

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA NUEVOS RETOS PARA EL DOCENTE

*Roberto Román González**

RESUMEN

Durante más de 25 años, la producción de materiales didácticos audiovisuales ha proyectado el quehacer de la UNED a la sociedad costarricense. Hoy la tecnología ocasiona marcados cambios socio-culturales. Estas variables exigen transformaciones en el modelo de producción para que la UNED pueda servir de la mejor manera a sus estudiantes y

* Máster en Tecnología Educativa y jefe de la Oficina de Producción Audiovisual de la UNED. Ha participado en festivales de cine y televisión en Alemania, Bulgaria, España, México, Brasil y Rusia. Fun-
gió como Director de la Productora de Vídeos del Ministerio de Cultura de Cuba. Su obra documental ha sido galardonada por la Academia de Ciencias de Cuba, la Unión de Escritores y Artistas de Cuba y el Festival Internacional de Televisión de Moscú.

a los distintos grupos sociales. Este trabajo pone énfasis en la necesidad de la participación del docente, en el desarrollo eficaz de las técnicas de mercadeo, distribución y análisis de rentabilidad de producción de los materiales audiovisuales y en la unidad de los procesos de producción

Este estudio se encamina a tratar de comprender la actualidad y el destino que debe seguir el modelo de producción de materiales didácticos audiovisuales en la UNED. Señalamos los problemas y proponemos las soluciones para que la institución logre una eficaz proyección hacia la sociedad y contribuya con la democratización de la educación.

Alcances de la Producción Audiovisual en la UNED

Para conocer en breve los alcances de la Producción Audiovisual en la UNED nos remitimos a 1979. Este año vio el nacimiento de la Oficina de Audiovisuales.

La proyección de la naciente universidad, a través de productos audiovisuales, inicia mediante la adquisición de materiales cinematográficos didácticos, elaborados por empresas extranjeras. La universidad transfería de cine a vídeo los programas y logró colocar muchos de ellos en las televisoras nacionales mediante convenios del estado

A un año de labores, la universidad contrató a los primeros funcionarios de la Oficina de Audiovisuales. Estos muchachos, a pesar de su juventud, tuvieron un gran espíritu emprendedor.

Sin embargo, carecían de herramientas teórico conceptuales y técnico materiales especializadas para la realización de productos audiovisuales educativos.

Pero el espíritu emprendedor permitió a estos funcionarios capacitarse en la producción de programas educativos de audio y vídeo, a pesar de las limitaciones de la naciente universidad.

Los nuevos profesionales de la comunicación, vieron la necesidad de realizar los primeros programas propios de la UNED para televisión, aunque los recursos disponibles fueran escasos. Así surgió la Teleclase.

Este esfuerzo resolvió el acceso de los estudiantes a algunos recursos de apoyo audiovisual para la enseñanza, a través de la televisión. También proyectó a la UNED para que fuera reconocida en el ámbito nacional.

Luego de dos años de experiencia en Teleclases, este sistema encontró límites en la pantalla chica.

Desde 1978 y hasta 1985, al docente se le avisaba un par de días antes, para que preparara su tema y, al momento de la grabación en estudio, simplemente se le pedía que lo expusiera frente a las cámaras. Tal inexperiencia -totalmente lógica y comprensible- se traducía en innumerables muestras de nerviosismo... (Rodino, 1987:4-9)

En 1980 surge una nueva idea en el colectivo de creadores y la dirección administrativa. La oficina plantea una nueva opción para apoyar a la docencia y la extensión universitaria. Los profesionales analizaron las posibilidades que ofrecía la producción y estudiaron los elementos específicos del lenguaje audiovisual televisivo para realizar documentales.

A lo largo de más de 20 años estos documentales didácticos han dado a la UNED prestigio en el escenario nacional. La calidad de estos productos les ha hecho recibir premios y reconocimientos a sus realizadores. También ha colaborado para que la UNED adquiera aún más prestigio como institución formadora de pensamiento.

Vemos entonces que la Oficina de Audiovisuales ha repercutido en el quehacer universitario de la UNED. Pero como es normal en

cualquier institución consolidada hoy enfrenta nuevos retos.

El perfeccionamiento, la multiplicación y la distribución de los productos audiovisuales masivos de la UNED son tres temas esenciales entre estos retos. La superación en los desafíos aportará insumos para la expansión del conocimiento y permitirá a las nuevas ideas e investigaciones de los docentes de la UNED proyectarse en un menor tiempo.

En este escrito ponemos el dedo en la llaga de los problemas fundamentales por resolver y planteamos sus soluciones para que los necesarios productos audiovisuales masivos en una Universidad a Distancia tengan un impacto más eficaz en los estudiantes, la sociedad y fuera de nuestras fronteras.

Problemas, retos y soluciones

Un docente gestor de ideas y diseminador de conocimiento

De los problemas más evidentes dentro de la producción de materiales audiovisuales masivos, destaca el distanciamiento del profesor en la producción. Este fenómeno repercute en el bajo índice de solicitudes de trabajos de cátedras y escuelas.

