
Visiones del Madrid urbano: la enseñanza de la ciudad a través de videoclips

Views of Madrid's urban space: the teaching of the city through video clips

Marta Gallardo¹ y David García-Reyes²

¹Departamento de Geografía, Universidad de Murcia, España

²Departamento de Español, Universidad de Concepción, Chile

Resumen

Los métodos de enseñanza y aprendizaje están en pleno proceso de cambio y la introducción de las tecnologías de información y comunicación (TIC) ya es una realidad. Las nuevas generaciones de estudiantes están cada vez más informatizadas y son numerosos los estudios que demuestran que las herramientas que incluyen dichas tecnologías proporcionan un aprendizaje colaborativo y una mayor participación e interés por parte del alumnado. La web 2.0 crece exponencialmente, tanto su uso personal como profesional y también como complemento en la docencia. En este sentido, los videoclips que se encuentran en la plataforma YouTube combinan el medio audiovisual con la música (dos aspectos que suelen motivar a la población joven) y pueden ser reproducidos de manera gratuita. Su visionado puede introducirse en el aula sin necesidad de dedicar un tiempo excesivo y la facilidad en su uso permite que pueda ser utilizado tanto por alumnado o académicos que no estén muy familiarizados con las TIC. Se presenta una propuesta cuyo objetivo es analizar el espacio urbano de la ciudad de Madrid y cómo este es representado por diferentes artistas o grupos musicales, mediante la elección de dos videoclips. Se observará si dicha representación se ajusta a la realidad y cómo este medio puede influir en el imaginario colectivo, especialmente de la población joven. Esta práctica puede realizarse en los cursos de Bachillerato o primeros cursos de diferentes carreras de humanidades y ciencias sociales.

Palabras clave: enseñanza, TIC, espacio urbano, videoclips, Madrid.

Suggested citation:

Gallardo, M., y García-Reyes, D. (2018). Visiones del Madrid urbano: la enseñanza de la ciudad a través de videoclips. In López-García, C., & Manso, J. (Eds.), *Transforming education for a changing world*. (pp. 249-259). Eindhoven, NL: Adaya Press. <https://doi.org/10.58909/ad18291607>

Abstract

The introduction of information and communication technologies (ICT) in the classroom is changing the teaching and learning methods and it is already a reality. New generations of students are progressively more computerized. There are plentiful of studies that show that these technologies provide a collaborative learning and a greater participation and interest on students. Web 2.0 grows exponentially, both its personal and professional use and also as a complement in teaching. In this sense, video clips that are on the YouTube platform integrate the audiovisual medium with music (two aspects that usually motivate the young population) and can be reproduced for free. Their viewing can be presented in the classroom without the need to spend excessive time. The ease of use allows to be used by both students and teachers who are not very familiar with ICT. An exercise is presented using two video clips in order to analyze the urban space of the city of Madrid and how it is represented by different artists or musical groups, exploring if this representation is adjusted to reality and how this audiovisual medium can influence the collective imagination, especially of the young population. It can be implemented in High School courses or in first courses of different careers of humanities and social sciences.

Keywords: teaching, ICT, urban space, video clips, Madrid.

Introducción

En las últimas décadas, la enseñanza, tanto a niveles escolares como universitarios, ha ido evolucionando desde unas metodologías estáticas representadas por las clases magistrales donde el profesorado expone sus conocimientos, a unas metodologías más participativas donde el alumnado interviene, opina y colabora con los docentes y, en algunos casos, hasta diseña, elabora y expone una parte de la asignatura. El desarrollo y la posterior incorporación en los centros educativos de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) ha incentivado este cambio de manera vertiginosa, facilitando la conformación de alumnos con espíritu crítico y competencias no sólo teóricas sino de aplicación práctica. Ya en el año 2006, el Consejo de Coordinación Universitaria (CCU) español advierte que las tecnologías informáticas están destinadas a jugar un importante papel en la renovación metodológica, pues ofrecen nuevas posibilidades de interacción didáctica y tienen a su favor la familiaridad y simpatía de los estudiantes hacia la misma (Rodrigo-Cano *et al.*, 2017).

