

Ana María Sedeño Valdellós
Málaga

Aplicaciones educativas del vídeo musical

Música e imagen en el aula

El vídeo musical o videoclip está considerado como uno de los formatos audiovisuales con más posibilidades creativas. Cercano a la publicidad televisiva, pues fue introducido por la industria discográfica para promocionar la música pop y rock, este tipo de texto audiovisual puede convertirse en un valioso aliado en el aula, con variadas aplicaciones formativas, debido a su uso cotidiano y al significado emocional que supone para los alumnos todo lo relacionado con este tipo de música.

Music video, one of the most creative audiovisual messages, was originated by discographic industry to advertise and to promote rock and pop music in the eighties decade. This kind of text would be able to be changed into an useful assistant in the classroom, with many training chances, thanks to the daily use and emotional sense for the students.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Educación, vídeo musical, aplicaciones pedagógicas de la imagen, comunicación para la formación.

Education, music video, pedagogical application of the visual image, communication for the training

1. Nuevas formas de educar

El Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) definió en 1973 la educación en materia de comunicación

como «el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimiento específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía».

La educación y el proceso de aprendizaje han pasado por muchas fases a lo largo de la historia. En

Ana María Sedeño Valdellós es profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

la actualidad es más o menos un consenso el que se trata de un proceso que está relacionado con el desarrollo personal, el cual es el resultado de la adquisición del conocimiento (aprendizaje), y de habilidades específicas, en los terrenos intelectual, moral, social y emocional. De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española de 1992, la educación es la adquisición de conocimiento de alguna materia por medio del estudio o de la experiencia.

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

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

A la vez, la veloz transformación de los sistemas y aparatos tecnológicos que componen estos nuevos medios obliga a que la educación o aprendizaje formales pierdan importancia ante los mecanismos educativos informales: la educación ya no es sólo una fase temporalmente limitada de la vida. Se viaja hacia la autoeducación permanente e integral y el aprendizaje a lo largo de toda la vida (life-long learning).

Es difícil de entender el escaso interés que muestra, ya no sólo el sector docente sino la propia sociedad en general, por analizar la trascendencia de las nuevas técnicas audiovisuales de comunicación humana en sectores vitales de su composición y funcionamiento como la educación. Parecería como si la imagen y los variados medios, lenguajes y artes que la pueden constituir y vehicular fuesen percibidos indiferentemente y no se considerase oportuno o necesario su juicio crítico. En efecto, se reconoce el documento audiovisual como referente verídico de la realidad, mientras que se interpreta el texto escrito en el libro como una ficción narrada por un autor intermediario, justificándose así el generalizado escepticismo ante «lo que cuentan los libros».

Esto se erige en el verdadero poder de la imagen, de lo icónico: influye tanto más cuanto no se acepta lo audiovisual como lenguaje, cuanto se percibe como algo natural. Como la percepción de los mensajes audiovisuales está condicionada por el espacio en que se

reciben, la ecología de la imagen, su empleo en la escuela puede condicionar un tratamiento cognitivo y crítico de su contenido de mayor nivel, muy superior a su percepción pasiva en televisión, cine u otros medios.

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

Estas metas formativas globales deben afrontarse con objetivos más concretos:

- El análisis de la influencia de la imagen audiovisual en nuestro entorno y la necesidad de distinguir entre la imagen y la realidad.
- La descripción exhaustiva de las características del lenguaje de las imágenes y los sonidos, y de las connotaciones significativas de la interacción de sus diferentes parámetros.
- La discriminación entre las funciones descriptiva y expresiva de las imágenes y su relación mutua.
- La comprensión de las fórmulas narrativas que articulan distintos espacios (la representación, la labor de la cámara, las variaciones de punto de vista) y diversos tiempos (el montaje y la sincronización sonora).
- La explicación y el estudio de los rasgos objetivos de los signos básicos de la imagen.
- La reflexión crítica acerca de la relación existente entre las fórmulas visuales o icónicas contemporáneas con su finalidad comercial y/o publicitaria, y el engarce de todo ello con los grupos de poder económico, político y social de nuestra sociedad globalizada.

