

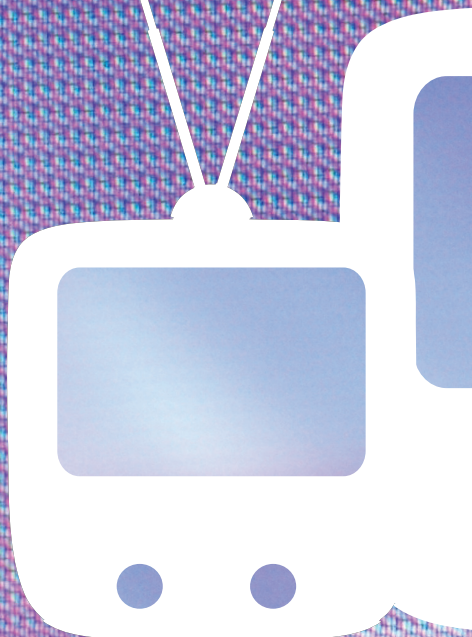
¿QUÉ

ESCUCHAN LOS NIÑOS

EN LA TELEVISIÓN?

Resultados del estudio realizado sobre la escucha
de la programación infantil en una muestra de la cultura hispánica

Amparo Porta (Ed.)



¿Qué escuchan los niños en la televisión? Resultados del estudio realizado sobre la escucha de la programación infantil en una muestra de la cultura hispánica / Amparo Porta (ed.) – Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; València: Rivera Editores, D.L. 2010

p.: cm.

Bibliografia

ISBN 978-84-8021-751-4 (Universitat Jaume I); ISBN 978-84-92825-14-1 (Rivera Editores)

1. Televisió i infants -- Espanya. 2. Televisió i infants – Amèrica Llatina. 3. Televisió -- Programes infantils – Espanya. 4. Televisió -- Programes infantils – Amèrica Llatina. I. Porta, Amparo, ed. II. Universitat Jaume I. Publicacions

654.197(+60):159.922.7

654.197(8):159.922.7

654.197-053.2(+60)

654.197-053.2(8)



Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© del texto: sus autores, 2010.

© Edición autorizada para todos los países a:

Publicacions de la Universitat Jaume I.
Rivera Mota S.L.

Coordinación de la edición: Amparo Porta

Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
Campus del Riu Sec. Edifici Rectorat i Serveis Centrals. 12071 Castelló de la Plana (Espanya)
www.tenda.uji.es e-mail: publicacions@uji.es Fax 964 72 88 32
Isbn: 978-84-8021-751-4 (versión impresa)

Rivera Mota S.L.
C/ Paz, 19. 46003 Valencia (Espanya).
www.riveraeditores.es e-mail: info@riveraeditores.es
Isbn: 978-84-92825-14-1 (versión impresa)

Corrección ortotipográfica y de estilo: Inma Arlandis

Diseño y maquetación:

Foto de portada: María Usán

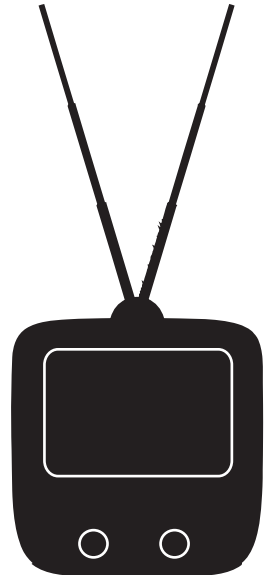


DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/EscuchaNinosTelevision.2010>

¿QUÉ ESCUCHAN LOS NIÑOS EN LA TELEVISIÓN?

Resultados del estudio realizado sobre la escucha
de la programación infantil en una muestra de la cultura hispánica

Amparo Porta (Ed.)



Índice

- 06 PARTE I**
Introducción
- 08 TRAYECTORIA INVESTIGADORA DEL PROYECTO Y AGRADECIMIENTOS
 Dra. Amparo Porta Navarro
- 10 EL EQUIPO INVESTIGADOR
- 12 INTRODUCCIÓN
 Dra. Amparo Porta Navarro
- 16 1. ELABORACIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS
 DE LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISIÓN
 Dra. Reina Ferrández Berrueco. Dra. Amparo Porta Navarro
- 38 PARTE 2**
Los contenidos de las programaciones televisivas
- 40 2. PROGRAMA *BABALÀ*. CANAL 9 (TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD
 VALENCIANA)
 Lic. Remigi Morant Navasquillo
- 50 3. LA BANDA SONORA EN LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE LA TELEVISIÓN EN
 ESPAÑA: LA BANDA, UN EJEMPLO DESDE ANDALUCÍA
 Dra. Almudena Ocaña Fernández. Dra. M.^a Luisa Reyes López
- 68 4. LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TVE
 Dra. Amparo Porta Navarro
- 92 5. LA IMAGEN EN LA PROGRAMACIÓN PROPIA DE TELEVISIÓN ESPAÑOLA. UNA
 PROPUESTA DE ANÁLISIS
 Lic. Paloma Palau Pellicer
- 110 6. LA MÚSICA Y EL SONIDO EN LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISIÓN
 DE CATALUNYA
 Dr. Josep Gustems Carnicer. Dra. Olga González Mediel

- 134 7. INFANCIA Y BANDA SONORA: UN PROCESO DE REPRESENTACIÓN SOCIAL
Dr. José Nunes Fernandes. Dra. Mónica de Almeida Duarte
- 142 8. LA TELEVISIÓN QUE «DICE» LO QUE HAY QUE SER. LOS PROGRAMAS PARA
JÓVENES EN LA ARGENTINA ACTUAL
Lic. Carolina del Bono. Lic. Juan Manuel Cáseres. Lic. Susana Espinosa
- 158 9. TELEVISIÓN E IDENTIDAD CULTURAL EN ARGENTINA
Prof. Pablo Óscar Murad. Lic. Rosa Robledo Barros
- 172 10. LOS DIBUJOS ANIMADOS EN LA TELEVISIÓN ARGENTINA DE AIRE:
ANTECEDENTES Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA BANDA SONORA DE *LOS SIMPSON*
Arquitecta Silvia Esther Villalba
- 184 11. PRODUCCIÓN DE SENTIDO DE LA BANDA SONORA DEL PROGRAMA
MUSITRONIA DE TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE
Mg. Mario Arenas

202 PARTE 3 **Análisis de contenidos**

- 204 12. LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL LATINOAMERICANA.
ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y ESTUDIO DE RESULTADOS.
Dra. Reina Ferrández Berrueco. Dra. Amparo Porta Navarro
- 230 A MODO DE CONCLUSIÓN
Dra. Amparo Porta Navarro

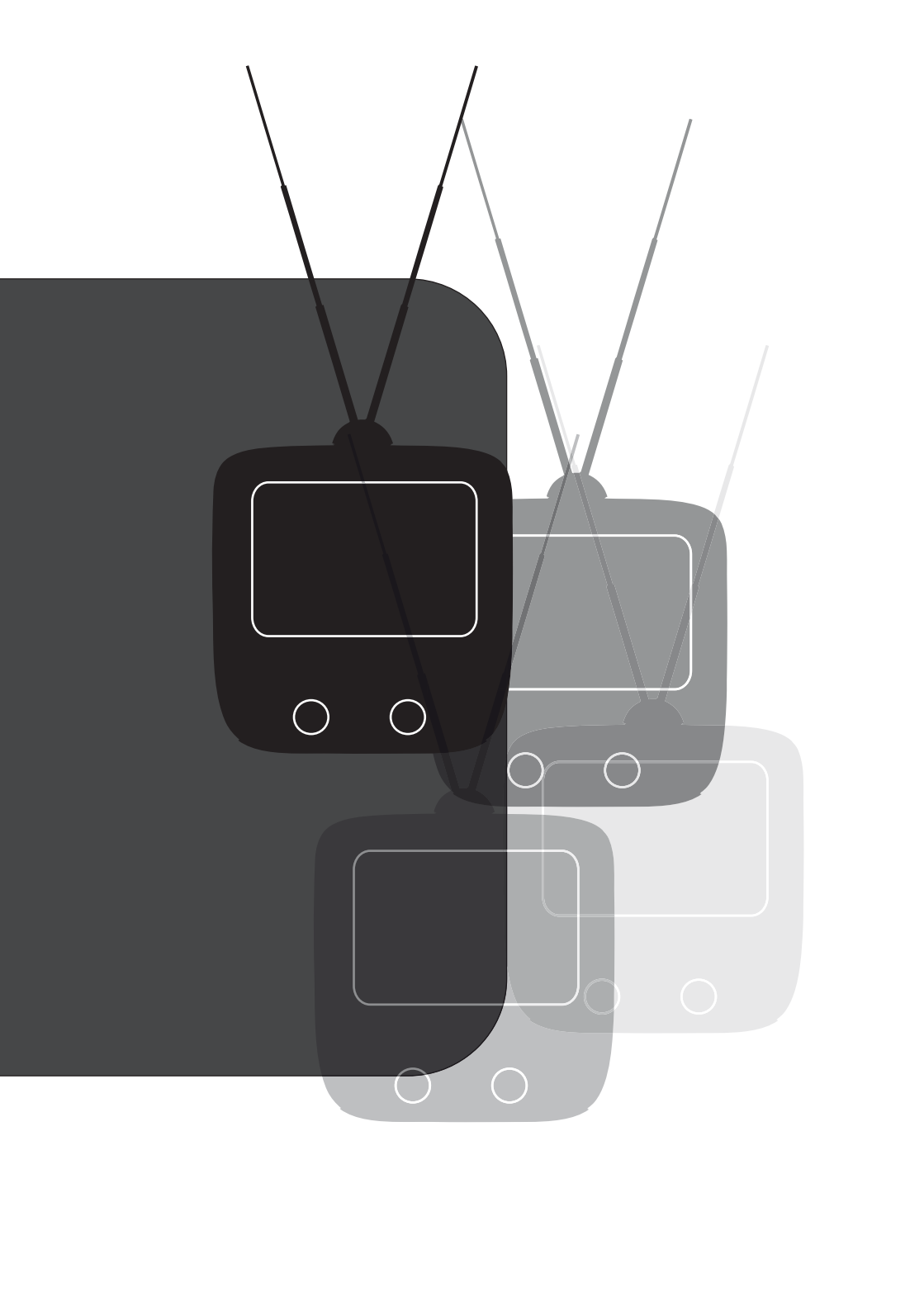
232 PARTE 4 **Glosarios**

- 234 GLOSARIO DE TÉRMINOS MUSICALES APLICADOS A LA BANDA SONORA
Compilación: Susana Espinosa, Rosa Robledo, Remigi Morant, Pablo Murad, Jesús Tejada y Amparo Porta
- 246 GLOSARIO DE TÉRMINOS VISUALES APLICADOS A LA BANDA SONORA
Compilación: Lic. Paloma Palau Pellicer

PARTE I

Introducción





Trayectoria investigadora del proyecto y agradecimientos

Dra. Amparo Porta Navarro

Universitat Jaume I. Castellón

La identidad cultural tiene en el entorno cotidiano de la población infantil sus elementos determinantes. Por ello, desde una mirada educativa, buscamos la comprensión, diagnóstico y alternativas educativas de uno de los lenguajes expresivos más persuasivos e influyentes de la sociedad actual: la música. La televisión destaca por su cobertura e influencia, por tanto, se constituye como uno de los agentes culturales moldeadores más relevantes. Nuestro proyecto de investigación estudia el impacto de la banda sonora en relación con la selección de contenidos culturales, comunicativos, patrimoniales y de la proximidad en una muestra iberoamericana. Por esta razón, presentamos de forma pública este proyecto en todo su recorrido, desde la creación de la plantilla de análisis de la escucha hasta una síntesis de los resultados obtenidos en los programas analizados y en la muestra iberoamericana en su conjunto. El grupo está compuesto por veinte investigadores de cuatro países: España (U. Granada, U. Barcelona, U. Valencia, U. Jaume I de Castellón); Brasil (UNIRIO); Argentina (U. Nacional de Lanús, U. Nacional de Tucumán y Instituto Superior del Prof. de Música “Prof. L. Y. P. de Elizondo”. Chaco) y Chile (U. de La Serena).

El proyecto trata de conocer qué escuchan los niños en la programación infantil de televisión en una muestra televisiva de cobertura iberoamericana. El objetivo general ha sido establecer los parámetros de la escucha del entorno cotidiano a partir de la elaboración y validación de un instrumento que determine sus elementos objetivos. En este libro mostramos el recorrido investigador, las herramientas creadas para la realización del estudio así como los resultados y conclusiones más relevantes obtenidos en un primer análisis de resultados. El proyecto fue iniciado en 2003 y se ha realizado en cuatro fases: 1) Creación del grupo de trabajo y formación del observador; 2) Creación de una plantilla de análisis de la escucha y doble validación por grupo de expertos y revisión interjueces; 3) Aplicación de la plantilla creada a una muestra de nueve televisiones, tanto de Chile como de Argentina, Brasil y España, mediante 837 plantillas; 4) Análisis musical de la programación infantil y

estudio de los resultados obtenidos desde un enfoque cuantitativo. El trabajo presencial ha sido realizado mediante tres encuentros realizados en la Universitat Jaume I (Castellón, 2007), en la Universidad Nacional de Lanús (Buenos Aires, 2008) y en la Universidad de La Serena (Chile, 2009). El proyecto ha generado a su vez el grupo investigador en la Universitat Jaume I: *Hàbitat sonor. Música imatge i significació*, integrado por profesores del Departamento de Educación de las Áreas de Didáctica de la Expresión Musical, Música y Didáctica de la Expresión Plástica, que realiza el estudio detallado de televisión y, a su vez, un estudio sincrónico de música e imagen en la oferta televisiva.