La participación asigna al alumno el rol central y activo del proceso de enseñanza y promueve aprendizajes significativos que quedan registrados en su memoria (Mayor Paredes y Rodríguez Martínez, 2017). Las estrategias realmente innovadoras son las que permiten la observación, la interrelación, la indagación, la curiosidad, el interés y el éxito en el aprendizaje a emprender (Gouveia Muñeton, *et al.*, 2017). En este sentido, el uso

de las TIC mejora la adquisición de conocimientos y la participación del alumnado (López González y Ortega Tudela, 2017; Weller, 2013; De-Pablos, 2007), si bien el éxito está condicionado con la actitud positiva de este hacia esta tecnología (Cabrero y Marín, 2014).

Por ello, en los últimos tiempos se han ido practicando diversas iniciativas docentes en el aula que incorporan distintas herramientas de la web 2.0 como Facebook, Twitter, YouTube, Skype, Blogger, Google Drive u otras redes sociales (Rodrigo-Cano *et al.*, 2017; Cabrero y Marín, 2014), siendo la primera la red social más utilizada por académicos con el objetivo de mejorar la enseñanza (Gewerc, *et al.*, 2014). Estas aplicaciones tienen diversas ventajas: en primer lugar, son gratuitas; en segundo lugar, son accesibles desde cualquier ordenador del mundo conectado a internet; y, en tercer lugar, pueden accederse a ellas desde un Smartphone o tabletas (Weller, 2013).

El videoclip en sí mismo no sólo sirve para hacer más atractivo un producto musical. Configura un eficaz medio audiovisual para atraer el interés sobre un determinado artista o grupo de intérpretes. Su importancia no sólo se circunscribe al relato de la canción que ilustra, sino también a una interpretación narrativa y discursiva de la música y de la letra. Así, los videoclips almacenados en plataforma de YouTube representan casi la totalidad de la producción musical mundial (exceptuando la que se produce en muchos países en vías de desarrollo) permitiéndonos escoger canciones que versan sobre temáticas y géneros muy diversos, y pudiendo, por lo tanto, extraer multitud de enunciados y significaciones que pueden ir desde el espacio urbano (como ejemplifica este trabajo) hasta temáticas como la cosificación, el desempleo, la pobreza, la infancia o el envejecimiento, el amor o el desamor, etc.

Analizando la ciudad

La ciudad es un contenedor arquitectónico, social, cultural, económico y espacial que ha sido estudiado desde tiempos inmemoriales de manera histórica, gráfica, cartográfica y/o pictórica. Las herramientas audiovisuales nos permiten obtener una realidad de la configuración urbana de un lugar sin tener que desplazarnos a dicha área. Numerosos han sido los estudios que analizan la ciudad mostrada en el cine (Gallardo y García-Reyes, 2018; Habibi *et al.*, 2016; Benton, 2013; Costa, 2003). En el análisis del espacio urbano de Madrid destacan los trabajos de Camarero Gómez (2016), Palacio y Romero Santos (2016) o Aertsen *et al.*, (2014). Son escasos, sin embargo, los trabajos que conjugan el análisis de esta realidad urbana mediante el uso de videoclips.

Esta herramienta conjuga vídeo y música en un intervalo muy corto de tiempo (entre tres y cinco minutos), lo que permite su utilización en el aula sin necesidad de invertir mucho tiempo en su visionado (con una película se invertiría entre una y dos horas o con una serie de televisión entre treinta minutos y setenta minutos por capítulo) y, por tanto, concentrar el interés del alumno en ese tiempo, evitando su distracción, y otorgando más espacio para la realización de tareas relacionadas con el visionado de estos y dinamizando el debate y la discusión.