No hay apenas que mencionar el papel que el audiovisual publicitario puede encarnar en estos temas pues debe adaptarse a las veleidades del mercado y en el que con conclusiones más satisfactorias puede terminar su estudio y aplicación en diversos ámbitos.

Por otro lado, el modelo curricular de la LOGSE y su concepción metodológica más abierta y flexible, permite plantear tareas más interdisciplinarias que empleen la imagen como instrumento pedagógico y como materia o fin en sí misma. La imagen permite además la introducción del ocio y genera en el entorno educativo situaciones de intensa actividad lúdica. Todo un tándem formativo.

Por lo tanto, todas estas intenciones pueden ser el objetivo de una única aplicación o técnica, siempre adaptadas al nivel, edad y capacidades del alumnado, y a los objetivos generales y específicos del currículum.

En el presente artículo intentarán disponerse algunas bases acerca del empleo educativo y formativo de un formato audiovisual poco utilizado hasta hoy en las clases de la enseñanza obligatoria: el vídeo musical o videoclip, que puede incluirse como parte de ese audiovisual publicitario mencionado más arriba.

Es mi opinión y mi postura el creer que este producto audiovisual puede aportar un material ingente de análisis y aplicación para algunas asignaturas tanto obligatorias como optativas del presente currículum. En este artículo se pretende proporcionar ideas acerca de las funciones, prácticas y modos de disfrute y uso del vídeo musical en la clase, sus posibles aplicaciones formativas como instrumento pedagógico con el fin de normalizar su inclusión en las clases.

2. El videoclip como instrumento educativo específico

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

En primer lugar, podemos referirnos al hecho de que el empleo del videoclip como instrumento didáctico puede generar o ayudar a mantener un mayor contacto directo con la realidad inmediata de los estudiantes, especialmente los que se encuentran entre los doce y los dieciocho años. Es bien sabido la afición que los adolescentes sienten por la música contemporánea más popular: el rock and roll y, su pariente, el pop. Esta devoción resulta manifiestamente mayor que para otros medios, como el cine en general, y sólo es igualada actualmente por la demostrada hacia los videojuegos.

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

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

La llegada de las estrategias publicitarias y de marketing a partir de la segunda mitad del siglo XX invadieron el espacio de este tipo de música en poco tiempo, debido a una tendencia de masificación de las audiencias en torno a determinados artistas, cantantes o conjuntos musicales, y pronto la industria discográfica ideó un mecanismo específico con un formato novedoso, sucesor del cine musical, el vídeo de creación y de protesta de los años sesenta, y fruto de la mejora de los sistemas de tratamiento y digitalización de la imagen electrónica. Era el videoclip.

Los adolescentes actuales consumen su música preferida tanto en formato disco o CD como en formato clip a través de las numerosas cadenas monográficas existentes en todos los países dedicadas exclusivamente a este tipo de producto audiovisual. Como ya se ha mencionado, el empleo de éste en el aula acompañando a otras actividades y asignaturas o como material singular, puede establecer un vínculo natural entre el proceso de enseñanza-aprendizaje y el mun-

El modelo curricular de la reforma educativa y su concepción metodológica más abierta y flexible permite plantear tareas más interdisciplinares que empleen la imagen como instrumento pedagógico y como materia o fin en sí misma.

do exterior de los jóvenes, sus prácticas cotidianas, y sus estilos y formas de comportamiento. Otras ventajas más específicas de la incorporación de este formato en entornos educativos de todos los niveles son las siguientes:

- Como instrumento pedagógico es menos artificial, no está fuera del mundo de los estudiantes como si ocurre en cierta medida con otros medios como el cine (en especial determinado tipo de cine de vanguardia, arte y ensayo o minoritario), la fotografía o las fórmulas informativas (reportaje, documental...). Se perfila como un recurso interdisciplinar, no caracterizado o exclusivo de una asignatura: su aplicabilidad se refiere al desarrollo de destrezas y actitudes integradas, multidisciplinares y mucho más experienciales.

