistas, cantantes o conjuntos musicales. Pronto la industria discográfica ideó un mecanismo específico con un formato novedoso, sucesor del cine musical, el vídeo de creación y de protesta de los años sesenta, y fruto de la mejora de los sistemas de tratamiento y digitalización de la imagen electrónica. Nació el videoclip tal como hoy se conoce en todo el mundo y, desde entonces, los adolescentes consumen música tanto en formato disco o CD como en formato clip a través de las numerosas cadenas monográficas existentes en todo el mundo, dedicadas exclusivamente a este tipo de producto audiovisual.

Como ya se ha mencionado, el empleo de este en el aula acompañando a otras actividades y asignaturas o como material singular, puede establecer un vínculo natural entre el proceso de enseñanza-aprendizaje y el mundo exterior de los jóvenes, sus prácticas cotidianas y sus estilos y formas de comportamiento. Otras ventajas más específicas de la incorporación de este formato en entornos educativos de todos los niveles son las siguientes:

-Instrumento pedagógico escasamente artificial, que no está fuera del mundo de los estudiantes como sí ocurre con otros medios como el cine (en especial determinado tipo de cine de vanguardia, arte y ensayo o minoritario), la fotografía o las fórmulas informativas (reportaje, documental...). Se perfila como un recurso interdisciplinar, no caracterizado o exclusivo de una asignatura: su aplicabilidad se refiere al desarrollo de destrezas y actitudes integradas, multidisciplinares y mucho más experienciales. En este sentido, una buena razón para animar a los docentes a emplear el videoclip en sus clases es que en la vida (en todos los entornos vitales: social, laboral, personal...), los fenómenos no se presentan separados en compartimentos estancos sino fuertemente implicados (Piscitelli, 1998, 229). Su instalación en el entorno del aula es natural, sencilla y nada costosa (mucho más fácil de conseguir que un adecuado material fílmico).

-La propuesta es original y los alumnos pueden sentirse más cómodos, más implicados en su aprendizaje, comprobando, así, que se les tiene en cuenta en el desarrollo de la vida del aula. Se trata de una forma de renovación metodológica de carácter participativo, que provoca una inmediata motivación en el alumno.

-El amplio número de mensajes y su heterogeneidad y procedencia, así como su aguda creatividad asiste en la elección oportuna y proporcionada según edades, etapas educativas, objetivos pedagógicos, asignaturas...

-Puede ayudar a analizar el peso y el poder de la imagen audiovisual en nuestro entorno, si se tiene en cuenta que el clip es un mensaje auspiciado por tres de las industrias culturales más pujantes, la discográfica, la publicitaria y la audiovisual. Su producción, distribución y difusión, delimita un sector industrial económicamente no secundario, que mueve miles de millones y que es parte integrante del conglomerado de lo que se denomina el audiovisual.

-La realización en grupo de videoclips (captura de imágenes y montaje) es una buena forma de aprendizaje colaborativo, eminentemente más rico que el acumulativo procedente de las clases magistrales tradicionales: se hace hincapié en los esfuerzos cooperativos entre el profesorado y los estudiantes y requiere una participación activa y una interacción entre ambos.

-Por la diversidad de procedencias artísticas, directores, protagonistas-cantantes... son un excelente medio para el estudio y el análisis de los procedimientos retóricos, simbólicos y persuasivos de la imagen audiovisual, ya sea a través de la separación de sus componentes imagen-sonido (canción) y elementos gráficos, como por sus referencias alegóricas y connotativas (códigos del color, del encuadre, de la iluminación...).

-En definitiva, es un instrumento pedagógico que potencia experiencias de enseñanza flexible: es decir, permiten acomodarse directamente a las formas en que la gente aprende naturalmente, abren opciones y grados de control al docente, se basan en materiales de aprendizaje centrados en el alumno, y ayudan a que sus usuarios se atribuyan el mérito de su aprendizaje y desarrollen un sentimiento positivo sobre su consecución (Adell, 1997). Este excelente instrumento crítico de la iconosfera contemporánea, puede complementar a la historia convencional de los medios y del siglo XX y generar una práctica más colaborativa y experiencial.