Esta investigación ha sido realizada gracias a las siguientes ayudas nacionales e internacionales:



- I+D Generalitat Valenciana, proyecto número 07I189.17/1. ESPAÑA. 2007.



- I+D Universitat Jaume I-Fundación Bancaixa, proyecto número P1 1.ª2007-17. ESPAÑA. 2007.



- AECID Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica entre España e Iberoamérica, proyecto número A/018075/08. ESPAÑA. 2008.



- OPI-UJI 2.ª Convocatoria de ayudas para la investigación, integración e interculturalidad. ESPAÑA. 2009.



- 1.ª Convocatoria Movilidad UJI con Iberoamérica. ESPAÑA. 2008.



- Universidad de Lanús: financiación del III Encuentro Investigador. Mayo 2008 ARGENTINA. 2008.



- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile (por Concurso Público).



- Universidad de La Serena: financiación de infraestructura del III Encuentro Investigador. Septiembre 2009. CHILE. 2009.

El equipo investigador

Olga González. Universidad de Barcelona. España.
Josep Gustems. Universidad de Barcelona. España.
Almudena Ocaña. Universidad de Granada. España.
M.^a Luisa Reyes. Universidad de Granada. España.
Mario Arenas. Universidad de La Serena. Chile.
Susana Espinosa. Universidad de Lanús. Argentina.
Juan Cáseres. Universidad de Lanús. Argentina.
Carolina del Bono. Universidad de Lanús. Argentina.
Pablo Murad. Universidad de Tucumán. Argentina.
Maggy Robledo. Universidad de Tucumán. Argentina.
Remigi Morant. Universidad de Valencia. España.
Silva Villalba. Instituto Superior del Prof. de Música
“Prof. L. Y. P. de Elizondo”. Chaco. Argentina.
Mónica Duarte. Universidade Federal do Río de Janeiro. Brasil.
José Nunes. Universidade Federal do Río de Janeiro. Brasil.
Reina Ferrández. Universitat Jaume I. España.
M.^a Carmen Pellicer. Universitat Jaume I. España.
Paloma Palau. Universitat Jaume I. España.
Amparo Porta. Universitat Jaume I. España.



Universidad de La Serena, Chile.
III Encuentro Investigador, Septiembre 2009.

Introducción

Dra. Amparo Porta Navarro

Universitat Jaume I. Castellón

La presente publicación muestra el trabajo realizado para conocer qué escuchan los niños en la programación infantil de televisión en una muestra televisiva de cobertura latinoamericana. El objetivo general ha sido establecer los parámetros de la escucha del entorno cotidiano, a partir de la elaboración y validación de un instrumento que determine sus elementos objetivos. El texto presenta la fundamentación, la selección de las muestras televisivas así como los resultados obtenidos a partir del primer análisis cuantitativo realizado sobre las bandas sonoras de nueve programas infantiles de Brasil, Argentina, Chile y España. La investigación realizada parte de la elaboración de un instrumento de medida basado en aquellas características del sonido susceptibles de ser medidas para, una vez elaborado y validado, pasar a analizar dichas características desde un enfoque cuantitativo en el que se detallan aquellos elementos comunes y divergentes, así como la asociaciones más significativas entre las variables medidas. A la vista los tres resultados, podemos caracterizar la banda sonora de la programación infantil latinoamericana como una banda integrada por músicas que utilizan diferentes tipos de cadencias y cierres, con variedad en la textura, básicamente instrumental, utilizada como fondo; de sonido electrónico, ritmo binario y comienzo tético. Sin modulación ni variación en la dinámica ni en la agógica.

El proyecto tiene carácter analítico y compromete la producción de sentido del discurso contemporáneo, la concepción patrimonial, comunicativa y educativa de la música así como las políticas culturales. Mediante este estudio queremos mostrar el cambio de paradigma en educación desde una posición crítica, comprometida y contextualizada. La metodología discursiva utilizada analiza uno los soportes y contenidos musicales contemporáneos más importantes –la televisión– para desvelar su influencia. Los resultados de la investigación permitirán definir una realidad que, debido a la técnica de muestreo utilizada, podrá generalizarse a la programación infantil de televisión y, especialmente, a las posibilidades de escucha de la población infantil de la cultura latinoamericana al establecer indicadores comparativos entre las programaciones infantiles de Brasil, Chile, Argentina y España. Todo ello servirá para realizar propuestas que orienten la política educativa sobre patrimonio cultu-

ral, identidad y música, en este momento pendientes de desarrollo en el marco del Proceso de Armonización Europea de la Educación Superior, y redundará en beneficio del marco educativo en el contexto sociocultural latinoamericano.

Por todo ello, ofrecemos desde la educación musical la elaboración de un instrumento de medida de la escucha, todavía inexistente, que permita objetivar la búsqueda de alternativas educativas. Dicho instrumento requiere, como paso previo, realizar un diagnóstico de los contenidos de mayor refuerzo, impacto y continuidad del entorno sonoro cotidiano: la banda sonora televisiva como representación de un mundo sonoro por descubrir.

El libro, estructurado en cuatro partes, muestra el proceso de creación del instrumento de medida a partir del cual ha sido realizado el estudio. Posteriormente, refleja el estudio detallado de la banda sonora —y también el análisis de la imagen en el caso del programa de Televisión Española *Los Lunnis*— realizado en cada uno de los programas de los cuatro países participantes: *Babalà* (Canal 9, Televisió Valenciana [España]); *La Banda* (Canal Sur, Televisión de Andalucía [España]); *Los Lunnis* (Televisión Española [España]); *Mic3* y *Club Super3* (TV3, Televisió de Catalunya [España]); *Castelo Rá-Tim-Bum* (TELEBRASIL [Brasil]); *Casi ángeles* (Telefé [Argentina]); *Patito Feo* (Canal 13 [Argentina]); *Los Simpson* (Telefé [Argentina]) y *Musitronia* (Televisión Nacional de Chile [Chile]). A continuación, se muestra el análisis general de contenidos y el estudio de los resultados obtenidos. Los dos últimos capítulos están dedicados a los glosarios de términos musicales y visuales aplicados al presente estudio de la banda sonora y consensuados por el grupo investigador.

Objetivos

Nuestros objetivos tienen cuatro niveles de generalidad:

- Objetivos del proyecto
- Objetivos educativos a medio plazo
- Objetivos sociales a largo plazo

4.1. Objetivos del proyecto

- 1) Definir los indicadores que perfilan las características de los sistemas de significación de las bandas sonoras de la televisión dirigidas al público infantil, prestando especial atención a las migraciones y colonialismos sonoros, musicales y patrimoniales.
- 2) Evaluar los valores culturales de las programaciones televisivas transmitidos mediante las narraciones, tratamiento de la imagen y, de forma especial, mediante sus bandas sonoras; así como los estereotipos y pérdida de la memoria

histórica y el patrimonio oral de la humanidad.

3) Identificar los obstáculos o limitaciones de las programaciones televisivas para la oferta de una televisión de calidad en cuanto a sus selecciones musicales y respecto a su patrimonio sonoro.

4) Conocer las diferentes estrategias musicales utilizadas por la televisión infantil como un lenguaje altamente persuasivo, más allá de las palabras.

5) Comparar los valores, los obstáculos percibidos y las estrategias utilizadas con determinadas variables organizativas y concreciones curriculares.

6) Realizar propuestas de mejora en función de los resultados obtenidos desde un marco de identidad: patrimonio cultural, la diversidad y la igualdad de oportunidades.

4.2. Objetivos educativos a medio plazo

1) Comprender e interpretar las posibilidades de la música como uno de los lenguajes universales con sentido y significado de amplia cobertura y capacidad comunicativa.

2) Utilizar con propiedad y adecuación la banda sonora de los diversos medios audiovisuales como instrumentos de soporte y apoyo para la ejecución de tareas y actividades inclusivas, interétnicas, no sexistas ni xenófobas.

3) Adoptar una actitud de distancia ante el componente sonoro de los mensajes audiovisuales, discerniendo y seleccionando aquello que contribuya a la consolidación de una ciudadanía crítica, a la defensa de los derechos humanos y a la diversidad de expresión cultural para lograr así el equilibrio y bienestar personal y solidario.

4) Valorar positivamente los nuevos lenguajes procedentes de la fusión de otros (música-imagen-movimiento-estructura narrativa).

5) Conocer las causas y aplicaciones del desarrollo tecnológico del sonido, constatando y valorando su incidencia en la sociedad actual; sus efectos sobre la calidad de vida, la opinión pública así como en la creación y sustitución de valores sociales.

6) Valorar y estimar el componente sonoro del patrimonio cultural para el conocimiento del ser humano moderno y de la memoria colectiva.

4.3. Objetivos sociales a largo plazo

1) Lograr cambios mediante información o educación pública: a) informar a la población o grupos determinados sobre los modelos culturales que se dan a través de la banda sonora de la programación infantil y juvenil ofrecidos, de forma encubierta, por medio de la suma de lenguajes; b) elevar los conocimientos de la población o grupos determinados, modificar actitudes y comportamientos discriminatorios, sexistas y xenófobos ofrecidos, de forma encubierta, por me-

dio de la suma de lenguajes en los que la música, entre la palabra y la imagen, ejerce un gran poder persuasivo y basado en una emotividad alta, frente a los medios de comunicación; c) desarrollar la capacidad de interpretación y crítica de la audiencia

2) Defender y tomar conciencia del imaginario sonoro como patrimonio cultural: modificar las ideas, creencias y costumbres que han sido creadas por resortes industriales y de *marketing* y que se encuentran fuertemente arraigadas en la colectividad o en determinados grupos.

3) Evidenciar la necesidad de medidas audiovisuales y educativas legales así como la revisión de las bandas sonoras de las programaciones infantiles y juveniles de televisión.

4) Definir políticas locales, autonómicas, estatales e internacionales.

5) Crear estrategias educativas y culturales inclusivas de comprensión de la realidad sonora y, como contrapartida, auditiva.

6) Crear una programación de la televisión infantil que tenga en cuenta los valores culturales, tal y como propone el informe *Pígalión*. (Del Río, P.; Álvarez, A. y Del Río, M. (2004): *Pígalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.)

7) Desarrollar corrientes televisivas que apuesten en sus bandas sonoras por su propio patrimonio sonoro y por los contenidos musicales de la proximidad.

I. ELABORACIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISIÓN¹

Dra. Reina Ferrández Berrueco

Dra. Amparo Porta Navarro

Universitat Jaume I. Castellón

La banda sonora

Los cuatro componentes sónicos: música, sonido, silencio y escucha, han sido explicados desde la Teoría del Arte teniendo un apartado destacado en las vanguardias artísticas musicales y plásticas (Hauser, 1963; Benjamin, 1973; Adorno, 1971; Cage, 1961; Reyes, 2006). Mucho menos lo han sido desde la Comunicación y prácticamente nada desde la educación general y musical. Sin embargo, podemos decir que conceptos tan familiares cuando hablamos del sonido en términos de los medios de comunicación como: sonido grabado, bucles, simultaneidad y manipulación sonora, edición, cambios de velocidad, lenguaje fonético expresado por objetos; y otros, como: estirar, comprimir, voltear o manipular, han formado parte del arte de las vanguardias del siglo xx.

Diferentes trabajos sobre la influencia de la televisión como los de Silverstone (1996); Morley (1996); García Muñoz (1997), Vargas y Barrena (2003); han sido realizados en contextos variados, y de manera más específica los estudios de la televisión infantil en España han sido realizados por Vallejo-Nágera (1987); Ferrés (1994); Orozco (1996); Aguaded (2005); De Moragas (1991) o Reig (2005). Estos autores han estudiado los hábitos televisivos de jóvenes y adolescentes insistiendo en que en muchas ocasiones pueden ser preocupantes. De igual modo, Pintado (2006) considera que la televisión,

1. Artículo editado por la revista *RELIEVE*, v. 15, n.º 2 (octubre del 2009). Disponible en Internet en: http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2_6.htm

desde su integración en el mercado, más que fabricar contenidos lo que principalmente fabrica son audiencias. De todos los estudios consultados, el informe *Pígmalión* sobre el impacto de la televisión en la infancia (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004), aporta gran información sobre España y permite articular una visión global con el fin de integrar el problema de la escucha televisiva en una perspectiva cultural del desarrollo infantil. Estos autores defienden, entre otras muchas cuestiones, crear a largo plazo una programación televisiva infantil que tenga como referentes las propuestas culturales.

