

Portafolio de piezas musicales publicitarias para la campaña de gestión de riesgo de la emisora comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3 del municipio Puerto Carreño – Vichada

Jesús Daniel Rondón Arreaza

CE 747971

Asesor: Carlos Alberto Jurado Castro

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH)

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Proyecto De Grado

Octubre del 2023

Resumen

La música es una forma de expresar el sentir de las diversas culturas, con capacidad de activar algunos recuerdos y en algunos casos motivar a que las personas se muevan al ritmo de ella, y por esto que el mercado actual hace uso de este recurso para crear campañas publicitarias con composiciones que queden registradas en las memorias de los consumidores o del público al que va dirigido, en esta oportunidad se aplicara esta estrategia de producción musical a una información de interés colectivo dentro de la población de Puerto Carreño, capital del departamento del Vichada, el mensaje estaría enmarcado del proyecto ECHO DP implementado por La Cruz Roja Colombiana con el apoyo de La Cruz Roja Alemana y la Unión Europea, y que busca fortalecer las capacidades de respuestas ante situaciones de doble afectaciones en los departamentos limítrofes con Venezuela en la Orinoquia colombiana, que junto a la emisora comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3, buscan generar una campaña publicitaria para dar a conocer las diversas acciones que se deben tomar ante riesgo de inundaciones e incendios de cobertura vegetal.

Luego de realizarse un levantamiento de información con una investigación de las diversas fuentes documentales se pudo llegar a la conclusión que efectivamente la aplicación de la producción musical puede sumar a la estrategia que busca la emisora para difundir estos mensajes debido a que han existido precedentes en el país con buenos resultados y que aun la música sigue siendo un recurso importante para la industria publicitaria.

Palabras claves: Publicidad, riesgo, jingle, cruz roja, música publicitaria, producción musical, afectaciones, comercial, radio comunitaria.

Abstract

Music is a way of expressing the feelings of various cultures, with the ability to activate some memories and in some cases motivate people to move to the rhythm of it, and this is why the current market uses it to create advertising campaigns with compositions that are recorded in the memories of consumers or the public to whom it is directed, on this occasion this musical production strategy will be applied to information of collective interest within the population of Puerto Carreño, capital of the department of Vichada, the message It would be part of the ECHO DP project implemented by the Colombian Red Cross with the support of the German Red Cross and the European Union, and which seeks to strengthen response capabilities in situations of double impact in the departments bordering Venezuela in the Colombian Orinoquia, which Together with the community radio station Puerto Carreño Stereo 104.3, they seek to generate an advertising campaign to publicize the various actions that must be taken in the face of the risk of floods and vegetation cover fires.

After collecting information with an investigation of the various documentary sources, it was possible to reach the conclusion that indeed the application of musical production can add to the strategy that the station seeks to disseminate these messages because there have been precedents in the country with good results and that music continues to be an important resource for the advertising industry.

Keywords: Advertising, risk, jingle, red cross, advertising music, musical production, affectations, commercial, community radio.

Tabla de Contenido

Resumen	2
Abstract	3
Tabla de Contenido	4
Lista de Figuras	6
Listado de Tablas	9
Tabla de anexos	10
Introducción.....	11
Planteamiento temático.....	12
Justificación	15
Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos.....	18
Marco Teórico	19
Producción musical.....	19
La preproducción	19
La grabación.....	19
La postproducción.....	19
Riesgos y amenazas	20
Campaña publicitaria.....	20
Jingles	20
Cover.....	20
Adaptación	20

Prestada	20
VST.....	21
Sintetizador	21
Home studio.....	21
DAW	22
Importancia de la publicidad	22
Contexto Musical.....	22
Emisora Comunitaria.....	23
Desarrollo Metodológico.....	24
Proceso de Creación de Obra.....	26
Etapa de Preproducción	26
Etapa de Producción	29
Etapa de Postproducción	32
Mastering	49
Plan de emisión de los jingles.....	56
Conclusión.....	57
Referencias.....	59
Anexos	62

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Sección de una de las partituras</i>	26
Figura 2. <i>Diagrama del home studio</i>	27
Figura 3. <i>Micrófono y antipop casero</i>	27
Figura 4. <i>Laptop Hp</i>	28
Figura 5. <i>Interface</i>	28
Figura 6. <i>Maracas llaneras</i>	28
Figura 7. <i>Cuatro</i>	29
Figura 8. <i>Exportación en formato MIDI desde el software Musescore</i>	30
Figura 9. <i>Grabación del Cuatro</i>	30
Figura 10. <i>Grabación de las Maracas Llaneras</i>	31
Figura 11. <i>Grabación de la Voz</i>	31
Figura 12. <i>Mezcla</i>	33
Figura 13. <i>Procesos aplicados al Cuatro</i>	33
Figura 14. <i>Ecualización del Cuatro</i>	34
Figura 15. <i>Compresión aplicada al Cuatro</i>	34
Figura 16. <i>Reverberación aplicada al Cuatro</i>	35
Figura 17. <i>Chorus aplicado al Cuatro</i>	35
Figura 18. <i>Lista de procesos aplicados a las Maracas Llaneras</i>	36
Figura 19. <i>Ecualización aplicada a las Maracas Llaneras</i>	36
Figura 20. <i>Compresión aplicada a las Maracas Llaneras</i>	37
Figura 21. <i>Reverberación aplicada a las Maracas Llaneras</i>	37
Figura 22. <i>Pluggin DearVR aplicado a las Maracas Llaneras</i>	38
Figura 23. <i>Procesos aplicados a la Voz</i>	39

Figura 24. <i>Ecualización aplicada a la Voz</i>	39
Figura 25. <i>Compresión aplicada a la Voz</i>	39
Figura 26. <i>Reverberación aplicada a la Voz</i>	40
Figura 27. <i>Pluggin DearVR aplicado a la Voz</i>	40
Figura 28. <i>Pluggin Ozone aplicado a la Voz</i>	41
Figura 29. <i>Chorus aplicado a la Voz</i>	41
Figura 30. <i>Pluggin SPAN aplicado a la Voz</i>	42
Figura 31. <i>Procesos aplicados a la voz de las locuciones</i>	42
Figura 32. <i>Procesos aplicados al Bajo</i>	43
Figura 33. <i>VST Ample Bass P. Lite II</i>	43
Figura 34. <i>Ecualización aplicada al Bajo</i>	43
Figura 35. <i>Reverberación aplicada al Bajo</i>	44
Figura 36. <i>Procesos aplicados a la Bandola</i>	44
Figura 37. <i>Pluggins Spitfire Audio</i>	45
Figura 38. <i>Ecualización aplicada a la Bandola</i>	45
Figura 39. <i>Compresión aplicada a la Bandola</i>	46
Figura 40. <i>Chorus aplicado a la Bandola</i>	46
Figura 41. <i>Reverberación aplicada a la Bandola</i>	47
Figura 42. <i>Pluggin SPAN aplicado a la Bandola</i>	47
Figura 43. <i>Automatización</i>	48
Figura 44. <i>Envío de señal.</i>	49
Figura 45. <i>Fader master</i>	49
Figura 46. <i>Procesos aplicados en el Mastering</i>	50
Figura 47. <i>Ecualización aplicada en el Mastering</i>	50

Figura 48. <i>Compresión aplicada en el Mastering</i>	51
Figura 49. <i>Pluggin aplicado en el Mastering</i>	51
Figura 50. <i>Reverberación aplicada en el Mastering</i>	52
Figura 51. <i>Limitador aplicado en el Mastering</i>	52
Figura 52. <i>Pluggin SPAN aplicado en el Mastering</i>	53
Figura 53. <i>Pluggin YOULEAN – medidor loudness aplicado en el Mastering</i>	53
Figura 54. <i>Panel de opciones de render en el DAW Reaper</i>	55
Figura 55. <i>Proceso de renderizado en Reaper</i>	55

Listado de Tablas

Tabla 1. <i>Cronograma</i>	25
Tabla 2. <i>Características musicales de cada tema</i>	32
Tabla 3. <i>Cadena de mastering</i>	54

Tabla de anexos

Anexo 1. <i>Entrevista al director de la radio comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3</i>	62
Anexo 2. <i>Registro fotográfico de la entrevista</i>	63
Anexo 3. <i>Letras de los Jingles</i>	64
Anexo 4. <i>Link de partituras</i>	70

Introducción

Para cubrir las necesidades de un público o una determinada institución que requiera el servicio de un músico, se debe conocer a fondo cuales son los aspectos que quieren solventar, para este proyecto se plantea la creación de un portafolio de piezas musicales publicitarias para la difusión de mensajes relacionados a la gestión de riesgos y desastres solicitado por la Cruz Roja Colombiana y que será transmitido por su programa radial Informativo Cruz Roja, transmitido por la radio comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3 en el municipio de Puerto Carreño, Vichada.

Para aplicar de manera asertiva la música dentro de una publicidad se realizara un levantamiento de información dentro de un modelo de investigación + creación y así conocer algunos referentes publicitarios y relacionados a la investigación en el campo artístico, mientras se avanza en la generación de la propuesta artística y de esta manera sustentar la viabilidad de la producción musical para la elaboración del portafolio solicitado por la Cruz Roja, en este caso para un medio radiofónico.

Planteamiento temático

El segundo departamento más extenso en Colombia es el departamento del Vichada, el cual cuenta con cuatro municipios, Cumaribo, Santa Rosalía, Primavera y Puerto Carreño que es la capital, cada uno de ellos es habitado por una diversidad de etnias y colonos, como se le llama a las personas que no forman parte de comunidades indígenas, este territorio tiene dos estaciones climáticas, verano e invierno, estas épocas presentan complicaciones particulares que pueden causar un impacto negativo en sus habitantes, en el caso del invierno se intensifican las lluvias las cuales provocan desbordamientos de ríos y quebradas, y siendo que Puerto Carreño se encuentra ubicado entre el río Meta, Orinoco y el río Bitá, es susceptible a que se presenten situaciones de riesgos, las cuales en el caso del verano ocurren con la aparición de los incendios de cobertura vegetal.

En el Municipio de Puerto Carreño se cuenta con una emisora comunitaria que articula con las organizaciones de gestión de riesgos para informar a los habitantes sobre las medidas de prevención que se deben tomar antes de cualquier emergencia que se presente, es por esto que se planteó la posibilidad de crear un portafolio publicitario con esta información, y debido a que el folclor que domina la región, siendo los llanos orientales de Colombia, se propuso la utilización del Joropo como música para llevar dicho mensaje.

Para causar un mejor efecto en una audiencia determinada, los realizadores audiovisuales se han valido del uso de bandas sonoras, canciones o jingles, ya que estos complementan el mensaje que busca transmitir una determinada productora y así satisfacer los objetivos propios o por lo que son contratadas estas empresas, dentro de este tipo de casas productoras existen las agencias publicitarias, que se enfocan en la colocación de un producto en un mercado estudiado previamente.

En busca de reconocimiento “un empresario puede prescindir de la agencia de publicidad para promocionar su negocio, pero no de los medios de difusión” (Federación de Enseñanza CC. OO de Andalucía, 2011, p. 7), para que surta los efectos esperados de manera masiva se recurre a diversos medios, entre ellos los tradicionales como la radio, televisión, prensa, etc. Luego están los que han venido creciendo en estas últimas décadas pero que cada vez más se afianzan en la población, y estas son las redes sociales, páginas de internet, para la cual se implementan la creación de productos multimedia, y que también precisan muchas veces de una producción sonora que complemente la difusión del mensaje de una marca.

Como precedente de este trabajo a nivel nacional podemos mencionar el realizado por Tovar (2022) el cual tenía como objetivo la creación de un portafolio de piezas musicales publicitarias, en ritmos de bambuco, música urbana y funk, para las franjas de programación de la emisora comunitaria Radio guía del municipio de El colegio – Cundinamarca empleando la producción musical, y para lo cual en su conclusión resalta el valor de la música publicitaria en la radio para la creación del portafolio musical y lo que ella aporta a la identificación de las franjas de su programación.

Durante las últimas dos décadas del siglo pasado existieron publicidades de gran impacto en la radio y televisión nacional (P&M, 2018, p. 13), entre las que se pueden destacar:

- Gudiz, Con mis gudiz soy feliz, 1987. Autor, Jaime Valencia

https://youtu.be/F_9bUANOOfo

- Margarina “La Fina”, margarina, preferida en la mesa y en la cocina. Letra de Jimmy García Camargo y los arreglos musicales a Marco Rayo.

<https://youtu.be/mStwSNbgndY>

Estas estrategias se han mantenido en este siglo por el impacto que causa la música tanto si va acompañada por imágenes como si solo son colocadas en la radio, ya que el jingle son

“pequeñas canciones creadas especialmente para impulsar la fuerza de los mensajes publicitarios” (López, 2017, p. 199).

Es evidente que la necesidad de la industria por profesionales que realicen música con una determinada exigencia es un hecho, y también existen otros mensajes que a pesar de no pertenecer a una marca comercial, podrían necesitar ser promovida con la utilización de temas musicales, tal es el caso de información con valor colectivo y pedagógico como es la prevención de riesgos y desastres, más específicamente en Puerto Carreño, capital del departamento del Vichada, donde las amenazas más comunes están relacionadas a los incendios de cobertura Vegetal y las inundaciones en la temporada de lluvias.

Actualmente la emisora comunitaria, Puerto Carreño Stereo 104.3, busca transmitir unas piezas musicales que lleven un mensaje que fomente el autocuidado y la preservación del medio ambiente, lo cual serviría para fomentar este tipo de acciones en la población.

Tomando en cuenta la necesidad que se manifiesta y en relación a que la línea de profundización de este trabajo es la producción musical, se genera la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo integrar un mensaje de gestión de riesgo para la emisora Puerto Carreño Stereo 104.3 por medio de piezas publicitarias musicalizadas?

Justificación

Para difundir una información de manera masiva es importante definir el target al cual va dirigido y el tipo de mensaje que se quiere comunicar, considerando que “la música aumenta y facilita el recuerdo en los mensajes publicitarios, potencia sentimientos y emociones” (Rubio et al., 2019, p. 99) se puede integrar la producción de un portafolio de piezas publicitarias originales para generar mayor impacto y contribuir con la difusión de contenido referente a la prevención de riesgo y así sumar a la iniciativa de la radio comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3, la cual cuenta con espacio de programación para difundir este tipo de información y que pueda aportar a la implementación de acciones para mitigar las afecciones ante incendios de cobertura vegetal e inundaciones, las cuales son las principales afecciones en Puerto Carreño, también se busca llevar un mensaje para preservar del medio ambiente.

