



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información

y Nuevos Análisis de Comunicación Social

España

Jiménez Martín, Silvia

La música como recurso expresivo en los informativos radiofónicos. Análisis de su uso en los
noticiarios de mediodía

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 10, núm. 62, enero-diciembre, 2007, p. 0

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81906221>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Revista Latina de Comunicación Social
62 – 2007

Edita: LABoratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 10 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Jiménez Martín, Silvia (2007). La música como recurso expresivo en los informativos radiofónicos. Análisis de su uso en los noticiarios de mediodía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el x de xxxx de http://www.ull.es/publicaciones/latina/200721Silvia_Jiménez.htm

[**Revisora / revisor:** Este artículo es un informe correcto sobre una investigación que merece ser publicada en la Revista Latina e Comunicación Social, por su valor empírico y por el tema tratado, que se centra en la infraestructura de los informativos radiofónicos. Se analizan los usos de la música en los noticiarios de mediodía, determinados códigos expresivos en información audiovisual, un objeto de estudio contemplado por varios autores. La música es un recurso que se ha estudiado en la medida en que se aborda desde una dimensión cuantitativa innovadora e interesante.]

La música como recurso expresivo en los informativos radiofónicos. Análisis de su uso en los noticiarios de mediodía

The music like expressive resource in the informative wireless language. Analysis of its use in the newscasts of midday

Artículo recibido el 2 de agosto de 2006

Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 2 de agosto de 2006

Enviado a revisión el 4 de agosto de 2006

Aceptado el 2 de septiembre de 2006

Galeradas telemáticas a disposición del autor el 22 de septiembre de 2006

Visto bueno del autor, el 23 de septiembre de 2006

Publicado el 24 de septiembre de 2006

Dra. Silvia Jiménez Martín © [C.V.]

Profesora de Teoría y Técnica de la Radio
Universidad San Jorge, USJ, Zaragoza
silviajimenezmartin@yahoo.es

Resumen: La música es uno de los elementos más expresivos del lenguaje radiofónico y no existen razones para que se deje de utilizarla. Sin embargo, los editores de los programas principales nacionales no la utilizan, restando de este modo atractivo a los noticiarios. Un análisis formal de los informativos de mediodía de más audiencia del país, en el que se contabilizan los segundos dedicados a la música diegética y extradiegética, muestra que los editores construyen su discurso casi exclusivamente con palabras. La escasa armonización de estos elementos que presentan los noticiarios reduce sus posibilidades comunicativas. En este artículo tratamos de promover el uso de la música en los informativos, un elemento que, combinado con las palabras, ayuda a comprender mejor los densos contenidos que ofrecen en este tipo de programas, capta la atención de la audiencia y, en un segundo nivel, despierta su interés por la información.

Palabras clave: radio – lenguaje – expresividad – combinación – información – música -- sintonías – comprensibilidad – interés – atención – riqueza – informativos radiofónicos – noticiarios de mediodía – creatividad

Abstract: The music is one of the most expressive elements of the wireless language and there do not exist reasons which it should do without it in the informative speech. Nevertheless, the editors of the principal programs of national radio do not use it, reducing thus attraction to the newscasts. A formal analysis of the informative ones of midday of the country, in which the second ones dedicated to the music are assessed diegética and extradiegética, shows that the editors construct their speech almost exclusively with words. The scanty harmonization of elements that the newscasts reduces its communicative possibilities. In this article we try to promote the use of the music in the newscasts, an element that, combined with the words, helps to understand better the dense contents than they offer the programs, it catches the attention of the hearing and, in the second level, wakes his interest up for the informative wireless language.

Key Words: Radio – language – expressiveness – combination – information – music – tunings in – comprehensibility – interest – attention – richness – Informative wireless – newscasts of midday – creativity and originality

Sumario: 0. Introducción. 1. Metodología de la investigación. 2. Resultados. 3. Interpretación de los resultados. 4. Discusión en torno a la investigación. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Notas.

Sin embargo, la estética, es decir, la forma de expresar el mensaje, se descuida en los programas informativos. Se construyen exclusivamente con palabras, a pesar de que "no hay ninguna razón que obligue a constituir un informativo únicamente con palabras, y es que, en cuanto elemento auxiliar, la música [...] colabora activamente en la comprensión del lenguaje" (Martínez-Costa, 2002: 67).