Sin embargo, como toda técnica de aplicación educativa deben ser examinados algunos aspectos para que no malogren la praxis formativa. Por ejemplo, deben elegirse minuciosamente las canciones y los clips comentados, si es posible con el consenso de toda la clase, para que tengan algún interés de origen (gustos personales, éxito de ventas...). La selección de un clip de un grupo o cantante desconocido puede disminuir la atención de los alumnos.

Además, habrán de visionarse íntegramente los clips con el objeto de evitar contenidos explícitos violentos o moralmente reprobables, en particular en las etapas escolares más tempranas.

Como cualquier otro medio, exige la movilización y la complicidad profunda del profesor en la búsqueda de los modelos y los objetivos pedagógicos que se pueden desarrollar con este tipo de formato, naturalmente sin olvidar la contextualización en la situación particular de la clase.

### **3. Un método de análisis de vídeos musicales en el aula.**

Como todo texto comunicacional con objetivo persuasivo se caracteriza por una sistematizada codificación y una elaborada articulación de sus variables icónicas, con el fin de conseguir un exacto control del significado que el espectador pueda inferir.

Se aconseja comenzar por que los alumnos efectúen una correcta lectura de las denotaciones significativas (el sentido literal y evidente), seguida del análisis de toda la serie de códigos connotativos visuales en interrelación con la música:

-La iluminación: uno de los componentes más operativos de la puesta en escena visual.

Este tipo de código visual es un potente mecanismo de connotación de la imagen y de caracterización de ambientes, escenarios, personajes. Su estudio enseñará a los alumnos cómo es utilizada la luz en los mensajes audiovisuales para la percepción estilística y estética de sus ídolos musicales y cómo puede modificarse su apariencia física para caracterizarlos emocional, moral y valorativamente.

-La planificación y el punto de vista (tipología de los planos, tamaño de los elementos...): con estos dos parámetros se diseña la captación de las figuras, elementos y personajes y se configura el nivel de sensación psicológica con que el espectador los percibe. Mediante su estudio se pueden plantear ejercicios de reencuadre de las escenas del clip: los alumnos deberán proporcionar opciones distintas a los recursos de planificación resueltos por el clip.

-La vestimenta y el maquillaje: los chicos pueden jugar a localizar el tipo de música al que pertenece la canción (sin escucharla) sólo a través del análisis del vestuario y complementos de los miembros del grupo. También se puede reflexionar acerca del cambio de look de los artistas (evolución temporal, diferenciación de cada etapa de su carrera), sobre sus motivaciones industriales y comerciales, y sobre el grado de control de los intérpretes de música rock y pop sobre su carrera.

Más adelante pueden analizarse subjetivamente los diversos grados de iconicidad y abstracción, la monosemia y la polisemia. El análisis de los alumnos tenderá a centrarse erróneamente en esta parte sin fundamentar objetiva y científicamente las sensaciones obtenidas. En este punto, se manifiesta crucial ayudarles a diferenciar y priorizar la lectura objetiva sobre la subjetiva, para desarrollar el sentido crítico.

En un nivel superior, se irán descubriendo las distintas codificaciones creativas de los elementos mencionados para conseguir muy diversos mensajes (efectos de iluminación, codificaciones del montaje, efectos modificadores del espacio...), así como las manipulaciones expresivas (ideológicas, manejo de estereotipos, contenidos económicos).

Por último, el paso final, quizás más apropiado para los alumnos de Educación Secundaria en sus últimos cursos, puede suponer un estudio del contenido emocional inferido por los códigos connotativos: el modo de construcción de la personalidad del cantante o músico y el papel representado por las emociones transmitidas, siempre en juego cuando se trata del arte musical.

#### **4. Propuestas concretas por asignaturas.**

Para *Historia del Arte y Educación Plástica y Visual* pueden estudiarse las vanguardias de principios de siglo y la herencia que el formato clip conserva de ellas: asociaciones, juegos cromáticos, lumínicos y simbólicos resumen la influencia de estos movimientos. Se recomienda visionar los clips más antiguos (The Beatles, Rolling Stones...) y comprobar cómo hay numerosos ejemplos de utilización de collage, relación libre entre imágenes y licencias espaciotemporales.