Las producciones musicales que se estiman realizar también tienen un papel fundamental para lograr el trabajo de grado para el programa de pregrado en Música, en la línea de producción musical, para lo cual se trabajara en el eje temático Música publicitaria: Piezas sonoras para publicidad, siendo este el que más se ajusta a las necesidades manifestadas por la institución para poder aplicar todas las habilidades adquiridas durante la formación del profesional en esta área de producción.

Otro de los aspectos que se busca lograr, es el de contar con contenido musical que se contextualice con el folclor de los llanos orientales de Colombia, ya que a pesar de que la Cruz Roja Colombiana cuenta con diversos productos para difundir este tipo de mensaje, busca acercarse más a la audiencia con música que les identifique y fomente el folclor característicos de la región.

Un aspecto que pudiera complementar la justificación de este proyecto es que sería un aporte a este tipo de investigación dentro de la universidad y el programa de música, sumando

una referencia que sirva a futuros investigadores con intereses similares en la producción musical con eje temático similar, y que puedan nutrirse de la experiencia adquirida en este recorrido de la producción de un portafolio de piezas musicales publicitarias originales en el género joropo.

Reconociendo que la música tiene “su influencia y las emociones que ésta genera en las audiencias” (Patiño, 2020, p. 15), y a pesar de que el tema que se desea abordar dentro de las producciones musicales que se realizaran para este proyecto, no son comerciales y busca el bien común más que promocionar alguna marca de una empresa privada, se requiere plantearse como una publicidad para lograr que los temas musicales se masifiquen y que a través de ellos se difunda el mensaje de gestión de riesgo enfocados en las principales afectaciones de Puerto Carreño, Vichada.

Considerando el contexto del territorio, se utilizara el folclor de esta zona para la elaboración de dichos temas musicales, y así mantener la identidad en las canciones para que sea del gusto y encaje en la población tomando en cuenta que “está claro que la música es un medio para percibir el mundo, un potente instrumento de conocimiento” como nos afirma Hormigos (2010, p. 92), y reconociendo que “la cultura está en todas partes, en el espacio rural y en el urbano” (Benavente, 2007, p. 30), por esto se puede decir que la música es una manera agradable para implementar esta acción comunicativa que contribuya a que los pobladores conozcan más sobre los riesgos y desastres y cómo comportarse durante alguna inundación o incendio de cobertura vegetal, que son las principales amenazas del municipio de Puerto Carreño según la OPS (2022), y se desarrollara bajo el eje temático de “Música Publicitaria: Piezas sonoras para publicidad”.

En Colombia se sigue produciendo jingles como una manera de que las marcas de determinados productos queden en el imaginario colectivo, dentro de los ya mencionados jingles nacionales, podemos destacar a Jaime Valencia como un prolifero creador de este tipo de música,

estando entre ellas “Con mis Gudiz soy feliz”, “La casita roja” de Davivienda o la melodía oficial de Caracol Radio (UTADEO, 2015), lo cual evidencia lo relevante que es la producción musical para causar un efecto en una determinada población.

Tomando en cuenta que ya se han evidenciado la aplicación de la música para la promoción de la salud como en el año 2022 cuando la OPS en Venezuela junto a la Orquesta Gran Mariscal de Ayacucho, crearon un plan de trabajo para llevar un mensaje definido a una población determinada, para dar como resultado el planteamiento de algunos acuerdos para “convocar a las campañas de vacunación del Ministerio del Poder Popular para la Salud, generar mensajes de prevención en salud para jóvenes y espacios de atención para adultos mayores a través de acciones culturales” (OPS, 2022), para el año 2023, y conociendo a través de la resolución 1523 del 2012, donde en el capítulo uno, artículo dos se establece que “la gestión del riesgo es responsabilidad de todas las autoridades y de los habitantes del territorio colombiano” (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2012, p.1), lo cual involucra a los saberes de dicha población y los principios de diversidad cultural en lo cual dicha ley hace énfasis en el aprovechamiento al máximo de los recursos culturales para la promoción de la salud y así enfocar a que se puedan utilizar para mitigar algunos riesgos y amenazas a los que se encuentren expuestos, según sus características geográficas y climatológicas el territorio en cuestión, en este caso Puerto Carreño, Vichada.

Objetivos

Objetivo general

Producir un portafolio de piezas musicales publicitarias para la campaña de gestión de riesgo de la emisora comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3 del municipio Puerto Carreño – Vichada.

Objetivos específicos.

Recopilar la información necesaria para la reproducción de la música y el mensaje de la campaña de gestión de riesgos.

Realizar la fase de producción de los temas musicales, grabando la instrumentación y voces de los temas planteados del género joropo.

Elaborar la postproducción del portafolio de piezas musicales publicitarias bajo los estándares sonoros que solicita la emisora Puerto Carreño Stereo 104.3.

Marco Teórico

Para el presente proyecto es de importancia conocer algunos conceptos que tendrán como finalidad facilitar el manejo de las terminologías y procesos involucrados en el desarrollo de los objetivos, así como también dar un breve contexto de donde se llevó a cabo la propuesta del portafolio de piezas musicales publicitarias.

Producción musical

La Escuela Europea de Versailles (2020) indica que para lograr que una pieza musical salga al mercado o que se reproduzca en algún sitio en específico, como lo es en una emisora comunitaria en este caso, es importante saber que se debe contar con tres fases fundamentales que son la preproducción, la grabación y la postproducción, esta última se subdivide en la fase de mezcla y masterización.

La preproducción

Se realiza antes de empezar la grabación, funciona para ajustar detalles como la composición, letra, instrumentación, asegurar que se cuenta con los equipos necesarios, Cronograma, presupuesto, etc.

La grabación

Es la fase en la que se realiza el registro de audio a través del uso del estudio profesional o Home Studio.

La postproducción

Luego de contar con los audios grabados se detallan y se mezclan, de manera que se pueda escuchar lo más estéticamente acorde con la idea principal y para luego ajustar sus valores en la fase de masterización.

Riesgos y amenazas

Según el Departamento Administrativo de la Función Pública (2012) una amenaza es un Peligro latente de que un evento físico de origen natural, o causado, o inducido por la acción humana de manera accidental, tener en cuenta estas definiciones pueden ayudar a plantear acciones que eviten un desastre cuyo concepto según la misma institución resalta que al encontrar condiciones propicias de vulnerabilidad en las personas y sus comunidades.

Campaña publicitaria

La campaña publicitaria es según el concepto de Billorou (2001, p. 47), el cual nos dice que la campaña publicitaria es un “conjunto de avisos que establecen una comunicación con consumidores reales o potenciales de un producto o servicio” para lo cual se contextualizara con la cultura del municipio de Puerto Carreño para generar un mejor impacto.

En el ámbito de producción musical con el eje de música publicitaria es de gran importancia el análisis de campañas existentes para poder desglosar los elementos que las componen, en este particular primero clasificaremos los tipos de músicas que podríamos encontrarnos en una publicidad las cuales según Camino (2023) estas podrían ser:

Jingles

Canción corta exclusiva para el anuncio.

Cover

Se usa una versión de un tema conocido para el anuncio.

Adaptación

Se le cambia la letra a una canción conocida para adaptarla al mensaje del anuncio.

Prestada

Canción preexistente que se utiliza en el anuncio.

También se podría mencionar que hay temas en publicidades como la de Mercado Libre (2023) en su publicidad “Si es un trend, está en Mercado Libre” que de manera disimulada emula la rítmica de un tema que se hizo viral en un meme, lo cual apela al recuerdo colectivo que conoce y disfruta de la música expuesta que va acompañada de un narrador que habla sobre los atributos del producto.

Un caso similar es el del comercial “La fantasía vive” de gomitas Trolli (2023), la cual se asemeja a la rítmica minimalista de la banda sonora de Tiburón, película popular de los 70s, sin embargo, cobra su propia personalidad en el contexto del anuncio, ambos ejemplos mencionados se pueden percibir que han sido producidos por medio de VST y sintetizadores.

VST

Los VST por sus siglas en inglés quiere decir tecnología de estudio virtual lo cual permite “agregar instrumentos como piano, guitarra o batería a tu pista, sin tener un equipo físico” a un DAW que es como se llama el software con el que se realizan los procesos de producción en un computador y que cuyas siglas quieren decir en español estación de trabajo de audio digital (Jones, 2023).

Sintetizador

A diferencia del VST el Sintetizador es un Hardware “electrónico capaz de engendrar simultáneamente sonidos de cualquier altura (frecuencia) e intensidad (amplitud) y de combinarlos con armónicos” (SENSAGENT, 2023), pero que de igual manera debe ser grabado en un DAW.

Home studio

Las voces si deben ser captadas por medio de un micrófono y en un espacio insonorizado, en el caso de este proyecto se utilizará un Home studio el cual “es un estudio de grabación doméstico para realizar producciones sonoras” según el portal Comograbar.com (2023), y el cual

se ajusta al presupuesto logrando cubrir los requerimientos de la producción del portafolio de música publicitaria solicitado.

DAW

Para el registro de sonido en el computador de cualquier estudio es necesario contar con un DAW cuyas siglas en inglés quiere decir Digital Audio Workstation lo cual traducido al español significa estación de trabajo de audio digital según especifica Hollin Jones en la página oficial de Steinberg donde además explica que este software “cubre todas las partes del proceso de producción musical, desde la grabación digital de audio hasta la creación de ritmos y melodías con instrumentos virtuales” (Jones, 2023), en esta interface se puede realizar las mezclas y masterización de las piezas musicales, lo cual lo hace un elemento fundamental para la producción musical.

Importancia de la publicidad

Billorou (2001) nos indica que la publicidad es importante porque a través de ella se puede visibilizar las ventajas, méritos o utilidades de productos, servicios, instituciones o personas, sobre quienes el anunciador ejerce influencia, en este caso al ser aplicado dentro del portafolio que se realizara, creara una inmersión de los pobladores dentro de los puntos tratados y soportados por la música producida para la emisora comunitaria, como lo es el caso de la publicidad de Dr. Muelitas, que hasta ahora muchas personas la recuerdan y sirvió para promover practicas saludable en la infancia colombiana.

Contexto Musical

El departamento del Vichada cuenta con cuatro municipios de los cuales Puerto Carreño es la capital, seguido de La primavera, Santa Rosalía y Cumaribo, este territorio hace parte de la región Oriental de Colombia y comparten la frontera con Venezuela, por esta razón se desarrolló a través de los tiempos una preferencia música y folclórica por el Joropo, música y baile tradicional

que hace parte de ambas naciones. El joropo “Es una de las danzas folclóricas que presenta la típica supervivencia española, engendrada en los bailes flamencos y andaluces, como así lo demuestran sus zapateos” (Colombia-Info, 2023) lo cual hace parte de las diversas expresiones folclóricas que son fruto del proceso de mestizaje que se vivió en el territorio americano luego de la llegada de los europeos.

Emisora Comunitaria

La radio comunitaria es un medio de comunicación popular que sirve para que las poblaciones de una determinada región puedan expresarse en programas y servicios de información, educación y entretenimiento, es por esto que Vega et al (2019, p. 1393) define la radio comunitaria como “un medios sin fines de lucro, participativos y hechos por y para una audiencia local, proporcionando una variedad de programas educativos y de entretenimiento, para facilitar el desarrollo comunitario”.

Desarrollo Metodológico

Se implementó la investigación + creación ya que al pertenecer los resultados a una disciplina creativa, como lo es la música, los resultados de esta investigación son de carácter co-ocurrente (Cordoba, 2019).

La Investigación+ Creación se caracteriza por el uso de un razonamiento abductivo cuyo enfoque es generar nuevas hipótesis y a su vez nuevo conocimiento enmarcado en el proceso creativo de la obra, conservando la capacidad de la reproducibilidad y la réplica que son pilares del método científico.

Se estableció un plan de trabajo para 6 meses que busque cubrir con cada una de las fases de la investigación, los cuales serán distribuidos en cuatro actividades primordiales empezando por la recopilación de la información, la cual contara con un proceso de levantamiento de información documental, revisión de antecedentes, elección de temas técnicos que serán los abordados en las composiciones de los productos del portafolio musical, se clasificaron y se seleccionaron los equipos así como los espacios para llevar a cabo la producción.

Esta fase de recopilación de información se completó en el primer mes de la ejecución del proyecto, para el segundo y tercer mes se continuo con una segunda actividad la cual es la de Pre-producción, en la cual se realizó el proceso de establecer las canciones y jingles para luego ser ensayadas, se revisaron los temas con la asesoría del técnico asignado por la Cruz Roja, y se envió el texto al registro de derecho de autor, para mejorar el sonido de los instrumentos se estableció un cronograma de ensayos para garantizar un buen resultado.

En la tercera actividad se procede con la captura de sonidos de la instrumentación y voz de los músicos, con la implementación del espacio y las herramientas establecidas, esta fase será nombrada Producción y posterior a esta seguirá la fase de Post-producción donde las capturas de audios será sometida a una serie de procesos para su optimización en la mezcla y mastering para

finalmente dar como resultado los audios finales que conformaran el portafolio de piezas musicales publicitarias originales en el género joropo.

Tabla 1. *Cronograma*

ACTIVIDAD	ME S 1	ME S 2	ME S 3	ME S 4	ME S 5	ME S 6
<p>Recopilación de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levantamiento de información - Revisión de antecedentes. - Elección de temas técnicos para tratar en las composiciones. - Selección de equipos y espacio de grabación. 						
<p>Pre-producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Componer letras y arreglos de las canciones. - Revisar temas con la serie del técnico referente al contenido de gestión de riesgo de las canciones. - Crear cronograma de ensayos. 						
<p>Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Captura de sonidos de la instrumentación y voz de los músicos, con la implementación del espacio y las herramientas establecidas 						
<p>Post-producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edición y mezcla del audio grabado en la fase anterior. - Aplicación de procesos y masterización de cada uno de los temas grabados. - Exportación a formato WAV. 						

