



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; España) -
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 200x de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200721Silvia_Jiménez.htm

[Revisora / revisor: Este artículo es un informe correcto sobre una investigación que merece ser publicado en Revista Latina e Comunicación Social, por su valor empírico y por el tema tratado, que se centra en la infrutilización de determinados códigos expresivos en información audiovisual, un objeto de estudio contemplado por varios autores que ahora 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. Analysis of its use in the newscasts of midday

Artículo recibido el 2 de agosto de 2007
Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 2 de agosto de 2007
Enviado a revisión el 4 de agosto de 2007
Aceptado el 2 de septiembre de 2007
Galeradas telemáticas a disposición del autor el 22 de septiembre de 2007
Visto bueno del autor, el 23 de septiembre de 2007
Publicado el 24 de septiembre de 2007

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 por las que se deba prescindir de ella en el discurso informativo. Sin embargo, los editores de los programas principales de noticias 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, revela que los editores construyen su discurso casi exclusivamente con palabras. La escasa armonización de 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 se 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 – atractivo – comprensibilidad – interés – atención – riqueza – informativos radiofónicos – noticiarios de mediodía – creatividad y estética.

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

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

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.

Summary: 0. Introduction. 1. Methodology of the research. 2. Results. 3. Interpretation of the results. 4. Discussion around the research. 5. Conclusions. 6. Bibliography. 7. Notes.

0. Introducción

No existe ninguna norma que obligue al periodista a prescindir de las músicas en el discurso informativo. Sin embargo, como demostraremos con esta investigación empírica que presentamos, los editores no suelen utilizar este elemento sonoro en el diseño de sus mensajes, restando así expresividad a su trabajo.

En realidad, resulta menos costoso elaborar un programa principal de noticias exclusivamente con palabras –constituyen el argumento racional y son el elemento con más peso en este tipo de producto- que trabajar el contexto informativo para armonizar los cuatro elementos del lenguaje radiofónico –palabras, músicas, efectos sonoros y silencio-. Pero, a nuestro modo de ver, ni la comodidad ni la falta de hipótesis de trabajo para renovar las fórmulas convencionales de trabajar la información pueden restar protagonismo a uno de los recursos más expresivos con los que cuenta la radio, objeto de análisis en esta investigación: la música informativa radiofónica, que pocas veces se incluye en los noticiarios; en ocasiones, ni siquiera cuando forma parte de la realidad noticable.

Sin embargo, la música, independientemente de que su elección sea formal o semántica, atrae e interesa a la audiencia. Desde este punto de vista, hablamos de ella como elemento expresivo. En opinión de la autora, en el discurso informativo es expresivo todo lo que, respetando las cualidades informativas, consigue atrapar la atención del oyente –primer nivel- e interesar a la audiencia –segundo nivel-. “La expresividad es una proyección del planteamiento creativo que se traduce en formas armónicas, nuevas, que comunican con viveza apoyándose en la claridad” (Jiménez, 2006: 97). Pero la cualidad más destacable de los productos expresivos es que garantizan que la comunicación que se establece con el oyente es eficaz.

Según Gutiérrez y Perona (2002: 27), “el mantenimiento de la escucha es lo que determina el éxito de la comunicación” y en el ámbito informativo, el objetivo del periodista –que la descodificación del mensaje sea adecuada- determina el éxito en su tarea. Si el radiofonista ofrece contenidos carentes de estímulos, monótonos y aburridos perderá indefectiblemente la atención de la audiencia. Soengas (2003: 215) subraya que “un estilo atractivo no impide un contenido interesante” y en este sentido, la música es una opción que añade una gran cantidad de información estética. De ahí que reivindicemos su uso para complementar el valor de los mensajes informativos.

La fuerza expresiva de este elemento reside en su capacidad para actuar directamente sobre las estructuras psicológicas del individuo, emocionándole e invitándole a imaginar, como destaca Balsebre (1994:106): “La música es un elemento principal, donde no puede haber primacía de una dimensión sobre la otra porque todas ellas, aunque de manera particular, significan la producción imaginativa del oyente. En el código imaginativo- visual de la música radiofónica, con el ritmo y la melodía se denota el movimiento y el color; con la armonía, la profundidad espacial”.

Sin embargo, la estética, es decir, la forma de expresar el mensaje, se descuida en los programas informativos puesto que se construyen exclusivamente con palabras, a pesar de que "no hay ninguna razón que obligue a construir un relato radiofónico 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 –cuando forma parte del contenido–, la descriptiva –cuando forma parte de la narración– y la sintáctico-gramatical –que tiene por objeto separar temas y secciones–. Esta última es la más utilizada en los informativos, a pesar de que los autores citados recomiendan también sus usos programático y descriptivo. "Los espacios informativos radiofónicos son los que mayores licencias se permiten en el uso de la música radiofónica. Con independencia de utilizarla en función sintáctico-gramatical, puede ser insertada en la función programática o incluso en la descriptiva ambiental, ubicativa y expresiva" (2002:50).