El fin de este trabajo es mostrar un ejercicio que puede ser puesto en práctica en el aula con el objeto de analizar la ciudad de Madrid representada en diferentes videoclips. Dicho análisis se complementará con una cartografía colaborativa y una salida de campo. Se han seleccionado dos videoclips que han sido escogidos por representar la capital española por parte de dos artistas estadounidenses, de distinta índole musical pero reconocidos a nivel global, con el objetivo de mostrar la imagen que tienen y/o transmiten de la ciudad: *Get it Started*, de Pitbull con la colaboración de Shakira, perteneciente al álbum *Global Warming* (2012) y *Digital Witness*, de St. Vincent, perteneciente al álbum *St. Vincent* (2014). Dichos videoclips pueden ser vistos y analizados en sus canales oficiales de YouTube.

El primer caso de estudio, *Get it Started*, es una canción que sale al mercado en 2012 y cuyo videoclip tiene una notable repercusión mediática en España por ser Barcelona y principalmente Madrid, los escenarios elegidos para su rodaje y lanzamiento. El tema musical, interpretado por el artista estadounidense de origen cubano Pitbull, junto a la cantante colombiana Shakira, cuenta con 93.644.837 visualizaciones en YouTube (11 de abril de 2018). El videoclip muestra a Shakira en la célebre cúpula del edificio del sindicato de la CGT en la Gran Vía Laietana de Barcelona y, sobre todo, grandes hitos de la metrópoli madrileña como la estación de Atocha (figura 1) o emblemáticos edificios de la Gran Vía como el Metrópolis, el Rolex-Grassy, el Generali, la Unión y el Fénix (hoy Hotel Petit Palace Alcalá Torre) o el Círculo de Bellas Artes (figura 2), todos sutilmente tratados por la acción de herramientas CGI (Computer-generated imagery), generadas por la infografía digital.



Figura 1. Estación de tren de Atocha. Arriba, imagen del videoclip *Get it Started* (Pitbull, 2012). Abajo, imagen proporcionada en la página web oficial de turismo del Ayuntamiento de Madrid del interior de la estación. (<https://www.esmadrid.com/informacion-turistica/jardin-tropical-estacion-deatocha>).

La letra del tema, reproduciendo un diálogo amoroso entre los dos intérpretes, alude a una posible relación sentimental entre ambos y a la posibilidad de consolidar la misma. Tras la mención al Año Nuevo en la neoyorquina plaza de Times Square, se realizan referencias históricas, geográficas y de la sociedad, si bien ajenas al escenario madrileño elegido para la narración visual:

Big news, Pitbull, Tom Cruise, Mumbai
 A lit up their December night like the fourth of July, Vanilla sky
 Thriller in Manila, knocking them out like Pacquiao
 No Ali, no Frasier, but for now it's off to Malaysia
 Two passports, three cities, two countries, one day
 Now that's...



Figura 2. Exteriores del centro de Madrid. Edificios Instituto Cervantes, Iglesia de las Calatravas, Edificio Generali y Edificio La Unión y El Fénix. Arriba, imagen del videoclip *Get it Started* (Pitbull, 2012), rodada desde la azotea del edificio del Círculo de Bellas artes y con vistas a la calle Alcalá. Abajo, captura de pantalla de Google Earth, imagen satelital Landsat – Copernicus, mostrando la calle Alcalá y Gran Vía, y los edificios antes nombrados.

La inclusión de Tom Cruise sirve para hacer juegos de palabras con dos largometrajes cinematográficos protagonizados por el actor norteamericano, *Born on the Fourth of July* (Oliver Stone, 1989) y *Vanilla Sky* (Cameron Crowe, 2001) remake del film español rodado en Madrid *Abre los ojos* (Alejandro Amenábar, 1997). La capital de Filipinas evoca el nombre del último combate que mantuvieron los boxeadores Muhammad Ali y Joe Frazer en la ciudad (*Thriller in Manila*, 01/10/1975) y sirve de hilo conductor para citar al campeón boxístico filipino Manny Pacquiao. Esta ciudad, junto a la inclusión menos integrada de la ciudad india de Mumbai y Malasia, no tienen mayor incidencia en el tema musical que escenificar que la relación sentimental que comparten es “mundial”, careciendo de todo sentido en la diégesis del videoclip.