Proceso de Creación de Obra

Etapa de Preproducción

En esta fase de la creación de los jingles se comenzó por recopilar la información pertinente para crear el contenido de los audios los cuales tienen un fin de informar, por lo cual se recurrió a la Cruz Roja Seccional Vichada para obtener asesoría sobre el tema de gestión de riesgo, también se concretó una entrevista con el presidente de la emisora Puerto Carreño Stereo (Véase anexos 1 y 2) y unificar criterios que fueran acorde con el mensaje que se va a emitir en el producto y la identidad del medio de comunicación.

Luego se realizó la composición y los arreglos musicales haciendo uso del software MuseScore, se definió las letras de los jingles (Véase anexo 3) y se revisó junto a la asesoría de la Cruz Roja y la Emisora, los cuales se tomaron el tiempo para aprobar o sugerir correcciones, las letras y partituras resultantes (Véase anexo 4).

Figura 1. Sección de una de las partituras

Zumba que Zumba

The image shows a musical score for the piece "Zumba que Zumba". The score is written for six instruments: Maracas, Piano, Bajo eléctrico, Mra. (Maracas), Pao. (Piano), and Guit. B. (Bass Guitar). The music is in 2/4 time and features a variety of rhythmic patterns and chord progressions. The score is divided into four systems, each with a measure number (110, 17, 17, 17) and a key signature of one sharp (F#). The instruments are arranged in a standard orchestral layout, with the Maracas and Piano parts in the upper staves and the Mra., Pao., and Guit. B. parts in the lower staves. The score includes various musical notations such as notes, rests, and chord symbols (e.g., Im, IVm, V, V7).

Este periodo sirvió para concretar los equipos e instrumentos que se utilizarían en la siguiente fase, en un primer momento se consideró usar un conjunto musical pero debido a compromisos la agrupación no pudo participar por lo que se por el uso de VST como plan de contingencia, para lo cual fue fundamental escribir los arreglos en esta primera etapa.

Figura 2. Diagrama del home studio



Como equipos se contó con una laptop Hp con un procesador Intel(R) Core(TM) i5-7200U CPU @ 2.50GHz 2.71 GHz y 24 gigas de RAM, una interface de sonido Lexicon modelo Alpha, un micrófono Shure Sm57, un trípode, un antipop de fabricación casera, el software implementado fue Reaper y como instrumentos se ejecutó el cuatro y las maracas llaneras.

Figura 3. Micrófono y antipop casero



Figura 4. *Laptop Hp*

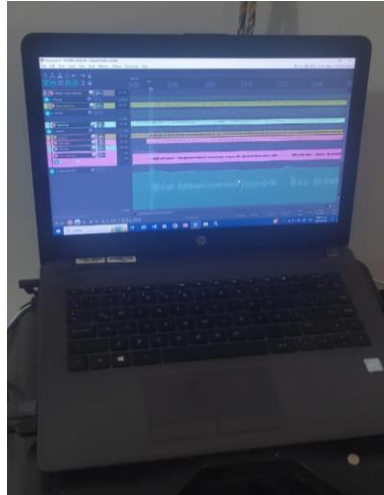


Figura 5. *Interface.*



Figura 6. *Maracas llaneras*



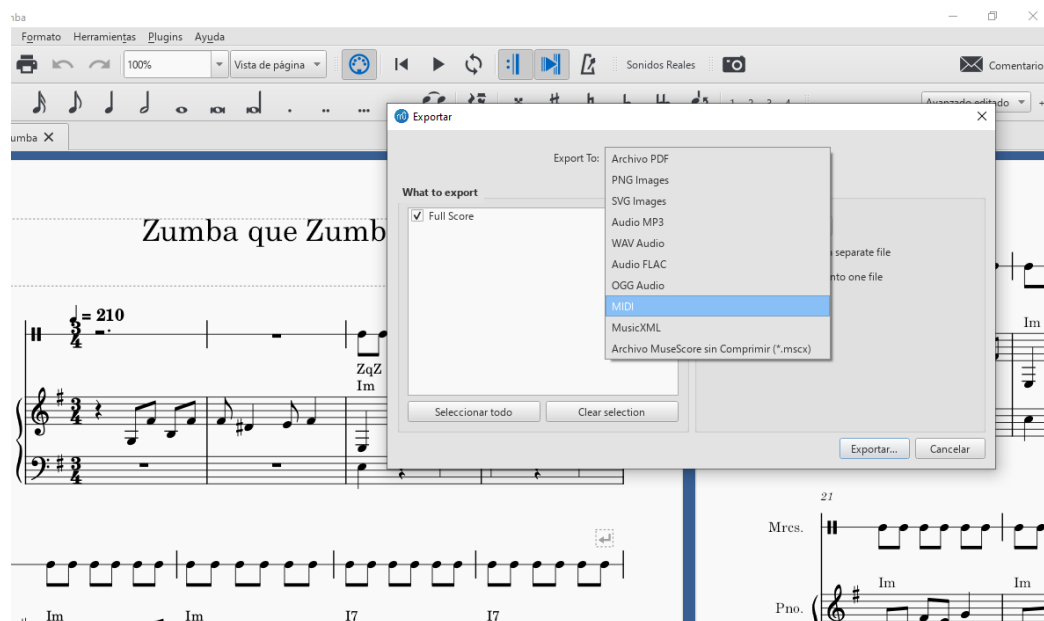
Figura 7. Cuatro



Etapas de Producción

Luego de contar con la aprobación del contenido de las letras de los temas (Véase anexo 3) por parte del director de la emisora Puerto Carreño Stereo, se comenzó el proceso de registro sonoro, a través del software MuseScore se ajustó el arreglo de la bandola llanera, instrumento esencial para la alineación de un conjunto llanero, este arreglo se exportó en formato MIDI para luego ser procesado en Reaper, lo cual serviría como guía para la grabación de la Voz, cuatro y las maracas.

Figura 8. Exportación en formato MIDI desde el software MuseScore



Para lograr un sonido similar a la Bandola se utilizó el VTS producido por la BBC llamado Symphony Orchestra y el pluggin de Bandola del mismo fabricante, el cual sirvió de guía para la grabación del cuatro el cual se grabó con el micrófono Shure Sm57 colocado a la altura de la caja acústica del instrumento y con el potenciómetro ajustado a un 60% de amplitud en la interface.

Figura 9. Grabación del Cuatro



Figura 10. *Grabación de las Maracas Llaneras*



Las maracas se grabaron con el mismo micrófono y con un potenciómetro ajustado a un 50%, la Voz fue lo último que se grabó en cada tema una vez que se practicó la vocalización y la gesticulación de las palabras, de manera que fuese compatible con los ritmos de Joropo, los cuales fueron elegidos el Zumba que Zumba, La Periquera y el Gabán.

Figura 11. *Grabación de la Voz*



El Zumba que Zumba fueron grabados en mi menor a una velocidad de 210 bpm, el Gabán también está en mi menor a 180bpm y La Periquera está en la relativa mayor, Sol mayor,

estos ritmos son de compas 3/4 para lo cual se ajustó el DAW Reaper en su opción de metrónomo.

Tabla 2. *Características musicales de cada tema*

Jingles en Joropo			
Ritmo	Gabán	Zumba que zumba	Periquera
Tonalidad	Mi menor	Mi menor	Sol Mayor
Bpm	180	210	180
Compas	3/4	3/4	3/4
Instrumentos Virtuales	Bajo eléctrico y bandola	Bajo eléctrico y bandola	Bajo eléctrico y bandola
Instrumentos reales	Cuatro y maracas	Cuatro y maracas	Cuatro y maracas

El Bajo al igual que la bandola se realizó en MIDI a partir de la transcripción realizada en Muscore, luego se colocó el VST Ample Bass P. Lite II, luego de tener toda los instrumentos registrados en el DAW, se grabó la voz utilizando el micrófono Sm 57 con un antipop realizado de manera casera con el potenciómetro de la entrada de la interfaces, ajustado en un 60% de amplitud.

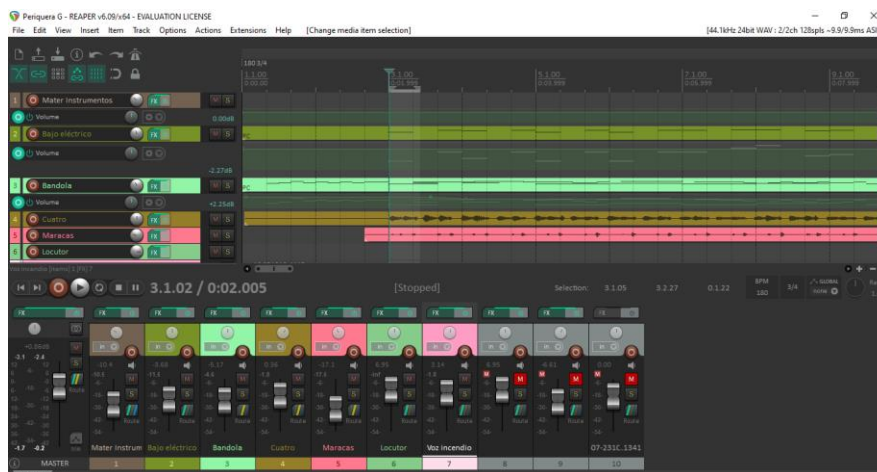
Todas las grabaciones fueron clasificadas y archivadas en carpetas identificadas en la laptop implementada, cada jingle tiene es sus letras un tema en particular referente a la gestión de riesgos, los cuales se clasificaron en cuidado incendio de cobertura vegetal, inundaciones, cuidado naturaleza, acciones por tomar ante desastre, organización de la comunidad, rutas de evacuación.

Etapas de Postproducción

Una vez con las capturas de los audios de los instrumentos, voz y los MIDI de los arreglos, se procedió a comenzar la edición, como primera acción se limpiaron los audios, quitando excedentes o respiración de las voces, los VSTs de la bandola y del bajo fueron asignados para poder ser reproducidos, para la bandola se aplicó el Symphony Orchestra con el

pluggin de Mandolina y para el bajo se colocó el Ample Bass P. Lite II, el DAW utilizado en esta parte sigue siendo Reaper, luego de definir estos sonidos se comenzó a mezclar cada track, con el objetivo de que cada audio cumpliera con el tempo de cada jingle.

Figura 12. Mezcla



Durante la realización de la mezcla se colocaron procesos a cada audio para optimizar la calidad del sonido según sus características tímbricas y sonoras, para lo cual el entrenamiento auditivo fue fundamental para emitir criterio para la toma de decisión de cada pista en particular.

Para el Cuatro se comenzó con la ecualización colocando filtros pasa altos y pasa bajos, resaltando la zona media de las frecuencias entre los 2kh a los 10kh, y luego de aplicar un barrido se consideró que en las frecuencias más altas se encontraban detalles del golpe características del instrumentos lo cual valía la pena resaltar, el ecualizador utilizado es nativo del DAW.

Figura 13. Procesos aplicados al Cuatro

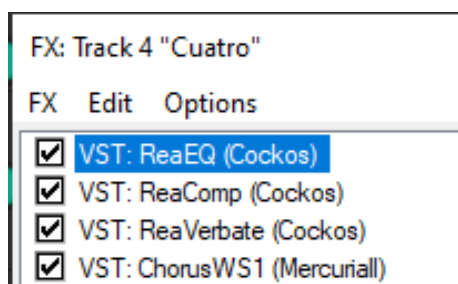
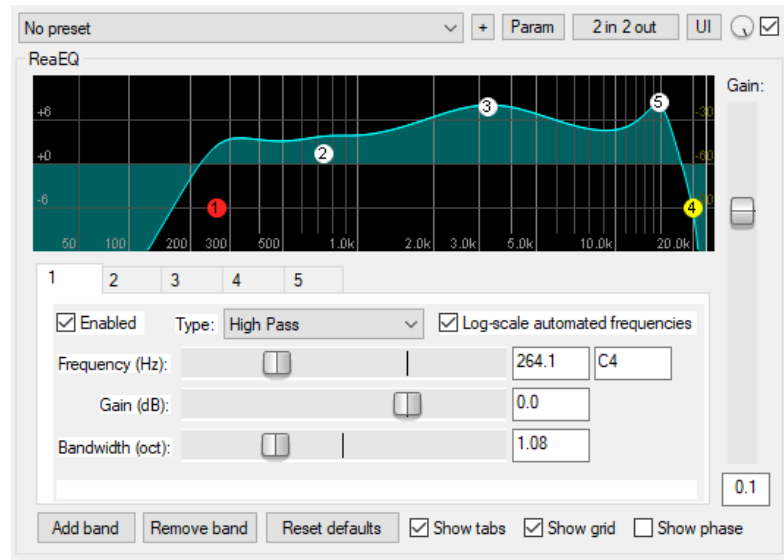


Figura 14. *Ecuación del Cuatro*



La compresión del cuatro también se realizó con un procesador nativo llamado ReaComp, en el cual se ajustó el ratio en 2:1 con un threshold de -14.8, entre los otros procesos aplicados a este instrumento estuvieron la reverberación con un room size de 33 a un nivel wet de -23.7, y el chorus que se hizo con uno desarrollado por la marca Mercuriall aplicado sutilmente.

