

# LA MÚSICA A TRAVÉS DEL SPOT PUBLICITARIO EN EL CONTEXTO DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Jorgelina Noelia Dragone Acevedo<sup>1</sup>, Francisco César Rosa Napal<sup>2</sup>

(1) Universidade da Coruña, [jorgelinadragone@gmail.com](mailto:jorgelinadragone@gmail.com) (2) Universidade da Coruña, [francisco.rnapal@udc.es](mailto:francisco.rnapal@udc.es)

## Resumen

En la actualidad es imprescindible contar con la competencia digital en prácticamente todos los aspectos de la vida. Por ello surge la necesidad de potenciarla cuanto antes en la Educación. Debido a que la expresión musical permite trabajar a través de los medios audiovisuales de forma interdisciplinar, se presenta aquí una propuesta didáctica para llevar a cabo en la asignatura de Música en el nivel de Educación Secundaria, que se desarrollará en un centro situado en la periferia de la ciudad de A Coruña. Esta propuesta de intervención está basada en la combinación del uso de innovaciones ya asumidas por el propio centro, como la posibilidad de trabajar con *blogs* y líneas de tiempo, con el manejo de programas de edición de audio y de vídeo. El producto final consistirá en la elaboración de un *spot* publicitario realizado íntegramente por el alumnado y protagonizado por la música y la imagen. Con estas actividades se estimula el uso de las nuevas tecnologías a la par que se fomenta la creatividad y el trabajo colaborativo. Por último, y como reflexión a la situación pandémica acontecida durante la producción de esta propuesta, se analiza la idoneidad de este tipo de metodología, que permite trabajar de forma combinada en clases presenciales y clases online.

**Palabras clave:** *educación musical; producción audiovisual; tecnologías; interdisciplinariedad.*

## Abstract

Nowadays, digital competence is essential in nearly all aspects of life. Therefore, it is crucial to enhance it in the field of Education. Considering that music allows the use of audiovisual media in an interdisciplinary manner, a didactic proposal is presented here describing how Music subject will be carried out at a Secondary Education level. This will be developed in a center located on the outskirts of the city of A Coruna. This proposal is based on the combination of the use of innovations, already guaranteed by the center itself, such as the use of blogs, timelines and management of audio and video editing programs in the computer room, by using music as a didactic resource. This will conclude, as a final product, in the production of an advertising spot made entirely by the student body. These activities, developed over the course of six sessions, are intended to standardize the use of new technologies while promoting creativity and collaborative work. Lastly, taking into account the pandemic situation that has occurred during the development of this project, the suitability of this methodology is analyzed, considering the combined working method of in-class and online classes.

**Keywords:** *Music education; audiovisual production; technologies; interdisciplinarity.*

## Cita recomendada

Dragone-Acebedo, J. N., & Rosa-Napal, F. C. (2021). La música a través del spot publicitario en el contexto de la educación secundaria. En R. Chao-Fernández, F. C. Rosa-Napal, A. Chao-Fernández, C. Gillanders, & R. M. Vicente Álvarez (Eds.), *Actas del III Congreso Internacional de Música y Cultura para la Inclusión y la Innovación (A Coruña, 27-29 de mayo de 2021)* (pp. 9-13). Universidade da Coruña. <https://doi.org/10.17979/spudc.9788497498050>

## Introducción

Para que el alumnado incorpore en su saber la competencia digital, es interesante trabajarla ya desde el ámbito de la educación obligatoria, ya que se pueden realizar proyectos motivadores a la par que educativos. De esta forma estarán mejor preparados al pasar a su vida profesional donde esta competencia es indispensable, así como en cualquier otro contexto.

A través de la asignatura de Música se expone esta propuesta didáctica empleando, de forma interdisciplinar, los medios audiovisuales. Se pretende ser innovador a la vez que se recoge el relevo de lo que hoy en día se suele contar en las instituciones gallegas de enseñanza. Por ello se emplea el aula de informática y se continúa con la línea de utilizar software libre (Xunta de Galicia, 2017). La propuesta consiste en que el alumnado de cuarto curso de la ESO realice una serie de actividades relacionadas con la música y la imagen, trabajando en equipo su creatividad, mientras aprende a manejar programas de edición de video y audio. Incluso para equipararlo al contexto laboral, se fomentará la distribución de las tareas creando roles equivalentes a los de una producción audiovisual real.