Centrándonos en la pieza audiovisual, se tratan dos historias: el diálogo entre Pitbull y Shakira, y una narración en la que el propio Pitbull interfiere en una relación de pareja ya deteriorada y a la que la mujer quiere poner fin. La interpretación musical de Shakira, como artista invitada, tiene un papel dramático que se equilibra con el de Pitbull. Además, puede servir para poner voz al personaje femenino de la historia, representada como una mujer cosificada, como moneda de cambio y objeto sexual entre las dos parejas sentimentales que tiene en el relato del videoclip.

El personaje masculino es representado como un mafioso que no está dispuesto a aceptar el rechazo de su pareja. Pitbull, que ha espiado a la pareja con un potente teleobjetivo, conduce un utilitario y facilita la fuga de la chica por distintas calles del centro de Madrid y los túneles de la autopista de circunvalación M-30. La huida culmina en la actuación del cantante correspondiente al festival *Rock in Rio Madrid* (06/07/2012), donde vemos a la chica bailando en el *backstage*. No hay continuidad narrativa a la persecución del mafioso y sus secuaces, concluyendo la pieza de forma muy difusa. En el clip audiovisual se intercalan muchos planos de pistas de baile, pues el sentido y la razón de esta canción pop es su consumo y reproducción preferente en discotecas y locales de baile.

El clip proyecta la imagen de un Madrid de alta sociedad y hoteles de lujo, en el que todo parece irreal, subrayando una hipersexualización asociada a la mujer. Por todo ello, resulta muy interesante, tanto por la construcción artificiosa e irreal de la ciudad, reduciéndola a unas cuantas postales turísticas demasiado superficiales y distanciadas de lo que es una gran urbe, como por las implicaciones que la misma tiene dentro de una historia llena de tópicos y prejuicios.

Digital Witness vendría a oponerse visual y musicalmente a muchas de las convenciones detectadas en el primer videoclip. La canción es obra de St. Vincent y pertenece a su quinto álbum de estudio homónimo (2014). La artista norteamericana responde al nombre real de Annie Clark y se ha convertido en una de las principales renovadoras del Pop Rock anglosajón desde corrientes vinculadas al Indie.

La letra de la canción acude sin reparos a la simplicidad de la música pop, elaborando un relato en el que se hace un retrato mordaz de la alienación generada por los medios de comunicación de masas, como la televisión, y el aislamiento que genera la reclusión de la gente en sus propios domicilios (“testigos digitales”, como se menciona en la canción), enajenados por una vida y un trabajo seriados, aparentemente confortables, pero tremendamente vacíos.

El realizador del videoclip, el español Chino Moya, filma en la planta depuradora y de tratamiento de aguas de Valdebernardo (figura 3), obra arquitectónica finalizada en el año 2000 y proyectada por los arquitectos José Ramón Menéndez de Lurca y Gerardo Salvador Molezún. También se pueden apreciar algunas viviendas de protección oficial (VPO) en el moderno barrio de Valdebernardo y el Parque Forestal del mismo nombre, ubicados en el distrito madrileño de Vicálvaro, al sudeste de la ciudad.



Figura 3. Planta depuradora y de tratamiento de aguas de Valdebernardo. Arriba, imagen del videoclip *Digital Witness* (St. Vincent, 2014). Abajo, captura de pantalla de Google Earth, imagen satelital Landsat – Copernicus.

Las secuencias se ordenan en torno a la interpretación musical de la cantautora como protagonista y narradora de un relato que habla fundamentalmente sobre la soledad del mundo moderno, todo ello tamizado por la edición digital y las imágenes CGI. La estética aséptica y futurista entronca con propuestas visuales de la ciencia ficción como *Gattaca* (1997, Andrew Niccol) o incluso algunas de las escenografías de las mejores obras del cineasta francés Jacques Tati (*Mon oncle*, 1958 y *Playtime*, 1967).

