



## UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA COMO RECURSO DIDÁCTICO EN EL ÁREA DE EXPRESIÓN MUSICAL

### AN ADVERTISING AUDIO-VISUAL PRODUCTION AS A DIDACTIC RESOURCE IN THE AREA OF MUSICAL EXPRESSION

Jorgelina Noelia DRAGONE ACEVEDO\*

Universidade da Coruña

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8364-8202>

Francisco César ROSA-NAPAL\*

Universidade da Coruña

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2916-8707>

#### Resumen

La música tiene una presencia destacada en los medios audiovisuales, por lo que permite, a través de sus diferentes elementos constitutivos, diseñar actividades en las que confluyan diferentes áreas de conocimiento. En este caso, se presenta una propuesta didáctica en la que la música y la imagen serán los principales vehículos. Por otra parte, y debido a que la competencia digital es actualmente imprescindible en la mayoría de las actividades humanas, se hace necesario su dominio desde todos los niveles educativos y en cada una de las áreas de conocimiento. Teniendo en cuenta estos principios, esta propuesta tiene como propósito general implicar —de manera interdisciplinar— al alumnado de Educación Secundaria en un proyecto creativo articulado por las diferentes fases de una realización audiovisual, tomando como referencia todos los factores y roles individuales o colectivos que intervienen en una producción profesional. Las actividades se desarrollarán empleando diferentes aplicaciones informáticas, propias de la expresión musical, así como del tratamiento de la imagen y el sonido, contando también con las posibilidades que se asumen por los propios centros educativos de la Comunidad Autónoma de Galicia, como puede ser el trabajo con *blogs* y con las líneas de tiempo. Como reflexión final, se ha analizado la limitación impuesta por la situación sanitaria que estuvo presente en el momento del diseño de las actividades en cuanto a la posibilidad de combinar las metodologías planteadas desde las modalidades *online* o presencial.

**Palabras clave:** producción audiovisual; educación musical; TIC; interdisciplinariedad

\* Facultade de Ciencias da Educación. Universidade da Coruña. Campus de Elviña, s/n. 15071 A Coruña.  
Email: [jorgelina.dragone@udc.es](mailto:jorgelina.dragone@udc.es), [francisco.rnapal@udc.es](mailto:francisco.rnapal@udc.es)

### **Abstract**

Music has a prominent presence in audio-visual media, so it allows, through its different constituent elements, to design activities in which different areas of knowledge converge. In this case, a didactic proposal is presented in which music and image will be the main vehicles. On the other hand, and because digital competence is currently essential in most human activities, its mastery is necessary from all educational levels and in each of the areas of knowledge. Taking into account these principles, this proposal has the general purpose of involving—in an interdisciplinary way— Secondary Education students in a creative project articulated by the different phases of an audio-visual production, taking as a reference all the factors and individual or collective roles that intervene in a professional production. The activities will be developed using different computer applications of musical expression, as well as the treatment of image and sound, also counting on the possibilities that are assumed by the schools of the Autonomous Community of Galicia, such as work with blogs and with timelines. As a final reflection, the limitation imposed by the health situation that was present at the time of the design of the activities has been analysed in terms of the possibility of combining the methodologies proposed from the online or face-to-face modalities.

**Key Words:** audio-visual productions; musical education; ICT; interdisciplinary studies

## 1. INTRODUCCIÓN

Esta propuesta de intervención parte de las posibilidades expresivas de la música y de las propiedades comunicativas de los medios audiovisuales con la intención de diseñar una serie de actividades dirigidas al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. Otra de las razones que determinó la elección de este tema es la relación directa que existe actualmente entre el tratamiento del sonido y la imagen con las tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, es necesario que el alumnado se relacione con estas tecnologías de una manera creativa, en la que no sea simplemente un usuario de productos pre elaborados, sino que, en este caso, sea el creador del producto final.

Teniendo en cuenta las posibilidades que ofrecen los recursos a emplear y el tema a tratar, el objetivo general de esta propuesta es conseguir la implicación del alumnado en todas las fases del proyecto persiguiendo, por una parte, el dominio de los contenidos curriculares propios de cada una de las áreas de conocimiento implicadas y, por otra, su aproximación —desde la práctica— a realidades laborales y profesionales actuales relacionadas con la producción audiovisual.