En cuanto a *Historia Contemporánea e Historia de la Música*, sería conveniente incluir un tema sobre historia del rock y de los medios audiovisuales, donde se tratarían temas como el cine, el vídeo de creación (videoarte), la estética pop de los sesenta... Los alumnos a menudo han oído hablar abundantemente de estos temas, pero no los estudian profundamente en ninguna de las asignaturas del currículum.

La historia de la música del siglo XX y el estudio de sus peculiaridades no puede pasar por alto este tipo de mensaje publicitario, ni la historia de los medios de comunicación la explicación de cómo nació, para qué y quién lo impulsó.

Otra de las asignaturas en las que más provecho puede obtenerse es *Inglés*. Los títulos y textos que aparecen en los clips (coincidentes con la letra de la canción) pueden ayudar a los alumnos a aprender el idioma divirtiéndose, sobre todo si se trata de sus temas musicales favoritos.

En *Información y Comunicación y Tecnología* pueden tratarse los temas más relacionados con el aspecto social de este formato: relación con los demás textos publicitarios (spots, autopromociones de las cadenas de televisión, trailers cinematográficos...); roles del formato en la sociedad de consumo y de la información contemporánea; presencia en todos los espacios públicos (desde cafeterías, discotecas, centros comerciales y tiendas hasta en los taxis y

transportes masivos), etc.

Es opinión de la autora de estas líneas, que este formato audiovisual puede cumplir sobradamente muchas de las expectativas que se depositan en las nuevas tecnologías. Pero resulta obligado mencionar que sin una suficiente consideración y puesta en práctica de estas mínimas recomendaciones se hará complicado cualquier intento por aplicar cualquier idea.

El vídeo musical, al igual que el videojuego, caracterizado por su modernidad creativa y su velocidad de transformación formal, resultado de una estrecha relación con los sectores más jóvenes de la sociedad, verá entorpecido su empleo como herramienta pedagógica por una actitud anclada en concepciones pasadas.

## 5. Referencias bibliográficas

ADELL, J. (1997): "Tendencias en educación en la sociedad de las Tecnologías de la Información", *EDUTEC Revista Electrónica de Tecnología Educativa* nº 7, noviembre. <http://www.uib.es/depart/gte/revelec10.html>

ESTALLO, J.A. (1995): *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*, Barcelona, Planeta.

ETXEBARRÍA, F. (1999): "Videojuegos y educación", en Etxeberria, F. (Coord): *La Educación en Telépolis*, Donosita, Editorial Ibaeta.

GROS, B. (Coord) (1997): *Jugando con videojuegos: Educación y entretenimiento*, Bilbao, Desclée de Brouwer.

GROS, B.(2000): "La dimensión socioeducativa de los videojuegos" en *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, Nº 12, junio. <http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec12/gros.html>

LEVIS, D. (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas*, Barcelona, Paidós.

MÉNDIZ, A., PINDADO, J., RUIZ, J. y PULIDO, J.M.: Videojuegos y educación: revisión crítica de la investigación realizada en *Videojuegos y educación*, informe técnico realizado por el Grupo de Investigación de Videojuegos de la Universidad de Málaga (Director: D. Miguel de Aguilera Moyano, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad) para el Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte).

PISCITELLI, A. (1998): *Post/Televisión: ecología de los medios en la era de internet*, Barcelona, Editorial Paidós, Col. Contexto.

SEDEÑO, A.: "Música e imagen en el aula" en *Revista Comunicar* nº 18, 2002.

ión Educativa (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte).

PISCITELLI, A. (1998): *Post/Televisión: ecología de los medios en la era de internet*, Barcelona, Editorial Paidós, Col. Contexto.

SEDEÑO, A.: "Música e imagen en el aula" en *Revista Comunicar* nº 18, 2002.