El problema es reconocido incluso por la propia comunidad académica:

...el uso de la radio, los periódicos, la televisión, para señalar los más importantes medios de comunicación social son extraños en la entrega de la docencia de la UNED (Villegas, 2000:556).

Si hacemos un análisis un poco más amplio de este fenómeno, notamos que el problema no es exclusivo de esta universidad.

La *Colección de Aportaciones Alemanas Recientes en las Ciencias Pedagógicas*, editada por el Instituto Tübingen en 1992, brinda algunos aportes en este tema. Dichanz y Hasebrink (1992:61) tratan en el documento el comportamiento de los maestros ante el fenómeno mediático ... *Se hace evidente cuán poco preparados están la didáctica y los didácticos para una amplia discusión en torno a los medios de enseñanza y/o a los medios.*

Si un docente considera que de la gran variedad de productos audiovisuales ninguno puede llegar a ser parte fundamental para la formación de un estudiante en determinada materia, cae en un grave error.

Un producto audiovisual puede convertirse en vital para el aprendizaje de determinada materia. Pero el proceso necesita de una adecuada

planificación y análisis de necesidades para los cursos específicos. Luego de esta investigación el producto audiovisual se convierte en vital porque complementa a los demás medios para educar, así como los demás medios de enseñanza lo complementan a él.

Estas palabras no son únicamente nuestras. Desde los inicios de la UNED, ya los funcionarios de mayor jerarquía dentro de la institución tuvieron una gran visión respecto al uso de productos audiovisuales para la educación.

El Capítulo III del Estatuto Orgánico de la UNED, llamado Del Régimen de Enseñanza, demuestra el claro panorama que tuvieron los dirigentes en su Artículo 36: *La enseñanza de la UNED está fundamentada en los materiales didácticos escritos y audiovisuales.*

Hoy la tecnología, nos permite más que en ninguna otra época de la historia, llevar a la práctica esa visión de una manera cada vez más eficiente.

Pero ver lo abrumador del avance de la tecnología podría llevar a muchos docentes a caer en un pensamiento erróneo y que de alguna manera podría explicar esa apatía hacia los productos audiovisuales masivos.

¿Pensarán muchos docentes que los medios de comunicación quieren eliminarlos? La respuesta a esto es un sencillo no; porque más bien, los medios de comunicación facilitan la proyección del pensamiento de esos docentes a la sociedad. Como lo señalan Lira y Fëdorov:

La pedagogía, en ningún momento es relevada o subestimada por el uso de las nuevas tecnologías de la información. Al contrario, se ha querido evidenciar que en el ámbito de lo virtual el proceso de enseñanza y de aprendizaje continúa siendo fundamental. La pedagogía mantiene su significación epistémica y su pertinencia en el hecho educativo (2002 s.n.p.).

El conocimiento “empaquetado” en formatos masivos audiovisuales de televisión, radio y multimedia¹ aumentará el bagaje cultural de las masas y logrará una mayor democratización de la educación.

Las ideas e investigaciones de los docentes irán inmersas en estos productos y los proyectarán como prestigiosos profesionales desarrolladores de conocimiento. En otras

1. El término multimedia se refiere, en este caso, a la “utilización conjunta del medio impreso, al asesor o tutor, los medios audiovisuales, los laboratorios y cualquier otro recurso considerado para promover un aprendizaje eficiente en el estudiante” (Chacón, 1995:19).

palabras, sería "Conocimiento de la UNED para el mundo."

Dentro de este ámbito podríamos decir que el docente de la UNED sería un *Gestor de Ideas y un Diseminador de Conocimiento*.

Abordado este punto llegamos a la conclusión de que los productos audiovisuales masivos de ningún modo serán un sustituto del docente, sino que servirán para que los conocimientos, las ideas y las investigaciones de los profesores se proyecten a la sociedad y los docentes de la UNED reciban el reconocimiento que se merecen.

Sin embargo esto nos lleva a otro punto del problema. Se percibe en la UNED que la producción de materiales para la enseñanza no es suficiente, tanto en el caso de los medios escritos como de los audiovisuales.

Para ello es imprescindible mejorar la oferta instruccional, pues como indica Seas:

...si se revisa el último informe del señor Rector de la UNED, se encuentra que la producción de unidades didácticas es reducida y que en 1999 disminuyó en un 20% en relación con 1998, donde también se presentó reducción en relación con 1997. (Seas, 2000:449).

En el informe se afirma que es preocupante la caída sostenida en la producción de unidades didácticas, dato importante de considerar si se valora que es éste el principal recurso didáctico.

Es necesario que la UNED eleve la producción de audiovisuales para que esas ideas y conocimientos logren un impacto constante y masivo en el pensamiento social y por ende en los estudiantes.

Entonces ¿Cómo llegar a más de doscientos productos audiovisuales anuales que sirvan de medio para llevar a la sociedad las ideas y conocimientos de los docentes?