Figura 15. *Compresión aplicada al Cuatro*

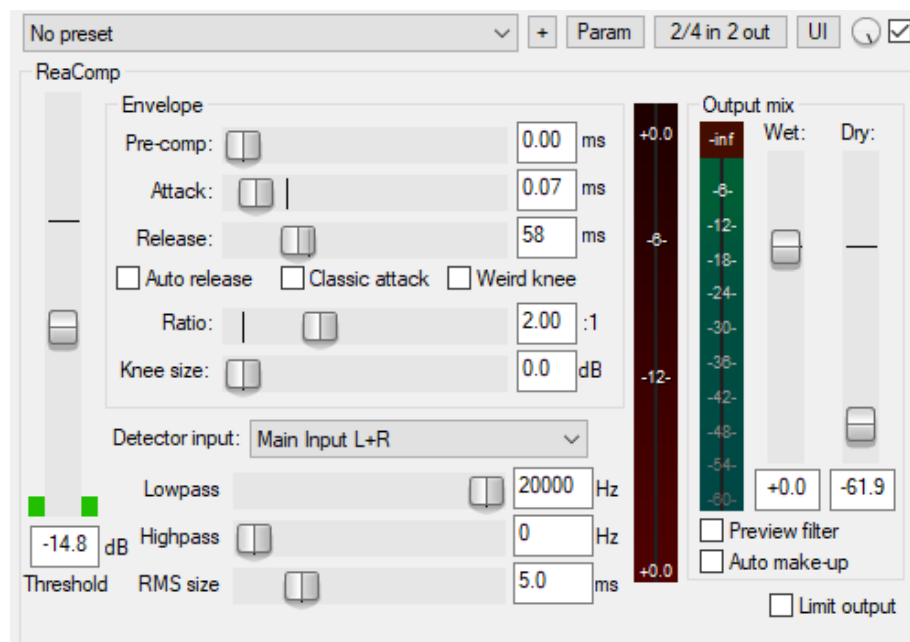


Figura 16. Reverberación aplicada al Cuatro

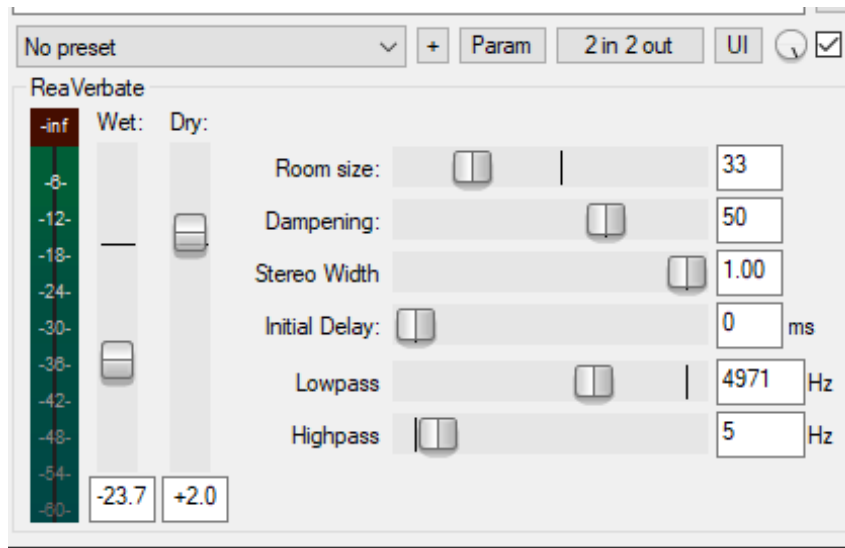


Figura 17. Chorus aplicado al Cuatro



Las maracas conto con una ecualización donde se le coloco ganancia a las frecuencias de entre los 5Kh a los 11Kh, luego de colocarse filtros pasa altos y pasa bajo.

Figura 18. Lista de procesos aplicados a las Maracas Llaneras

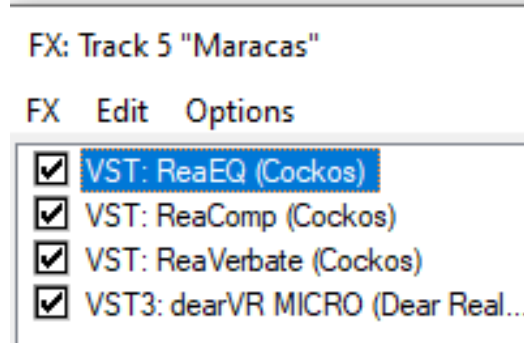
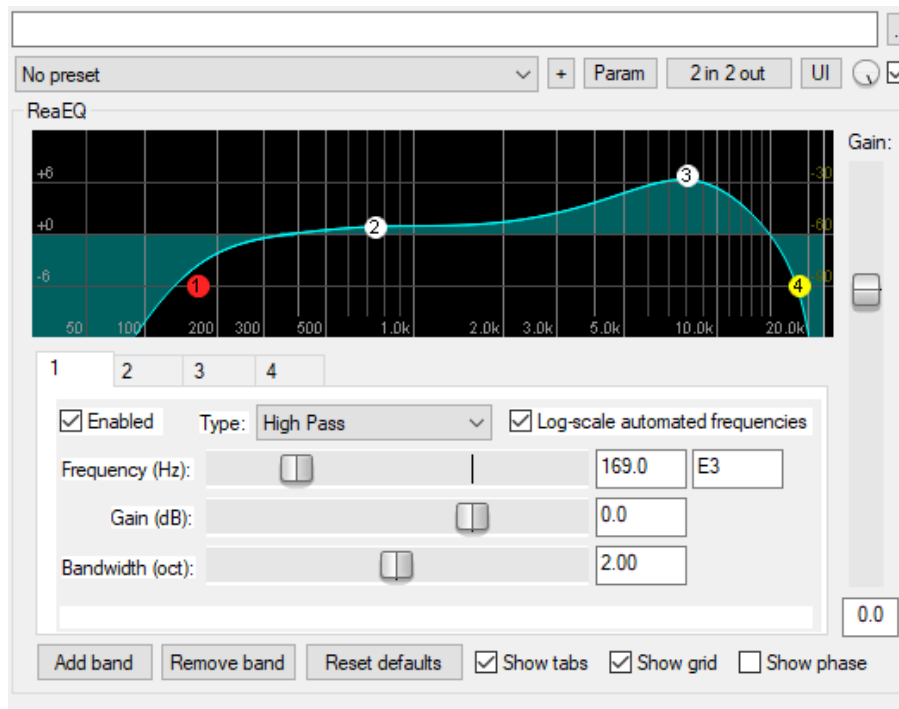


Figura 19. Ecuilización aplicada a las Maracas Llaneras



Se continuo con una compresion con ration de 2:1 y un threshold de -25.3 dB, una reverberacion con un room size de 56 y wet de -28.8 y un dry de 1.8.

Figura 20. *Compresión aplicada a las Maracas Llaneras*

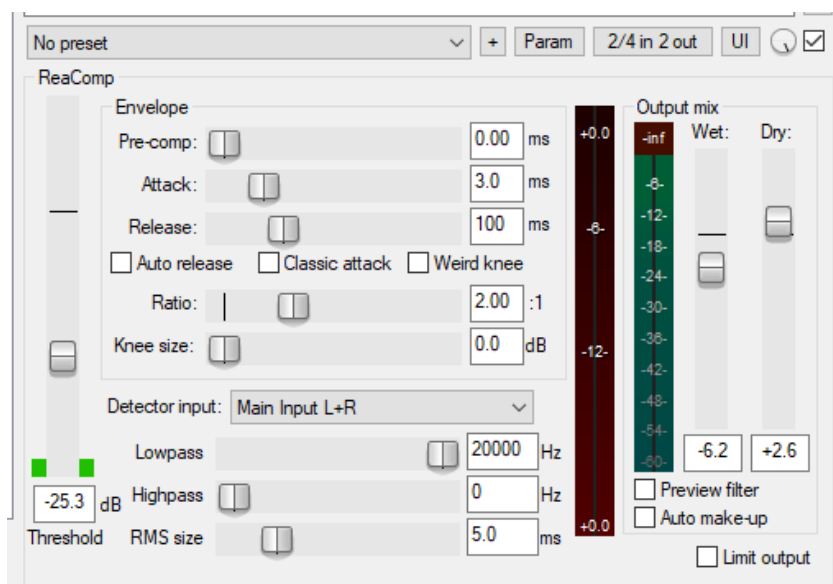
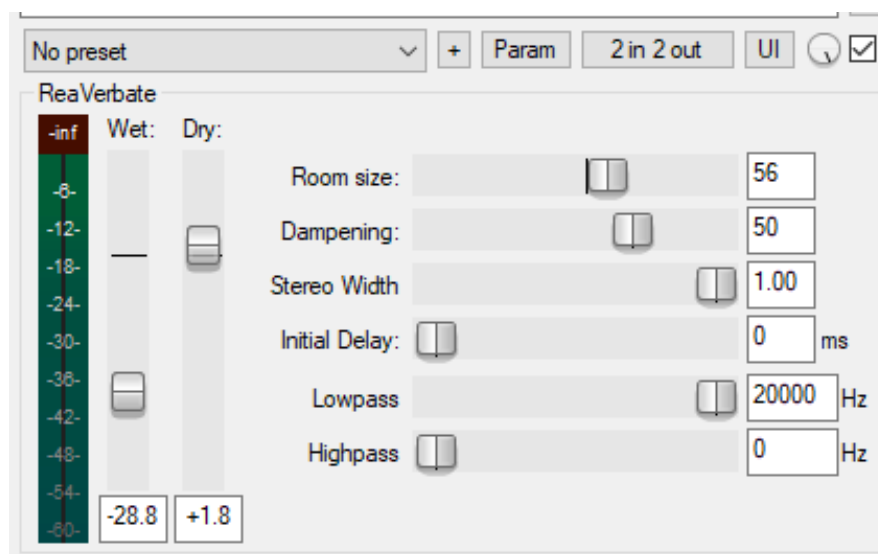


Figura 21. *Reverberación aplicada a las Maracas Llaneras*



En el caso de este instrumento se utilizó el plugin dearVR Micro, el cual tiene como función manejar la emisión de sonido creando la sensación de 3D, el cual es un tipo de paneo que tiene resultados muy particulares.

Figura 22. *Pluggin DearVR aplicado a las Maracas Llaneras*



Para la voz se colocaron más procesos para lograr nitidez y brillo, entre los principales procesos se inició con la ecualización el cual se colocaron filtros pasa altos y pasa bajos, ubicando el manejo de las ganancias en un rango entre los medios y agudos, entre los 300H a los 20Khzs.

Para la compresión se usó el pluggin nativo como en el resto de los instrumentos con un ration de 2:1, el Threshold se mantuvo en -18 dB para todas las voces, siendo en el caso de la reverberación donde se presentó algunas variaciones, mínimas en el wet y el dry del pluggin pero con un room size de 47 para todas las voces.

Figura 23. Procesos aplicados a la Voz

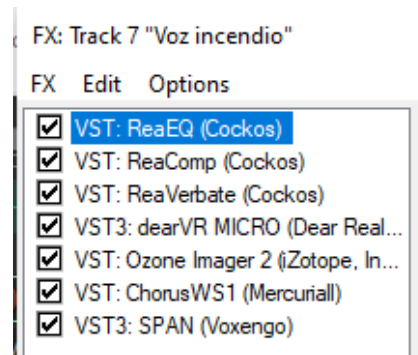


Figura 24. Ecuación aplicada a la Voz

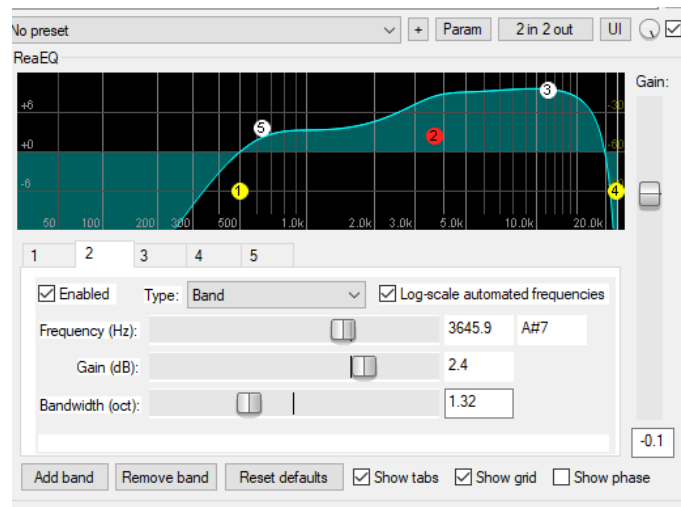


Figura 25. Compresión aplicada a la Voz

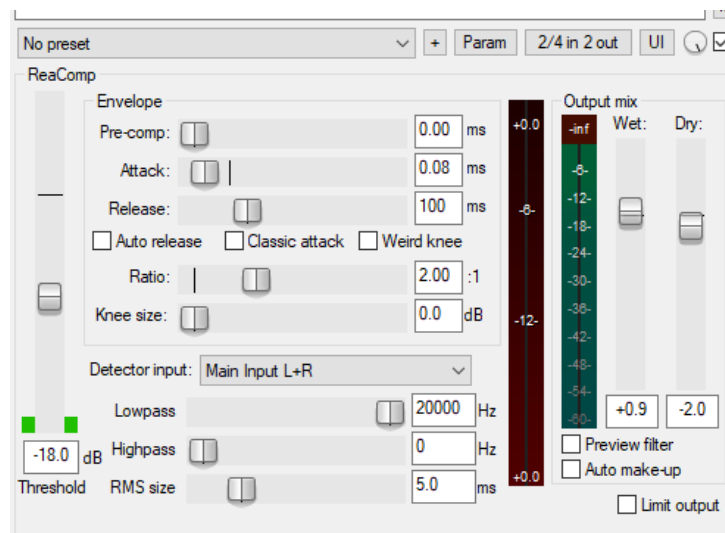
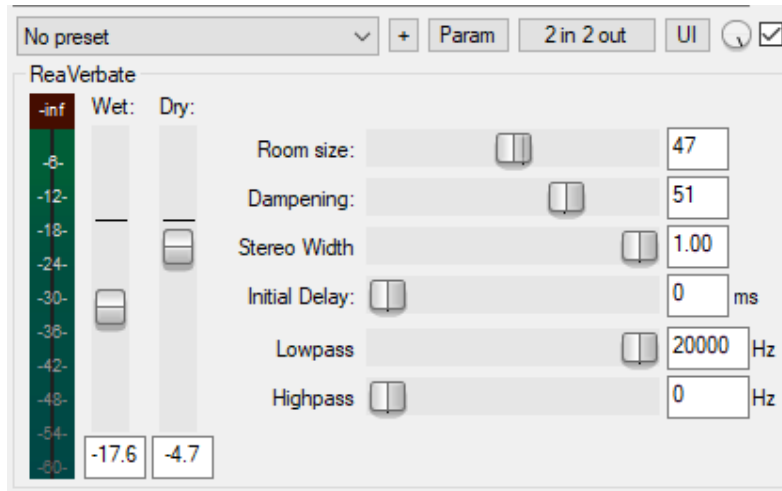


Figura 26. Reverberación aplicada a la Voz



Para distribuir el sonido de la voz se usaron dos pluggin el dearVR y el Ozone de la marca Izotope, también se aplicó el chorus Mercuriall el cual ayudo a mejorar el volumen de la voz, la frecuencia fue monitoreada con el pluggin SPAN de la marca Voxengo.