Nuestro tema de interés es la música desde el lado de la escucha, cuya presencia televisiva se produce mediante la banda sonora de las programaciones infantiles de televisión. Son escasos los trabajos encontrados en torno al estudio cognitivo, social y comunicativo de la música en la televisión, pese a su influencia como modelador y constructor de la realidad del niño y el adolescente. El sonido es parte del sistema auditivo y uno de los primeros sentidos en habilitarse en los humanos. La escucha de la banda sonora de la televisión en España tiene unas repercusiones indiscutibles, especialmente si consideramos que nuestro país es el segundo europeo en el ranking del consumidor televisivo, con una media de 218 minutos de exposición televisiva al día, tal como indica el *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual* (2003) elaborado por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC). Desde la vertiente cognitiva, el informe *Pígmalión* (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004), sin hacerlo de forma explícita, involucra a la música cuando habla de conceptos como atención, ritmo, densidad sonora, necesidad de estilos más lentos y equilibrados, reflexividad, alfabetización audiovisual. El informe realiza tres recomendaciones: 1) Investigación y búsqueda de alternativas; 2) Inclusión de contenidos sobre alfabetización mediática y 3) Reorganización del currículum educativo (Del Río, Álvarez, y Del Río, 2004). Hablan de la dieta televisiva como acumulación de contenidos que producen efectos buscados o primarios, como los de la publicidad, el entretenimiento o la información; y efectos secundarios, provocados intencionalmente, como los educativos o infantiles diseñados. Sus consecuencias, según el informe, son: efectos sobre la atención, la escolaridad, la lectoescritura y la narratividad, entre otros.

La televisión como construcción de la realidad musical y sonora

La televisión se ha convertido para el niño actual, junto a su experiencia directa, en un importante medio de construcción de la realidad, en el que la creciente mezcla entre los géneros de realidad y ficción le plantea problemas nuevos (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004). La música forma parte de la construcción de ese mundo interior y la hibridación se produce por medios sonoros de manera efectiva, porque el mundo, en muchas ocasiones, es sustituido por la música; y las cosas, por las cualidades del sonido (Porta, 2007).

El informe *Pigmalión* (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004) establece cómo la adicción a la televisión no genera por sí sola competencias audiovisuales, salvo de bajo nivel. Las competencias alfabéticas de alto nivel se benefician de una enseñanza articulada entre la alfabetización verbal, audiovisual, y otras alfabetizaciones. Por ello, se hace necesaria una investigación que sitúe de forma objetiva los elementos de la escucha presentes en la dieta televisiva como uno de los componentes de sentido, y todo ello tiene una asignatura pendiente en los diseños curriculares. Solo una alfabetización que contemple los diferentes lenguajes y formas de expresión, entre los que se encuentra la música, podrá abordar los cambios de las formas de representación surgidas de los lenguajes contemporáneos.

Nuestro tema se interesa por el significado. Por ello, nos preguntamos si la banda sonora de la televisión infantil se deja reducir a modelos y sistemas semióticos, o quedan siempre resquicios, intersticios y fisuras por donde el sentido –como signo que indica un referente– se filtra o se acumula y se estanca. Juan Reyes (2006) llama a estas fisuras *Islas de Entropía*. Desde un terreno próximo, el de la educación, Vigostky (1981) habla de la construcción social de la conciencia. La respuesta, que rebasa con mucho el objetivo de este artículo, es de orden semiótico porque nos interesa el significado y el sentido de la música que escuchan los niños del entorno más cotidiano de la cultura hispánica: la televisión. Todo ello requiere de un proceso investigador que comienza por la creación de una plantilla de la escucha, hasta ahora inexistente, para después dar un paso adelante, seleccionar las muestras para su aplicación, interpretarla y así proporcionar las alternativas educativas de un entorno sonoro, ya para siempre cambiante.

En este apartado estamos revisando la bibliografía que gira en torno al fenómeno poliédrico de la escucha del entorno cotidiano. Este hábitat sonoro está inscrito en la música popular contemporánea y sus límites se perciben difusos e imbricados en diferentes espacios comunicativos. Sin embargo, desde un nivel descriptivo, podemos decir que actualmente esta música de la cotidianidad es transmitida de forma oral no escrita, utiliza muchas veces una lengua extranjera y su difusión es masiva a culturas heterogéneas. Tiñe todo el contorno comunicativo del cambio del milenio e incorpora los elementos de la ingeniería sonora y de la comunicación. Su importancia se basa en la selección y ordenación de los elementos del lenguaje musical, o dicho de otro modo, en la combinación entre lo que dice, lo que no dice, cómo, cuándo y a quien lo dice (Porta, 2004b).

La complejidad del entorno y su perfil altamente multidisciplinar nos obliga, como primera tarea objeto de este texto, a la selección de nuestro campo de estudio, y de nuevo vuelve a nosotros la pregunta de investigación: ¿cómo saber lo que escuchan los niños en la televisión?

I. Necesidad de plantillas de análisis

I.1. Instrumentos para la escucha del entorno sonoro

Los diferentes estudios sobre la televisión infantil revelan contenidos televisivos con un alto nivel de exposición que utilizan estrategias publicitarias de carácter seductor y poseen un poder de influencia comunicativa indiscutible a través de la suma de sus lenguajes. El informe *Pigmalión* (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004) indica en sus conclusiones una masa crítica inexistente en España, pero con potencial en la industria, profesionales audiovisuales e investigadores, y todo ello se incrementa cuando hablamos de la banda sonora. La sistematización necesaria para fundamentar nuestro trabajo muestra un gran vacío cuando hablamos del contexto sonoro del niño. Los estudios encontrados, creados en su mayoría como experiencias de laboratorio, acotan realidades artificiales para grupos determinados por rasgos de aprendizaje o población escolar de riesgo (Burnard, 2008; Ward-Steinman, 2006); hábitos alimentarios y de salud, vinculando música, publicidad y consumo (Ostbyeit, 1993; Koivusilta, 1999); relación de la música con habilidades de lectura (Register, 2004), relación con la violencia, (Peterson y Newman, 2000) y otros. La necesidad de instrumentos objetivos pasa por la creación de escalas de medida para un nuevo entorno sonoro. Sin embargo, el problema de los instrumentos de medida en música no es nuevo, y este interrogante se agudiza cuando ampliamos el concepto al entorno sonoro cotidiano.

Algunos arquitectos se han manifestado sobre la peculiaridad y necesidad de atención al entorno sonoro, y dicen que cada fragmento del tejido urbano posee unos rasgos sonoros característicos que nos hablan de sus cualidades espaciales, de las temporalidades y de los usos de los que lo habitan. Por ello dicen que estos rasgos constituyen su identidad ordinaria, cotidiana. Así, pues, necesitamos recurrir a una nueva escucha musical del entorno cotidiano y, para ello, hemos de apoyarnos en el lenguaje y en los instrumentos de análisis que la propia disciplina musical ha desarrollado (Atienza, 2004).

En los últimos cuarenta años, diferentes esfuerzos interdisciplinares han trabajado en esta travesía de los saberes y disciplinas. Durante las décadas de 1960 y 1970, dos acercamientos diferentes al análisis sonoro verán la luz. Por una parte, el objeto sonoro de Pierre Schaeffer (1966) parte de un análisis fenomenológico del universo audible centrado sobre los modos de percepción auditiva. Por otra, la noción de paisaje sonoro de Robert Murray Schafer (1977) habla de la representación del entorno sonoro, que podríamos calificar de «compositiva», y se pregunta por nuevas soluciones para nuevas necesidades; dice que, actualmente, se está necesitando una revolución equivalente entre los variados campos de los estudios sonoros. La

revolución consistirá en la unificación de aquellas disciplinas que se ocupan de la ciencia del sonido y aquellas que se ocupan del arte del sonido. El resultado será el desarrollo de las interdisciplinas ecología acústica y diseño acústico. Sin embargo, Atienza (2004) se muestra crítico e indica que el objeto sonoro, destinado a constituir la unidad elemental de un «solfeo sonoro», carece de la escala adecuada para el análisis de configuraciones tan complejas como las urbanas. El concepto de paisaje sonoro presenta igualmente ciertas limitaciones para el análisis del contexto urbano, que encuentran esta vez su origen en una escala de trabajo excesivamente extensa (Augoyard y Torgue, 1995).

Desde nuestra posición educativa, de acuerdo con Atienza, queremos destacar que el efecto sonoro no es un objeto en sí, ni se ocupa de la materia sonora en cuanto objeto, sino en cuanto medio. Persiste, pues, la interrogación acerca del propio sonido, abordada por Pierre Schaeffer y Robert Murray Schafer. No se trata aquí de estudiar el sonido como finalidad en sí mismo, desvinculado de todo contexto; al contrario: el estudio se realiza en función de un tiempo y espacio precisos. Es, precisamente, Jean-François Augoyard y el laboratorio Cresson (Augoyard y Leroux, 1989) quienes se presentan como herederos y complementarios de las dos anteriores. Esta línea investigadora surge a partir de la necesidad de encontrar una herramienta interdisciplinar adecuada a la escala de una configuración urbana que permita integrar otras dimensiones que la puramente estética (Atienza, 2004). Este concepto se presenta como medio de descripción cualitativa de la experiencia sonora cotidiana. El efecto describe los vínculos existentes entre las dimensiones física y humana del entorno, entre el espacio sonoro, nuestra percepción y el modo en que lo representamos. El laboratorio Cresson de Grenoble establece un protocolo de encuesta en el que indica un cambio de paradigma que reposa sobre tres tipos de consignas básicas: consignas relativas a la descripción, consignas relativas al recorrido y consignas relativas a la experiencia. Los trabajos de observación de este laboratorio han utilizado unos parámetros que han sido ampliados e incluyen los datos contextuales y también más privados, los experienciales, de lo sonoro. Así, pues, no hablamos solo de música o arte sonoro, añadimos además «situado». Pero, para comprender de qué modo puede ser percibida esta materia sonora situada, necesitamos entender primero cuáles son las cualidades sonoras que dichas configuraciones poseen. La escucha de la televisión es, por tiempo de exposición, la mayor del hábitat sonoro contemporáneo. Las músicas televisivas están construidas con una organización musical adaptada al medio y una selección estilística basada en estrategias publicitarias e importaciones musicales de las culturas industriales dominantes norteamericanas o altamente competitivas de los manga japoneses. Y, en este contexto, los contenidos de la proximidad (De Moraes, 1991) y la escucha como valor educativo comunicativo, estético y patrimonial, tal y como proclama la normativa española en sus diferentes leyes (BOE, 2003, 2006a y 2006b) parecen quedar en entredicho.

Este es el marco general de nuestro objeto de estudio, pero la investigación empírica requiere el uso de instrumentos. Su contenido destacado es la escucha del hábitat sonoro contemporáneo de procedencia industrial, alto impacto y refuerzo, así como utilización de fórmulas musicales, sonoras y comunicativas adaptadas al medio televisivo. De esta forma, justificamos desde la educación musical la necesidad de crear un instrumento de medida de la escucha, todavía inexistente, que permita objetivar la búsqueda de alternativas educativas. Para ello, es necesario realizar un diagnóstico de los contenidos de mayor refuerzo, impacto y continuidad de la banda sonora televisiva y sus ausencias, tan determinantes como las presencias.

Los resultados de esta investigación pueden servir de orientación a las audiencias, productoras, cadenas, y educadores. De otro lado, la necesidad de políticas para la preservación, generación y mantenimiento de macro y microcontextos es necesaria para adaptar continuamente el entorno diario infantil a sus mejores potenciales, que corresponden a los contenidos de la proximidad. (De Moragas, 1991; Porta, 2004b). Finalmente, consideramos que el estudio será de utilidad para futuras reconstrucciones de los diseños curriculares.

1.2. Recorridos, secuencias y líneas de tiempo

La música se produce en el tiempo, por ello nuestro instrumento ha de tener un anclaje temporal doble: qué se escucha y dónde está situado aquello que se escucha. La primera cuestión que se debe abordar es la acotación de la secuencia para ser observada y analizada de forma objetiva, sin ambigüedades. El protocolo de encuesta del laboratorio Cresson, desde la arquitectura, nos orienta por medio de la definición de tres ámbitos de la observación de la escucha: descripción, recorrido y experiencia. En nuestro caso vamos a delimitar los dos primeros para así poder acceder a algunas de las características que componen el complejo entramado cognitivo, social, cultural y afectivo de la experiencia auditiva:

DESCRIBIR: Qué se escucha.

EL RECORRIDO: En qué momento se escucha.

EXPERIENCIA: Desde dónde se escucha (Porta, 2007).

2. El método y codificación

Este trabajo es parte de una investigación más amplia que tiene como objetivo conocer qué escuchan los niños en una muestra televisiva de la cultura hispánica. El marco teórico de referencia para su interpretación, de carácter semiótico, utiliza el modelo de Eco y Cantarell (1978). Umberto Eco, en su introducción a *La estructura*

ausente, dice que una investigación semiótica solamente tiene sentido si la estructura del campo es asumida como una entidad imprecisa que el método se propone aclarar (provocando continuamente sus contradicciones). No tiene sentido si la estructura establecida por deducción se considera «verdadera», «objetiva» y «definitiva». Por ello propone como metodología:

1. *Cotejar* definiciones.
2. *Establecer el campo semiótico* en términos de vastedad y desorden.
3. *Crear un modelo de investigación sometido a contradicción.*

De esta forma, dice, si la operación tuviera éxito, se lograría algo que casi suena utópico: mantener la complejidad del campo confiriéndole una estructura y, por lo tanto, transformar el campo en un *sistema*.