El proyecto consistirá en la elaboración de un *spot* publicitario sobre un tema elegido por el propio alumnado entre temáticas tan variadas como las que se pueden ver y escuchar cotidianamente en los medios de comunicación que les rodea. Todo el proceso creativo estará enfocado desde el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

## 2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

### 2.1. La música en la publicidad

Desde el nacimiento de las distintas plataformas publicitarias en las que se pudo contar con el sonido como elemento comunicador a la par de la imagen, la música adquirió una gran relevancia desde cualquiera de las modalidades en la que se ha empleado —o se emplea actualmente— ya sea de manera *original* o *preexistente* (Rubio, Perlado y Ramos, 2019). Concretamente sobre el *spot* publicitario, y añadiendo un nuevo elemento como lo es el mensaje comercial, Ares (2013) afirma que “toda vez que se vincula a un producto determinado, la música adquiere un contenido comunicativo que antes le era ajeno” (p. 16).

En cuanto a los estilos musicales que se suelen emplear en el *spot* publicitario, no existe por norma general una única línea. Aunque convivan las dos modalidades anteriormente expuestas, la música puede proceder de diferentes estilos elegidos por la mejor forma de reforzar el mensaje a transmitir. Sin embargo, lo que sí es posible demostrar es que el empleo de la música, en los anuncios publicitarios, es ampliamente explotada en la actualidad reciente: “Esta tendencia se ha acentuado en los últimos veinte años, en los que la capacidad de un anuncio para permanecer en la memoria de los

espectadores ha descendido desde el 20% hasta el exiguo 1,5-2%. Por ello, y según las estadísticas, el 97% de anuncios de televisión contienen música” (Sedeño, 2011, p. 2).

A partir de los estudios realizados sobre esta temática, se ha podido constatar que los dos lenguajes —la música y la imagen— establecen una nueva forma de expresión cuando interactúan con un mensaje publicitario (Gustems y Calderón, 2014). “La apuesta por la música como vehículo para expresar valores, atributos y experiencias emocionales es, en el ámbito publicitario, una apuesta segura” (Ares, 2013, p. 4).

### 2.2. El *spot* publicitario como recurso didáctico

Partiendo de los principios metodológicos y didácticos que promueven la motivación como herramienta esencial para lograr la eficacia del proceso enseñanza-aprendizaje, el trabajo de elaboración de un *spot* publicitario podría ser un medio idóneo debido a su impacto en la juventud. En este sentido, Rubio, Perlado y Ramos (2019) afirman que “los jóvenes son un público clave para anunciantes y marcas, puesto que son nuevos consumidores que empiezan a probar todo tipo de productos/servicios con menores frenos que otros segmentos de mayor edad” (p. 100).

Aunque la publicidad no tiene objetivos educativos específicos en sí misma, tras el desarrollo de los nuevos lenguajes audiovisuales este se ha perfeccionado y, por ende, los mensajes que se transmiten logran conseguir con éxito sus propósitos comerciales. Es aquí donde radica la conveniencia de emplear recursos que por su naturaleza son atractivos para el alumnado, aunque imprimiendo a esos medios aquellos mensajes y valores que no están en sus objetivos originales.

Aparte de la capacidad motivadora del *spot* publicitario como recurso didáctico, la propia estructura que articula una producción audiovisual constituye una manera transversal de estimular el compromiso personal y colectivo del alumnado en el cumplimiento de una tarea. El proceso creativo y de realización requiere una planificación detallada de las diferentes fases de trabajo y, al mismo tiempo, una estructura estandarizada de las distintas funciones que serán llevadas a cabo de manera individual y en equipo.

En cuanto a las fases de realización, Soto (2013) identifica tres momentos: preproducción, producción y postproducción, que, a su vez, se subdividen en diferentes áreas y momentos del cronograma. Esta secuencia de procedimientos permite adecuar la temporización de las actividades didácticas en el mismo orden, dándole un mayor realismo al estar justificadas por convenciones impuestas por la práctica profesional.

Por otra parte, el establecimiento de los diferentes roles y la consecuente organización jerárquica de estos, están especificados y estandarizados, como se muestra en la Tabla 1, constituyendo el organigrama básico para este tipo de producción (Ortiz, 2018; Sainz, 1999).