Figura 27. Pluggin DearVR aplicado a la Voz



Figura 28. *Pluggin Ozone aplicado a la Voz*

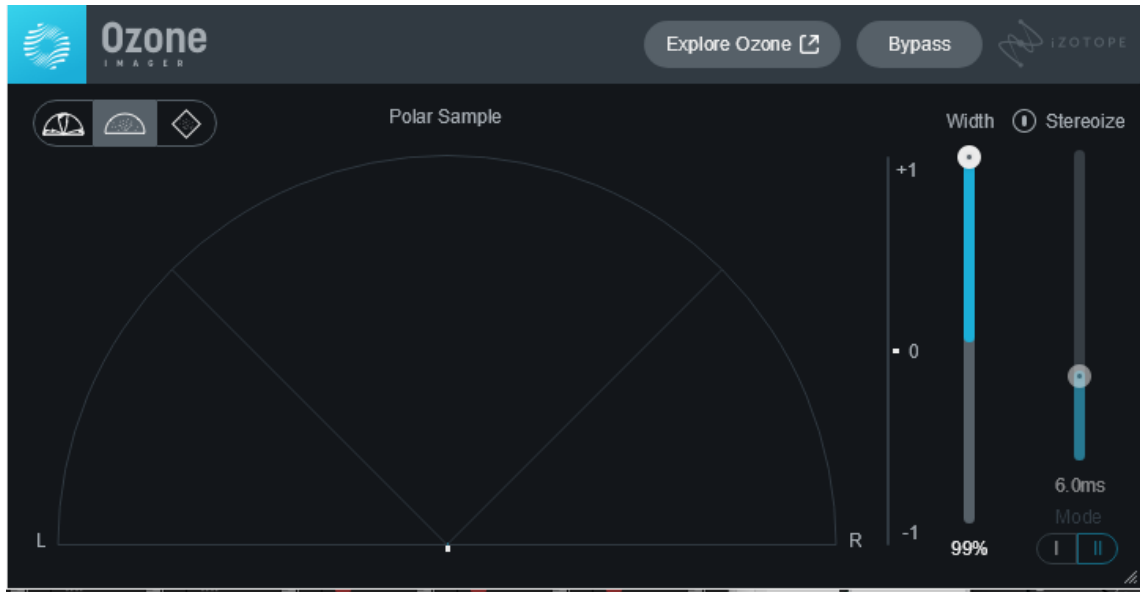


Figura 29. *Chorus aplicado a la Voz*



Figura 30. *Pluggin SPAN aplicado a la Voz*



En el caso de la voz de las locuciones solo se aplicó la ecualización, compresión y la reverberación con pluggin nativos.

Figura 31. *Procesos aplicados a la voz de las locuciones*



El bajo se hizo en formato MIDI al cual se le coloco el VST Ample Bass P. Lite II el cual fue ajustado y se le coloco reverberación y ecualización como procesos dinámicos para mejorar la sonoridad.

Figura 32. *Procesos aplicados al Bajo*

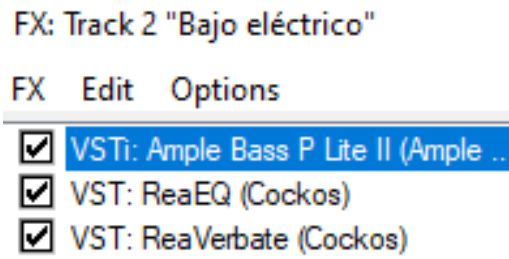


Figura 33. *VST Ample Bass P. Lite II*

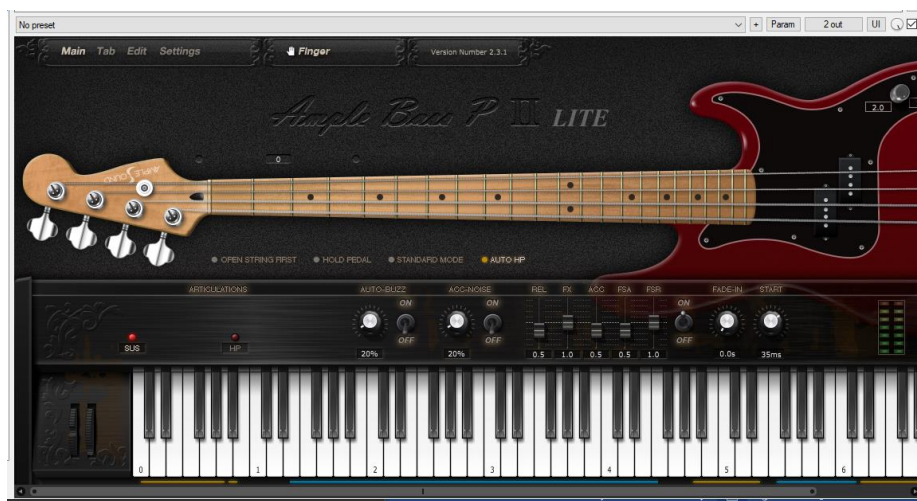


Figura 34. *Ecualización aplicada al Bajo*

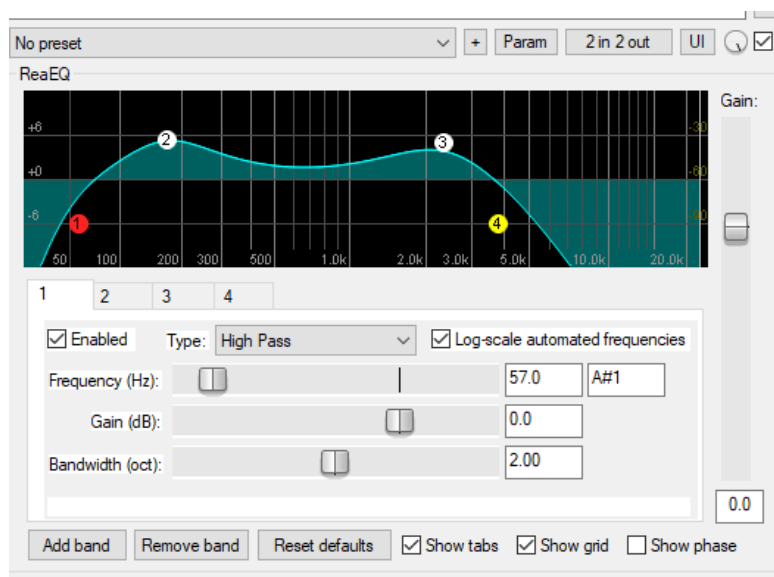


Figura 35. Reverberación aplicada al Bajo



Para la línea melódica escrita para la bandola se ajustó el VST de una mandolina que al ser un instrumento que se toca con un plexo, simula la tímbrica del instrumento que se busca recrear.

Dicho VST es de la familia de pluggins de la marca Spitfire Audio, el cual es gratuito y de configuración intuitiva, se aplicaron los procesos de ecualización, compresión, reverberación y el ChorusWS1 Mercuriall.