Así, pues, siguiendo a Eco, nuestra *hipótesis operativa* es: transformar el campo, la banda sonora infantil, en un sistema de plantilla de la escucha.

En *La estructura ausente* (Eco y Cantarell, 1978), Umberto Eco dice que el estudio de la comunicación de masas se propone un objeto unitario en la medida en que postula que la industrialización de la comunicación ha de cambiar, no solamente las condiciones de recepción y emisión del mensaje, sino también el propio sentido del mensaje (es decir, aquella masa de significados que se creía que era una parte inalterable del mensaje, tal como lo había pensado el autor, independientemente de sus modos de difusión).

Así, pues, tal como hemos justificado, el marco teórico general de la investigación, de carácter semiótico, es el propuesto por Umberto Eco (Eco y Cantarell, 1978), y como específico para la construcción de la plantilla de la escucha, utilizaremos como modelo el propuesto por Gómez-Ariza (2000).

3. El modelo

Los modelos que intentan explicar la manera en que la música está representada mentalmente, varían en el rango de fenómenos que explican y en las unidades de representación que postulan (Gómez-Ariza, Bajo, Puerta-Melguizo y Macizo, P. Gómez-Ariza, Bajo, 2000). Uno de los primeros problemas para juzgar estas teorías o proponer otras nuevas está en delimitar cuáles son las características de la música que determinan la manera en la que percibimos y, posteriormente, la recordamos. Sin embargo, hay pocos trabajos que, de forma sistemática, revisen cada uno de los factores que componen la música y la manera en que influyen en la percepción y el recuerdo de la información musical.

Una de las dificultades para realizar este tipo de revisión, según Gómez-Ariza (2000), es que no existe un marco teórico unificador que permita organizar los datos existentes. En nuestro caso, para conocer lo que escuchan los niños en la televisión, hemos partido del modelo elaborado por estos autores. En su revisión de los datos empíricos y las explicaciones teóricas delimitan la importancia de distintas características musicales en la manera en que percibimos y recordamos piezas musicales. Consideran que los estímulos musicales están compuestos de un gran número de dimensiones que se combinan para crear el patrón auditivo complejo que forma la música. Parten del supuesto de que la música y el lenguaje ofrecen similitudes en su estructura y que, por lo tanto, se pueden agrupar las distintas variables musicales en aquellas que hacen referencia a la combinación de sonidos (fonología), a la segmentación y las reglas organizativas (sintaxis) y al significado de la música (semántica). En este planteamiento, el contorno, los intervalos y la tonalidad son variables que determinan la combinación de los sonidos que componen la música (fonología musical), el patrón rítmico, los acentos y las reglas de formación son esenciales para realizar procesos de segmentación de una pieza musical (sintaxis musical). Finalmente, la existencia de jerarquías tonales estructura, organiza la música y genera expectativas musicales. Estas últimas se consideran fundamentales en la escucha e interpretación de la música y, junto a otros factores expresivos como el tempo o el timbre, parecen generar respuestas afectivas a la música (semántica de la música).

La estructura propuesta por el modelo nos permite la interpretación de la escucha de la televisión en los niños. Desde este marco hemos confeccionado una tabla basada en las categorías de Gómez-Ariza (2000) para el estudio de la escucha de la televisión infantil en una muestra latinoamericana.

4. Procedimiento

El proceso de validación del instrumento que presentamos se ha realizado en cuatro fases:

- a) Construcción de la plantilla piloto.
- b) Validación mediante el juicio de expertos.
- c) Construcción de una segunda plantilla.
- d) Validación interjueces.

4.1. Construcción de la plantilla piloto

Para la elaboración de la plantilla de observación piloto sobre las cualidades sonoras se consideraron sus características más representativas susceptibles de medición. De esta forma, se establecieron las siguientes variables de análisis:

1. Sin música
2. Con música
 - 2.a. Tipo de sonido
 - 2.b. Voz
 - 2.c. Ritmo
 - 2.d. Tipo de comienzo
 - 2.e. Intensidad
 - 2.f. Agógica
 - 2.g. Género y estilo
 - 2.h. Tonalidad
 - 2.i. Modo
 - 2.j. Estructura musical
 - 2.k. Simultaneidad sonora

Cada una de estas variables contenía diferentes subdivisiones, hasta un total de sesenta y siete características diferentes. Esta plantilla de observación fue modificada por medio de un juicio de expertos. Las revisiones a la plantilla inicial propuesta fueron realizadas en el *II Encuentro investigador sobre la banda sonora de la televisión infantil y juvenil en el ámbito latinoamericano. Variables, impacto e influencia en el patrimonio sonoro*, celebrado en la Universidad Nacional de Lanús, Buenos Aires (Argentina) entre el 14 y 18 de mayo de 2008. En diferentes sesiones de trabajo se realizó un ajuste clasificatorio de algunos elementos para facilitar las tareas de observación de la escucha televisiva de los diferentes países para su posterior análisis comparado.

Así, el indicador *tipo de sonido*, que hace referencia en la plantilla inicial a la sensación auditiva que produce en nosotros el fenómeno físico originado por las vibraciones de los cuerpos, fue desglosado en una serie de elementos constitutivos internos. Esta clasificación inicial fue sometida a una revisión que permitiera una observación más objetiva, y tuvo como resultante los nueve ítems mostrados en la plantilla final. Del resto de elementos de la plantilla resumimos en este apartado únicamente las características que sufrieron modificaciones; el resto pueden localizarse en la plantilla resultante:

- *Ritmo*: considerado como ordenación de sonidos en el tiempo, distinguía entre ritmos binarios, ternarios, ritmos de subdivisión binaria y ternaria y amalgamas.
- *Intensidad*: considerada como la cualidad que permite distinguir entre sonidos fuertes y débiles en los que se incluía la dinámica como formas de variación de la intensidad.
- *Tonalidad*: considerada como la organización musical que se define por el orden de los intervalos dentro de la escala de los sonidos.

- *Modo*: como correspondiente a los tipos de escala mayor, menor y otras.
- *Estructura musical* (morfología o arquitectura musical): considerada como sinónimo de forma musical, es decir, la organización de las ideas musicales.
- *Simultaneidad sonora*: se refiere a las predominancias, planos sonoros, texturas y relaciones entre figura y fondo de la obra considerada.

4.2. Juicio de expertos

El primer proceso de validación se realizó mediante la evaluación de expertos. Estos formaban parte de dos ámbitos de conocimiento necesarios para la realización del estudio: el metodológico y el de contenido. Los expertos del ámbito metodológico trabajaron en la depuración y ajuste de la toma de decisiones de aspectos relacionados con las mediciones y la metodología de la investigación. El segundo grupo, expertos internacionales en el ámbito del contenido de la investigación, la Educación Musical, tenían una función asignada para la depuración y toma de decisiones de los aspectos relacionados con la temática: la música y sus características en el contexto latinoamericano. Para la realización de esta primera validación, todos y cada uno de los expertos de Educación Musical tuvieron que tomar una serie de observaciones sobre la programación que se debía analizar utilizando, para ello, la plantilla piloto diseñada. Del resultado de esta primera observación, el primer grupo de expertos se encargó de detectar los desajustes metodológicos (duplicidades, variables incompletas, mal delimitadas, etc.). Una vez ambos grupos habían hecho su labor, se realizó una sesión de validación conjunta de tal manera que pudieran establecer soluciones metodológicas acordes al contenido.

Los problemas y soluciones fueron los siguientes:

Aspectos metodológicos:

- 1) *Nivel de análisis*: Las escuchas realizadas presentaban longitudes diferentes (canciones completas, cortinillas, etc.), lo que no permitía realizar análisis globales. Obviamente, no puede tratarse al mismo nivel una cortinilla de 2 segundos frente a una canción de 3 minutos. Era necesario realizar esa distinción o bien uniformar las unidades de análisis. De esa manera, se decide que la unidad de análisis mayor sea la frase y, en caso de ser unidades menores, se analizarán también haciéndolo explícito en la cabecera de la plantilla.
- 2) *Muestreo*: Surge la polémica de cuál es el objetivo del análisis, y se llega a la determinación de que el objetivo principal es analizar qué es lo que escuchan los niños en los programas infantiles. De lo anterior se deduce que esa escucha hace referencia a todo tipo de sonido, por lo que se hace necesario establecer

el proceso de muestreo, que afectará al total de la programación considerada para el análisis. Así, se decide realizar un corte cada 45 segundos durante toda la emisión del programa y analizar el sonido que se produce en ese momento hasta un máximo de 5 segundos. En caso de que el sonido sea musical, se analizará la frase que esté teniendo lugar durante ese corte. De no existir frases, se analizará la estructura que se trate indicándolo en la cabecera. Se realizan excepciones en lo referente a las canciones, en las que se analizarán la primera y la última frase además de los cortes establecidos cada 45 segundos.

3) *Plantilla*: Debido a la dificultad de identificar, en las unidades de análisis, algunas de las variables consideradas en la plantilla, se decide añadir en todas las variables una categoría que indique que no se ha podido identificar el nivel de dicha variable. De esta manera, se evita dejar la variable en blanco y los cálculos posteriores no se vean afectados.

4) *Variables*: Se han observado numerosos desajustes a la hora de establecer los perfiles sonoros escuchados debido, principalmente, al carácter temporal de la música y a la presencia de cualidades sonoras interconectadas y dependientes en el todo. Por todo ello, los niveles considerados en las diferentes variables no han sido totalmente excluyentes, por lo que debe realizarse un estudio pormenorizado de cada una de las variables y sus niveles, de manera que se asegure que el investigador que realice la escucha señale todas las variables y uno, y solo uno, de los niveles en cada una de ellas.

5) *Validación de la escucha*: Debido a la dificultad de llevar a cabo las escuchas realizadas para el estudio piloto, se han producido algunos desacuerdos en cuanto a las características escuchadas. Así, se determina que es preciso utilizar escuchas cruzadas que validen los resultados. En caso de desacuerdo podrá establecerse un consenso o buscar a un tercer juez.

Aspectos de contenido:

1) Se sustituye el término *música* por el de *sonido*, puesto que lo que se está buscando son las características de la banda sonora de la programación infantil, y esto incluye música y cualquier otra tipología de sonido.

2) La variable piloto *tipo de sonido* se divide ahora en dos variables: *sonido musical* y *sonido no musical*.

3) La variable *voz* se reduce únicamente al género que produce el sonido cuando este es cantado, incluyendo la posibilidad de grupos vocales y sonido instrumental.

4) La variable *ritmo* se reestructura en *métrica* y *rítmica*, considerando únicamente los niveles binario y ternario y dando opción a otras variaciones.

5) El *tipo de comienzo* incluye ahora también la categoría *acéfalo*.

6) Aparece una nueva variable, *dinámica*, antes incluida en la variable *intensidad*.

- 7) En la variable *agógica* se añade la categoría *sin variación*.
- 8) La variable *género y estilo* que contaba con diez niveles más algunos subniveles, pasa a resumirse en la nueva plantilla en cuatro niveles, que agrupan los principales géneros y estilos y posibilita la existencia de combinaciones. Se hace también explícito el carácter propio o externo del género tradicional en caso de darse.
- 9) Las variables *tono y modo* de la plantilla piloto se agrupan en una nueva variable denominada *organización sonora*.
- 10) La variable *estructura musical* sufre varios y significativos cambios. Por un lado, las referencias a la estructura musical pasan a ser unidades de análisis de la muestra seleccionada, por lo que se indican en la cabecera de la nueva plantilla. El resto de niveles desaparecen, a excepción del nivel denominado *resoluciones*, que pasa a ser considerado como una nueva variable denominada *cadencias*.
- 11) En cuanto a la variable denominada *simultaneidad sonora*, se subdivide en la nueva plantilla en dos nuevas variables: *textura sonora* y *plano sonoro*.

4.3. Segunda plantilla²

A partir de los resultados detallados en el apartado anterior, se rediseña el instrumento con las siguientes variables de análisis:

0. SIN SONIDO.

1. SONIDO NO MUSICAL: Este indicador hace referencia al sonido no mensurable con parámetros musicales por pertenecer al medio natural o social.
2. SONIDO MUSICAL: Se refiere al conjunto de cualidades sonoras que permiten discriminar y distinguir componentes musicales.
3. VOZ: Este indicador hace referencia al sonido producido por el aparato fonador humano.
4. MÉTRICA Y RÍTMICA:
 - a. *Métrica*: Se refiere a la organización jerárquica de medida o niveles temporales que presentan permanencia en el discurso.
 - b. *Rítmica*: Se refiere a la distribución de sonidos en el *continuum* temporal.