Todo buen comunicador domina a fondo lo que va a decir. No obstante, en nuestro sistema educativo universitario el experto en el contenido, es decir "el maestro autor", no comunica porque no es "experto en didáctica de media", y en virtud de esta organización el docente se vale de otro, el comunicador, para exponer sus ideas.

La función del productor audiovisual es impulsar la incorporación de esas ideas y conocimientos de los docentes de la UNED a los productos audiovisuales masivos. Luego, esos productos audiovisuales masivos servirán de vía para que los aportes de esos gestores de ideas y

diseminadores de conocimientos sean conocidos y reconocidos por la sociedad.

Pero en la UNED hay una praxis que impide alcanzar el número de más de doscientos productos audiovisuales masivos al año.

El productor audiovisual es llevado por este particular sistema de producir a una condición bastante singular. Sin ser el experto, o al menos conocedor de las materias en las que se solicita su participación, debe responder a pedidos de profesionales de las más diversas disciplinas en un plazo que por necesidad de la productividad tendría que ser breve. Debe elaborar programas de audio y vídeo cuyos contenidos no estudió antes y ahora tendrá que comprender en un tiempo récord, con vistas a establecerles una adecuada estrategia comunicacional.

El productor audiovisual se enfrenta a un universo de disciplinas tan extenso como pueden ser asignaturas tan disímiles como Contabilidad, Investigación de Operaciones, Microeconomía, Finanzas, Olericultura, Álgebra, Planificación de Áreas Silvestres, Geometría y tantas otras.

Esto conduce a que muchas producciones audiovisuales no se realicen, o sean pospuestas una y otra vez.

¿Cuánto tiempo necesitaría un productor audiovisual que no ha llevado cursos previos sobre las citadas asignaturas, para estudiarlas y proponer una solución comunicacional creativa?

¿No sería mejor otra estrategia de producción más práctica, es decir: que partiera de reconocer que el profesor es uno de los mejores comunicadores posibles, ya que es un potencial *Diseminador de Conocimientos* para la sociedad y más aún en su materia docente?

No es posible transformar a ocho productores en expertos a tiempo completo en más de cien asignaturas. En una institución es más viable en materia de tiempo y recursos económicos poner a disposición los recursos de la universidad a más personas para diseminar su conocimiento a la sociedad y a los estudiantes de manera masiva.

Con la actual organización se renuncia de por vida a una alta productividad de programas académicos audiovisuales, pues no hay productores suficientes, expertos en contenidos tan específicos.

Pero este problema también tiene solución. Nuestra propuesta es que el aparato de producción audiovisual se ponga al servicio de ese *Gestor de Ideas y Diseminador de Conocimientos*. Nuestras herramientas faci-

litarían al docente que su pensamiento sea distribuido a través del formato más idóneo para difusión masiva en la sociedad.

De esta manera, el aparato de producción trabajaría para el docente y de ninguna manera, como se puede llegar a pensar, que el docente trabaje para el aparato de producción.

Técnicos en audio, camarógrafos, iluminadores, diseñadores gráficos, editores y locutores estarían a disposición para que el docente logre enmarcar su conocimiento y sus ideas en un producto que va a ser conocido por toda la sociedad y distribuido en forma masiva. El conocimiento, el prestigio y la imagen del docente de la UNED se esparcirán de esta manera en todo el ámbito nacional y fuera de nuestras fronteras.

La labor de los productores será de asesoría permanente en cuanto a la elaboración de un guión y conocimientos propios del profesional de la comunicación. Este servicio permitirá al docente llevar de la manera más efectiva y rápida la mayor cantidad de contenidos al medio por el cual sus ideas y talentos se difundirán.

El productor asesorará al docente sobre los recursos humanos y tecnológicos a su disposición para que encuentre la mejor manera de utilizarlos.

Quizás en el inicio de esta estrategia el proceso de llevar las ideas y conocimientos a un producto audiovisual masivo se lleve un poco más de tiempo del que a continuación estipularemos. Sin embargo en un periodo prudente se podrá alcanzar el objetivo de más de 250 productos audiovisuales al año.

En cuatro meses sería posible que el gestor de ideas y diseminador de conocimientos tenga en sus manos un producto final ayudado por los técnicos y profesionales que tiene a su disposición.

Entonces estamos hablando que, como mínimo, un productor podría atender al mismo tiempo a unos ocho docentes. Con esta metódica, nuestro productor audiovisual en un año atendería a un total de 32 profesores. Estamos hablando de que por productor, en un año, 32 docentes tendrían en un producto audiovisual de distribución masiva sus ideas y conocimientos listos para que la sociedad los conozca, listos para que contribuyan con la democratización de la educación.

Estamos hablando de que ocho productores asesorando tendrían tiempo para atender en un año a 256 gestores de ideas y diseminadores de conocimientos.

Estamos hablando de que ayudados por los recursos humanos y la tecno-

logía, tendríamos como mínimo 256 productos audiovisuales al año, llenos de ideas y conocimientos de los docentes de la UNED y listos para que la sociedad los conozca.