Tabla 1

*Organigrama*

<b>Productor</b>	Es el máximo responsable del equipo, proporcionando todos los medios necesarios para la realización. También elabora el calendario de grabación con la colaboración del ayudante de producción y del ayudante de dirección. Al final de cada sesión entrega un resumen en el que se evalúa el progreso del proyecto.
<b>Ayudante de producción</b>	Junto al ayudante de dirección, es quien coordina al equipo y se encarga de la buena comunicación dentro del grupo, gestionando, por otra parte, los imprevistos que puedan suceder en la grabación. Notifica al equipo, junto al ayudante de dirección, cuándo se realizarán las tareas y los plazos de entrega.
<b>Director</b>	Decide el <i>slogan</i> y todos los elementos de la escena que se va a grabar, así como se encarga de la supervisión del proceso de montaje.
<b>Ayudante de dirección</b>	Junto al director y asesorados por el técnico de imagen, decide cuándo y dónde se va a grabar y, junto al ayudante de producción, informa al equipo sobre la fecha de entrega de las tareas asignadas.
<b>Script</b>	Comprueba todo lo que se graba junto al ayudante de dirección empleando una hoja de <i>script</i> , realizando, conjuntamente con el ayudante de dirección, el calendario y la temporización para grabar.
<b>Técnico de imagen</b>	Decide, junto al director, el lugar donde se grabará. También se encarga de la captura de las imágenes atendiendo a que su calidad sea óptima.
<b>Técnico de iluminación</b>	Se encarga, junto al técnico de imagen, de encontrar lugares bien iluminados para grabar o, en su caso, aporta los accesorios lumínicos necesarios.
<b>Técnico de sonido</b>	Se encarga de la grabación directa de los sonidos, así como de la recopilación de los efectos de sala ( <i>foley</i> ) preexistentes en bancos de sonidos. También es responsable del tratamiento de la música en la producción, debiendo estar al tanto de los plazos de entrega marcados por el calendario.
<b>Técnico de montaje</b>	En una aplicación informática de edición de vídeo y audio, realiza el montaje en colaboración con el director. Es el responsable, junto al productor, del resultado final del producto.

Nota: Elaboración propia con base en Sainz (1999) y Ortiz (2018)

La idea de emplear los pasos propios de una producción audiovisual como recurso didáctico ha sido llevada a cabo por algunos docentes ya desde finales del siglo pasado (Guerrero y Moyano, 1994) y más recientemente, propuestas como *La producción audiovisual en el aula* (Ortega, 2015), constituyen puntos de referencia para la elaboración de nuevos proyectos didácticos relacionados con la imagen y el sonido.

### 2.3. Las tecnologías y los medios audiovisuales en la educación musical

Tanto la música como la imagen cuentan con sus respectivos medios tecnológicos que permiten, de una forma relativamente sencilla, crear, elaborar o manipular contenidos propios de cualquiera de los lenguajes. Estas aplicaciones están al alcance de cualquier usuario en sus versiones básicas de manera gratuita, por lo que no supone ningún impedimento a la hora de diseñar actividades en las que se empleen.

Siguiendo la clasificación propuesta por Rodríguez y Sosa (2009), existen dos grandes modelos informáticos enfocados, en este caso, a la educación musical: los programas abiertos y cerrados, cuya diferencia consiste en la posibilidad que brindan para crear materiales totalmente nuevos, en el caso de los abiertos, o simplemente enfocados a la práctica de ejercicios o la información de aspectos teórico-prácticos prediseñados y sin posibilidades de manipulación, en la variante de programas cerrados. Esta clasificación es perfectamente extrapolable a las aplicaciones que están destinadas a la imagen y a su empleo como recurso didáctico.

Por otra parte, existen plataformas educativas de carácter oficial y con un enfoque más general como puede ser —en la Comunidad Autónoma de Galicia— el proyecto *Abalar* (Xunta de Galicia, 2017), que nace como iniciativa para implantar las TIC en todos los centros en el marco en la estrategia *egobierno2013* y en el que destaca la *E-dixgal* (Xunta de Galicia, 2018), cuyo fin ha sido la democratización del acceso a la enseñanza mediante la cual se facilitan dispositivos informáticos al alumnado.

Sin embargo, es necesario puntualizar que el empleo de los medios tecnológicos no constituye actualmente una innovación en sí, ya que debe concretarse en actividades que justifiquen su uso de una forma coherente con los fines didácticos que se persiguen, contando siempre con la utilidad práctica que pueda tener para el alumnado más allá del contexto del aula. En este sentido, Barros-Bastida, y Barros-Morales (2015) exponen la siguiente reflexión:

Conviene subrayar que la sola posesión de los medios audiovisuales o de los recursos informáticos, no moderniza los procesos ni garantiza los resultados. Es necesario articular la incorporación de la tecnología con el currículo escolar, mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje, resignificar el papel del alumno y del docente, garantizar la capacitación, entre otros aspectos (p. 28).

### 3. APLICACIÓN DIDÁCTICA

#### 3.1. Contexto

Originalmente esta propuesta fue diseñada para llevarse a cabo en un centro público de la periferia de la ciudad de A Coruña. El equipamiento del centro en cuanto a los medios informáticos y al instrumental musical es óptimo, por lo que se consideró que existían los recursos materiales necesarios para desarrollar las diferentes actividades del proyecto. El centro cuenta con un aula de informática y un aula de música perfectamente equipadas, lo que facilita la adecuación de las diferentes tareas que conlleva una producción audiovisual. Otra de las condiciones favorables que refuerzan la viabilidad del proyecto es la realización frecuente de actividades de carácter interdisciplinar en el centro, algo que permite abarcar varias áreas de conocimiento en una misma acción didáctica.