5. TIPO DE COMIENZO:

- a) *Comienzo anacrúsico*: Se refiere a aquel que comienza antes del inicio de la frase.

2. Estos indicadores y sus definiciones fueron debatidos y consensuados en el II Encuentro investigador sobre La banda sonora de la televisión infantil y juvenil en el ámbito latinoamericano. Variables, impacto e influencia en el patrimonio sonoro, celebrado en la Universidad Nacional de Lanús, Buenos Aires (Argentina) entre el 14 y 18 de Mayo de 2008.

b) *Comienzo acéfalo*: Se refiere a aquella frase que comienza con silencio.

c) *Comienzo tético*: Se refiere a que la frase comienza a tiempo.

6. **DINÁMICA**: Hace referencia a lo relacionado con los grados de intensidad de la música.

7. **AGÓGICA**: Este indicador se refiere a aquellos aspectos de la interpretación relacionados con la duración y por extensión en el tiempo.

8. **GÉNERO Y ESTILO**:

a) *Género musical*: Este indicador hace referencia a la categoría que reúne composiciones musicales que comparten distintos criterios de afinidad

b) *Estilo*: Se refiere a la forma del discurso y la manera particular en la cual una obra es ejecutada.

9. **ORGANIZACIÓN SONORA**: Este indicador se refiere a la sintaxis musical, organización tonal (mayor o menor) o modal de la música occidental.

10. **CADENCIA**: Hace referencia al proceso de caída hacia un centro tonal. Las diferentes cadencias se clasifican en conclusivas, si generan cierto grado de estabilidad o reposo; y suspensivas, si generan inestabilidad o tensión.

11. **MODULACIÓN**: Este indicador se refiere en la música tonal al proceso de pasar de una a otra tonalidad o el resultado de este cambio.

12. **TEXTURA SONORA**: Este indicador permite comprender la organización espacial y sus articulaciones en el plano de las ejecuciones, de la composición y del análisis. Tipos de textura: i) Monodía; ii) Polifonía: a) Polifonía horizontal; b) polifonía vertical; iii) Melodía acompañada.

13. **PLANO SONORO**: Se refiere a los grupos vocales y/o instrumentales que intervienen conjuntamente y determinan la situación, ya sea temporal, física o de intención de los distintos sonidos.

El instrumento queda configurado para el estudio piloto de la siguiente manera:

EVALUADOR:

FICHA:

REGIÓN:

PAÍS:

PROGRAMA:

SECCIÓN (propia/dibujos/publicidad):

FECHA:

DURACIÓN (minutos:segundos):

UNIDAD DE ANÁLISIS (pieza completa/frase/semifrase/motivo/diseño/otros: especificar):

0.	SIN SONIDO	
1.	SONIDO NO MUSICAL	
2.	SONIDO MUSICAL	2.a. ACÚSTICO 2.a.1. cordófono 2.a.2. aerófono 2.a.3. membranófono 2.a.4. idiófono 2.a.5. mezcla (especificar)
		2.b. ELECTRÓNICO 2.b.3.1 original 2.b.3.2 imitación
		2.c. MEZCLA (especificar):
		2.d. NO SE PUEDE DETERMINAR
3.	VOZ	3.a. HABLADA O CANTADA 3.a.1. hombre 3.a.2. mujer 3.a.3. niño 3.a.4. grupo de voces 3.a.5. otros (especificar)
		3.b. SIN VOZ (Instrumental)
		3.c. NO SE PUEDE DETERMINAR
4.	MÉTRICA Y RÍTMICA	4.a. BINARIO
		4.b. TERNARIO
		4.c. OTROS (especificar)
		4.d. NO SE PUEDE DETERMINAR
5.	TIPO DE COMIENZO	5.a. TÉTICO
		5.b. ANACRÚSICO
		5.c. ACÉFALO
		5.d. NO SE PUEDE DETERMINAR
6.	DINÁMICA	6.a. CONVARIACIÓN
		6.b. SIN VARIACIÓN
		6.c. NO SE PUEDE DETERMINAR
7.	AGÓGICA	7.a. ACCELERANDO
		7.b. RITTARDANDO
		7.c. SIN VARIACIÓN
		7.d. NO SE PUEDE DETERMINAR
8.	GÉNERO Y ESTILO	8.a. ERUDITA OCCIDENTAL
		8.b. POPULAR (especificar)
		8.c. TRADICIONAL 8.c.1. propia 8.c.2. externa
		8.d. COMBINACIONES (especificar)
		8.e. NO SE PUEDE DETERMINAR

9.	ORGANIZACIÓN SONORA	9.a TONAL	9.a.1. mayor 9.a.2. menor
		9.b. MODAL	
		9.c. OTROS (especificar)	
		9.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
10.	CADENCIA	10.a. SUSPENSIVA	
		10.b. CONCLUSIVA	
		10.c. CORTADO	
		10.d. OTROS (especificar)	
		10.e. NO SE PUEDE DETERMINAR	
11.	MODULACIÓN	11.a. MODULA	
		11.b. NO MODULA	
		11.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	
12.	TEXTURA SONORA	12.a. HOMOFÓNICO	
		12.b. MONODÍA ACOMPAÑADA	
		12.c. POLIFÓNICO	
		12.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
13.	PLANO SONORO	13.a. MÚSICA COMO FIGURA	
		13.b. MÚSICA COMO FONDO	
		13.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	

4.3. Validación interjueces

El grupo investigador base está formado por investigadores de Chile, Argentina, Brasil y España y realiza el estudio de las programaciones de televisión de diez cadenas públicas y privadas de los países mencionados. Pero, para este segundo paso en la validación, dada la dificultad y laboriosidad de la recogida de la información, se utilizó el juicio cruzado de tres jueces independientes³ sobre 22 unidades de análisis de un mismo programa. De esta manera, tal y como se realiza en otros estudios (Ramos, 2005), pretendemos avalar la información recogida por dichos jueces a través de la consistencia de sus observaciones y analizar las discrepancias existentes entre ellos con el fin de mejorar el instrumento inicial.

3. Nuestro agradecimiento especial a Jesús Debón, compositor, arreglista y creador de bandas sonoras para diferentes producciones audiovisuales, y a Remigi Morant, profesor del Departamento de Didáctica de la Expresión Musical de la Universidad de Valencia, por su colaboración desinteresada en esta fase.

Para ello, se han tomado como programa piloto la serie española *Los Lunnis* emitida por la segunda cadena de Televisión Española, semana de 15 al 20 de febrero del 2008. De este programa hemos extraído algunos elementos musicales representativos de la muestra televisiva de utilidad en las muestras de los países seleccionados: *canciones, series de dibujos animados y publicidad*. En cuanto a la selección musical interna, hemos tomado como referencia la frase musical por expresar una idea completa, así como sus niveles de significación inferior, es decir, los motivos musicales y los diseños (Zamacois, 1968).

De esta manera, la selección resultante ha sido la siguiente:

<p>CANCIÓN 1: <i>Un mundo mejor</i></p> <p>1.- PRIMERA FRASE: de 1'1" a 2'3" 2.- 1^{er} CORTE: de 1'08" a 1'20" 3.- 2.º CORTE: de 1'40" a 1'52" 4.-Última frase de 2'18" a 2'32" 5.-Pieza completa</p>	<p>CANCIÓN: <i>Soy rancherita</i></p> <p>1.- PRIMERA FRASE: de 8" a 22" 2.- 1^{er} CORTE: de 1'13" a 1'27" 3.-Última frase de 1'59" a 2'13" 4.-Pieza completa</p>
<p>CANCIÓN 2: <i>Oh, Lulú</i></p> <p>1.- PRIMERA FRASE de 15" a 32" 2.- 1^{er} CORTE de 1'28" a 1'47" 3.- Última frase de 1'47" a 2'18" 4.-Pieza completa</p>	<p>CANCIÓN: <i>Que me fallen las palabras</i></p> <p>1.- PRIMERA FRASE de 12" a 35" 2.- 1^{er} CORTE de 1'32" a 1'57" 3.- Última frase de 2'27" a 2'54" CODA3'43" 4.- Pieza completa</p>
<p>CANCIÓN: <i>Estoy como un queso</i></p> <p>1.- PRIMERA FRASE de 18" a 32" 2.- 1^{er} CORTE de 1'21" a 1'39" 3.- Última frase de 2'02 a 2'39" 4.- Pieza completa</p>	<p>PUBLICIDAD: <i>In my Pocket. Ficha del anuncio completo</i></p> <p>DIBUJOS ANIMADOS: Berni. Un corte cada 45" desde el comienzo del episodio (sin cabecera de presentación)</p>

Dadas las características dicotómicas de los datos observacionales recogidos, el índice de concordancia se ha calculado a partir del porcentaje de acuerdos sobre el total de juicios para cada variable. Así, los resultados globales de los juicios para esta fase fueron los siguientes:

- Acuerdos totales (los tres jueces emitieron el mismo juicio): 69,70 %
- Acuerdos parciales (dos de los jueces estuvieron de acuerdo y uno en desacuerdo): 28,03%
- Desacuerdos (los tres jueces señalaron características diferentes): 2,30%

Estos resultados, al aplicar la prueba Chi-Cuadrado, muestran una significación en el grado de acuerdos totales del 99% al contrastarlos con los acuerdos parciales y

mulos. Por ello, puede considerarse que la plantilla presenta una fiabilidad elevada que ha marcado un porcentaje de concordancia entre jueces del 88,38% (de un total de 792 juicios emitidos, ha habido acuerdo en 700 de ellos).

Además, creemos destacado resaltar, que en ningún caso fue señalada la categoría *no se puede determinar*, por lo que, en principio, las unidades de análisis pueden considerarse con significado y estructura suficiente.

Sin embargo, a este respecto, debe tenerse en cuenta que el tamaño de las unidades utilizadas no es equiparable: una pieza completa requería de una capacidad de síntesis de cada evaluador que podría resultar diferente en cuanto se añade un componente subjetivo mucho mayor que cuando la unidad era la frase musical.

Es por ello, que decidimos analizar también por separado ambos aspectos con el fin de determinar si la plantilla podría resultar igualmente válida independientemente del tamaño de la unidad muestral.

De esta forma, para las 16 unidades de análisis mínimas consideradas (frases musicales), los resultados han sido:

- Acuerdos totales (tres acuerdos): 69,27%
- Acuerdos parciales (dos acuerdos y un desacuerdo): 28,65%
- Desacuerdos (tres desacuerdos): 2,08%

Y para las unidades máximas (piezas completas):

- Acuerdos totales (tres acuerdos): 70,83%
- Acuerdos parciales (dos acuerdos y un desacuerdo): 26,39%
- Desacuerdos (tres desacuerdos): 2,78%

Aplicando la prueba Chi-cuadrado, no se observan diferencias significativas para un nivel de confianza del 99%, por lo que parece quedar claro que la plantilla funciona de una manera prácticamente idéntica independientemente del tamaño de la unidad de análisis utilizada.

El siguiente aspecto que hay que considerar es el nivel individual de cada variable, es decir, cuál ha sido el comportamiento de cada variable en el juicio que ha emitido cada juez. Dado que no se han encontrado diferencias significativas entre los tamaños de unidades de análisis, el análisis se realizará globalmente:

Variable	% Acuerdo total	% Acuerdo parcial	% Sin acuerdo	Grado de concordancia	Variable
Tipo de sonido	27,27	54,55	18,18	63,64	Equívoca
Voz	63,64	27,27	9,09	81,82	Equívoca
Métrica y rítmica	81,82	18,18	0	93,94	Inequívoca
Tipo de comienzo	72,73	27,27	0	90,91	Difusa
Dinámica	100	0,00	0	100	Inequívoca
Agógica	63,64	36,36	0	87,88	Difusa
Género y estilo	40,91	59,09	0	80,30	Difusa
Organización sonora	81,82	18,18	0	93,94	Inequívoca
Cadencia	31,82	68,18	0	77,27	Difusa
Modulación	90,91	9,09	0	96,97	Inequívoca
Textura sonora	81,82	18,18	0	93,94	Inequívoca
Plano sonoro	100	0	0	100	Inequívoca

De este modo, en cuanto al porcentaje de acuerdos (tres primeras columnas), se pueden apreciar tres grupos de variables que han funcionado de manera diferente:

En primer lugar, encontramos el grupo de variables que denominaremos *inequívocas*, es decir, aquellas en las que el grado de acuerdo ha sido total en un número de casos superior al 80%. Aquí encontramos un total de seis variables (50%) que son: *métrica y rítmica*, *dinámica*, *organización sonora*, *modulación*, *textura sonora* y *plano sonoro*. Estas variables, en principio, funcionan muy adecuadamente, por lo que no es necesaria su revisión.

En segundo lugar, tenemos un grupo de variables que denominaremos *equívocas*. Se trata del *tipo se sonido* y la *voz*. Son los únicos casos en los que se han detectado algunos desacuerdos totales, sobre todo en el caso de la variable *tipo de sonido*. Aquí, el hecho de que, además, el porcentaje de acuerdos parciales sea muy superior al de acuerdos totales, hace imprescindible su revisión. El caso de la variable *voz*, también se hace necesario un análisis más pormenorizado en tanto en cuanto presenta valores de acuerdo extremos.