En este sentido, una buena razón para animar a los docentes a emplear el videoclip en sus clases es que en la vida (en todos los entornos vitales: social, laboral, personal...), los fenómenos no se presentan separados en compartimentos estancos sino fuertemente implicados (Adell, 1997).

Su instalación en el entorno del aula es natural, sencilla y nada costosa (mucho más fácil de conseguir que un adecuado material filmico).

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

- El amplio número de mensajes y su heterogeneidad y procedencia, así como su aguda creatividad asiste en la elección oportuna y proporcionada según

El paso final del análisis puede suponer un estudio del contenido emocional inferido por los códigos connotativos. En otras palabras, el análisis del modo en que se construye la imagen que del cantante o músico derivan los fans y el papel representado por las emociones transmitidas, siempre en juego cuando se trata del arte musical.

edades, etapas educativas, objetivos pedagógicos, asignaturas...

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

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

- Por la diversidad de procedencias artísticas, di-

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

- En definitiva, es un instrumento pedagógico que potencia experiencias de enseñanza flexible: es decir, permiten acomodarse directamente a las formas en que la gente aprende naturalmente, abren opciones y grados de control al docente, se basan en materiales de aprendizaje centrados en el alumno, y ayudan a que los usuarios de éstos se atribuyan el mérito de su aprendizaje y desarrollen un sentimiento positivo sobre su consecución (Blázquez, 1994).

Este excelente instrumento crítico de la iconosfera contemporánea puede complementar a la historia convencional de los medios y del siglo XX y generar una práctica más colaborativa y experiencial.

3. Un método de análisis de videoclips en el aula

Los mensajes correctamente producidos emplean como medio de expresión una sistematizada codificación y una elaborada articulación de sus variables icónicas, con el fin de conseguir un exacto control del sig-

nificado que el espectador pueda inferir.

De esta forma, se aconseja comenzar por hacer una correcta lectura de las denotaciones de los distintos recursos de la imagen. En todo videoclip pueden ser analizados, por ejemplo, los siguientes elementos de la imagen:

- La iluminación: uno de los componentes más operativos de la puesta en escena visual. Este tipo de código visual es un potente mecanismo de connotación de la imagen y de caracterización de ambientes, escenarios, personajes. Su análisis enseñará a los chicos cómo es utilizada la luz en los mensajes audiovisuales para la percepción estilística y estética de sus ídolos musicales y cómo puede modificarse la apariencia física de los mismos para caracterizarlos y definirlos emocional, moral y valorativamente.

- La planificación y el punto de vista (tipología de los planos, tamaño de los elementos...): con estos dos parámetros se diseña la captación de las figuras, elementos y personajes y se configura el nivel de sensa-

ción psicológica con que el espectador los percibe. Mediante su estudio se pueden plantear ejercicios de reencuadre de las escenas del clip: los alumnos deberán proporcionar opciones distintas a los recursos de planificación resueltos por el clip.

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

Más adelante podemos analizar subjetivamente los diversos grados de iconicidad y abstracción, la monosemia, la polisemia y las connotaciones. El análisis de los alumnos tenderá a centrarse erróneamente en esta parte sin fundamentar objetiva y científicamente las sensaciones obtenidas. Es crucial ayudarles a diferenciar y priorizar la lectura objetiva sobre la subjetiva.

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

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

4. Propuestas concretas por asignaturas

- En *Historia del Arte y Educación Plástica y Visual* pueden estudiarse las vanguardias de principios de siglo pues los clips están repletos de asociaciones, juegos cromáticos, lumínicos y simbólicos que son influencia de estos movimientos. Recomendamos visionar los clips más antiguos (The Beatles, Rolling Stones...) y comprobar cómo hay numerosos ejemplos de utilización de *collage*, relación libre entre imágenes y licencias espacio-temporales. La narración clásica es en ellos solamente una sombra.