En esta investigación, que tiene como objetivo determinar el uso de la música en los informativos principales de noticias de 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 Cebrián (1992:122-123) distingue así: "Existe una música que forma parte de la realidad noticiable y que es también objeto de un tratamiento informativo del género noticia. 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 como refuerzo o contraste de 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 aspectos – palabras, músicas, efectos y silencios– más rico y sugerente resultará el mensaje, y por lo tanto, más atractiva, comprensible 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 o silencio "la descodificación asociativa apenas permite que se desarrollen los otros dos procesos, el emotivo y el experimental". Si no se 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 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 ejecutar en el ámbito informativo –donde los hechos son siempre veraces y no pueden mutarse ni imaginarse– es el tratamiento formal de la información, la transformación de los hechos noticiables en un producto de interés.

La metodología de trabajo para el análisis formal de los noticiarios fue la siguiente: mediante un muestreo aleatorio no probabilístico, cuya unidad la conformaron los días laborables del mes de noviembre de 2005, se decidieron los días 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 y local, 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 dos parámetros para su análisis en las tres partes de los informativos: apertura, desarrollo y cierre [1]. En primer lugar, anotamos los resultados individuales obtenidos en cada cadena y después los comparamos. Las variables elegidas para la medición fueron las siguientes:

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

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

Gráfico 1.1. Utilización de las sintonías.

Con respecto a la utilización de las sintonías [3], consideramos que el uso ha sido el adecuado por parte de cuatro de las cadenas, a pesar de que hemos registrado diferencias entre las emisoras relacionadas con su tiempo de empleo. Es el caso de la Cadena Cope, donde hemos escuchado la sintonía prácticamente el doble del tiempo que en otras cadenas. A nuestro modo de ver, se ha producido un abuso de este elemento por parte de la citada cadena. Justificamos esta opinión argumentando que si la sintonía se emplea para indicar a los oyentes que comienza el tiempo destinado a la información, no es necesario utilizar este sonido durante la totalidad del tiempo de apertura –como sucede en la Cope– que se escucha como música de fondo entre 6 y 7 minutos cada día. De esta manera, pierde su razón de ser: despertar la atención de la audiencia.

2. TIEMPO DEDICADO A LA MÚSICA DIEGÉTICA

Este gráfico refleja el tiempo- expresados en segundos– que las cadenas dedicaron a la música en su sentido amplio, aquella que se introduce para reforzar la estética del mensaje.

EMISORAS	OTRAS MUSICAS
Cadena Ser	0
Cope	0
Onda Cero	0
RNE	170

Gráfico 1.2. Utilización de otras músicas

Lamentable, la única emisora que ha utilizado este tipo de música en sus informativos principales ha sido RNE. La utilización de la música en la emisora pública es diferente a la del resto de las cadenas. RNE sí incluye todos los días –excepto uno– música diegética en su informativo para ilustrar algunas de las informaciones del programa. Es la única emisora que introduce este elemento, ajustándose por días grabados al siguiente esquema: 0 segundos, 37 segundos, 74 segundos, 29 segundos y 30 segundos.

3. Interpretación de los resultados

El uso de la música en los informativos principales se ha reducido a cuatro ocasiones. Afortunadamente, ha aparecido gracias al 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 de las cuatro 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 correcta utilización de la sintonía, que no excede los límites que consideramos normales: sólo ha aparecido en una parte de la 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 con la práctica totalidad del tiempo de apertura de los programas. Así, consideramos que este elemento pierde su eficacia, puesto que 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 diegética en sus programas.

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

4. Discusiones en torno a la investigación

Los puristas de la información consideran que introducir música en los informativos atenta contra la credibilidad del programa, incluso algún editor [4] de los informativos principales que hemos analizado confesó que no introduce música 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 queda 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 del mensaje, es decir, la introducción y disposición de los sonidos debe orientarse a facilitar al oyente la asimilación del mensaje –más en el caso que nos ocupa por la densidad de los contenidos informativos–. Y todo porque, cuando lo INFORMATIVO está sujeto a la honestidad del periodista, es en lo RADIOFÓNICO donde se plantea la batalla de conquistar al oyente. Es lo radiofónico lo único que los profesionales CREAN puesto que la realidad les viene impuesta por el ocurrir de los acontecimientos.

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

La información radiofónica –no sucede lo mismo en televisión– está supeditando la estética a las rutinas productivas. Y esta circunstancia provoca que, en ocasiones, ni con un esfuerzo activo para asimilar las noticias, consigamos entender el 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 el estímulo sonoro, ya que, según explica Pérez (2005), "cuando el oyente se expone durante un tiempo determinado ante un estímulo constante, la sensación que produce disminuye progresivamente debido principalmente a que las células receptoras se fatigan, llegando incluso a perder por completo la sensación que tal estímulo produce, lo que conlleva a una pérdida de atención".