Por último, encontramos el grupo de variables en las que, si bien ya no hay más desacuerdos totales, los porcentajes entre los acuerdos totales y parciales son equilibrados o, incluso, en algunos casos, superior en los parciales. A este grupo lo denominaremos *difusas*. Se trata de cuatro variables (33,3%): *tipo de comienzo*, *agógica*, *género y estilo* y *cadencia*. En estos casos sería recomendable una revisión con el fin de mejorar los grados de acuerdo en las categorizaciones.

Por lo que se refiere al grado de concordancia (última columna), puede observarse que siempre es muy elevado y superior al 80%, lo que de nuevo avala la fiabilidad de la plantilla. Sin embargo, destacan las variables: *tipo de sonido* y *cadencia* por cuanto la concordancia es significativamente menor que en el resto de variables. Esto redundaría en la necesidad de una revisión en ambos casos, si bien ya era patente dicha necesidad en el caso del *tipo de sonido*.

Tipo de sonido: La ambigüedad del ítem requiere una mejor definición, por ello proponemos distinguir entre *sonido acústico*, *electrónico*, *híbrido* y añadir un nuevo ítem: el de *timbre*, para liberar el indicador de tímbrica de su condición de cualidad acústica excluyente. De este modo, conseguiremos una mejora sustancial en nuestro instrumento de medida, que tiene en este apartado uno de los indicadores relevantes de las cualidades sonoras del entorno televisivo. Sin embargo, queremos precisar que es muy difícil por la escucha reconocer la naturaleza de determinados sonidos, excepto en los casos extremos de los sonidos electrónicos de imitación de muy baja calidad y los electrónicos originales. En cualquier caso, la detección de estos extremos ya es un elemento valioso para determinar en nuestro análisis del entorno sonoro. Conocer la naturaleza, acústica o electrónica, de imitación u original del sonido musical televisivo es un factor determinante, especialmente cuando existe la sospecha de que el sonido imitado se ofrece de forma fraudulenta como simulacro, sin referencia a original.

Cadencias: Se propone como solución sustituir el ítem por *terminación en cadencia* con tres opciones: *sí*, *no*, *cortado*. En caso afirmativo, colocar las tres últimas notas o acordes de la selección analizada.

Tipo de comienzo: Especificar las figuras rítmicas de comienzo en el primer compás, solamente en el caso en que sea necesaria la revisión.

Agógica: Computar cualquier variación de la velocidad, independientemente de su grado o duración en la obra; por ello, recomendamos, si es necesario, utilizar el apoyo de un metrónomo en el análisis

Género-estilo: Este indicador tiene un componente poco objetivable en la medida en que depende de los referentes y esquemas clasificadores del observador. Los resultados de la investigación servirán para recoger las grandes selecciones estilísticas y, de forma especial, nos acercará a la elaboración de otro instrumento evaluador pendiente: la selección estilística de la banda sonora de la programación infantil de televisión y su relación con el patrimonio sonoro propio y de la cultura hispana.

5. A modo de conclusión

Estas líneas suponen un intento de sistematización del conocimiento del entorno más cotidiano de la infancia actual: la televisión. A pesar de la importancia y repercusiones como elemento configurador cultural, comunicativo y patrimonial de la cultura contemporánea, no existen instrumentos de observación para conocer qué escuchan los niños en la televisión y cuáles son los elementos musicales que la televisión maneja. De igual modo, buscamos la respuesta a cuáles de ellos tienen como referente los contenidos musicales de la proximidad de la cultura propia o ajena y, como consecuencia, cuáles son los efectos de la globalización en materia musical y sonora.

El proyecto de investigación sobre la escucha del entorno sonoro cotidiano de la cultura hispana tiene carácter amplio se compone de diferentes estudios comparados sobre las bandas sonoras de las programaciones televisivas de los diferentes países participantes. En este artículo hemos presentado el proceso seguido en la creación de una herramienta, sujeta todavía a múltiples revisiones, correcciones y matizaciones, de carácter cuantitativo y empírico: la elaboración un instrumento de observación para conocer las características de la escucha de la banda sonora de la programación infantil.

Todo ello, desde una mirada educativa que observa y cuestiona el entorno sonoro con intención de tener argumentos para modificar las políticas culturales en materia televisiva, resituar y dar valor lingüístico, comunicativo y patrimonial a la música en la educación y proponer modificaciones en los diseños curriculares presentes y futuros.

6. Bibliografía

- ADORNO, T. W. (1971): «Sociologie de la musique», *Musique en Jeu*, 2: 5-13.
- AGUADED, J. I. (2005): «Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible», *Comunicar*, 25: 51-55.
- ATIENZA, R. (2004): *L'identité sonore: une variable essentielle dans la configuration urbaine*. Grenoble: Cresson (pp. 161- 166).
- AUGOYARD, J. F. y LEROUX, M. (1989): *Journée d'étude nationale: Les Faiseurs de bruit* (casset). Grenoble: Cresson / Euterpes.
- AUGOYARD, J. F. y TORGUE, H. (Eds.) (1995): *A l'écoute de l'environnement. Répertoire des effets sonores*. Marsella: Parenthèses (pp. 6-7).
- BENJAMIN, W. (1973): «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», en *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus (p. 40).
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (2003): Real Decreto 943/2003, de 18 de julio, BOE del 31. España

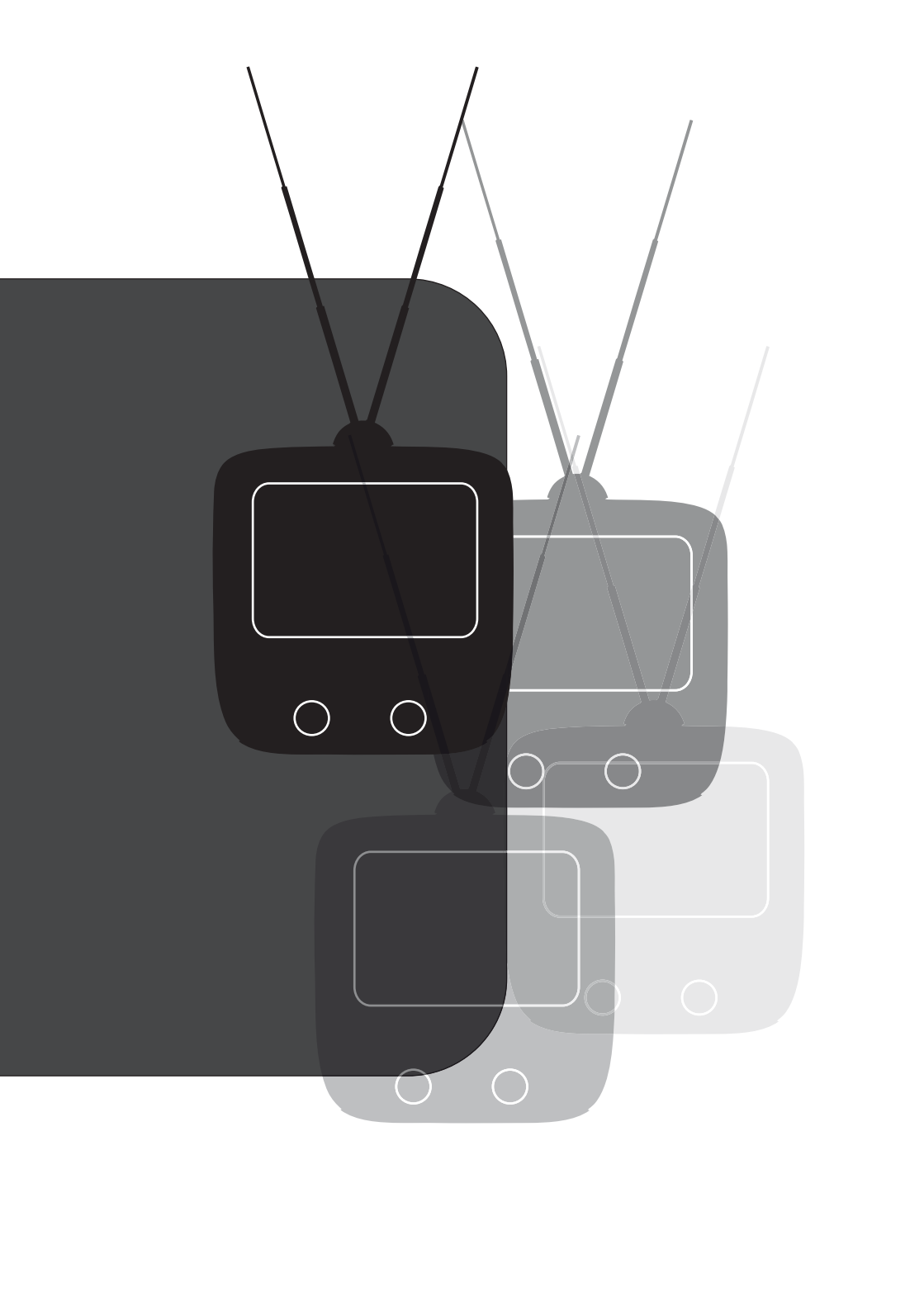
- (2006a): Ley Orgánica 2/2006, Título II, cap. 1, artículo 71, 76 y 77. España.
- (2006b): Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre. España.
- BURNARD, P. (2008/2006): *Reflective Practices in Arts Education*. Dordrecht: Springer.
- CAGE, J. (1961): *Silence*. Middletown: Wesleyan University Press.
- CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA (2003): *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Quaderns del CAC, número extraordinario. Barcelona: CAC.
- DE MORAGAS, M. (1991): *Teorías de la comunicación* (5.ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- DEL RÍO, M. y ROMÁN, M. (2005): *Programación infantil de televisión: Orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- DEL RÍO, P.; ÁLVAREZ, A. y DEL RÍO, M. (2004): *Pígalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.
- ECO, U. y CANTARELL, F. S. (1978): *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Madrid: Lumen.
- FERRÉS, J. (1994, 1995): *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- GARCÍA MUÑOZ, N. (1997): «Los hábitos televisivos del niño frente al televisor en el hogar», *Revista de Estudios en Comunicación* 3: 67-81.
- GÓMEZ-ARIZA, C.; BAJO, M. T.; PUERTA-MELGUIZO, M. C.; y MACIZO, P. (2000): «Determinantes de la representación musical», *Cognitiva*, 12, 1: 89-110.
- HAUSER, A. (1963): *Historia social de la literatura y el arte*. (Tr. por A. Tovar y F. P. Varas-Reyes). Madrid: Guadarrama.
- KOIVUSILTA, L. K., RIMPELÄ, A. H. y RIMPELÄ, M. K. (1999): «Health-related lifestyle in adolescence - origin of social class differences in health?», *Health education research*, 14, 3: 339-355.
- MORLEY, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrotu.
- OROZCO, G. (1996): *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana.
- OSTBYE, T. (1993): «Food and Nutrition in Canadian Prime-Time Television Commercials», *Canadian Journal of Public Health-Revue Canadienne De Sante Publique*, 84, 6: 370-374.
- PETERSON, J. L. y NEWMAN, R. (2000): «Helping to curb youth violence: The APA-MTV Warning Signs initiative», *Professional Psychology-Research and Practice*, 31, 5: 509-514.
- PINTADO, J. (2006): «Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente», *ZER*, 11, 21: 11-22.

- PORTA, A. (2004a): «Contenidos musicales buscan currículum», *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 197, 2004: 31-36.
- (2004b): «Musical expression as an exercise in freedom», *ISME 26 International Society for Music Education World Conference*. Tenerife, España.
- (2007): «Hablemos de educación, hablemos de música», *Eufonía: Didáctica de la música*, 40, 2007: 87-98.
- RAMOS, G. (2005): «Elementos para el diseño de planes de evaluación de programas de teleformación en la empresa» [en línea], *RELIEVE*, 11, 2. Disponible en: www.uv.es/RELIEVE/v11n2/RELIEVEv11n2_5.htm. Consultado el 02/02/09.
- REGISTER, D. (2004): «The effects of live music groups versus an educational children's television program on the emergent literacy of young children», *Journal of music therapy*, 41, 1: 2-27.
- REIG, R. (2005): «Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes», *Comunicar*, 25: 63-70.
- REYES, J. (2006): *Perpendicularidad entre arte sonoro y música*. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación.
- SCHAEFFER, P. (1966): *Traité des objets musicaux*. París: Seuil.
- SCHAFER, M. (1977): *The tuning of the world*. Toronto: McClelland and Stewart.
- SILVERSTONE, R. (1996): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- VALLEJO NÁGERA, A. (1987): *Mi hijo ya no juega, solo ve la televisión*. Madrid: Temas de hoy.
- VARGAS, E. y BARRENA, F. (2003): *Influencia de los programas televisivos en el contenido sexual sobre el comportamiento de los adolescentes*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión CNTV.
- VYGOTSKI, L. (1981): «The instrumental method in psychology», en: WERTSCH, J.: *The Concept of Activity in Soviet Psychology*. Nueva York: Sharpe (pp.134-143).
- WARD-STEINMAN, P. M. (2006): «The development of an after-school music program for at-risk children: student musical preferences and pre-service teacher reflections», *International Journal of Music Education*, 24, 1: 85-96.
- ZAMACOIS, J. (1986): *Curso de formas musicales* (10.^a ed.). Barcelona: Labor.