Es imprescindible iniciar ese proceso de búsqueda y crecimiento entre el personal docente dispuesto a que su conocimiento y sus ideas sean llevados a la sociedad e incluso exportadas a otros países, a través de los productos audiovisuales masivos.

Pero es necesario prevenir a la organización de modo que facilite el tiempo al docente para dedicarse a estas funciones profesionales y para ello habrá que establecer políticas y estímulos específicos.

Lo que suele suceder en este nuevo modelo, y es la experiencia en otros países, es que al cabo del tiempo los docentes adquieren un desarrollo tal que sus producciones pasan de un nivel dependiente, embrionario y utilitario a otro autónomo y de mayor elaboración. Los contenidos didácticos alcanzan tal nivel artístico e interés público que las televisiones nacionales los solicitan para transmisión.

Cuando esto suceda, la Universidad habrá multiplicado profesionalmente su nivel productivo.

En un principio la UNED deberá destinar sus esfuerzos de produc-

ción en aquellas asignaturas de más dificultad y con mayor volumen de matrícula.

Los productos audiovisuales serán estructurados de manera que sea posible su rápida actualización sin la necesidad de rehacerlos en su conjunto. Esto conduciría a un tipo de producción de programas didácticos de estructura modular que, no necesariamente al cambiar un módulo, produce la desactualización del programa.

El docente capaz de desarrollar habilidades se transformará en un especialista educativo, en un gestor de ideas y diseminador de conocimientos, versado en los soportes que brinda la tecnología de la información a la enseñanza y afianzado por un conocimiento de la comunicación.

De esta manera, estará en capacidad de plasmar sus ideas en sus propios materiales didácticos. También, a través de los formatos audiovisuales masivos, tendrá a su disposición una serie de recursos humanos y equipo para llevar un producto atractivo a sus estudiantes, y que sus ideas y conocimientos tengan repercusión y proyección nacional e internacional.

Por su lado, el productor afinará sus dotes de consultor y asesor.

El mercadeo y la distribución del conocimiento

Luego de veinticinco años de praxis, debemos reconocer que los productos audiovisuales masivos han incidido menos que el libro en el proceso instructivo de la universidad.

Ahora bien, los factores claves de éxito de la UNED aprobados por el Consejo Universitario en el ACTA 1526-2001, contemplan que es necesaria *“la integración, diversificación y mejoramiento de la calidad técnica y metodológica de la producción de materiales”* y fomentan el *“mercadeo institucional”* entendido como *“la difusión efectiva y eficiente del quehacer institucional: programas académicos, libros de la Editorial, producción académica (audiovisual, telemática)”*.

Consecuente con estos lineamientos, el mercadeo, reproducción y distribución alternativa de productos, son parte del quehacer audiovisual en la UNED.

El mundo empresarial utiliza el mercadeo de productos para que el mayor número de personas posible los conozca. También los distribuye a lugares cercanos al potencial consumidor para que pueda adquirirlos con la mayor facilidad.

La UNED podría tomar algunos principios de esa lógica empresarial para que sus productos audiovisua-

les sean masivos y lleguen a la mayor cantidad de gente posible.

En otras palabras podría tomar algunos elementos que nos propone el mundo globalizado y utilizarlos a su favor con miras a democratizar la educación.

Al igual que un libro, los autores intelectuales de estos productos cargados de ideas y conocimientos serían los docentes. Al utilizar estas estrategias que nos propone la globalización estaríamos esparciendo el conocimiento.

En este desempeño también se hace urgente que la UNED tenga la capacidad de reproducción en soportes digitales como CD o DVD. Es estratégico definir métodos y sitios alternativos de distribución de la producción, como las proyectadas videotecas en los centros universitarios y la venta a través de las librerías de la UNED y servidores de Internet.

Estos criterios de rentabilidad permitirán, no solo hacer eficiente un centro de producción, sino también convertirse en razón de esa propia eficiencia, en una vía alternativa de obtención de ingresos para el desarrollo institucional.

Hasta ahora los ingresos de la productora audiovisual de la UNED han provenido de la realización de producciones como respuestas a encar-

gos externos. Otros ingresos menores resultan del servicio de copiado que los usuarios externos solicitan.

Cada vez que hemos transmitido un documental en la televisión nacional, vienen agentes externos interesados en contratar los servicios de producción y aumentan las solicitudes de copias.

De esta experiencia, ya hemos descubierto fortalezas y oportunidades que se pueden generar en la Oficina de Audiovisuales. La transmisión de nuestros programas en televisión y radio nacional, es una tarea de promoción necesaria.

También vemos una nueva oportunidad para mercadearnos a través de nuestros productos audiovisuales en muestras públicas, festivales culturales y comerciales, y por todas las vías posibles.

Es consideración aceptada también que el presupuesto asignado por la institución para el desarrollo tecnológico debe ser ayudado y complementado por un plan de ingresos. El mayor de esos ingresos debiera provenir de la venta de los materiales académicos que, además de los estudiantes de la UNED, interesen a la población estudiantil en nuestra frontera y fuera de ella.