El nivel educativo al cual está dirigida la propuesta es el cuarto curso de Enseñanza Secundaria Obligatoria, en el cual —según la legislación vigente en su momento— están recogidos los objetivos y los contenidos desde el punto de vista curricular basados en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE)

y, concretamente en el Decreto 86/2015, del 25 de junio, por el que se establece el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Galicia

### 3.2. Objetivos, contenidos y metodologías

Los objetivos que formula el currículo oficial vigente en el momento del diseño de esta propuesta se refieren al empleo solvente y responsable de las TIC, así como al afianzamiento del espíritu emprendedor desde una intención creativa y bajo un enfoque crítico. Otros objetivos curriculares abarcan el desarrollo de la sensibilidad artística y literaria como vías de enriquecimiento cultural, al mismo tiempo que pretenden afianzar la valoración del patrimonio cultural de Galicia. En esta propuesta didáctica, los objetivos que emanan del currículo oficial se concretan en: reconocer la función de la música en la publicidad; experimentar de manera práctica el proceso de creación audiovisual mediante el empleo de las TIC; valorar el patrimonio cultural y las riquezas naturales de la comunidad gallega.

Por otra parte, y atendiendo ahora a los contenidos que se proponen desde el currículo, esta propuesta tendrá como base el análisis del papel de la música en las producciones audiovisuales, más concretamente en el *spot* publicitario y el conocimiento y manejo de las técnicas de grabación y de edición de la imagen y el sonido a partir de aplicaciones informáticas asequibles al alumnado.

En cuanto a las metodologías a emplear, se apuesta en este trabajo por las propuestas por Ibáñez, Muñoz-Villate, Restrepo y Trujillo (2018) para su aplicación en la asignatura de música: *el aula invertida*, en la que se proponen actividades para que, de manera autónoma, el alumnado plantee sus dudas tras haber intentado resolver los problemas de forma autónoma. Por otra parte, se llevarán a cabo actividades de carácter expositivo que, aunque es una metodología más tradicional, adquiere una nueva dimensión al incorporar recursos como la pizarra digital, ya que —al permitir interactuar con el estudiantado— adquiere un dinamismo que puede ser significativamente motivador. Este tipo de metodología resulta de gran utilidad para el aprendizaje del funcionamiento del software musical.

### 3.3. Fases del trabajo y secuencia de las sesiones

Según se ha comentado con anterioridad, la secuenciación de las sesiones y de las correspondientes actividades coincidirán con las fases de una producción audiovisual estándar. Se mantendrá, en la medida de lo posible, la cronología propia de un trabajo de esta naturaleza, y se otorgará a cada miembro de los grupos su rol específico en un organigrama que sigue las pautas 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*

Presentar la idea de realizar un anuncio publicitario es lo primero que se realiza en la fase de motivación. Es importante recalcar que esta actividad se realizará de forma análoga a como se trabajaría en una agencia de publicidad y que, al realizarse en la asignatura de Música, esa manifestación artística va a ejercer un papel relevante.

Mientras se desarrolla esta experiencia en el aula, se le encomienda al alumnado la necesidad de plasmarla en una línea de tiempo. De este modo será posible reflejar gráficamente todos los progresos de las distintas fases día a día. El objetivo es que, al finalizar, se utilice este material para exponer oralmente el trayecto recorrido desde el principio hasta el resultado final.

En el marco de las actividades iniciales, se repartirá una ficha (Tabla 2) con el fin de conseguir su valoración de los distintos aspectos relevantes de los anuncios que se van a visionar, contando siempre, con la supervisión de la persona encargada de la docencia.

**Tabla 2***Ficha de análisis de los ejemplos*

Tipo de anuncio	Slogan	Duración	Escena	Tipo/ritmo de plano	Relevancia de la música	Estilo musical
Refresco						
Coche						
Perfume						
Turismo rural						
Deportes						
Compañía eléctrica						
Supermercado						

Nota: Elaboración propia

Como se ha podido observar, se solicita al alumnado que se identifique el *slogan* después de la explicación del significado del término. También se debe cuantificar la duración de los anuncios, así como describir lo que ocurre en unas pocas palabras lo que ocurre en la escena. Luego se introduce el concepto de ritmo de plano, si hubiera cambios de tamaño de plano rápido o no. Finalmente, se le pide al alumnado que identifique el estilo musical del anuncio y el papel que juega la música en él.

Para cerrar esta primera sesión, se presenta un vídeo<sup>1</sup>, a modo de ejemplo, realizado íntegramente con los mismos medios con los que contarán en el centro y, posteriormente, se propondrán varios temas para tratar en los anuncios con el fin de que vayan eligiendo el tema con el que les gustaría trabajar.