Según Gutiérrez y Perona (2002), cumple tres funciones dentro del discurso radiofónico: la programática –que tiene que ver con la parte del contenido–, la descriptiva –cuando forma parte de la narración– y la sintáctico-gramatical –que tiene que ver con separar temas y secciones-. Esta última es la más utilizada en los informativos, a pesar de que los autores recomiendan también sus usos programático y descriptivo. "Los espacios informativos radiofónicos son los únicos en los que las licencias se permiten en el uso de la música radiofónica. Con independencia de utilizarla en función sintáctica, la música puede ser insertada en la función programática o incluso en la descriptiva ambiental, ubicativa y expresiva" (2002: 68).

En esta investigación, que tiene como objetivo determinar el uso de la música en los informativos principales de las cuatro cadenas de radio que emiten en el mediodía, estudiamos la utilización que hacen los profesionales en los noticiarios las cuatro cadenas con mayor audiencia del país: Cadena Ser, Onda Cero, Cope y Radio Nacional de España.

El análisis se centró tanto en la música diegética como en la extradiegética, que Cebrán (1992:122-123) define como "Existe una música que forma parte de la realidad noticiable y que es también objeto de un tratamiento informativo". La música es una música que suele denominarse diegética porque pertenece a la realidad y para diferenciarla de la extradiegética, es decir, de aquella que se introduce artificialmente mediante la técnica en los estudios con el fin de contrastar la realidad, pero nunca como perteneciente a la misma y, en consecuencia carente de información.

En síntesis, nuestra propuesta subraya que la combinación de la música con las palabras enriquece extraordinariamente las posibilidades del lenguaje radiofónico. "Cuanto mayor sea la precisión con la que se armonizan todos estos elementos –palabras, músicas, efectos y silencios– más rico y sugerente resultará el mensaje, y por lo tanto, más atractiva, convincente y efectiva la comunicación". (Merayo, A., Pérez, C. 2001: 35).

Merayo (2001: 58) señala que, si la palabra no va acompañada de otros elementos, música, efectos de sonido, etc., la descodificación asociativa apenas permite que se desarrollen los otros dos procesos, el emotivo y el experimental. Los efectos refuerzan las palabras, el mensaje carecerá de expresividad.

De la combinación de la música con las palabras, surge un producto que enriquece extraordinariamente las posibilidades de la comunicación con la audiencia, a la que le seduce escuchar música en medio de las palabras. La música y las palabras, cuando se unen, comienzan a perfilarse como un auténtico producto radiofónico.

1. Metodología de la investigación

Éste que presentamos es un estudio de formas. Y es que, la única aplicación creativa/expresiva que podemos dar a la información en el ámbito informativo –donde los hechos son siempre veraces y no pueden mutarse ni imaginarse– es el tratamiento de la información, la transformación de los hechos noticiales en un producto de interés.

La metodología de trabajo para el análisis formal de los noticiarios fue la siguiente: mediante un muestreo sistemático y probabilístico, cuya unidad la conformaron los días laborables del mes de noviembre de 2005, se decidieron los días en los que grabaríamos los informativos de las distintas emisoras. De cada informativo analizamos 30 minutos, siempre en el mismo horario, que hicimos coincidir con el tiempo de información nacional, eludiendo los tiempos de información regional que no coinciden en las cuatro emisoras.

Para la medición de las variables relacionadas con la música se elaboró una plantilla en la que recogimos datos para su análisis en las tres partes de los informativos: apertura, desarrollo y cierre [1]. En primer lugar, se recogieron los resultados individuales obtenidos en cada cadena y después los comparamos. Las variables elegidas para el análisis fueron las siguientes:

1. Tiempo dedicado a música extradiegética, que en los informativos se manifiesta fundamentalmente en sintonías [2].
2. Tiempo destinado a las músicas diegéticas: su valor expresivo reside en que complementa a la extradiegética meramente estructural–.

A la hora de decidir el tipo de programa informativo que analizaríamos nos decantamos por los programas de noticias de mediodía, puesto que consideramos que son el soporte más adecuado para llevar a cabo un análisis expresivo en el montaje de la información. Los motivos que nos llevaron a adoptar esta decisión fueron: su duración superior a la del resto de programas, emplean un mayor número de sonidos porque son fruto del trabajo profesional de los realizadores y porque se invierte más esfuerzo en su elaboración.