Palpamos otra oportunidad en un nicho del territorio nacional, e in-

cluso en el espacio centroamericano. Tenemos un privilegio de una potencial exclusividad si colocamos nuestros productos audiovisuales a disposición de las poblaciones estudiantiles de toda Centroamérica.

En la actualidad no existe una oferta sistematizada de didácticos audiovisuales en esta región. Universidades y televisoras de todo el continente pueden ser clientes potenciales no indagados hasta la fecha.

Sabemos que en la industria audiovisual, salvo excepciones, los que producen no venden. Dicta la experiencia que para captar un posible mercado grande es necesario pactar con especialistas y entidades nacionales y extranjeras. Para colocar las ideas y conocimientos plasmados en los productos audiovisuales en el ámbito internacional, la UNED debe buscar alianzas estratégicas con distribuidoras.

A las negociaciones se debe acudir con buenos argumentos para que evalúen el interés de desarrollar este rubro.

La respuesta a esta demanda incidirá en la relación contenido-costo que debe ser cuidada. Las ventas, mientras más numerosas, también serán una declaración de calidad. De esta manera cumpliríamos con una expectativa de excelencia donde los productos audiovisuales sirvan a la

educación a distancia, colaboren con el autoaprendizaje, lleguen a un público masivo y eleven el prestigio de sus creadores y de la UNED.

Los productos audiovisuales terminarán por convertirse en parte importante sino es que fundamental para la democratización de la educación.

El Centro de Producción Ideal

La actual organización de la producción audiovisual en la UNED se encuentra dispersa y desarticulada.

Lamentablemente, en nuestra institución, diferentes soportes y formatos han llevado a “departamentalizaciones” ineficaces que, en lugar de potenciar la producción, duplican costos e imposibilitan la interacción entre profesionales.

Estos factores producen una innecesaria multiplicación de esfuerzos a la hora de realizar los productos audiovisuales. También limita los potenciales aportes del recurso humano y de las herramientas disponibles para la producción de la unidad didáctica modular.

Actualmente, para algunas dependencias y departamentos donde se realiza un producto audiovisual no importa el costo. Esta lógica es insostenible en la UNED y en cualquier otra institución que pretenda

alcanzar calidad, proyección académica, crecimiento y sostenibilidad económica.

Pese al defecto de la departamentalización, el conglomerado de dependencias que trabajan en audiovisuales de la UNED han realizado cosas positivas. A pesar de esta desarticulación, las personas que se han puesto al frente de estos departamentos demuestran con creces su trabajo y dedicación en bien de la institución.

Hay que destacar también la calidad de algunas producciones realizadas en los dispersos departamentos a lo largo de los años.

Pero los productos audiovisuales, ya sean de carácter educativo o no, están unidos por un lenguaje común. La combinación de elementos icónicos y sonoros transportan la acción comunicativa.

Existe una lógica de producción similar en la elaboración de todos los productos audiovisuales más allá del soporte o el formato. En todos los materiales didácticos audiovisuales encontramos que:

- La formación del profesional que realiza y produce con la tecnología de audio, video y multimedia disponibles, es semejante.

- Los insumos que utilizan son de naturaleza similar.
- Los servicios se ejecutan desde una misma organización productiva.
- Prevalecen conceptos muy parecidos de distribución masiva, así como de mercadeo y venta.
- Son realizados a partir de una misma base tecnológica de acuerdo con cada proceso.

Tal lógica conlleva a que los profesionales involucrados en todas estas actividades, compartan un mismo espectro de conocimientos.

Estas coincidencias favorecen la concentración de medios y profesionales. También evitan duplicaciones innecesarias de producción o de inversión para el desarrollo tecnológico.

De la misma manera simplifican el aparato administrativo porque unen en un sólo cuerpo el sistema de producción audiovisual, de la misma manera como en la actualidad se encuentra el sistema de producción de libros.

Estos argumentos nos llevan a la solución del problema de la desarticulación y la departamentalización. El remedio se encuentra en la integración de todos los procesos de producción de audiovisuales dentro de la institución.

De esta manera se unificarían las fases productivas y las capacidades de todos los profesionales del área.

Trascender del formato y soporte para emprender una reorganización institucional a partir de la naturaleza productiva del audiovisual, propone la unión de profesionales y tecnologías comunes en un mismo espacio. Esta unión permitirá la optimización de esfuerzos y recursos en pos del aumento de la calidad y cantidad de materiales audiovisuales que requiere la institución.

Pero esta solución no quiere decir, como puede malinterpretarse, que la Oficina de Audiovisuales quiera absorber a todas las demás dependencias que trabajan también con productos audiovisuales.

Lo que se plantea en su lugar es una fusión entre todos esos departamentos y dependencias en iguales condiciones, de manera que ninguno absorba a otro; de manera que se unan los esfuerzos, de manera que se unan sus profesionales y especialistas con el objetivo de engrandecer a la UNED.

Este sistema integrado estaría en toda la capacidad de planificar las tareas. También daría respuesta a la UNED como universidad y se adaptaría a las necesidades cam-

biantes de la institución para un mejoramiento continuo de su oferta académica.