<sup>1</sup> El vídeo de ejemplo se podrá visualizar en el siguiente enlace: <https://youtu.be/JXKWLuVqiSo>



**FASE 2: Preproducción***Sesión 2. Reparto de roles dentro del grupo*

La fase de preproducción es una de las más importantes en cualquier proyecto audiovisual, ya que, a partir de una adecuada preparación depende el éxito en la consecución de las tareas necesarias. Estas diligencias, por norma general, dependen unas de otras, de modo que, si una no concluye, la siguiente se retrasaría en el plan cronológico.

Por tanto, uno de los primeros pasos de esta sesión es crear los grupos de trabajo. En ellos, cada participante debe tener claro no solamente su cometido, sino también la jerarquía de mando. Se intentará —imitando la forma de trabajar profesionalmente— facilitar una buena dinámica de grupo, distribuyendo los roles de productor, director, ayudante de dirección, *script*, técnico de imagen, técnico de iluminación, sonidista y montador. Si fuera necesario formar grupos más grandes, podría flexibilizarse el establecimiento del número de integrantes, aunque, a modo de ejemplo, se haya escogido para esta propuesta didáctica configurar grupos de nueve miembros. Todo lo explicado sobre las funciones de los papeles o roles a desempeñar debe quedar reflejado en la línea de tiempo.

*Sesión 3: Distribución de plantillas*

Tal y como se trabaja profesionalmente, se facilitará al alumnado el conjunto de las correspondientes plantillas para que puedan ser cubiertas en cada momento, y de esa forma optimizar la organización. La primera de ellas (Tabla 3), está enfocada a la toma de decisiones sobre cómo se va a nombrar el grupo, quiénes asumirán cada rol en la actividad y la realización de una primera aproximación a lo que se pretende comunicar a través del *spot* mediante el resumen en una frase o *storyline*. Más adelante se redactará un resumen más detallado de lo que se pretende narrar. Es necesario aclarar que todos los nombres o datos de las personas participantes que aparecen en cada uno de los ejemplos son ficticios.

**Tabla 3***Datos generales y reparto de roles*

Nombre de la productora	Grupo 1
<i>Storyline</i>	Una chica sale a pasear por el paseo marítimo y se va animando con lo que encuentra a su paso.
<i>Slogan</i>	Ven a conocernos
Intención del <i>spot</i>	Promover que vengan turistas al paseo marítimo del Burgo.
Resumen de la historia	Una chica sale a pasear y, a medida que va encontrándose cosas que le gustan en el paseo marítimo del Burgo, se va animando. Los sucesos que se encuentra en su paseo son: un deportista entrenando en kayak, un cisne comiendo, una paloma caminando, un cuervo volando, un parque infantil, flores y un avión a punto de aterrizar.

Miembros del equipo y roles a desempeñar	
Producción	Mónica
Ayudante de producción	Noelia
Dirección	Fran
Ayudante de dirección	Carlos
Script	Iker
Técnico de sonido	Claudia
Técnico de imagen	Lucía
Ayudante de imagen	Miguel
Técnico de Montaje	Lidia

Nota: Elaboración propia

La segunda plantilla corresponde al guion técnico-literario, tal y como puede apreciarse en la Tabla 4. En primer lugar, se le propone al alumnado que, en solo una línea, describa lo que quiere relatar a través del anuncio, como paso previo al diseño de un *slogan*. Es necesario tener definido el objetivo del anuncio para poder diseñar el *spot*, así como el público al que irá dirigido. A continuación, se realiza una explicación sobre la unidad mínima de grabación, es decir el plano, que consiste en el intervalo de tiempo que existe entre el comienzo de la grabación hasta su término de forma ininterrumpida. Ya interiorizado su significado, es posible comprender cómo un conjunto de planos conforma una escena. Estos planos deben transcurrir en el mismo lugar y en el mismo intervalo de tiempo, ya que, si se produce algún cambio en esos parámetros, cambiaría la escena.

Para cerrar esta etapa, se expone el concepto de secuencia, que consiste en un conjunto de escenas con unidad de acción. En el ejemplo empleado solo hay una secuencia que narra lo sucedido en un simple paseo. Más adelante se explican los diferentes tamaños de plano, desde el más pequeño, que es el plano detalle, al más grande que es el gran plano general.

Los pasos siguientes son: completar las casillas correspondientes a la *acción* de la escena (lo que ocurre en ella). En el caso de existir algún diálogo, este se reflejaría en la casilla de *texto*. De igual manera, está habilitada otra casilla para indicar la *música* que sonaría en la escena y los *efectos sonoros* que se van a incluir. A continuación, se indican los personajes que intervienen en la escena en el apartado *personajes* y, por último, se establece el lugar y la hora de grabación.