Como valor añadido cabe mencionar que este tipo de actividades pueden realizarse también de forma online, permitiendo la continuidad de las clases en el caso de suspensión de la presencialidad por razones sobrevenidas como la presente pandemia.

El objetivo general que se persigue con esta propuesta es plantear una metodología activa de enseñanza musical junto con las nuevas tecnologías de la información en un ambiente interdisciplinar creativo. De manera más específica, se pretende aplicar los programas informáticos abiertos de edición de audio y de vídeo en la producción de un *spot* publicitario en el que esté presente, en primer término, el análisis de la realidad audiovisual que rodea al alumnado y, posteriormente, el proceso creativo que se desarrolla en su elaboración (Rodríguez y Sosa, 2009). También, y desde una perspectiva transversal, se procura concienciar al alumnado sobre la importancia de su contacto con la naturaleza, lo que constituye el mensaje a transmitir mediante la realización del *spot*.

En los estudios desarrollados sobre la presencia de la música en el conjunto de medios audiovisuales, es posible observar cómo se establece una estrecha relación entre los diferentes lenguajes y el mensaje que se pretende comunicar (Gustems y Calderón, 2014). En el caso concreto del *spot* publicitario, “toda vez que se vincula a un producto determinado, la música adquiere un contenido comunicativo que antes le era ajeno” (Ares, 2013, p. 16). Se desprende de aquí, que la influencia mutua entre la imagen y la música, condicionadas por el mensaje publicitario, modifican su naturaleza original para generar un nuevo lenguaje que resulta altamente influyente en el público, específicamente en la juventud (Rubio, Perlado y Ramos, 2019).

## Metodología

Las principales metodologías con vistas a trabajar la asignatura de música en el aula de informática son principalmente dos, la primera *el aula invertida* (Ibáñez, Muñoz-Villate, Restrepo y Trujillo, 2018), donde el docente propone los contenidos al alumnado para que, de forma autónoma, realicen las actividades propuestas y pregunte solo después de haber intentado el autoaprendizaje. Y, por otro lado, una metodología más tradicional, aunque empleando el recurso de la pizarra interactiva, donde las clases expositivas son más motivantes al permitir la interactividad del alumnado (Sáez y Jiménez, 2011). En este caso, se muestra la tarea a realizar mientras el alumnado la reproduce en su ordenador. Este tipo de metodología es ideal para aprender a utilizar software musical y, como se plantea en una de las sesiones de esta propuesta didáctica, se puede combinar con el aprendizaje por proyectos.

Para desarrollar estas metodologías se cuenta con diferentes plataformas proporcionadas desde el ámbito institucional como, por ejemplo, el proyecto *Abalar*, que es una iniciativa de la Consellería y Ordenación Universitaria para integrar las TIC en todos los centros de la Comunidad Autónoma de Galicia. Este proyecto se enmarca en *egoberno2013*, una estrategia de promover las TIC en todos los sectores de actividad. Dentro de este proyecto, mención aparte, merece *E-dixgal* (Xunta de Galicia, 2008). Creado con la intención de democratizar el acceso de enseñanza, facilita un portátil a cada alumno, donde se encuentran libros digitales para algunas asignaturas.

Por tanto, teniendo en cuenta estas premisas, se elabora una propuesta didáctica para realizar en el centro de Educación Secundaria con la idea de llevarla a buen término utilizando las TIC disponibles en el centro, y que contará con cinco fases de desarrollo de actividades extraídas de la actividad profesional de la producción audiovisual. La idea inicial de la temática elegida tuvo su inspiración a partir de propuestas educativas previas (Guerrero y Moyano, 1994) aunque, de manera más directa, se ha tomado como referencia el trabajo *La producción audiovisual en el aula*, diseñado por Ortega (2015).