Solo a manera de ejemplo, tenemos que el desarrollo de una única área o Programa de Diseño Gráfico y Animaciones por computadora, integraría los esfuerzos de múltiples profesionales, dispondría de más equipos y tendría una mayor cercanía para intercambiar conocimientos entre colegas.

Todos los dirigentes y funcionarios de las antiguas dependencias, ahora unificados, trabajaríamos entonces en comunión, bajo una sola bandera y en pos de los mismos objetivos.

En concreto el sistema único e integrado de los recursos de producción audiovisual disponibles en la UNED permitiría:

1. Definir con la debida antelación cuáles serían las mejores herramientas para cada pedido.
2. Diseñar un plan único de todos los procesos implicados en la consecución del programa o los programas demandados.
3. Potenciar a los docentes "Gestores de Ideas y Diseminadores de Conocimientos" para que se involucren plasmando su pensamiento en los productos au-

diovisuales, ya que con la nueva organización encontrarían un centro productivo y capaz.

4. Crear un plan de reproducción y de validación debidamente controlado.
5. Elaborar un diagnóstico de venta luego de analizar su posibilidad de distribución para el mercado abierto, lo cual conduciría a un retorno parcial o total de lo invertido.
6. Utilizar de manera eficiente los recursos instalados.
7. Tener la capacidad de respuesta a los niveles productivos que requiere la universidad y su estudiantado.
8. Dar mayor rendimiento a la inversión tecnológica y profesional que la UNED ya ha realizado.
9. Planificar de manera eficaz y flexible para cumplir con las necesidades institucionales, ya sean pedagógicas, de extensión, promoción institucional y venta de servicios.

Una mejor coordinación en la producción de audiovisuales resultará en una mayor eficiencia y todo esto sin requerir de ninguna erogación económica extra por parte de la institución.

La unidireccionalidad del mensaje

La UNED y un grupo significativo de universidades que fomentan la producción audiovisual, se interesan desde los años ochenta en el tema de la unidireccionalidad del mensaje educativo.

En este punto encontramos otro problema ya abordado por expertos

...en el sentido de que la proporción de mensajes desde el emisor hasta el estudiante o participante, superaba abrumadoramente la proporción de mensajes en sentido inverso.

(Chacón, 1995:19 y 20).

Este problema debe verse más bien como un reto a superar porque en el mismo nacimiento de las universidades el método de enseñanza ha sido, la del emisor que imparte los cursos y la del estudiante receptor que los recibe.

El origen de las primeras generaciones de instituciones educativas a distancia se remonta a finales del siglo XIX. Estas casas de enseñanza iniciaron con la educación a través de la correspondencia y basaron su metodología en los textos escritos. En este contexto otorgaron especial énfasis a las imprentas y luego a las editoriales.

Luego vienen las universidades de segunda generación entre 1950 y 1970. Estas instituciones vieron los logros de la radio, la televisión y el cine en la primera mitad del siglo XX y las hace apoyarse en estos medios con el fin de educar.

La revolución informática ocurrida a finales del siglo XX, trajo consigo la integración de los tradicionales medios masivos con las telecomunicaciones, la informática y la digitalización de la información. En este contexto nacen las universidades de tercera generación inmersas en el acelerado desarrollo de una sociedad red de sistemas de computación e Internet.

Hoy en día empieza a deslumbrarse el crecimiento de las universidades de cuarta generación, gestoras del desarrollo de la enseñanza en campus virtuales. Estas nuevas instituciones incorporan de modo experimental los más modernos recursos y aplicación de sistemas no lineales para favorecer el aprendizaje.

Lo cierto es que cada nueva generación no ha descartado totalmente los métodos de las generaciones precedentes. Por esta razón en la UNED prevalece el material impreso, mientras los productos audiovisuales se desarrollan de manera alterna e incorporan los beneficios que ofrece la computación. Hoy los

productos audiovisuales en su concepción multimedial integran texto, sonido e imagen, además de las comunicaciones y la distribución del conocimiento en un nuevo enfoque del instruccional.

Estas nuevas posibilidades de un campus virtual y de integración de medios audiovisuales nos lleva al reto de cambiar la unidireccionalidad del mensaje. El conocimiento se puede enriquecer de manera exponencial si el estudiante tiene la capacidad de interactuar también como protagonista y constante emisor de mensajes. La espiral del conocimiento se ensancharía cada vez más.

Pero esta integración aún tiene un inconveniente que no se ha logrado corregir:

En la mayor parte de los programas de educación a distancia de América Latina donde se ha implantado la concepción de multimedia, teniendo como eje el texto impreso, se hacen evidentes altas tasas de deserción de estudiantes, que superan el 90% y bajos niveles de rendimiento (Chacón, 1995:19-20).

La solución se encuentra en suplantar mucho de ese texto escrito por los audiovisuales y generar una mayor atracción que recaería en una menor deserción estudiantil y más interactividad.