Figura 36. Procesos aplicados a la Bandola

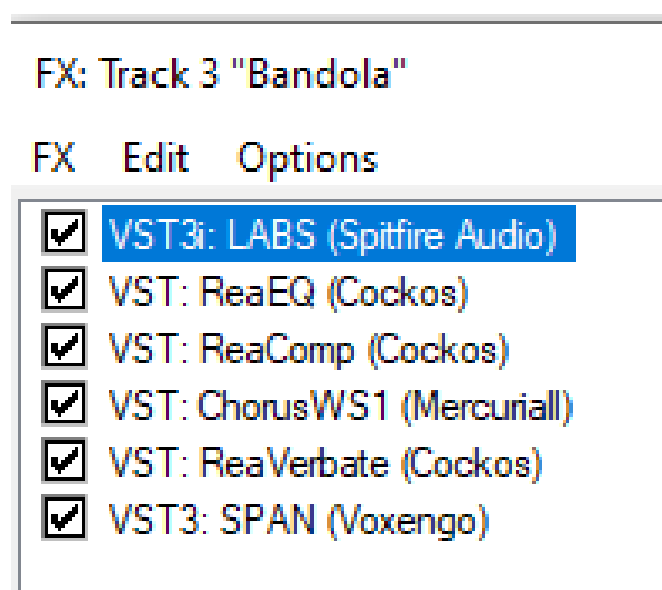


Figura 37. *Pluggins Spitfire Audio*

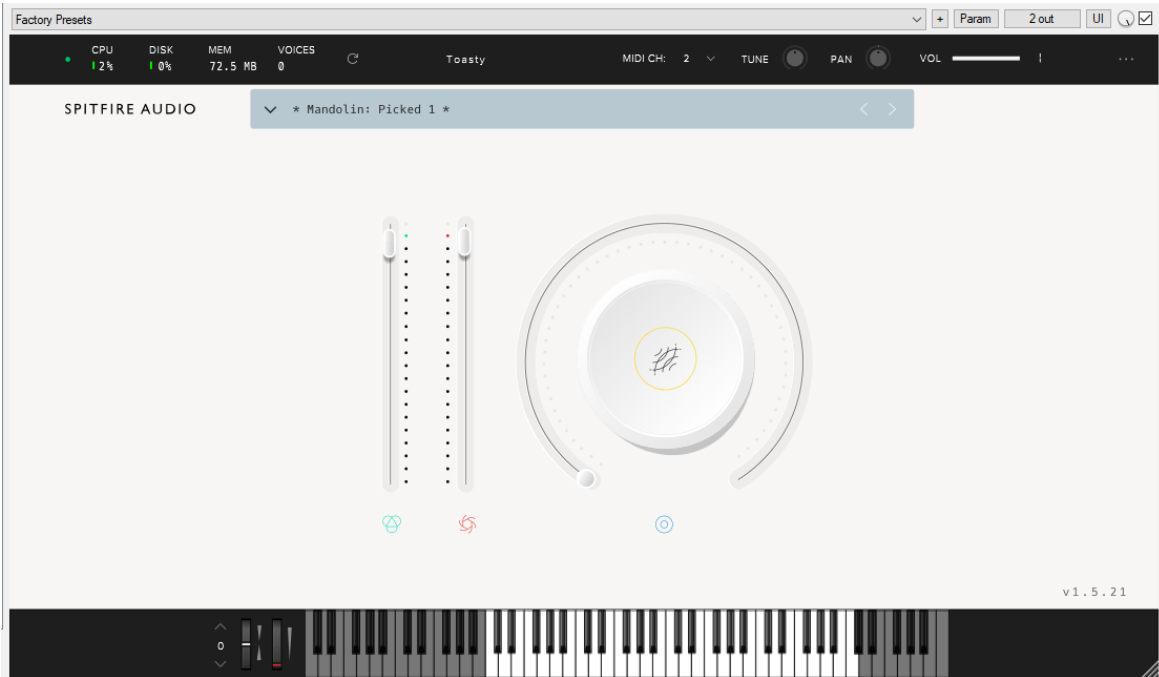


Figura 38. *Ecuación aplicada a la Bandola*

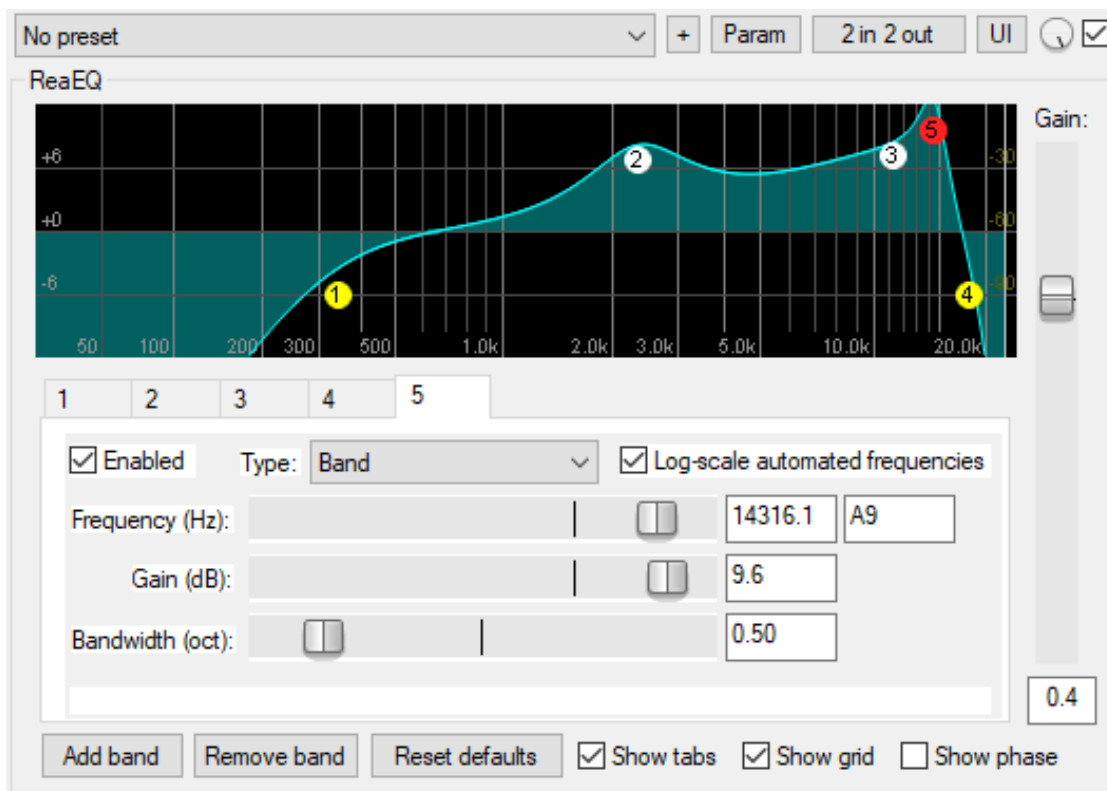


Figura 39. *Compresión aplicada a la Bandola*

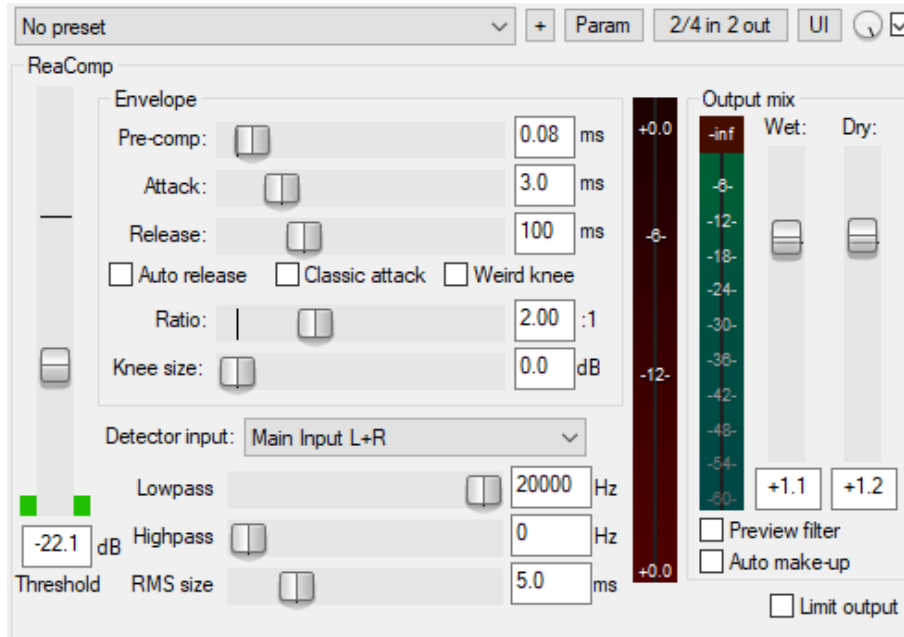
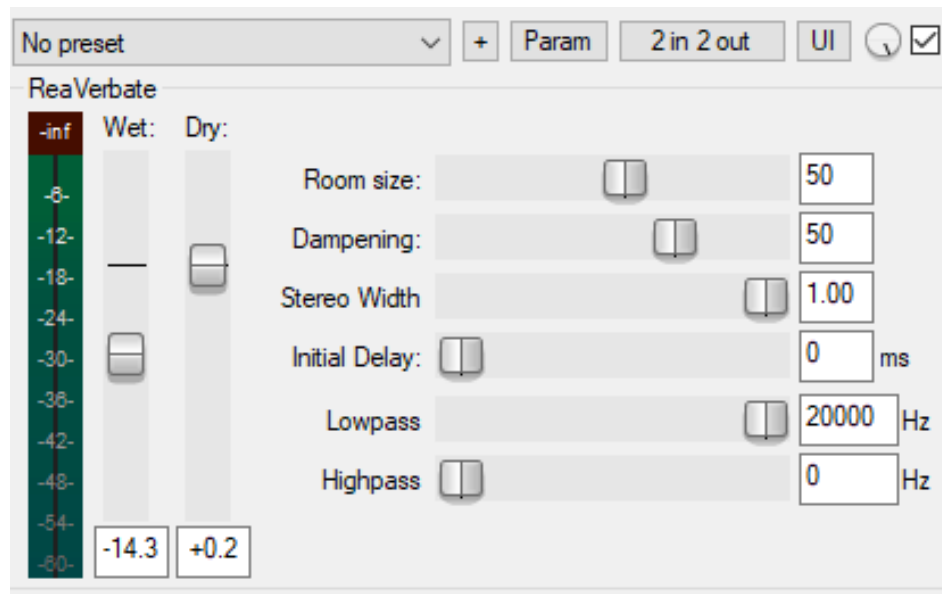


Figura 40. *Chorus aplicado a la Bandola*



Figura 41. Reverberación aplicada a la Bandola



Dentro de esta etapa de aplicación de procesos fue importante la monitorización de las frecuencias, para lo cual se usó el software SPAN de Voxengo.

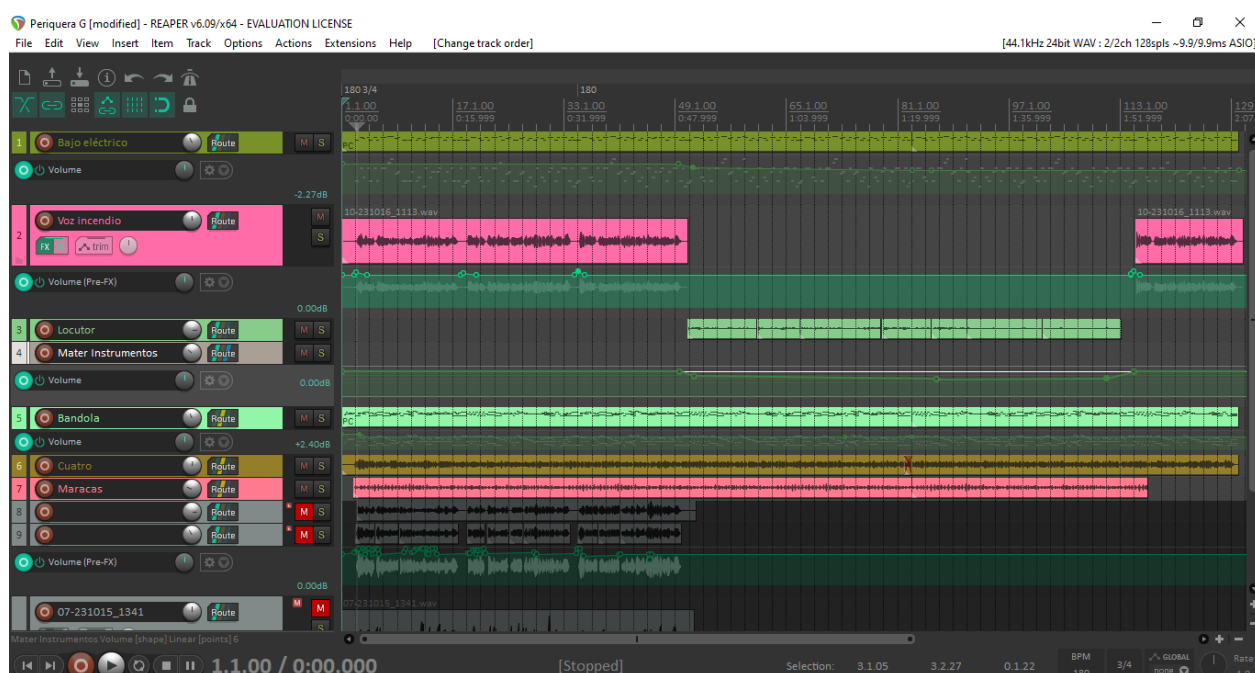
Figura 42. Pluggin SPAN aplicado a la Bandola



Automatización

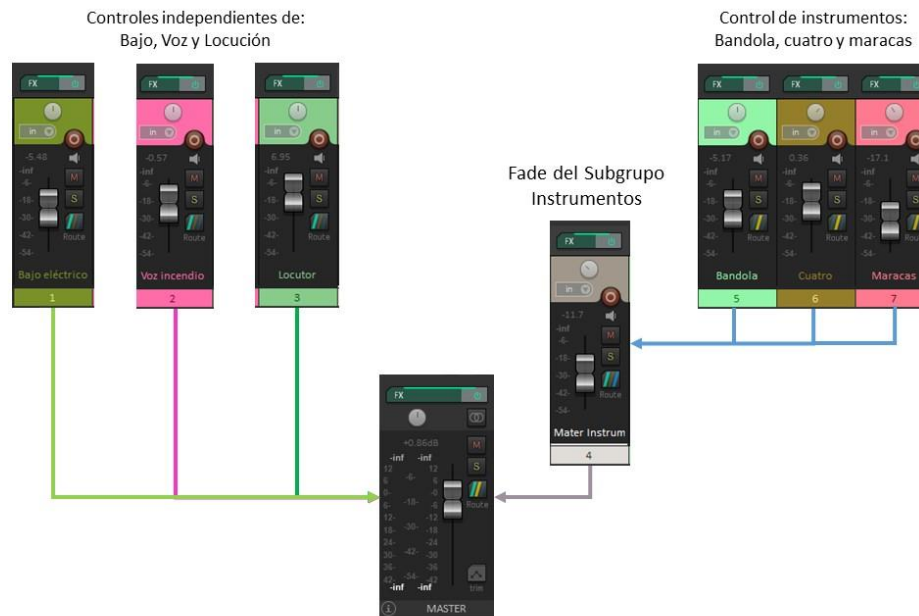
Para nivelar el volumen de algunos fragmentos de la voz y de los instrumentos, se utilizó la automatización del volumen pre efecto, lo cual ayudo a ajustar cual parte podría ser resaltada y a cual se le debía bajar la amplitud del sonido, en el caso de los instrumentos bases como la bandola, el cuatro y las maracas se agruparon en un subgrupo para disminuir su volumen al momento de que apareciera la locución.

Figura 43. Automatización



Al subgrupo de estos instrumentos mencionados solo se le aplico el efecto de reverberación nativo del DAW Reaper, ya que su función fue la de bajar el volumen de forma uniforme, la automatización del bajo fue similar pero se consideró que en el momento de la locución debía tener más presencia que el resto de instrumentos, por esto su automatización fue individual.

Figura 44. *Envío de señal.*



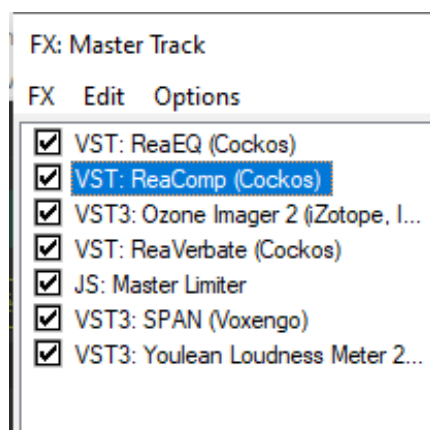
Mastering

Esta fase se trabajó sobre la mezcla de los audios, desde el fader del master, a cual se le colocaron procesos como el ReaEQ, el Ozone Imager 2, Rea Verbate, Master Limiter y se observó las frecuencias con el pluguin SPAN.

Figura 45. *Fader master*

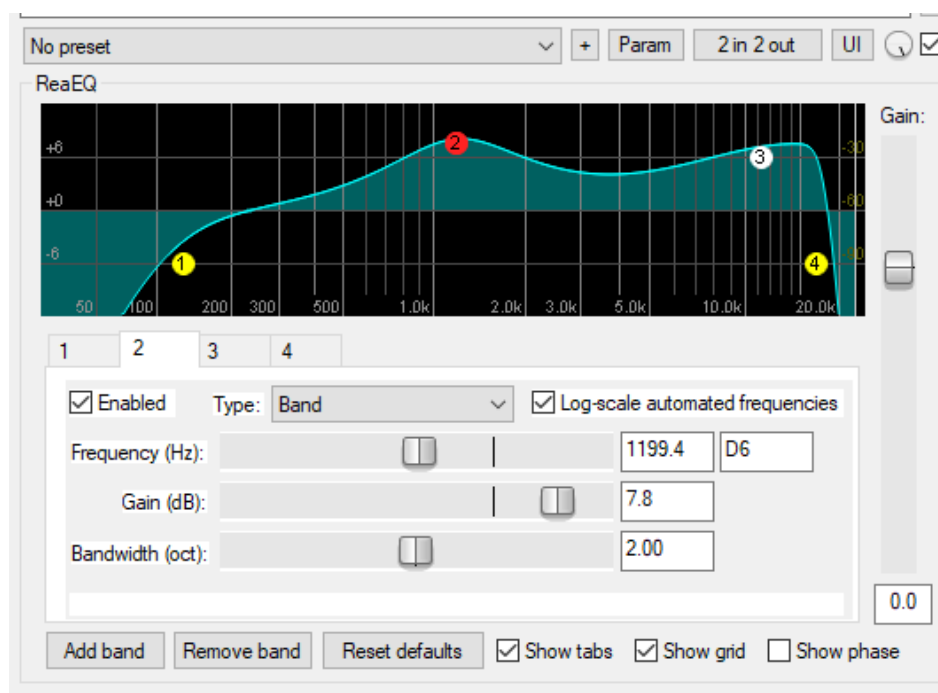


Figura 46. *Procesos aplicados en el Mastering*



La ecualización se caracterizó por la aplicación de filtros pasa altos y pasa bajos, y aumentar el área media y los altos entre los 500hz a los 20Khz,

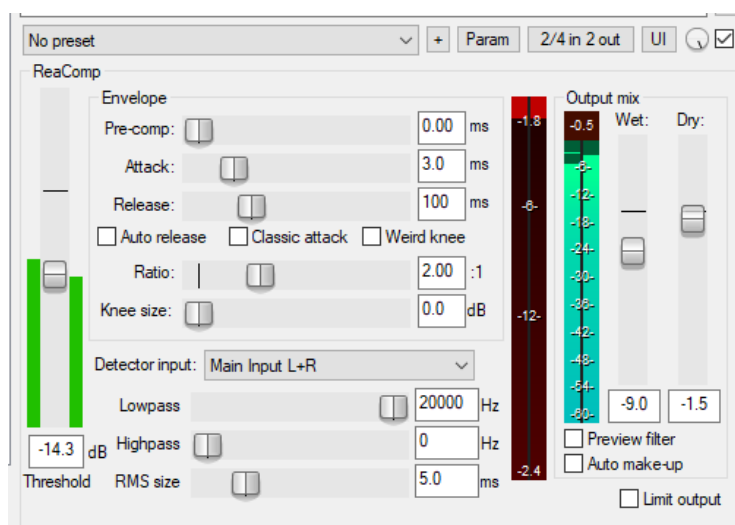
Figura 47. *Ecualización aplicada en el Mastering*



La compresión de la mezcla se realizó con el ReaComp que es nativo del DAW, se ajustó un threshold en -14.3 dB con un ratio de 2:1, ataque de 3 ms y un reléase de 100ms, el cual se

fue ajustando con el fin de no dañar el audio y buscar el mejor entendimiento de los elementos de la pieza.