PARTE 2

Los contenidos de las programaciones televisivas





2. PROGRAMA *BABALÀ*. CANAL 9 (TELEVISIÓN PÚBLICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA)

Lic. Remigi Morant Navasquillo

Universidad de Valencia

Babalà PROGRAMA CONTENEDOR

PROGRAMACIÓN PROPIA

Duración programa	Franja emisión	Productora
2 horas	7:30 h - 9:30 h	Canal 9

CABECERAS

CANCIONES

DRAMATIZACIONES

CIERRES

REPORTAJE

AUTOPROPAGANDA



DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Babalà

SEMANA DE ESTUDIO:

Del miércoles 23/01/2008
al martes 29/01/2008

CANAL DE TELEVISIÓN:

Canal 9 (Punt 2)

TIPO:

Público

COBERTURA:

Autonómica

PAÍS:

España

REGIÓN:

Comunidad Valenciana

MUESTRA:

10 horas



DIBUJOS ANIMADOS

	Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Periodicidad
Meteoro	20-25 min	7:30 h - 9:30 h	TVTokio	1968	Diario
Cosas de locos	20-25 min	7:30 h - 9:30 h	TVTokio	1990	Ocasional
Caracolímpicos	7 min	7:30 h - 9:30 h	La Cinquième Canadá-Québec	1997	Ocasional
Buppi	3 min	7:30 h - 9:30 h	Generalitat Valenciana	2008	Ocasional

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Actimel	7:30 h - 9:30 h	40 s	Comida
Disney princesas	7:30 h - 7:45 h	20 s	Juguete niña
Tarzán, la casa del árbol	7:30 h - 8:30 h	20 s	Juguete niño

I. Datos de la programación televisiva seleccionada y sus destinatarios

La programación televisiva de Canal 9 en la vertiente infantil y juvenil se basa en un programa de los que se ha venido a denominar «programas contenedor»: *Babalà*, en el cual se mezclan contenidos dedicados al público infantil conjuntamente con otros dedicados a los primeros años del público juvenil de manera poco sistematizada. Esta programación se ofrece de lunes a viernes en distintas franjas horarias: mañanas de 7:30 a 9:00 horas y tardes de 17:00 a 20:00 horas. Los sábados, domingos y festivos el horario es de 9:00 a 12:00 horas. *Babalà* se programa tanto en la cadena principal de la Televisión Pública Valenciana, Canal 9, como en la segunda cadena, denominada Punt 2.

La programación analizada en el presente estudio se grabó en su totalidad en la franja horaria de mañanas desde el miércoles de la penúltima semana hasta el martes de la última semana del mes de enero del año 2008. Los programas emitidos en la franja horaria de tarde y los que se emiten las mañanas de los sábados, domingos y festivos son repeticiones de programas anteriores y, por tanto, carecen de valor en este estudio.

Los datos referentes a los porcentajes de programación de la semana analizada resultan claramente ilustrativos en el sentido de la primacía de las series de dibujos animados por encima de la programación de programas propios:

Dibujos japoneses:	55%
Producción propia:	20%
Dibujos canadienses:	5%
Publicidad:	20%

Contrariamente a lo que dictan los acuerdos entre las distintas televisiones españolas en lo concerniente a la programación infantil y juvenil, en el programa *Babalà* de la Televisión Pública Valenciana, la programación de dibujos animados japoneses representan el gran peso de la programación, con un criterio poco actual dado que programan una serie de los años 60 (*Speed Racer*). Los dibujos animados japoneses ocupan más de la mitad de la programación con dos espacios: *Meteoro (Speed Racer)* y *Cosas de locos*. El análisis se ha planteado sobre la serie de dibujos *Speed Racer*. La media diaria de dos programas de dibujos japoneses es de entre 20 y 25 minutos cada programa. Por tanto, unos 50 minutos de un total de unos 80 minutos de programa.



La programación de producción propia está conformada por microespacios de entre 1 y 3 minutos de duración en los que caben programas de contenido divulgativo, de contenido educativo y dibujos animados entre los que cabe destacar *Bupí*, el único programa de dibujos realizados en la Comunidad Valenciana gracias al patrocinio de la Conselleria de Bienestar Social de la *Generalitat Valenciana*. Bupí es una mascota infantil que enseña a los más pequeños a ser solidarios y a respetar a los demás. El objetivo de este programa es que se convierta en una plataforma de difusión de valores como la cultura, la educación, la solidaridad, la cooperación...



Los dibujos canadienses aparecen en programas de unos 7 minutos; se trata de la serie *Caracolímpicos*, producción de la cadena canadiense *La Cinquième* adaptada a la Comunidad Valenciana y cuya finalidad es fomentar el deporte entre la población infantil, animarles al trabajo en equipo, favorecer la integración en el grupo de otros niños diferentes, incidir en el valor de la amistad o la importancia de conseguir un objetivo... Estos programas no se ofrecen todos los días; tampoco hay una

programación estable, lo cual podría significar que representan una opción fácil para rellenar unos minutos de programa.

La publicidad se ofrece en lotes de 5 minutos de duración y la temática matinal es prácticamente en su totalidad de productos de alimentación infantil. La media diaria es de un total de entre 15 y 20 minutos. De común acuerdo entre todos los investigadores se seleccionó de cada franja horaria y programación una publicidad de alimentación, una de un juguete para niño y otra de un juguete para niña, que son las analizadas en este apartado.

2. Descripción de la programación y su banda sonora

2.1. Dibujos animados japoneses (*Speed Racer - Meteoro*)

Los dibujos animados *Speed Racer*, que en la versión española se denominan *Meteoro* y en la valenciana *Meteroi*, representan una adaptación de la serie animada de dibujos sobre carreras automovilísticas *Mach Go Go Go*, basada en el manga original de Tatsuo Yoshida. La serie fue producida por la firma Tatsumoko Productions y emitida por vez primera en Japón por la TV Tokio entre los años 1967 y 1968, con un total de 52 episodios. Posteriormente se realizaron nuevas versiones de la misma y se llegó a más de 100 programas. El personaje principal de la serie es un joven piloto que conduce el auto *Mach-5*, maravilla tecnológica con multitud de funciones.

De la serie se han ido sucediendo distintos paquetes de episodios e incluso en el año 2007 se ha rodado una película con actores reales.

La banda sonora de *Meteoro* es original. Se trata de música de inspiración claramente americana en la que la sintonía es una agrupación de música ligera con predominio de metales sobre un fondo de piano eléctrico y batería. En los diferentes capítulos analizados se repite un planteamiento similar: mientras la música se utiliza en momentos estelares y recurriendo a la utilización de *leitmotiv* para los personajes principales, en otros muchos momentos no hay soporte musical y solamente se recurre a múltiples efectos sonoros (sirenas, lluvia, truenos, grillos, perros...). La utilización de la modalidad mayor o menor está asociada de manera natural a momentos brillantes de metales, cuerdas y percusión en los principios de cada carrera o a momentos de clara significación masculina; y las cuerdas con instrumentos de madera en la utilización del modo menor utilizado para escenas más románticas o de significación femenina. Cabe destacar la importancia de la utilización de los instrumentos de láminas de madera o de metal dentro de la percusión. Efectos utilizados por el compositor son el empleo de las disonancias en momentos de suspense o la utilización del registro grave de la flauta travesera asociada a momentos de misterio, supongo que una influencia de la cultura oriental.

2.2. Programas de producción propia

La programación de *Babalà* cuenta con un personaje que imita un gran perro que se encarga de presentar cada programa y que a su vez participa de manera vocal en la presentación o narración de muchos de los microespacios divulgativos. Ejemplos de los mismos son:

- *El agua, nuestra amiga*: un grupo de niños nos explican la necesidad del consumo responsable del agua. Durante todo el tiempo está sonando una versión instrumental de una canción popular catalana, *La cançó de les pometes*, pero con una instrumentación de música *country* que hace perder la sensación de música popular propia en favor de la música popular americana. La canción se repite en un bucle constante que se corta de manera inesperada con la conclusión del programa.
- *Hace un buen día*: en un ambiente del tiempo de Pascua un grupo de niños explican sus actividades mientras de fondo suena una canción *rock*. En el momento final del programa el grupo de niños canta la canción popular *La bereneta*.
- *Naturaleza, el ciervo*: una músicaailable de orquesta en la que aparece una improvisación de saxo electrónico sirve de soporte sonoro para la explicación

por parte de un grupo de niños de la vida de este bello animal en la naturaleza. La ocurrente elección de la música de fondo refleja claramente hasta qué punto es importante en *Babalà* la utilización de la música.

- *Colores*: música *rock* con múltiples efectos y voces humanas con sonido máquina sirven para acompañar una explicación excesivamente infantilizada sobre los diferentes colores. El piano electrónico es el instrumento principal. En un momento determinado hablan de una sinfonía de colores, para lo cual utilizan el conocido fragmento inicial de *Así habló Zaratustra*, de R. Strauss (poema sinfónico inspirado en la obra homónima del filósofo Friedrich Nietzsche).
- *Clarinete*: se trata de la presentación del clarinete como instrumento musical, un instrumento muy conocido y más que abundante en la Comunidad Valenciana por las más de quinientas bandas de música con las que cuenta. Se enseña la imagen un clarinete depositado sobre una tela y suenan fragmentos del repertorio más conocido para este instrumento; el sonido utilizado es electrónico y de la peor calidad posible.
- *Haciendo manualidades*: destaca la utilización de una bella canción italiana cantada por una voz masculina, *Azzurro*. Se trata de música de fondo mientras se explican distintas manualidades. La conclusión de la explicación también corta inexplicablemente la canción.
- *Tangram*: el juego de composición de distintas figuras geométricas se acompaña de un *ragtime* americano en que participan un piano electrónico y una batería.
- *¿Quién es?*: el personaje presentador, un perro, se empeña en que los niños reconozcan a Frank Sinatra como intérprete de la canción que suena en un *play back* de: *New York, New York*. Como los niños no pueden contestar en directo... ni tampoco en diferido, aparece en pantalla el nombre del cantante.

En resumen, podemos decir que la utilización de la música en estos microespacios siempre es como música de fondo, con clara preponderancia anglosajona-americana (las incursiones en el terreno popular son de una canción popular catalana instrumental con sonido a *country* americano y otra canción popular italiana que también puede asociarse a la justificada tradición italiana en América). Los despropósitos son múltiples: la conclusión de cada espacio con un corte salvaje que no tiene ninguna consideración por la estructura de la canción escogida, la utilización de instrumentos electrónicos de la más baja calidad sonora posible en detrimento de instrumentaciones originales o las falsas asociaciones de ideas musicales como que *Así habló Zaratustra* de R. Strauss es una sinfonía, entre otras.

De qué poco nos vale lo apuntado por el crítico y especialista en el estudio de bandas sonoras Conrado Xalabarder (2006) en sus apreciaciones sobre la importancia de la música en la banda sonora de una película: «Además de generar emociones, la música de cine es una cortina invisible que, interpuesta entre la pantalla y el espectador, condiciona cómo ve la escena...»¹. La utilización de la música como fondo en estos programas como *Babalà* no genera emociones y provoca un rechazo unánime entre los músicos por la poca profesionalidad en la utilización de la misma.

- *Bupí*: la música y el contenido de este programa, realizado en su totalidad en Valencia, debería ser un modelo a seguir. También es verdad que 3 minutos representan muy poco al lado del resto. En *Bupí* la utilización de las voces junto al piano electrónico, la batería y el bajo eléctrico sirven para presentar la sintonía. La música de cada programa está bien planteada; es actual y con múltiples cambios y abundantes cadencias suspensivas. El objetivo de esta serie de dibujos animados es el de fomentar los valores de tolerancia y convivencia en la población infantil.

2.3. Dibujos animados canadienses

Caracolímpicos son dibujos animados actuales con una banda sonora de inspiración infantil y fondo americano que no resulta en ningún momento desagradable. Estos caracoles aficionados a practicar deporte están diseñados mediante el empleo de muñecos de plastelina.

2.4. Publicidad

La música para la publicidad tiene un componente profesional que cabe destacar. No obstante, también se pueden encontrar en este campo propuestas resueltas de manera fácil por las distintas productoras:

- *Disney princesas*: publicidad de la empresa Famosa que asocia la imagen de una muñeca de una princesa al sonido de una caja de música imaginaria que representa el vals del ballet de la *La bella durmiente* de P.I. Tchaikovsky. El sonido utilizado es el de un piano electrónico con registro sonoro de celesta que acentúa la sensación de una princesa surgida de una caja de música. El tema se repite dos veces al tiempo que es presentado el personaje en clave infantil.
- *Tarzán, la casa del árbol*: otro juguete de la factoría Famosa que mediante la utilización de diferentes percusiones de tambores y maderas, además del uso

1. Véase www.fotogramas.es/Blogs/Viva-la-banda-sonora

de los gritos típicos del mítico personaje de la selva que acuñara Edgar Rice Burroughs, imitan el ambiente de las películas.