Es necesario tener presente que muchos estudiantes no disponen de acceso al computador. Sin embargo también son muchos los que sí tienen y nos exigen producciones que transiten en línea y faciliten una interactividad con el orientador del curso, con la universidad y con sus compañeros.

Los estudiantes solicitarán cada vez con más fuerza la incorporación del audio y el vídeo digital a las demostraciones de laboratorio y la conversión de formatos analógicos a digitales de todos los programas didácticos audiovisuales que ya han sido producidos.

Las investigaciones realizadas sobre la aplicación de medios demuestran que los mayores logros de aprendizaje se obtienen con combinaciones de medios y no con uno sólo de ellos.

Son, especialmente, significativos los trabajos de Wilbur Schramm sobre este particular:

Este concepto sirvió de base para la creación de las academias a distancia que se han multiplicado por todo el mundo, siguiendo en líneas generales el modelo de la Open University Británica (Chacón, 1995:19-20).

Estas investigaciones se enlazan directamente con las nuevas responsabilidades pedagógicas que enfrenta la educación a distancia. Aquí entra de nuevo la función del docente Gestor de Ideas y Diseminador de Conocimientos y su nuevo vehículo para educar: los formatos audiovisuales masivos en línea.

Como afirma uno de los principales especialistas de la educación a distancia, el doctor Greville Rumble, citando a Weller en el XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia, en noviembre del 2002:

El curso del futuro será muy diferente del curso corriente. Ya podremos diseñar un curso utilizando multimedios -vídeo, audio, material escrito, una biblioteca electrónica, conferencias por vídeo, discusión sincrónica o asincrónica, un ambiente virtual en el que los estudiantes puedan hacer muchas cosas, un sistema inteligente que se mantenga al tanto del progreso de los estudiantes (...) Todo esto ya es posible.

CONCLUSIÓN

La producción de recursos educativos audiovisuales, en las relaciones docencia-producción y producción-distribución, se ha convertido en la posible respuesta disponible a tópicos tan significativos de la educa-

ción a distancia como la atención a grandes masas de estudiantes dispersos en el territorio nacional, la disminución de la deserción, fallas de coordinación entre el campus universitario y las unidades regionales, entre otros.

El mercadeo, reproducción y distribución alternativa se convierten en parte vital de un Centro de Producción como vía de generación de recursos que al final van a ser reinvertidos en el mejoramiento de los servicios que presta la universidad.

La UNED debe apoyarse en las técnicas de mercadeo para distribuir las ideas y conocimientos de sus docentes plasmados en productos audiovisuales de difusión masiva, atractivos y vendibles. De la misma manera los productos audiovisuales que los productores puedan hacer por su cuenta tendrán una efectiva repercusión en la sociedad.

La falta de una organización productiva de materiales didácticos con una visión de eficiencia, demanda de una decisión que promueva la reingeniería del sistema. La UNED necesita una fusión de los diferentes departamentos que se dedican a la producción audiovisual. Esta fusión de ninguna manera pretende que uno o varios departamentos absorban a otros, sino una unión para trabajar por los mismos objetivos. La

nueva instancia de producción de medios audiovisuales para la educación a distancia se concibe como una unidad estratégica de gestión, con un compromiso claro de crecimiento sostenible, donde la calidad y la cantidad se den la mano con la eficiencia y la rentabilidad. Estos son factores de éxito en cualquier sistema productivo donde la inversión es significativa.

Los cambios permitirán potenciar la capacidad instalada de la institución, resolver una alta productividad a bajo costo, producir en el contexto de un plan único de la institución, asegurar la calidad y el valor didáctico de los programas elaborados, distribuirlos a un gran número de estudiantes en un plazo breve, garantizar la evaluación sistemática de los recursos didácticos audiovisuales y sentar las bases para la interactividad entre alumnos y académicos mediante el uso de herramientas audiovisuales y otras tal y como lo establece el Programa de Apoyo Didáctico a Distancia (PADD), entre otras políticas institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

BARRANTES Rodrigo (2000). "Educación a distancia: fundamentos". *En: Memoria Segundo Congreso Universitario. Por un cambio con participación real.* EUNED: San José CR.

BECERRIL, Alberto. (s. f.) "Hacia una cultura de registro y de comunicación audiovisual".
En: <http://www.insp.mx/salvia/962/salvia5.html>

BRENES, Lizette (2000). "Nuevas tecnologías y educación a distancia. El caso del sistema de estudios de posgrado". *En: Memoria Segundo Congreso Universitario. Por un cambio con participación real.* EUNED: San José CR.

BRENES, Lizette (2002). "La matriz de medios como estrategia para la diversificación e integración de medios en la educación a distancia del siglo XXI: El caso de la UNED- Costa Rica". *Memoria XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia (CD-ROM).* EUNED: San José, Noviembre.

CHACÓN, Fabio (1995). "Comunicación mediante computadora y educación a distancia". *En: Innovaciones educativas* Número 5, Año III. EUNED: San José CR.