El contexto urbano donde se ubica el videoclip no es una imagen tópica o reconocible de la ciudad madrileña, pero sí con su expansión residencial periférica. El escenario no es identificable con el imaginario asociado a la capital española, pero proporciona una lectura sobre el crecimiento urbano y los nuevos modelos de urbanización en España. El desarrollo inmobiliario de las últimas décadas ha generado barrios a las afueras de las urbes, poblados por VPOs, donde destacan propuestas arquitectónicas modernas y vanguardistas, en muchos casos sin dotaciones ni servicios y considerados como lugares dormitorio. De forma subrepticia, la elección de dichas localizaciones funcionaría como denuncia de lo escasamente sostenibles que son muchas de estas propuestas, ajenas a fórmulas más integradoras y con la vida de los habitantes de una ciudad.

La pieza cuenta con 7.434.788 visualizaciones en YouTube (12/04/2018). St. Vincent tiene un público más minoritario pero fiel frente al impacto mediático de su compatriota Pitbull. No obstante, el mensaje de la cantautora norteamericana es notablemente más profundo y evocador sobre algunos males contemporáneos, señalando cuestiones fundamentales de las relaciones sociales modernas y la subordinación por parte de los seres humanos a contenidos que subyugan y someten muchas de sus voluntades y decisiones.

Puesta en práctica

Se plantea una actividad académicamente dirigida para alumnos de Bachillerato (en las asignaturas de Fundamentos o Historia del Arte, Geografía o Cultura Audiovisual) o del primer año de las carreras de Humanidades, Historia del Arte, Geografía, Sociología o Arquitectura. La clase se dividirá en equipos de 3-4 alumnos que deberán trabajar colaborativamente.

Siguiendo el análisis llevado a cabo en el apartado anterior, los grupos de alumnos sistematizarán el trabajo en base a una ficha (figura 4), detallando de manera pormenorizada los lugares que aparecen. El análisis se centrará en el espacio urbano que se muestra en los videoclips y que han sido elegidos por reflejar distintas realidades de la ciudad de Madrid.

Canción:

Autor:

Año:

Temática de la canción:

Tipo de música:

Espacios de la ciudad que se muestran:

Cómo se muestran dichos espacios: vacíos o saturados, cálidos o agobiantes, limpios o sucios, ricos o depauperados, tranquilos o inseguros, incluyentes o excluyentes, etc.

Otros elementos discursivos de la canción: representación de identidades (raciales, sociales o de género, sociales, económicas, culturales), etc.

Figura 4. Ficha resumen que debe ser rellenada por cada grupo de alumnos

Los resultados obtenidos por cada grupo de estudiantes serán puestos posteriormente en común junto al visionado de los videoclips en el aula. El profesorado colaborará en dicha tarea para proporcionar más información, si es necesario. A continuación, y de manera colaborativa, se creará un mapa con la aplicación Google Maps donde se localizarán todos los puntos de la geografía urbana madrileña descritos. Un posterior debate estará centrado en la elección de los grupos o cantantes por filmar determinados espacios de la ciudad (y no otros) y en cómo estos lugares pueden afectar al imaginario colectivo de Madrid, especialmente si no se conoce de primera mano dicha localidad.

Finalmente, mediante una salida de campo, se visitarán todos los lugares que se han mapeado de forma colaborativa y se observarán los contrastes entre la realidad y la ficción representada en los videoclips, lo que derivará en un segundo debate en el aula donde se ahondará en el impacto que estos pueden tener en la percepción de la ciudad por parte de aquellas personas que son visitantes turísticos o que conocen Madrid a través de los medios de comunicación.