2. Resultados

1. TIEMPO DEDICADO A LA MÚSICA EXTRADIEGÉTICA

En el siguiente gráfico recogemos el tiempo –expresados en segundos– que cada cadena dedicó a la música extradiegética. Se trata de una música creada en los estudios y que posee un significado arbitrario.

EMISORAS	SINTONIAS
Cadena Ser	1.650
Cope	2.584
Onda Cero	1.260
RNE	1.691

El uso de la música en los informativos principales se ha reducido a cuatro ocasiones. Afortunadamente, gracias el empleo que ha realizado de este elemento RNE.

Por lo tanto, en relación con el uso de la música, podemos afirmar que RNE ha sido la cadena más expresiva estudiadas por ser la única que introduce música diegética.

Otro de los motivos por los que consideramos que RNE ha sido la cadena más expresiva en este epígrafe es por la utilización de la sintonía, que no excede los límites que consideramos normales: sólo ha aparecido en una apertura y del cierre de los programas.

En este sentido, merece mención aparte el caso de la cadena Cope, que ha introducido la sintonía coincidiendo prácticamente con la práctica totalidad del tiempo de apertura de los programas. Así, consideramos que este elemento pierde su efecto expresivo porque los oyentes acaban acostumbrándose a él. Por lo tanto, consideramos que la COPE se sitúa en los niveles más bajos de expresividad con respecto a la utilización de la música.

En un lugar muy próximo situamos a Onda Cero y la Ser, ocupando los puestos 3 y 4. Las dos dedican prácticamente el mismo tiempo a la sintonía y ninguna introduce música diégetica en sus programas.

En términos generales, todas las cadenas suspenden el examen musical. Los informativos han renunciado a utilizar los recursos más expresivos con los que cuenta el medio radiofónico: la música. La gran protagonista de los informativos ha sido la palabra, pero los editores no han tenido en cuenta la enorme capacidad expresiva que posee este recurso. La música es capaz de transformar, dotar de un significado distinto, matizar o reforzar a las palabras. La música también es capaz de recordar y evocar mensajes y es capaz de ofrecer un significado nuevo, diferente al que nos muestran las palabras. De hecho, esto, constituye un valor añadido del que han prescindido completamente los informativos de la cadena Cope y de la Cadena Ser. En suma, las emisoras han mermado su expresividad por no ilustrar las informaciones con este recurso.

4. Discusiones en torno a la investigación

Los puristas de la información consideran que introducir música en los informativos atenta contra la credibilidad de la información. Los profesionales de la información, incluso algún editor [4] de los informativos principales que hemos analizado confesó que no introduce música en sus programas, incluso porque "la música no tiene cabida en los programas de noticias".

En nuestra opinión, incluso en los casos en los que el elemento no aporte información semántica al discurso, la música justificada su introducción puesto que, como elemento formal, facilita la comprensión del mensaje.

Siempre que la selección y el tratamiento de los hechos se realice atendiendo a criterios periodísticos, la forma en la que se presentan los contenidos informativos debe ser coherente con la función comunicativa del medio. Es decir, la introducción y disposición de los sonidos debe orientarse a facilitar al oyente la asimilación del mensaje. El caso que nos ocupa por la densidad de los contenidos informativos-. Y todo porque, cuando lo INFORMATIVO es la honestidad del periodista, es en lo RADIOFÓNICO donde se plantea la batalla de conquistar al oyente. Es por ello que lo único que los profesionales CREAN puesto que la realidad les viene impuesta por el discurrir de los acontecimientos.

Para cuidar las formas y crear programas informativos atractivos, a nuestro modo de ver, deberían armonizarse las formas y contenidos de los elementos que se ocultan por expreso deseo del periodista, quien, en ocasiones, prescinde de belleza para no dañar su credibilidad.

La información radiofónica –no sucede lo mismo en televisión– está supeditando la estética a las rutinas producidas. La circunstancia provoca que, en ocasiones, ni con un esfuerzo activo para asimilar las noticias, consigamos captar el significado del mensaje construido casi exclusivamente con palabras. Un exceso de cualquiera de los elementos del lenguaje puede perturbar el proceso de comprensión. En este sentido, para no perder la atención del oyente, bastaría con variar la intensidad del sonido, ya que, según explica Pérez (2005), "cuando el oyente se expone durante un tiempo determinado ante un sonido constante, la sensación que produce disminuye progresivamente debido principalmente a que las células auditivas se fatigan, llegando incluso a perder por completo la sensación que tal estímulo produce, lo que conlleva a una menor atención".