## Resultados

Como se ha expuesto antes, las sesiones están secuenciadas siguiendo la misma cronología que las fases de una producción audiovisual profesional. A continuación, se describe brevemente cada una de estas fases, teniendo en cuenta que la primera de ellas corresponde a los requerimientos didácticos de la propuesta.

### FASE 1: Motivación

#### *Sesión 1. Presentación*

- Presentación de la idea de realizar un *spot* publicitario de un minuto, tal y como hacen los profesionales del audiovisual y en el que la música tenga un papel destacado.
- Explicación de la necesidad de realizar una línea de tiempo, la que se deberá ilustrar con los materiales que requieran los avances de cada sesión. Esta tarea se actualizará en cada clase y al final de la última sesión será expuesta por cada uno de los grupos de trabajo.
- Visualización de spots publicitarios representativos para reflexionar posteriormente sobre el papel que desempeña la música en ese medio. Para esta actividad se analizarán algunos ejemplos bajo los criterios de la duración, el tipo de música y el concepto del *slogan*.
- Presentación de un video de ejemplo realizado con los programas que disponen para realizar el *spot*.
- Proposición de varios temas para el proyecto de forma colectiva y cada grupo elegirá uno de ellos.

### FASE 2: Preproducción

#### *Sesión 2. Reparto de roles dentro del grupo*

- Creación de grupos de 9 participantes (podría adaptarse dependiendo de la ratio) ya que así el alumnado puede vivenciar el proyecto de forma similar a como se trabaja profesionalmente.
- Explicación sobre la jerarquía de los roles que deben respetar para que puedan tener una dinámica de grupo fluida. Los roles para repartir son: director; ayudante de dirección; script; técnico de imagen; técnico de iluminación; productor; ayudante de producción; técnico de sonido y técnico de montaje.
- Continuación del trabajo en la línea de tiempo, reflejando lo que han aprendido en esta sesión y los avances realizados dentro del grupo.

#### *Sesión 3: Reparto de plantillas*

- Se entregan plantillas para cubrir el guion, las necesidades materiales, y el calendario de grabación, y se explica cómo rellenarlas con ejemplos basados en el video que se vio en la primera sesión.
- Se explican conceptos como vestuario y *atrezzo* y la importancia de reflejarlo en estas plantillas para que el día de la grabación no se olvide ningún elemento.
- Se explican los diferentes tamaños de planos recomendando que se elijan para el plan de rodaje al menos uno de cada uno.

#### *Sesión 4: Realización del guion*

- Diseño de la historia temporal que será el eje central del *spot*.
- Decisión sobre cuáles son las diferentes escenas que se tomarán.
- Selección de los fragmentos musicales que estarán presentes en cada escena.
- Elaboración del listado de necesidades materiales y del calendario de grabación.
- Realización de las citaciones presenciales o virtuales del equipo (decisión de qué día y a qué hora se saldrá a grabar).
- Explicación sobre la imposibilidad de salir a grabar si la documentación no está cumplimentada.

#### FASE 3: Grabación

#### *Sesión 5: Tomas de imagen y sonido*

- Grabación de las imágenes y del sonido siguiendo el orden establecido en el guion, así como la previsión de planos (exterior).
- Recopilación grabada de sonidos propios del ámbito urbano o de la naturaleza que formarán parte del *spot* (exterior).

#### FASE 4: Postproducción

#### *Sesión 6: Montaje de audio (aula de informática)*

- Elección de los ejemplos musicales que acompañarán las diferentes escenas, así como el tema musical que servirá de eje central.
- Recopilación de efectos de sonido o *foley*, para lo que se facilitan páginas web de bancos de sonidos gratuitas de las que se pueden descargar los efectos registrándose con su cuenta de email.
- Importación de los sonidos seleccionados al programa Audacity para el montaje de la banda sonora.

#### *Sesión 7: Montaje de vídeo (aula de informática)*

- Explicación sobre la manera de montar un vídeo en el programa Shotcut.
- Aplicación de los fundidos o transiciones entre los planos.
- Colocación de la música y de los efectos sonoros trabajados previamente en Audacity, una vez montado el vídeo.
- Continuación del trabajo en la línea de tiempo y resumiendo los avances de cada sesión.