El trabajo permite al alumnado la adquisición de diversos conocimientos, desde la obtención de una visión arquitectónica, patrimonial y espacial de la ciudad, así como una visión crítica y social de la realidad en contraposición con la ficción mostrada. Este tipo de ejercicios favorecen la autonomía propia del alumno y el trabajo en equipo, generando la adquisición de destrezas de análisis y contenidos propios, elementos esenciales para una integración armónica de la participación en el aula del alumnado.

Discusión y conclusiones

La incorporación de las TIC en el aula resulta muy oportuna actualmente, dado que su uso e inmersión en la sociedad son cada vez mayores. En este sentido, para López González y Ortega Tudela (2017) las TIC son imprescindibles en la práctica educativa actual. Sin embargo, Cabrero y Marín (2014) advierten que no todos los alumnos actuales, pertenecientes a la llamada Generación Z o Generación Tecnológica, tienen competencias en el manejo de las herramientas de la Web 2.0. Fernández-Cruz y Fernández-Díaz (2016) muestran que las competencias en TIG de los profesores de Primaria y Secundaria de la Comunidad de Madrid son, en muchas ocasiones, escasas, especialmente en la docencia en humanidades y ciencias sociales. Dicha conclusión puede generalizarse al profesorado universitario, con una plantilla normalmente más envejecida que se asocia a un nivel más bajo en formación en TIG, y a otras comunidades autónomas del estado español. Es por ello que se debe indagar primero sobre la capacitación del alumnado antes de aplicar estas tecnologías y de la misma manera, las competencias digitales del profesorado, ya que son fundamentales para adoptar y liderar estos procesos de enseñanza-aprendizaje utilizando este tipo de tecnologías en el aula.

El presente estudio se inscribe en la necesidad de configurar herramientas para que alumnos de los últimos cursos de Bachillerato o en los primeros cursos de carreras de humanidades y ciencias sociales en la universidad adquieran competencias de análisis para comprender cómo se configura el espacio urbano y la relación que se establece entre la poderosa e influyente industria musical y los videoclips generados por la misma. Conjuga el uso de las TIC con un aprendizaje que conlleva la implicación y compromiso del alumnado y una mayor participación e interacción, tanto en la tarea en sí, como en la colaboración con sus compañeros de clase y con el profesorado. Su visionado puede introducirse en el aula sin necesidad de dedicar un tiempo excesivo y la facilidad en su uso permite que pueda ser utilizado tanto por el alumnado y los docentes que no estén muy familiarizados con las TIC.

La reproducción y el análisis de los videoclips insertados en la plataforma YouTube permiten escapar de la controversia existente por el uso de estas nuevas tecnologías en cuanto a problemas de privacidad de los estudiantes, especialmente aquellos relacionados con redes sociales como Facebook o Twitter, ya que no se genera contenido online y por tanto se salvaguardan dentro de la actividad los derechos a la intimidad de los alumnos. Si bien, pueden existir otras problemáticas asociadas como es la publicidad que contiene dicha plataforma y que puede influir indirectamente en el consumo del alumnado joven.

Agradecimientos

David García-Reyes agradece a CONICYT Chile por la financiación obtenida para realizar este trabajo a través de una beca predoctoral otorgada por dicho organismo (2017-21171064).