**Tabla 4**

*Guion técnico-literario*

Productora: grupo 1							
Guion técnico literario							
Secuencia	Escena	Tamaño y tipo de plano	Acción	Texto	Música y efectos sonoros	Personajes	Localización y hora
1	1.1	Plano detalle (PD)	Chica caminando por el paseo marítimo.	No	Pasos, canción	Chica 1	Paseo marítimo del Burgo/16:00

1	1.2	Plano entero (PE)	Cisne nadando	No	Agua, graznido de cisne	Cisne	Paseo marítimo del Burgo/16:20
---	-----	-------------------	---------------	----	-------------------------	-------	--------------------------------

Nota: Elaboración propia

Una vez cubierta la plantilla del guion técnico-literario, los diferentes grupos podrán continuar completando la siguiente, que es la denominada *orden de trabajo*, como se puede observar en la Tabla 5. Ahí se plasman tanto las necesidades técnicas como los recursos humanos y los días de grabación. En esta plantilla además se incluyen los conceptos de vestuario y *attrezzo*. Tras haber terminado la explicación, se concederá un tiempo limitado para el trabajo en las plantillas y en la línea de tiempo.

**Tabla 5**

*Orden de trabajo*

Orden de trabajo. (Desglose de necesidades materiales o técnicas, miembros del equipo y lugar con hora de grabación)							
Título de la producción	Spot 1	Productora:	Grupo 1	Día y hora de grabación	Lunes 12 de mayo a las 17: 00	Citación del equipo técnico	Lunes 12 de mayo a las 16:00
Miembros del equipo	Mónica Noelia Fran Carlos Iker Claudia Lucía Lidia Miguel	Teléfono y mail de contacto de los miembros del equipo	967654321 967654321 967654321 967654321 967654321 967654321 967654321 967654321 967654321	monica@site.com noelia@site.com fran@site.com carlos@site.com iker@site.com claudia@site.com lucia@site.com lidia@site.com miguel@site.com			
Secuencia	Escena	Acción	Necesidades técnicas	Vestuario y Atrezzo	Actores	Equipo técnico	Localización
1	1.1. PD	Chica camina por el paseo marítimo del Burgo	Cámara/móvil Estabilizador; Trípode; Micrófono y grabadora de sonido/móvil	Chándal y deportivas para la chica.	Lucía	Mónica Noelia Fran Carlos Iker Claudia Lucía Lidia Miguel	Paseo marítimo del Burgo
1	1.2. PE	Cisne nadando en la ría del Burgo	Cámara/móvil Estabilizador; Trípode; Micrófono y grabadora de sonido/móvil	-	Cisne	Mónica Noelia Fran Carlos Iker Claudia Lucía Lidia Miguel	Paseo marítimo del Burgo

Nota: Elaboración propia

*Sesión 4 Realización del guion*

Esta sesión está dedicada al diseño de la historia por parte del alumnado y bajo la supervisión del docente. Según lo aprendido en la sesión anterior, en este momento se produce la división en las secuencias y escenas que articularán la totalidad del *spot*.

Por otra parte, es de suma importancia que se decida en este momento qué música se va a utilizar y se les ofrece la posibilidad de usar la biblioteca de audio de YouTube donde los temas están organizados por estilos. Como criterios de selección se tendrán en consideración los siguientes aspectos: *modo* (mayor o menor); *tempo* (rápido, moderado o lento), *instrumentación* (orquesta sinfónica, música de cámara, grupos pop-rock, grupos folk, etc.), lo que determinará el estilo musical más conveniente para acompañar la historia que se va a contar a través del *spot*. También se planteará que es imprescindible incluir efectos sonoros, a los que se puede acceder desde los bancos de sonido facilitados o los que puedan ser grabados en directo.

Una vez se tengan todos estos aspectos decididos y cumplimentados en las correspondientes plantillas, se advierte que, para poder salir a grabar, es necesario que esté cumplimentado totalmente el calendario de grabación, así como haber realizado las correspondientes citas para el equipo. Se debe también tener en cuenta que en una sesión de grabación de cuatro horas solo habrá tiempo para grabar entre cinco y seis escenas, así que es importante que el orden para grabar se establezca con antelación, lo que debe quedar reflejado en la hoja de *script* (Tabla 6). A su vez, se debe garantizar que se dispondrá de todos los recursos materiales y humanos previstos antes de comenzar a grabar en el escenario real. Todo el proceso debe seguirse plasmando en la línea de tiempo.