Figura 48. *Compresión aplicada en el Mastering*



Para ampliar la polaridad del sonido se aplicó el pluggin Ozone, con un 93% de width y así mejorar el sonido estéreo de los temas, con la reverberación en esta parte del proceso de masterización se buscó que la sonoridad del conjunto se percibieran en un mismo lugar, para esto el pluggin reaverbata, nativo del DAW Reaper, se configuro en un room size 34, wet de -40.5 y dry de -3, el dampening se dejó en 50.

Figura 49. *Pluggin aplicado en el Mastering*

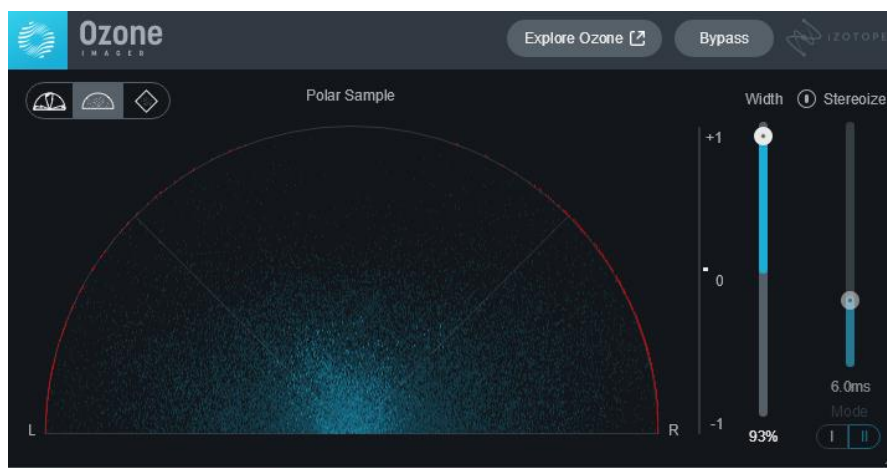
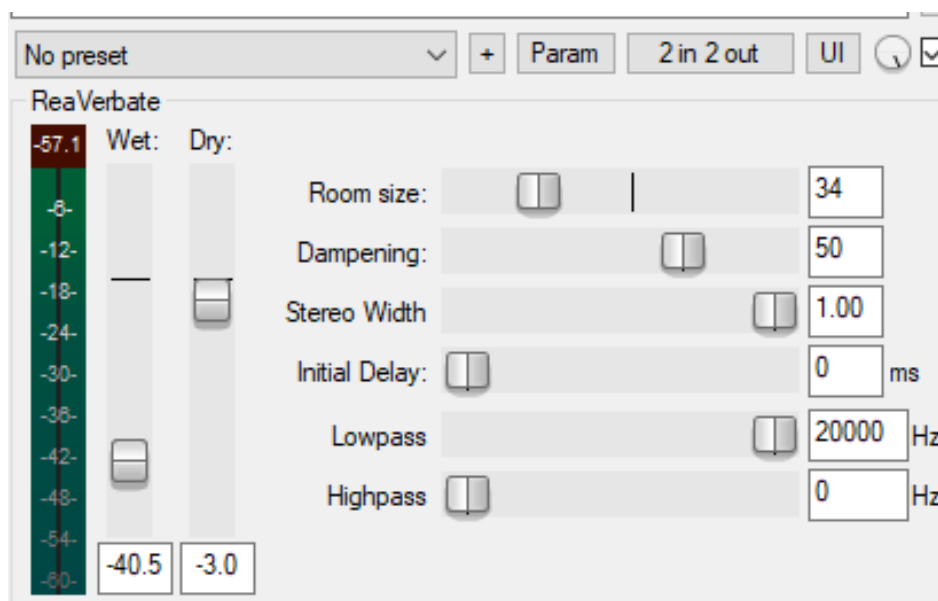
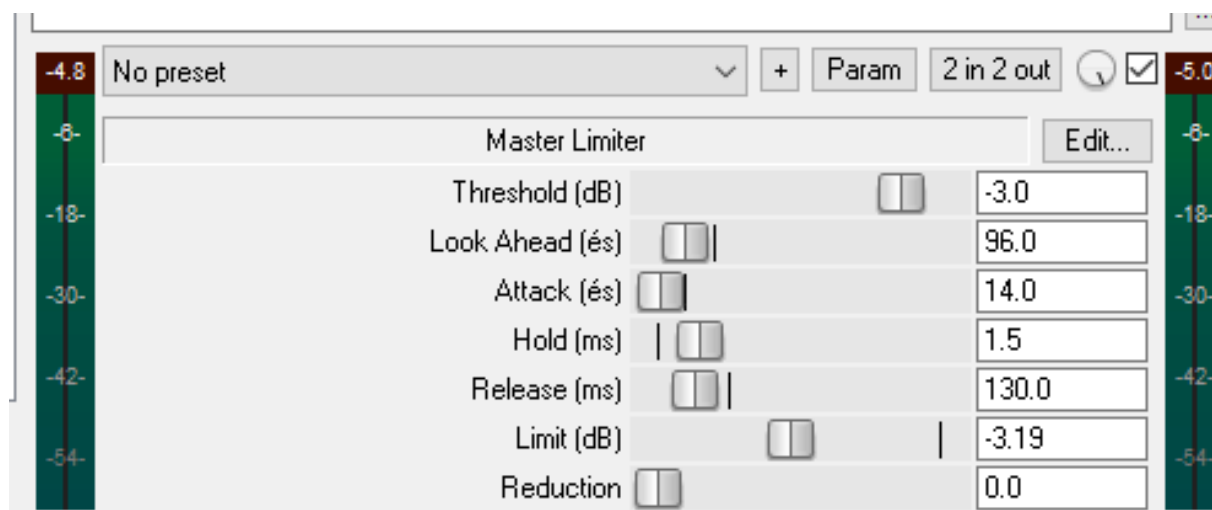


Figura 50. Reverberación aplicada en el Mastering



El limitador fue aplicado para evitar que la frecuencia se saturara y conservara un buen nivel de volumen para esto se utilizó un plugin nativo de Reaper llamado JS: Master Limiter, los aspectos más importantes que se ajustaron para cada jingle fueron el threshold en -3 dB y el limit en -3,19 dB, el ataque se colocó en 14 ms y un relase en 130 ms lo cual es tiempo suficiente para mantener cualquier pico de la frecuencia de la mezcla.

Figura 51. Limitador aplicado en el Mastering



La implementación de los pluggin SPAN y Youlean se utilizaron para monitodizar el comportamiento de la frecuencia y su amplitud, el primero de estos sirvió para ver la imagen de la frecuencia y el Youlean fue clave para ajustar los LUFS integral entre -13 a -15 y cuidando que no se generara saturación de cada jingle.

Figura 52. *Pluggin SPAN aplicado en el Mastering*



Figura 53. *Pluggin YOULEAN – medidor loudness aplicado en el Mastering*

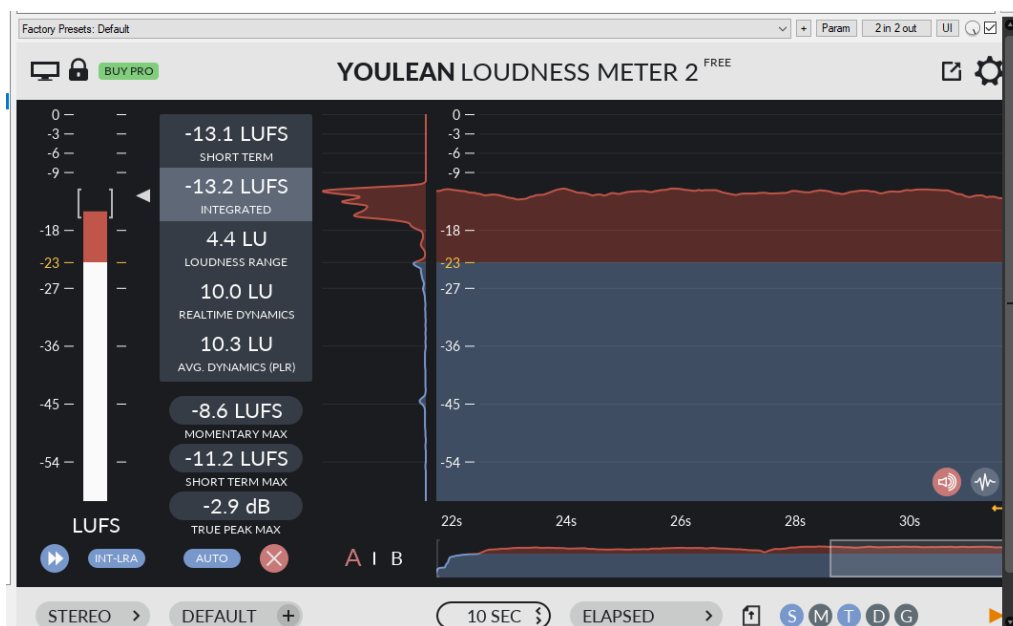


Tabla 3. *Cadena de mastering*

Proceso Dinámico	Aplicación
Ecualizador gráfico:	Frecuencia afectada:
Nombre: ReaEQ	Hi-pass 100 Hz.
Marca: Nativo de Reaper.	Low-pass 20Khz.
Compresión:	Threashold: -14.3 dB
Nombre: ReaComp.	Ratio de 2:1
Marca: Nativo de Reaper.	Ataque: 3 ms
	Release: 100ms
Ancho de imagen estéreo:	Width: 93%
Nombre: pluggin Ozone.	
Marca: iZotope.	
Reverberación:	Room size: 34.
Nombre: Reaverbate.	Wet: -40.5.
Marca: Nativo de Reaper.	Dry de -3.
	Dampening: 50.
Limitador:	Threshole: -3 dB.
Nombre: JS: Master Limiter.	Limit: -3,19 dB.
Marca: Nativo de Reaper.	Ataque: 14 ms.
	Relase: 130 ms.
Medición de Frecuencia:	Pluggin para detección de estimación
Nombre: SPAN	del <i>Headroom</i> y detección de Clip.
Marca: Voxengo	
Medición de sonoridad:	Se monitorio que la sonoridad se mantuviera
Nombre: YOULEAN – medidor	entre -12 dB a -14 dB.
loudness	
Marca: Youlean	

Luego de obtener el sonido esperado en cada una de las 6 piezas del portafolio, se procedió a exportar los archivos en formato WAV con un rate de 44.100Hz en estéreo, especificaciones acordadas con el director de la emisora comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3.

Figura 54. Panel de opciones de render en el DAW Reaper

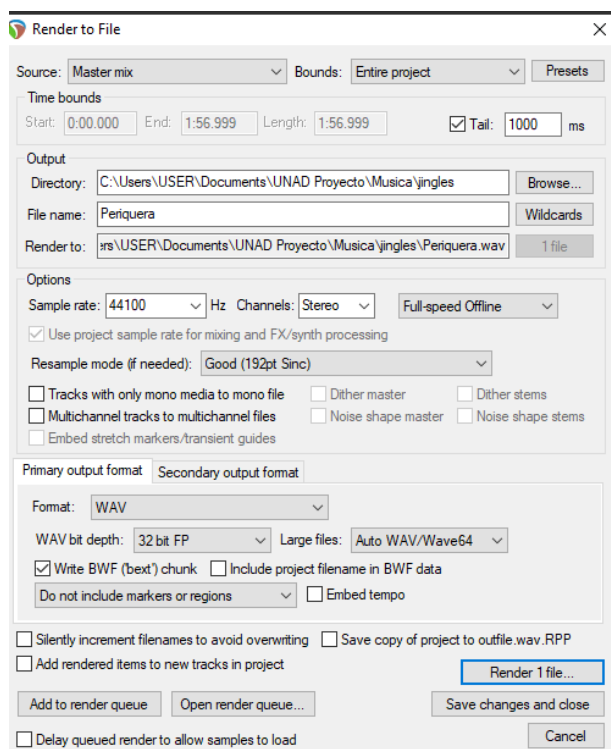
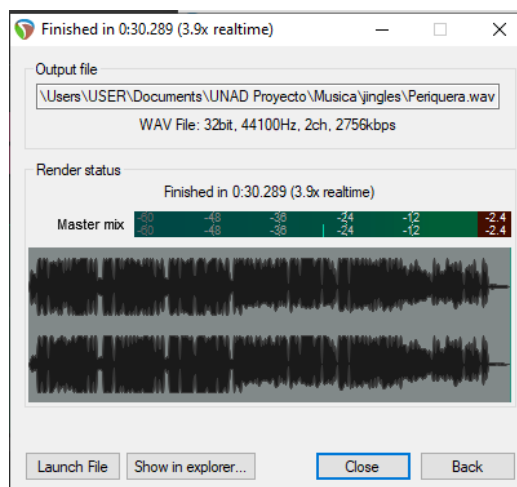


Figura 55. Proceso de renderizado en Reaper



Plan de emisión de los jingles

Debido a la temática de cada jingle estos serán emitidos según sea la temporada, ya que algunos mensajes hablan de medidas ante lluvias y otros están enfocadas al incendio, esta distribución se considera como el plan de exhibición de los productos obtenidos en este trabajo y será manejado según el criterio de la emisora Puerto Carreño Stereo 104.3.

Conclusión

Para la creación del portafolio de temas propuestos para la difusión del mensaje requerido por emisora Puerto Carreño Stereo 104.3, se tuvo en cuenta las habilidades y los pasos ordenados para que los resultados se den acorde a los objetivos planteados, pero a su vez se mantuvo claro la interrogante a responder con los resultados del trabajo de investigación que se desarrolló bajo el enfoque de investigación + creación.

La recopilación de la información fue lo suficientemente clara para determinar en qué ritmos se harían los jingles y el porqué de la preferencia del joropo dentro de la audiencia de la emisora comunitaria Puerto Carreño Stereo, y también determino la viabilidad para crear las piezas publicitarias integrando mensajes que sirvieran para la gestión de riesgo, también se pudo ver la necesidad por parte de la directiva de la estación por promover estos temas dentro de la programación radial.

La revisión de la música publicitaria que llegaron a ser parte importante en el país, demuestra que estas piezas de producción han llegado a ser parte de la cultura popular, y muchas de ellas a pesar del paso del tiempo siguen en la memoria de la población colombiana, es por esto que el trabajo de producción del portafolio de piezas musicales publicitarias en el género de joropo y sus variedades de ritmos fue un reto desde la composición hasta cada una de sus fases para obtener el producto final, sin embargo al aplicar la metodología adecuada para la disciplina musical se pudo completar cada desafío.