Referencias

- Aertsen, V., Gámir, A., y Manuel, C. (2014). *La ciudad de Madrid en el cine. El cine y la televisión en la España de la post-transición*. YouTube. Recuperado de <https://youtu.be/0F58rxL9yMQ>
- Benton, L.M. (2013). Will the real/reel Los Angeles please stand up? *Urban Geography*, 16(2), 144-164. doi: 10.2747/0272-3638.16.2.144
- Cabrero, J., y Marín, V. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. *Comunicar*, 42(21), 165-172. doi: 10.3916/C42-2014-16
- Camarero Gómez, G. (2016). *Madrid en el cine de Pedro Almodóvar*. España: Ediciones Akal.
- Costa, J. (2003). Visiones de la ciudad funcional europea y la ciudad blindada en el Imaginario del celuloide. *Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 146 (37). Recuperado de [http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146\(037\).htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146(037).htm)
- De-Pablos, J. (2007). El cambio metodológico en el espacio europeo de educación superior y el papel de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 10(2), 15-44.
- Fernández-Cruz, F.J., y Fernández-Díaz, M.J. (2016). Los docentes de la Generación Z y sus competencias digitales. *Comunicar*, 46(24), 97-105. doi: 10.3916/C46-2016-10
- Gallardo, M., y García-Reyes, D. (2018). Exploring Chile: Identities and Their Relation with the Environment through the Film Football Stories. *Journal of Geography*. doi:10.1080/00221341.2018.1430163
- Gewerc, A., Montero, L., y Lama, M. (2014). Colaboración y redes sociales en la enseñanza universitaria. *Comunicar*, 42(21), 55-63. doi: 10.3916/C42-2014-05
- Gouveia Muñetón, E.L., Atencio Ramírez, M., y Nobrega Quintero, J. (2017). El hexagrama: estrategia en la enseñanza de la Geografía. *Revista Docencia e Investigación*, 27, 9-32
- Habibi, M., Farahmandian, H., y Basiri Mojdehi R. (2016). Reflection of urban space in Iranian cinema. A review of the last two decades. *Cities*, 50, 228-238.
- López González, J.B., y Ortega Tudela, J.M. (2017). Cambios en la percepción del profesorado sobre la incidencia positiva de las Tecnologías Digitales en Educación Primaria y Secundaria. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, 18, 12 p. doi: 10.17561/reid.v0i18.3401
- Mayor Paredes, D., y Rodríguez Martínez, D. (2017). Aprendizaje-Servicio: una práctica pedagógica que promueve la participación del estudiantado para la mejora escolar y social. *Revista Complutense de Educación*, 28(2), 555-571. doi: 10.5209/rev_RCED.2017.v28.b2.49623

- Palacio, M., y Romero Santos, R. (2016). El espacio cultural transnacional en la post-Transición. El caso de las series televisivas *Amores difíciles* y *La reina del Sur*. *Secuencias*, 43-44, 137-154. doi: 10.15366/secuencias2016.43-44.008
- Pitbull (Armando Christian Perez), y Shakira. (2012). "Get It Started" en *Global Warming*, New York, EE.UU.: Sony/ATV Music Publishing LLC, Warner/Chappell Music, Inc, BMG Rights Management. Recuperado de <https://youtu.be/q5SG7U76tIs>
- Rodrigo-Cano, D., Iglesias-Onofrio, M., y Aguaded, I. (2017). Metodologías participativas en la nube: la "g-Google" vs. la "Generación X" en la Web 2.0. *Revista Complutense de Educación*, 28(2), 223-237. doi: 10.5209/rev_RCED.2017.v28.n1.49245
- St. Vincent (Anne Erin Clark). (2014). "Digital Witness" en *St. Vincent*, Los Angeles, EE.UU.: Words y Music A Div Of Big Deal Music LLC. Recuperado de <https://youtu.be/mVAXUMuhz98>
- Weller, A. (2013). The use of Web 2.0 technology for pre-service teacher learning in science education. *Research in Teacher Education*, 3(2), 40-46.

Marta Gallardo es profesora e investigadora postdoctoral en el Departamento de Geografía de la Universidad de Murcia, España. Sus investigaciones están relacionadas con el cine y el espacio y cómo este medio puede servir para explicar diferentes conceptos geográficos. Su interés se centra también en los estudios territoriales y de planificación mediante la realización de análisis geoespaciales.

David García-Reyes es investigador predoctoral CONICYT en el Departamento de Español de la Universidad de Concepción, Chile. Su investigación se centra en los estudios culturales, la escenografía cinematográfica y la intermedialidad en las relaciones entre las artes, la literatura, el cine y la arquitectura.