**Tabla 6**

*Hoja de script*

Hoja de script N.º 1 Productora: Grupo 1 Fecha de grabación:			Dirección:				
Secuencia	Escena	N.º de toma	Tiempo grabado en segundos	Hora de realización	Texto	Efecto sonoro	Observaciones.
1	1.1. PD						
1	1.2. PE						

Nota: Elaboración propia

**FASE 3: Realización**

Este es el momento en que se sale a grabar. El orden y el respeto de los roles asignados previamente es fundamental para que esta fase tenga éxito. Por ello, el docente debe asegurarse de que no existan dudas sobre lo que se va a hacer en cada uno de los pasos del proyecto. También es importante tener en cuenta que esta actividad es muy

motivante, por lo que es necesario favorecer que lleguen a buen término sus expectativas, de ahí la importancia de la fase de preproducción. Lo más recomendable es que la persona encargada de la docencia esté presente en la grabación, aunque tenga solo un papel de observador o de apoyo. Parte de la experiencia consiste en que suceda algún imprevisto y que se pueda resolver en equipo, para lo que la figura docente debe permitir que esto ocurra, permaneciendo en un discreto segundo plano.

### *Sesión 5: Registro de imagen y sonido (exterior)*

Para tener la seguridad de haber recogido todo el material sonoro y visual en las respectivas grabaciones, es conveniente que el *script* registre todas las tomas y planos que van realizando, trabajando a la par con el ayudante de dirección y el productor. Para esta tarea se empleará la hoja de *script* entregada con anterioridad. De esta forma, durante la grabación se puede garantizar que dé tiempo para culminar lo planeado y, una vez finalizado el día, constatar el cumplimiento de las actividades previstas. En las observaciones se debe indicar qué tomas han sido correctas o no, según las indicaciones del director.

### **FASE 4: Postproducción**

En esta fase se procede a la manipulación del material grabado y recopilado gracias a los programas de edición de audio y de vídeo instalados en los ordenadores del aula de informática: *Audacity* y *Shotcut* respectivamente. Ambos son programas de software libre y de configuración abierta (Rodríguez y Sosa, 2009), lo que permite que el alumnado disponga de ellos también en sus dispositivos personales y pueda explorarlos fuera de horario lectivo. El resultado final de esta fase consiste en la obtención del *spot* en formato de vídeo digital.

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

Los ejemplos musicales elegidos por el alumnado en la biblioteca de YouTube serán descargados e importados en el programa *Audacity* para realizar las correspondientes ediciones. De igual manera se procederá con los efectos sonoros que intervendrán en la historia y que serán obtenidos en los bancos de sonido gratuitos que han sido propuestos con anterioridad.

Una vez recopilado todo el material sonoro en un proyecto *Audacity*, se colocará en el código de tiempo (*timecode*) que proporciona dicha aplicación. Comienza aquí la manipulación y la organización temporal del sonido. Las tareas correspondientes a este paso son: igualar el nivel de decibelios de todo el audio, aplicar fundidos en los *tracks* o pistas de audio tanto de entrada como de salida y, si lo necesita la historia, mezclar los audios para que suenen todos a la vez. Al ser ejercicios eminentemente prácticos, las explicaciones correspondientes a cada paso se realizarán en el momento en que se produzca la actuación con la ayuda del recurso de la pizarra digital.

El trabajo de edición de audio culmina con la exportación del resultado de la mezcla en un formato de audio compatible con el programa que se empleará a continuación en el montaje del vídeo, que en este caso será *Shotcut*.

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

Esta sesión se dedica, en un primer momento, a mostrar —en el programa *Shotcut*— cómo se importan las imágenes, cómo se colocan en la correspondiente herramienta código de tiempo, cómo se cortan o se unen las pistas, planos, cómo se realizan los fundidos y las transiciones y, finalmente, cómo se introducen los títulos. También se explica la manera de colocar el audio importado en el código de tiempo de esta aplicación, ya que todo este proceso recibirá el mismo tratamiento que el vídeo en su proceso de edición.

Aparte de la pizarra digital, se empleará la visualización de tutoriales con vistas a facilitar la comprensión del proceso de edición al poder consultarse mientras se llevan a cabo las prácticas.

Este momento marca el punto de culminación de todo el proceso de preproducción, producción y postproducción, lo que significa que el producto debe ser apto para su posterior difusión. Tras varias visualizaciones y audiciones de carácter autocrítico, se tomará la decisión de corregir aquellos defectos que se pudieran detectar o simplemente dar por concluido el proceso creativo.

### **FASE 5: Difusión**

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

Llegados a este punto, se realizará una exportación del vídeo resultante en formato *mpeg4* con el fin de garantizar su compatibilidad con cualquiera de las vías estándares de difusión. A continuación, será introducido el vídeo en la plataforma YouTube —con privacidad limitada— y, de existir la posibilidad, se subirá a la web del centro con el fin de compartirlo con toda la comunidad educativa.