CORRALES; Maricruz (2000). Programa de Producción Electrónica Multimedial (PEM).
En: Memoria Segundo Congreso Universitario. Por un cambio con participación real. EUNED: San José CR.

DENGO, María Eugenia (1999). *Educación costarricense.* EUNED, San José CR.

DICHANZ y Hasebrink (1992). "La investigación del comportamiento medial de los maestros- paradigmas e interpretaciones ejemplificados con el caso de la televisión educativa." *En: Educación,* Volumen 46. Ed. Instituto de Colaboración Científica Tübingen, Alemania.

DONOSO, Roberto (1999). *Mito y educación. El impacto de la Globalización en la educación en Latinoamérica.* Espacio. Bs. Aires.

FRIGOTTO, Gaudencio (1998). "Educación como Capital Humano: una teoría que sustenta el sentido común." *En: La productividad de la Escuela Improductiva.* Miño y Dávila editores, Madrid.

GALARZA, Luis (1995). "Educación a distancia en el Instituto Tecnológico de Monterrey: experiencias y propuesta para la mejora mediante un enfoque integral." *En: VI Con-*

- greso Internacional: Tecnología y Educación a Distancia. MEMORIA. EUNED, San José, CR.
- HARRISON, Paul (1979). *Inside the Third World: Harmondsworth*. Penguin, Books Ltd.
- HIDALGO, Guiselle (2001). *Perspectivas hacia la tercera generación de educación a distancia*. EUNED, San José, Costa Rica.
- LEFEBVRE, Henri (1968). *Critique de la vie quotidienne*. L Arche Editeur, Paris.
- LIRA VALDIVIA, Rosa Inés; Fëdorov Fëdorov, Andrei (2002). "Incursión en la Comunicación, enseñanza y aprendizaje por computadora: Una experiencia en el Instituto Tecnológico de Costa Rica". *Memoria XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia* (CD-ROM). EUNED: San José, Noviembre.
- MEDIA PRESENCE DE MICROSOFT. MyLifeBits. *En: www.lawebdelprogramador.com/noticias/mostrar.php?id=489*
- MÉNDEZ, Víctor Hugo (1993). "Deserción Estudiantil en los programas de extensión abierta de la dirección de extensión de la UNED". *En: http://www.uned.ac.cr/servicios/global/administracion/costo-articulos/desercion.htm*
- MUÑOZ, René (2002). "Hacia una estrategia de apropiación académica de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la unidad didáctica modular." *En: Documento interno*. UNED, San José.
- RAMÍREZ, Celedonio (1996). *Informe de labores, La UNED hacia el siglo XXI 1986-1996*. San José CR, EUNED.
- RODINO, Ana María (1987). "La búsqueda de un lenguaje expresivo para la televisión educativa. Reflexiones sobre una experiencia en marcha: Audiovisuales - UNED." *En: Enlace*. N.º 15, enero-junio. 1987. San José CR.
- RUDENSTINE, Neil. "La Internet cambia a la Educación Superior. Universidad de Harvard Conferencia Internet y Sociedad." Londres, 1996. *En: http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0996/ijgs/psancom2.htm*
- RUMBLE, Greville (2002). "El costo de la calidad en la educación a distancia en el siglo veinte uno: un problema de la educación electrónica". *Memoria XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia* (CD-ROM). EUNED: San José, Noviembre.
- RUMBLE, Greville (1987). *La UNED una evaluación*. EUNED, San José CR.
- SANGRÁ, Albert (2002). "Uso de la tecnología como una herramienta en educación a distancia". *Memoria XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia* (CD-ROM). EUNED: San José, Noviembre.
- SEAS, Jenny (2000). "Reflexiones en torno a una redefinición del proyecto educativo-curricular de la UNED". *En: Memoria Segundo Congreso Universitario. Por un cambio con participación real*. EUNED: San José CR.
- SILVIO, José (2002). "Gestión de la calidad en la educación virtual a distancia". *Memoria XI Congreso Internacional sobre Tecnología y Educación a Distancia* (CD-ROM). EUNED: San José, Noviembre.
- TORRES-RIVAS, Edelberto (1994). "La sociedad: la dinámica poblacional, Efectos sociales de la crisis, Aspectos Culturales y Etnicos." *En: Historia General de Centroamérica*. Edit. Flasco, San José, tomo 6.
- UNED (1983) *Estatuto Orgánico EUNED*. San José.
- UNED (2001) *Mociones Finales del II Congreso Universitario*. San José: Documento interno.
- UNED (2001) *Factores Claves de Éxito*. San José: Documento interno, Consejo Universitario, Sesión 1526-2001, Artículo IV, Inciso 1, 17 de agosto.
- UNED (2001). "Lineamientos De Política Institucional 2001-2006." Documento interno. Asamblea Universitaria Representativa, Sesión 60-2001, 2 de febrero.
- VILLEGAS, Hubert (2000). "Pedagogía crítica en la educación a distancia: el caso de la UNED-CR." *En: Memoria Segundo Congreso Universitario. Por un cambio con participación real*. EUNED: San José CR.