En nuestra opinión, los contenidos informativos son tan importantes dentro de la programación que los esfuerzos de renovación formal y los estudios de atención radiofónica deberían considerarlos objetivo prioritario. ¿Por qué no crear 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 su eficacia comunicativa en las cuatro cadenas analizadas. Resulta lógico que los informativos se sustenten en el discurso racional, articulado, aunque consideramos que han de emplear como vehículo comunicativo otras formas expresivas. La falta de armonización ha empobrecido los mensajes. La escasa utilización de músicas convierte los programas en productos menos atractivos, menos sugerentes y menos comprensibles. Para que la creatividad alcance su valor máximo los elementos deben 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, reduciendo extraordinariamente sus posibilidades.

2. Los datos en cuanto al análisis de las músicas evidencian un predominio absoluto de la sintonía. La inserción de otro tipo de música en los programas ha sido prácticamente nula, renunciado a uno de los recursos más expresivos del medio. Sólo RNE ha ilustrado sus informativos con música propiamente dicha en cuatro ocasiones, mientras que la Ser, Onda Cero y Cope han sido poco expresivas 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 aportar un valor añadido al texto. Los responsables de los programas no han aprovechado la capacidad de este elemento para transformar las palabras, ni para matizar o reforzar los contenidos de sus informaciones. Tampoco han tratado de facilitar la creación de imágenes mentales en su audiencia, ni de influir en la percepción final del mensaje, facilitando su comprensión. Podemos afirmar que no han trabajado el contexto informativo, que es el que determina la entrada en juego de cualquier música, de manera que, han privado a los oyentes de la capacidad evocadora y de sugestión de este elemento, que posee numerosas connotaciones. Por otro lado, han negado a la música sus cualidades a la hora de construir significados, su función descriptiva y, sobre todo, su valor estético, que permite dotar de más expresividad al mensaje.

3. El empleo de las sintonías ha reforzado la narración, ha servido de hilo conductor de la información y ha despertado la atención de los oyentes. Sin embargo, en nuestra opinión, su uso no ha sido el más adecuado en todos los casos, impidiendo que este tipo de música cumpla con algunas de sus funciones. Todas las emisoras han utilizado la sintonía en la apertura de sus programas, pero en el caso de la Cope el empleo no ha sido del todo correcto, puesto que la hemos escuchado como música de fondo la totalidad del tiempo destinado a la apertura del programa, por lo que no ha servido para separar temas ni como reclamo de la atención del oyente. Con esta utilización, el elemento ha perdido su eficacia, puesto que los oyentes acaban acostumbrándose a él.

4. De los datos de la investigación concluimos que la emisora que mejor ha utilizado la música ha sido Radio Nacional de España, mientras que en el extremo contrario se sitúa la cadena Cope, que no introduce música diegética y abusa de la extradiegética.

6. Bibliografía

BALSEBRE, A., 1994: *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.

CEBRIÁN, M., 1992: *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Editorial Ciencia 3.

GUTIÉRREZ, M. y PERONA, J. J., 2002: *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch Comunicación.

JIMÉNEZ, S., 2006: *La creatividad en el proceso de elaboración de informativos radiofónicos*. Tesis doctoral. Salamanca: Universidad Pontificia.

MERAYO A. y PÉREZ C., 2001: *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación lingüística al mensaje de la radio*. Salamanca: Gráficas Cervantes.

MARTÍNEZ-COSTA, M. P. (coord.), 2002: *Información radiofónica*. Barcelona: Ariel.

PÉREZ, A., 2005: *El proceso de comprensión auditiva. Estrategias comunicativas aplicadas a los boletines horarios*. Tesis doctoral. Salamanca: Universidad Pontificia.

SOENGAS, X.: 2003: *Informativos radiofónicos*. Madrid: Cátedra.

7. Notas

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

[2] Algunos autores consideran que las sintonías son efectos sonoros musicales, sin embargo, la estudiamos como música, como consideran otros autores, por diferentes motivos: 1. Aparecen en un primer o en segundo plano acompañando a la palabra, cumpliendo las mismas funciones que una música de fondo. 2. Están sujetas a una periodicidad a la que no se ajustan los efectos. 3. Se trata de un elemento que aparece siempre en la apertura y cierre del noticiero. 4. Son melodías de encargo de las que generalmente se extraen las ráfagas y los indicativos. 5. Su duración es superior a la de un efecto. 6. 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 de emisión de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico, considerándose las ráfagas e indicativos como efectos sonoros artificiales y no como efectos compuestos musicalmente. JIMÉNEZ, S., 2006: "La creatividad de elaboración de informativos radiofónicos" Universidad Pontificia de Salamanca: Salamanca.

[4] En su tesis doctoral, la autora entrevista a los editores de los cuatro programas analizados: José Antonio Marcos (Cadena Ser), Juan Pablo Colmenarejo (Onda Cero), Ignacio Villa (Cadena Cope) y Lucía Vilaplana (Radio Nacional de España) con el objetivo de determinar el grado de creatividad de cada uno de estos sujetos y cómo esta cualidad determina la originalidad 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 noticieros de mediodía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxx de 200x de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200721Silvia_Jiménez.htm