#### FASE 5: Difusión

#### *Sesión 8: Publicación del trabajo*

- Exportación del resultado final a un formato de vídeo convencional.
- Colocación del vídeo en el sitio web YouTube con privacidad limitada y se sube al blog o web del centro para que se pueda acceder a él dentro de la comunidad educativa.
- Finalización de la línea de tiempo.
- Exposición y comentario sobre motivaciones y las dificultades que encontraron en este proyecto.

#### *Criterios de evaluación*

Para la evaluación de la propuesta se empleará una rúbrica en la que se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: realización de la línea de tiempo; trabajo en equipo; respeto al perfil de los roles asignados; cuidado del material; plazos de entrega y programa de montaje de vídeo y audio. Cada uno de los parámetros será evaluado a partir de la siguiente escala: muy alto; alto; medio y bajo.

## Discusión

En esta propuesta se tiene en cuenta la complejidad de los elementos de la música y la imagen a trabajar para la previsión de la duración de las sesiones. Al coincidir de forma interdisciplinar materias como música, tecnología, lengua española y educación plástica visual y audiovisual puede disponerse dentro del horario del centro de sesiones más largas si se implican a otros miembros del profesorado en beneficio de la propuesta.

Un aspecto a tener en cuenta es la brecha digital que podemos encontrar entre el profesorado y el alumnado. Para hacer llegar una educación completa esta brecha debe mitigarse como se recoge en Save the Children (2020). Esta manera de trabajar colaborativa permite ir salvando distancias y mejorar en la competencia digital. Además, el centro al tener un proyecto como este, puede motivarse a actualizar sus equipos audiovisuales en caso de ser necesario.

Sería posible, de cara al futuro, realizar este tipo de experiencias junto a otros centros organizando un festival audiovisual o, si la situación pandémica no lo permite, darle difusión a través de una web con este fin.

## Referencias

- Ares, J. (2013). El discurso sonoro en la publicidad: Un caso práctico: el spot de BMW y Stravinsky. *Síneris*, 8, 1-23.
- Gustems, J. y Calderón, C. (2014). Música y publicidad audiovisual. En J. Gustems. (Coord.), *Música y Audición en los Géneros Audiovisuales* (pp. 143-154). UBe
- Ibáñez, S., Muñoz-Villate, W., Restrepo, J. y Trujillo, M. (2018) Trabajo independiente de los estudiantes y aula invertida. *Revista de la Universidad de La Salle*, 75, 131-147.
- Guerrero, P. y Moyano, A. (1994). Unidad didáctica: la publicidad. *Comunicar*, 3, 118-128.
- Ortega, C. (2015). La producción audiovisual en el aula. *Magazine*, 23, 40-46.
- Rodríguez, Y. y Sosa, F. (2009). Uso y clasificación de programas informáticos musicales considerados abiertos o cerrados. *El guiniguada*, 18, 151-163.
- Rubio, J., Perlado M. y Ramos, M. (2019). La música en la publicidad que atrae a los jóvenes. *Disertaciones*, 12(2), 97-124.
- Sáez, J. y Jiménez, P. (2011). La aplicación de la pizarra digital interactiva: un caso en la escuela rural en primaria. *Ensayos*, 26, 1-16.
- Save the Children. (2020). Covid-19: Cerrar la brecha. Impacto Educativo y propuestas de equidad para la desescalada. <https://www.savethechildren.es/sites/default/files/2020-05/COVID19Cerrarlabrecha.pdf>
- Xunta de Galicia (2008). La Xunta abre el E-Dixgal a todos los centros gallegos de primaria y secundaria sostenidos con fondos públicos. <https://www.amtega.xunta.gal/es/noticia/la-xunta-sbre-el-e-dixgal-a-todos-los-centros-gallegos-de-primaria-y-secundaria-sostenidos>
- Xunta de Galicia (2017). Lo que está pasando en Abalar. <https://www.edu.xunta.gal/espazoAbalar/es/noticia/nueva-version-de-la-maqueta-abalar-libre>

## Información de interés

Las personas que firman este trabajo declaran no tener conflicto de interés sobre este trabajo.