En esta última sesión, se completará la línea de tiempo de todo el proyecto, la que fue configurándose, de manera constante, en todas las sesiones. Una vez concluida y revisada, se procederá a la exposición oral de cada grupo, lo que permitirá compartir las experiencias positivas, así como las dificultades encontradas y de qué manera fueron solucionadas. La sesión concluirá con la exposición de todos los vídeos y el establecimiento de un debate sobre la manera de hacerlos más visibles a partir de una mayor difusión, ya sea en festivales audiovisuales o bien compartiendo la experiencia con otros centros (Dragone-Acevedo y Rosa-Napal, 2021).

#### *Evaluación*

Para la evaluación de la propuesta se tendrán en cuenta los parámetros que sugiere el correcto funcionamiento de una producción audiovisual estándar y sin los cuales no

podría garantizarse un producto final de buena calidad. Estos parámetros evaluables son los siguientes: realización de la línea de tiempo; trabajo en equipo; respeto a la jerarquía y a los roles asignados; cuidado del material; cumplimiento de los plazos de entrega y manejo de programas de montaje de audio y de vídeo.

En cuanto al instrumento de evaluación, se empleará una rúbrica en la que cada uno de los parámetros será valorado según el grado de consecución de los objetivos propuestos, los que están estrechamente relacionados con cada uno de los parámetros de producción.

#### 4. CONCLUSIONES

Tras haber desarrollado el diseño de todos los apartados de la propuesta, es posible concluir que la secuencia de fases de una producción audiovisual es perfectamente compatible con la programación de actividades creativas que abarquen varias áreas de conocimiento, en este caso la expresión musical, la educación plástica, visual y audiovisual o la iniciación a la actividad emprendedora y empresarial.

Por otra parte, el hecho de simular la manera en que se crea profesionalmente un producto publicitario, un mini-documental o un cortometraje de ficción, etc. —siguiendo las normas y los roles que esa actividad implica— constituye una potente herramienta en cuanto a la motivación del alumnado, ya que la responsabilidad que trae consigo el cumplimiento cabal de cualquiera de las tareas asignadas —mientras se disfruta del hecho de representar una función simulada— estimula el interés sobre cada uno de los elementos que intervienen. Las situaciones a las que pueden conducir estas actividades pueden ser comparables a los juegos de roles que acompañan a algunas de las actividades lúdicas que practican personas de todas las edades.

En cuanto a la significación de los contenidos presentes en el proyecto para la vida cotidiana y futura del estudiantado es importante señalar que, aunque figuren en el currículo oficial como propios de una o varias áreas de conocimiento, estos son extrapolables a situaciones en las que se podría ver involucrado laboralmente en el futuro. El manejo de diferentes herramientas tecnológicas presenta elementos comunes en múltiples aspectos independientemente del fin con el que hayan sido creadas, por lo que todo el conocimiento que de ellas se pueda adquirir, será siempre útil en diferentes ámbitos educativos, profesionales y laborales.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ares, J. (2013). El discurso sonoro en la publicidad: Un caso práctico: el spot de BMW y Stravinsky. *Síneris*, 8, 1-23.
- Barros-Bastida, C. y Barros-Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 7 (3), 26-31.
- Decreto 86/2015, del 25 de junio, por el que se establece el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Galicia.



- Dragone-Acevedo, J. N. y 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 y 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)* (9-13). A Coruña: Universidade da Coruña. <https://doi.org/10.17979/spudc.9788497498050>
- Guerrero, P. y Moyano, A. (1994). Unidad didáctica: la publicidad. *Comunicar*, 3, 118-128.
- 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, C. A., 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.
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE).
- Ortega, C. (2015). La producción audiovisual en el aula. *Magazine*, 23, 40-46. DOI: 10.12795/mAGAzin.2015.i23.05
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante: Universidad de Alicante.
- 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. DOI: 10.12804/a.6537
- 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.
- Sainz, M. (1999). *Manual básico de producción en televisión*. IORTV.
- Sedeño, A. (2011). La música en los comerciales televisivos: el arma secreta. *Sinfonía virtual*, 18, 1-5.
- Soto, J. (2013). Estandarización de organigramas y modelamiento del proceso de producción audiovisual: una propuesta basada en la toma de decisiones. *Cuadernos.info*, 33, 121-131. DOI: 10.7764/cdi.33.525
- Xunta de Galicia (2017). Abalar. [www.edu.xunta.gal/espazoAbalar](http://www.edu.xunta.gal/espazoAbalar)
- Xunta de Galicia (2018). E-Dixgal 2018/2019. [www.edu.xunta.gal/portal/node/25011](http://www.edu.xunta.gal/portal/node/25011)