- *Historia Contemporánea e Historia de la Música*: propongo que se incluya un tema sobre historia

del rock y de la música del siglo XX y de los medios audiovisuales en general, donde se tratarían temas como el cine, el vídeo de creación (el videoarte), la estética pop de los sesenta... Los alumnos a menudo han oído hablar abundantemente de estos temas, pero no los estudian con algo de profundidad en ninguna de las asignaturas del curriculum.

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

- *Inglés*: títulos y textos que aparecen en los clips (coincidentes con la letra de la canción) les pueden ayudar a aprender inglés divirtiéndose, mucho más si son sus temas musicales favoritos.

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

5. En resumen

Como toda técnica de aplicación educativa deben ser examinados aquellos aspectos sobre los que deben ponerse más atención para que no malogren la práctica formativa:

- Deben elegirse minuciosamente las canciones y los clips comentados y empleados, a poder ser con el consenso de toda la clase, para que tengan algún interés de origen (gustos personales, éxito de ventas...): la selección de un clip de un grupo o cantante desconocido puede disminuir la atención de los alumnos.

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

Se ha procurado demostrar en este artículo que el videoclip puede convertirse en un instrumento curricular más en la vida del aula; como cualquier otro medio, exige la movilización y la complicidad profunda del profesor en la búsqueda de los modelos y los objetivos pedagógicos que se pueden desarrollar con este tipo de formato, naturalmente sin olvidar la contextualización en la situación particular de la clase. En este sentido, Blázquez (1994) elaboró un decálogo, que

bien puede servir para finalizar esta humilde reflexión, acerca del papel del docente ante las nuevas técnicas y los nuevos medios de comunicación en su aplicación a la docencia: despertar el sentido crítico hacia los medios; relativizar el no tan inmenso poder de los medios; abarcar el análisis de contenido de los medios como su empleo, como expresión creadora; conocer los sustratos ocultos de los medios; conocer las directrices españolas o europeas sobre los medios; conocer y usar en el aula los denominados medios audiovisuales; investigar sobre los medios; sentar pautas para corregir hacia el conocimiento sistemático los saberes desorganizados que los niños y los jóvenes adquieren de los *mass-media*; obtener un suficiente conocimiento técnico, y repensar las repercusiones en la enseñanza de los nuevos canales tanto organizativas como referentes a los contenidos (Piscitelli, 1998).

Este formato audiovisual puede cumplir sobradamente todas estas condiciones y expectativas como herramienta pedagógica. Pero de igual modo, resulta obligado mencionar que sin una suficiente consideración y puesta en práctica de estas recomendaciones se hará complicado cualquier intento por aplicar alguna

de las propuestas sugeridas a lo largo de las anteriores páginas. De otra manera, su manejo se verá entorpecido por una actitud anclada en concepciones pasadas, inoportunas para un medio o formato, el vídeo musical, caracterizado por su modernidad creativa y su velocidad de transformación formal, propia de su relación estrecha con los sectores más jóvenes de la sociedad.

Referencias

- ADELL, J. (1997): «Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información», en *EduTec*, 7, noviembre (<http://www.uib.es/depart/gte/revelec10.html>).
- BLÁZQUEZ, F. (1994): «Propósitos formativos de las nuevas tecnologías de la información en la formación de maestros», en BLÁZQUEZ, F.; CABERO, J. y LOSCERTALES, F. (Coords): *Nuevas tecnologías de la información y comunicación para la educación*. Sevilla, Alfar; 257-268.
- FOMBONA, J. (1997): *Pedagogía integral de la información audiovisual: conocer, producir y actuar sobre la imagen informativa*. Gijón, Universidad de Oviedo/Ayuntamiento de Gijón.
- PISCITELLI, A. (1998): *Post/televisión: ecología de los medios en la era de internet* Barcelona, Paidós.
- SALINAS, J. (1999): «Enseñanza flexible, aprendizaje flexible, aprendizaje abierto. Las redes como herramientas para la formación», en *EduTec*, 10 (<http://www.uib.es/depart/gte/revelec10.html>).

SOMOS TRES:
YO TRANSMITO,
TÚ INTERPRETAS
Y QUIEN ESTÁ
TRAS DE MÍ
PIENSA...