En nuestra opinión, los contenidos informativos son tan importantes dentro de la programación que los profesionales deben centrarse en la renovación formal y los estudios de atención radiofónica deberían considerarlos objetivo prioritario. ¿Por qué? Porque el público prefiere escuchar mensajes creativos para los informativos radiofónicos si el público los prefiere, los selecciona y los escucha?

5. Conclusiones

1. La falta de combinación de la palabra con música ha restado expresividad al mensaje informativo y ha reducido la credibilidad comunicativa en las cuatro cadenas analizadas. Resulta lógico que los informativos se sustenten en el discurso articulado, aunque consideramos que han de emplear como vehículo comunicativo otras formas expresivas. La ausencia de armonización ha empobrecido los mensajes. La escasa utilización de músicas convierte los programas en poco atractivos, menos sugerentes y menos comprensibles. Para que la creatividad alcance su valor máximo los elementos tienen que aparecer combinados. En el caso de los informativos, las palabras, como base del discurso, deben estar acompañadas y reforzadas por el resto de elementos para alcanzar su máximo nivel comunicativo. Sin embargo, en los informativos estudiados se les ha restado toda la potencialidad que podrían alcanzar en el medio radiofónico para sacar extraordinariamente sus posibilidades.

2. Los datos en cuanto al análisis de las músicas evidencian un predominio absoluto de la sintonía. La inserción de música en los programas ha sido prácticamente nula, renunciando a uno de los recursos más expresivos de los informativos. La Cadena SER ha ilustrado sus informativos con música propiamente dicha en cuatro ocasiones, mientras que la Cadena COPE ha sido poco expresiva por no haber utilizado este elemento en ninguno de sus informativos. De acuerdo con nuestro criterio, las cadenas han desestimado la función semántica y estética de la música: su capacidad para transmitir emociones y sentimientos, su valor añadido al texto. Los responsables de los programas no han aprovechado la capacidad de este recurso para transformar las palabras, ni para matizar o reforzar los contenidos de sus informaciones. Tampoco han tratado de sacar partido a la memoria auditiva del oyente, creando imágenes mentales en su audiencia, ni de influir en la percepción final del mensaje, facilitando así la comprensión del mismo.

7. Notas

[1] No en todos los casos los 30 minutos, exentos de información regional y local, coincidieron con el comienzo del programa.

[2] Algunos autores consideran que las sintonías son efectos sonoros musicales, sin embargo, la estudiamos como consideran otros autores, por diferentes motivos: 1. Aparecen en un primer o en segundo plano acompañando una palabra, cumpliendo las mismas funciones que una música de fondo. 2. Están sujetas a una periodicidad a la que se ajustan los efectos. 3. Se trata de un elemento que aparece siempre en la apertura y cierre del noticiario. 4. Son responsables del encargo de las que generalmente se extraen las ráfagas y los indicativos. 5. Su duración es superior a la de un efecto musical. Su significado se mantiene en el tiempo.

[3] En la tesis "La creatividad en el proceso de elaboración de informativos radiofónicos" se analiza el tiempo dedicado a los cuatro elementos del lenguaje radiofónico, considerándose las ráfagas e indicativos como efectos sonoros aislados y como efectos compuestos musicalmente. JIMÉNEZ, S., 2006: "La creatividad de elaboración de informativos". Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

[4] En su tesis doctoral, la autora entrevista a los editores de los cuatro programas analizados: José Antonio Martínez (Onda Ser), Juan Pablo Colmenarejo (Onda Cero), Ignacio Villa (Cadena Cope) y Lucía Vilaplana (Radio Nacional de España). El objetivo de determinar el grado de creatividad de cada uno de estos sujetos y cómo esta cualidad determina la creatividad del programa del que son responsables.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Jiménez Martín, Silvia (2007). La música como recurso expresivo en los informativos radiofónicos. Análisis de su uso en los noticiarios de mediodía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200721Silvia_Jiménez.htm