Se consideró que la creación del portafolio de publicidad podría aportar a difundir la información requerida por la emisora y a su vez aplicar todos los conocimientos y habilidades aprendidas en la formación como Músico con énfasis en Producción Musical de la UNAD y también ser partícipe del uso del arte con un fin social que ayude a la difusión de mensajes cada vez más positivos a través del folclor en todas sus expresiones.

Link de jingles:

https://drive.google.com/drive/folders/1zbiMV39gFBMvKQIzX1o73xmoZYxd9Wmg?usp=drive_link

Referencias

Benavente, S. 2007. La Cultura Popular: La Música Como Identidad Colectiva.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=371336239004>

Billorou, O. 2001. 4ta ed. Introducción a la publicidad. Editorial El Ateneo.

Calderon, C. 2015. Aspectos Musicales del Joropo de Venezuela y Colombia.

<https://zenodo.org/record/4638582>

Colombia CO. 2023. Región de la Orinoquía. <https://www.colombia.co/pais-colombia/geografia-y-medio-ambiente/region-de-la-orinoquia/>

Colombia-Info. 2023. Región de la Orinoquia. <https://www.colombia.com/colombia-info/folclor-y-tradiciones/bailes-y-trajes-por-regiones/region-orinoquia/>

Córdoba, C. 2019. Guía investigación-creación.

https://sired.udenar.edu.co/6796/2/GUIA_MADIS_VF8-1.pdf

Departamento Administrativo de la Función Pública. 2012. Ley 1523 de 2012.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=47141>

Escuela Europea de Versailles. ¿Qué fases conforman la producción musical?.

<https://escuelaversailles.com/produccion-musical/>

Euroinnova. 2023. ¿Qué es producción musical?. [https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-](https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-produccion-musical#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20musical%20es%20el,m%C3%BAsica%20e%20inicia%20su%20distribuci%C3%B3n.)

[produccion-](https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-produccion-musical#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20musical%20es%20el,m%C3%BAsica%20e%20inicia%20su%20distribuci%C3%B3n.)

[musical#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20musical%20es%20el,m%C3%BAsica%20e%20inicia%20su%20distribuci%C3%B3n.](https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-produccion-musical#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20musical%20es%20el,m%C3%BAsica%20e%20inicia%20su%20distribuci%C3%B3n.)

Federación de Enseñanza CC. OO de Andalucía. 2011. DIFUSIÓN PUBLICITARIA.

<https://feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd8442.pdf>

Hormigos, J. 2010. La creación de identidades culturales a través del sonido.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3164958>

Jones, H. 2023. ¿Qué es un DAW?. <https://www.steinberg.net/es/tutorials/what-is-a-daw/>

López, A. (S.f). Los jingles originales más recordados por los bogotanos en la década de los ochenta, y su efectividad.

https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_02.pdf

López, A. 2017. La efectividad de los jingles y su poder de recordación.

<file:///C:/Users/USER/Downloads/Laefectividaddelosjinglesysupoderderecordacin-AndrsLpezG..pdf>

Martin, M. 1991. Del folclor llanero. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/10969>

MinCultura. 2023. Herramientas para la gestión cultural pública.

https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/ManualGestion_optimized_Final_11_06_13.pdf

OPS. 2022. Múltiple Afectación Vichada Situación De Salud.

https://www.r4v.info/sites/default/files/2022-12/multiple_afectacion_vichada_-_situacion_salud_2022.pdf

OPS. 2022. Música para promover la salud: encuentro entre la OPS y la Orquesta Ayacucho.

<https://www.paho.org/es/noticias/15-9-2022-musica-para-promover-salud-encuentro-entre-ops-orquesta-ayacucho>

P&M. 2018. Edición de colección 450.

https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/20180826cr45sbq.pdf

Patiño, K. 2020. Aplicación E Influencia De La Música En La Publicidad.

<https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/2891/1/Patino-Florez-Karen-Vanessa.pdf>

RAE. 2023. Cantautor,ra. <https://dle.rae.es/cantautor>

Rubio-Romero, J., Perlado -Lamo de Espinosa, M., & Ramos- Rodriguez, M. (2019). La música en la publicidad que atrae a los jóvenes. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 97-124.

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6537>

Tovar, E. 2022. Portafolio de piezas musicales publicitarias para la emisora comunitaria Radio guía del municipio de El colegio – Cundinamarca.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/54494>

UTadeo. 2015. Jaime Valencia: un tadeísta entre la publicidad y la música.

<https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/jaime-valencia-un-tadeista-entre-la-publicidad-y-la-musica>

Vega, J., Tapias, C., Pérez, C. 2019. Radio comunitaria y construcción de paz en Colombia.

Comunicación, interacción y planeación participativa para el posconflicto.

<file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet->

<RadioComunitariaYConstruccionDePazEnColombiaComuni-8241535.pdf>

Anexos

Anexo 1. Entrevista al director de la radio comunitaria Puerto Carreño Stereo 104.3

Emisora Puerto Carreño Stereo 104.3 – Vichada. 21/08/2023.

Entrevista realizada al director de la emisora Sr. José Isaac Beltrán Porras.

Realizada por Jesús Daniel Rondón Arreaza.

Entrevista:

J. Rondón: ¿Cuentan actualmente con jingles publicitarios en la emisora?

Sr. Beltrán: La emisora si cuenta con jingles, más que todos enfocados en la identificación de la programación y la emisora en sí.

J. Rondón: ¿tienen alguno de carácter social, que sirva para la promover información de interés colectivo?

Sr. Beltrán: La verdad es que no, pero suena interesante la propuesta, nosotros como emisora comunitaria deberíamos enfocarnos en difundir este tipo de información, pero la producción de estos jingles corren por iniciativa de la misma comunidad, sin embargo sería muy bueno contar con estos jingles para gestionar soluciones a problemáticas como el riesgo y desastre en el departamento.

J. Rondón: ¿De poder producir estos jingles cual serían los géneros musicales que se ajustarían a la imagen de la emisora?

Sr. Beltrán: Esta emisora está dirigida en su mayoría a un público llanero, característico del oriente del país, en donde participan todas las etnias del departamento y los criollos que prefieren en su mayoría la música llanera, por esto yo diría que sería bueno hacerlo en los diferentes estilos del joropo.

J. Rondón: ¿Cuáles seria esos estilos?

Sr. Beltrán: El gabán no puede faltar, también hay dos golpes interesantes como lo son la periquera y la zumba que zumba, creo que estos géneros son muy agradables y a la audiencia les gustaría.

Anexo 2. *Registro fotográfico de la entrevista*



Anexo 3. Letras de los Jingles

Periquera Incendio

A mi llanura querida
 Llano querido yo le vengo a relatar
 Que en los tiempos de verano nos debemos de cuidar
 De que si existe un incendio no se debe propagar

Para esto ya les traigo
 Traigo en mi canto como poder evitar
 Que se queme la sabana
 Y las cosas materiales
 Y evitar una tragedia con consecuencias mortales

Por eso pare la oreja
 Hermanos míos de lo que voy a cantar
 Un buen plan comunitario
 Tenemos que practicar
 Pa'cuando llegue el momento
 Ya sabremos cómo actuar

Locutor

Durante la temporada de sequía evitemos los incendios de cobertura vegetal organizándonos dentro de nuestras comunidades para tener conciencia de:

- No hacer fogatas en zonas verdes ni en la sabana. Por más precauciones que se tengan, una chispa puede generar un gran incendio.
- Evitar las llamadas “quemadas controladas” que pueden terminar en un incendio de cobertura vegetal.
- No arrojar colillas de cigarrillos o fósforos encendidos

– Los envases de vidrio pueden crear un efecto lupa y el pasto seco le serviría como combustible así que lo más recomendable es que no arrojemos estos elementos a la llanura.

- Conservar los lugares libres de residuos y utilizar los recipientes dispuestos para ese fin.
- En caso de situaciones anómalas, inseguras o sospechosas avise a las autoridades competentes como bomberos, Policía nacional, Defensa civil, Cruz Roja entre otras que se encuentren en su territorio.

Esto es un mensaje de la emisora comunitaria Puerto Carreño estéreo 104.3

Cuidemos nuestra llanura.

Zumba que Zumba Inundación

Ahora quiero cantarles
Oiga mi bien
Que la lluvia es bendición
Ya que con ella regamos a toda la plantación
Pero si nos descuidamos se viene la inundación

Hay que tomar las acciones
Mira acciones
Para estar bien preparado
Y que estas situaciones no nos agarren descuidao
El llanero prevenido nunca queda lamentao.

La naturaleza es sabia
Ella es muy sabia
Siempre busca su costao
Por eso que cuando llueve el rio queda levantao
Y si no nos percatamos todo queda debastao.

Locutor:

Para evitar que las inundaciones nos afecten es bueno considerar:

- No construir en zona de inundación recurrente, infórmese si vive en una zona de alto riesgo y que puede hacer en caso de una inundación.
- conozca las señales de alerta.
- organice su equipo de emergencia.
- determine un lugar al cual puede evacuar en caso de presentarse una inundación.

Durante la inundación

- No preste atención a rumores, versiones o comentarios de personas no autorizadas, manténgase informado de las fuentes oficiales.
- Trate en lo posible de mantener la ropa seca y permanecer mucho tiempo dentro del agua.
- Manténgase con su familia en un lugar seguro y cumpla con las instrucciones de los organismos de socorro.
- y evacue el área si es necesario.

Esto es un mensaje de la emisora comunitaria Puerto Carreño estéreo 104.3

Cuidemos nuestra llanura.

Gabán Plan Familiar

AAAAAAAAAAH

Este gabán lo traigo

Pa' que todos Aprendamos

Pa' que todos Aprendamos

A cuidar nuestra familia

Y así juntos mitigar

Desde inundaciones por lluvias

A un incendio forestal

Pero primero aclaremos

Como debemos actuar

Como debemos actuar

Hay algunas amenazas que son

De causa natural

Pero hay otras que el hombre

Ha logrado provocar.

Para eso hay que activarnos

En un gran plan familiar.

Como un equipo

Tomar acciones

Para evitar

Sufrir lesiones

De manera organizada y en familia debemos

1. Realice frecuentemente la verificación de amenazas y riesgos en su vivienda, así como el vecindario, reconociendo cuales deben ser prevenidas y controladas para disminuir la posibilidad de emergencias y desastres.
2. Refuerce, repare, reubique, ordene y asegure muebles y objetos e instalaciones en su vivienda para mitigar (disminuir) el efecto de posibles emergencias o desastres sobre la personas la construcción.
3. Cerciórese de la ubicación y como cerrar o desconectar; las llaves de los cilindros de gas, la llave de la estufa de gas, los tacos o fusibles eléctricos y el registro del agua entre otros.
4. Todo plan familiar para emergencia debe definir cómo hacer una evacuación; dibuje un pequeño plano de su vivienda y los puntos de encuentro y las rutas para salir a un lugar seguro.
5. Disponga de un equipo básico para emergencia compuesto: Agua, alimentos, botiquín, herramientas, ropa de cambio y artículos especiales que utilice alguien de la familia como silla de ruedas, muletas o medicamentos.

6. Un plan familiar para emergencia requiere asignar tareas específicas a cada integrante de la familia distribuidas de acuerdo con la edad y capacidad de cada uno, no encargue acciones de riesgo o responsabilidad a los niños.
7. Es importante tener los números telefónicos de instituciones de socorro y salud, así como de familiares y vecinos que puedan apoyarle en una emergencia.
8. Realice ejercicios con su familia para verificar como evacuarían la vivienda o como cortarían el gas o la luz; esto les permitirá estar preparados para situaciones de emergencia o desastre.

Esto es un mensaje de la emisora comunitaria Puerto Carreño estéreo 104.3

Cuidemos nuestra llanura.

Como un equipo

Tomar acciones

Para evitar

Sufrir lesiones

Y con un plan familiar todos somos ganadores.

Gabán

Listado de verificación

Seguro mato a confianza
 Por eso señores
 No nos
 Debemos descuidar
 Y un listado realizar
 Para poder verificar

Que estamos preparados
 Ante riesgo, amenaza y
 La vulnerabilidad
 Pues la intención es evitar
 Emergencias.

Bien verificado
 Para luego actuar
 Todo bien chequeado
 Así debe andar
 Para que ningún desastre nos pueda perjudicar.

- pregunte por desastres o emergencias ocurridas en épocas o años pasados.
- determine amenazas cercanas o relacionadas con su vivienda.
- inspeccione el almacenamiento de químicos o combustibles.
- identifique almacenamiento o distribución cercana de pólvora.
- asegúrese de no tener disolventes o pinturas al alcance de los niños.
- Revise las instalaciones eléctricas, de gas y agua en su vivienda.
- inspecciones y limpie sifones y canales de agua lluvias
- verifique la estabilidad de muros, tanques de agua y tejas.
- Encuentre y asegure materas y objetos que puedan caer en un sismo.

Verificando la preparación para emergencias.

- Verifique si se tiene organizado y probado un plan para emergencias.
- Compruebe que Ud. y su familia están preparados en primeros auxilios.
- ¿Se reúne su familia para hablar de organización en emergencia?
- ¿Se ha preguntado usted que hacer en una situación de emergencia?
- Verifiquen que harían y como se apoyarían sus familiares y vecinos.
- ¿Dispone en su casa de los elementos mínimos para superar una emergencia?
- ¿Reconocen sus hijos una amenaza o entienden cuando están en riesgo?
- ¿Sus familiares saben cómo ayudarse unos a otros?
- Han practicado una evacuación familiar en el último año.
- Están definidas acciones, específicas para cada persona en su familia.
- Verifique la ubicación rápida de llaves y documentos.

Esto es un mensaje de la emisora comunitaria Puerto Carreño estéreo 104.3
 Cuidemos nuestra llanura.

Bien verificado

Para luego actuar
Todo bien chequeado
Así debe andar
Para que ningún desastre nos pueda perjudicar.

Anexo 4. *Link de partituras*

https://drive.google.com/drive/folders/11Orn3FGE58Gubv9jhfgu_LnCuNTRxFrJ?usp=drive_link