- *Actimel*: ejemplo de publicidad infantil muy bien resuelta desde todos los puntos de vista y, en particular, desde una composición al servicio de las imágenes. La banda sonora es original y en la misma se suceden diferentes motivos conductores que ocupan un compás cada uno con el tema de Dani, el tema de Actimel, el tema de la batalla y el tema de la victoria. Esta música está escrita mediante el encadenamiento de multitónicas ascendentes que afirman más todavía el mensaje publicitario: la necesidad de la protección mediante el uso de este producto de alimentación. Se trata de una partitura compuesta por un músico valenciano desde una visión 100% cinematográfica. Decir, además, que en España coexisten más de diez versiones diferentes del anuncio de *Actimel* según la duración deseada y la época del año o público al que va dirigido.



3. Informe valorativo en el contexto específico en el que se produce. Valoración de los apartados de nivel I de la plantilla analizada. Conexión con imagen y texto. Vinculación con el contexto sociocultural. Valoración global educativo-musical de la programación televisiva analizada

El análisis del contexto en el que se produce la programación de *Babalà* resulta claramente desalentador: pensar que la programación ofrecida para niños vista desde una perspectiva musical y educativa es de tan baja calidad, es tan poco adecuada, es a veces tan burda... que uno se avergüenza del producto analizado, dado que Canal 9 es la televisión pública de la Comunidad Valenciana. Visto desde una óptica pedagógica, tiene todos los males musicales, tal como hemos apuntado en el análisis efectuado. Pero, en una tierra cuyo orgullo es la cantidad y calidad de los músicos con los que cuenta, que la banda sonora de la mayor parte de la programación propia sea un fondo musical en el que no se respeta ni la simple búsqueda de una cadencia final y se opta por el corte sin más, representa una prueba de lo mal que se pueden hacer las cosas. La profusión de instrumentos electrónicos con sonido de la más baja calidad y la búsqueda constante del sonido angloamericano por encima de la cultura musical de la tierra en la que vivimos, demuestran lo poco conveniente que resulta para el público al que va dirigida. Otras cuestiones son las series de dibujos japonesas que se ofrecen sin ningún rubor: que

tengan más de treinta años no supone pega alguna; da la impresión de que lo que cuenta son los minutos de programación que ocupan. El planteamiento de *Meteoro* es de un machismo propio de los años 60; la consideración de la mujer está anclada en una sociedad de la que hace mucho que salimos. La utilización de las voces es masculina con mayúsculas, en detrimento de las voces femeninas que solo aparecen en contadas ocasiones. Parece que a la población infantil se les puede ofrecer cualquier producto y que nadie se va a ocupar de supervisar la programación desde un punto de vista educativo y responsable.

Todo lo expuesto con anterioridad está en contra de las orientaciones y comentarios prioritarios marcados por el Instituto Oficial de Radio y Televisión (2005) que ya estableció el acuerdo por medio del cual las televisiones españolas debían observar los siguientes y elementales principios en lo referente a la programación infantil y juvenil:

- 1) En sus mensajes dirigidos a menores, los programas promoverán los valores de igualdad, solidaridad y respeto a los demás, de tolerancia, de integración, de no violencia y de no discriminación.
- 2) Desde los medios de comunicación tenemos la responsabilidad de dibujar el imaginario infantil. Si no lo hacemos desde nuestra cultura, lo haremos desde otras con los consiguientes prejuicios.
- 3) Contenido infantil no es sinónimo de dibujo animado.
- 4) Debemos aprovechar la riqueza cultural de nuestro país, personajes de nuestra cultura...
- 5) Televisión lúdica antes que televisión espectacular.
- 6) Programas informativos infantiles y juveniles.

La valoración educativa de la programación analizada en lo concerniente al análisis musical es nefasta. No existe una verdadera sincronía entre el lenguaje visual y el sonoro. El desfase es total. Es realmente difícil hacerlo peor. Entre todas las programaciones de televisión analizadas en esta investigación, *Babalà* tiene el honor de ser el peor programa con diferencia. Esta programación queda muy lejos de conseguir el objetivo educativo que se le presupone. La programación infantil de Canal 9 necesita un cambio de planteamiento desde una perspectiva educativa que hasta el momento no se ha tenido en cuenta. Además, en este cambio deberá quedar patente la importancia de la utilización de la música y la banda sonora de toda la programación infantil y juvenil. Notemos la importancia de la banda sonora desde un punto de vista educativo, ya que aporta significado, proporciona atmósfera, acelera o retarda la acción, recrea una época o ambiente... La música utilizada en las bandas sonoras debemos entenderla como patrimonio inmaterial de la humanidad y como testigo de la memoria sonora (Xalabarder, 2006). La construcción del imaginario infantil debe

ser vital en el siglo XXI y en la sociedad de las competencias educativas y la convergencia europea. Necesariamente, la banda sonora ha de presentarse como sustituta de un mundo sonoro por descubrir (Porta, 2007) en un proceso en el que se aborda la construcción de la propia consciencia (Vygotski, 1978).

4. Bibliografía

CHOMSKY, N. (2001): *La (des)educación*. Barcelona: Crítica.

I. O. R. T. V. (2005): *Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid: RTVE.

NUNES, J. y PORTA, A. (2008): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO.

PORTA, A. (2007): *Músicas públicas, escuchas privadas. Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.

VYGOTSKY, L. (1978): *Mind in society: Cambridge*. Cambridge: Harvard University Press.

XALABARDER, C. (2006): *Música de cine. Una ilusión óptica*. Montevideo: Libros en Red.

Imágenes:

www.fotolog.com/mercromine,
www.infoperiodistas.info/img/noticias

3. LA BANDA SONORA EN LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA:

LA BANDA, UN EJEMPLO DESDE ANDALUCÍA

Dra. Almudena Ocaña Fernández

Dra. M.ª Luisa Reyes López

Universidad de Granada

La Banda

PROGRAMA CONTENEDOR

PROGRAMACIÓN PROPIA

Duración programa	Franja emisión	Productora
2 horas	7:30 h - 9:30 h	Canal Sur

CABECERAS

CANCIONES

DRAMATIZACIONES

CIERRES

REPORTAJE

PROMOCIÓN LUGARES TURÍSTICOS

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
La Banda

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 21/01/2008
al viernes 25/01/2008

CANAL DE TELEVISIÓN:
Canal 2 - Canal Sur Televisión

TIPO:
Público

COBERTURA:
Autonómica

PAÍS:
España

REGIÓN:
Andalucía

MUESTRA:
10 horas



DIBUJOS ANIMADOS

	Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Periodicidad
Doraemon	10-11 min	8:00 h - 8:40 h	Luck Internacional	1978	Diaria
Patatas y Dragones	7-8 min	8:45 h - 9:00 h	Alphanim	2004	Semanal

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Nesquik	7:30 h - 8:30 h	20 seg	Comida
Actimel	7:30 h - 9:30 h	40 seg	Comida
Bollycao Dokyo	8:30 h - 9:30 h	20 seg	Comida

I. Introducción

La Banda es el programa infantil de televisión más visto en Andalucía. Lleva más de diez años entreteniéndolo a varias generaciones. Este programa centra el secreto de su éxito en el hecho de que las verdaderas estrellas del programa son los niños y niñas andaluces. El programa se emite de lunes a viernes entre las 7:30 y las 9:30 horas de la mañana, y por la tarde entre las 13:30 y las 17:30 horas en el Canal 2 Andalucía. Durante el fin de semana amplía su emisión al Canal Sur Televisión, y se emite los sábados y domingos de 8:00 a 11:00 horas; se repite la emisión en el Canal 2 Andalucía de 14:30 a 17:00 horas.

Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía son los dos canales de la televisión pública andaluza. Canal Sur Televisión es la primera oferta televisiva del grupo RTVA (Radio Televisión Andaluza) nacida el 28 de febrero de 1989. La programación del Canal Sur Televisión es de tipo generalista; en ella se intercalan informativos, programas de entretenimiento y de servicio público dirigidos a todos los segmentos de población. Canal 2 Andalucía, que comenzó a emitir el 5 de junio de 1998, es la segunda oferta televisiva de este grupo. Su programación se basa en la divulgación de los valores y señas de identidad de nuestra tierra y en la atención a los públicos más jóvenes. La programación de este canal se sustenta en programas de marcado carácter divulgativo y cultural, en el cine sin cortes publicitarios, en la retransmisión de eventos deportivos y en una atención especial a los niños y las niñas. Igualmente se potencia la inclusión de programas tendentes a favorecer la difusión del nuevo talento audiovisual andaluz y de valores como la solidaridad, la cultura y el conocimiento.

La estructura del programa *La Banda* responde al modelo de programa contenedor donde se recogen secciones fijas, series, dibujos animados y publicidad. Los presentadores: Mara, Fabio, Tutty y Felipe son jóvenes andaluces de apenas 20 años, que dinamizan el programa, ofrecen consejos y animan al público infantil a participar en los juegos y concursos a través del *Club de la Banda*, espacio bastante popular entre el público de este programa ya que, a través de él, se les hace partícipes del mismo, lo que para los niños y niñas es toda una responsabilidad y diversión. Este club permite la formación de un círculo de amigos entre aquellos y aquellas que disfrutan de la emisión del programa. En la actualidad alberga a medio millón de socios, una cifra nada despreciable. Ser socios del club les permite disfrutar del programa en Internet, y obtener descuentos y ventajas en actividades lúdicas y culturales que se anuncian a lo largo del programa como parte de la programación propia.

La estructura del programa es diferente en función del horario de emisión: es distinta por la mañana y por la tarde. En nuestro análisis profundizaremos en la franja de emisión matinal, por lo que aquí nos parece interesante repasar brevemente los

contenidos, referidos a los espacios de elaboración propia que se pueden ver por las tardes y los fines de semana.

Entre los espacios que se emiten a lo largo de la semana, de lunes a viernes en horario de tarde, destacan:

- *Los Consejos de Tutty y Felipe*: se ofrecen consejos de tipo educativo para educar en valores, como por ejemplo: «para conocer a alguien no debe importarnos su color, ni el país en el que hayan nacido, ni su religión o cultura... Lo único que tiene que importarnos es su forma de ser, que nos guste como persona. Actualmente hay muchos inmigrantes en Andalucía, personas a las que muchas veces no conocemos porque son de diferente color o raza o cultura¹».
- *Chef Filipuá*: con recetas de cocina asequibles a los niños y las niñas y consejos sobre alimentación saludable.
- *Artebanda*: donde Tutty enseña manualidades paso a paso.
- *Conoce Andalucía*: espacio que muestra rincones curiosos de la comunidad andaluza.
- *Cuentacuentos LSE*: especial mención merece este espacio ya que *La Banda* es el único programa en España donde se emite un cuentacuentos con traducción simultánea en lengua de signos. En este punto cabe destacar que este no es el único espacio donde se utiliza este lenguaje, ya que en muchos otros momentos el programa hace uso de este recurso para facilitar la comunicación con el público sordo.

En el fin de semana las secciones emitidas son diferentes y estas son:

- *Doctor Fabien*: donde un científico divertido hace experimentos para acercar la ciencia a los más pequeños.
- *Ciberbanda*: para recomendar páginas web de interés.
- *Superplanet*: es un héroe dispuesto a no dejar pasar ni una a los enemigos de la ecología. Con él se aprende a conocer mejor y valorar la naturaleza y se anima a contribuir a la mejora del medio ambiente.

1. En http://labanda.canalsur.es/portal/lb-programa_secciones-.html?seccion=consejo (Consultado el 10/4/09).

Con el propósito de desarrollar un producto televisión infantil de calidad en el ámbito audiovisual que integre contenidos éticos y educativos, este programa cuenta con una asesoría pedagógica. Dicha asesoría se encarga de definir los contenidos y mensajes que el equipo de guionistas posteriormente desarrollará. De esta manera se realizan reuniones semanales entre el equipo de guionistas, la dirección y este gabinete pedagógico para asegurar el carácter educativo y formativo del programa realizando.

2. Análisis musical de la banda sonora

Una vez que hemos explicado las características principales de este programa infantil pasamos a analizar de forma más precisa el contenido que fue emitido en la semana del 21 al 25 de enero de 2008 en la franja horaria matinal (7:30 h – 9:30 h). Durante las dos horas de emisión se combinan tres elementos bien diferenciados: dibujos animados, programación propia y publicidad.

Los dibujos animados ocupan la mayor parte del tiempo de emisión, alrededor del 88%, seguidos de la publicidad con un 8% y la programación propia con un porcentaje del 4%. A continuación presentamos un esquema con la estructura habitual del programa:

Tabla I. Estructura del programa *La Banda* en la franja de emisión matinal.

Programación propia	Cabecera	13 segundos
	Presentación	17 segundos
	Promoción de lugares turísticos	2-3 minutos
Dibujos animados	<i>Megaman</i> (1 capítulo)	20 minutos
Publicidad	2-4 anuncios	2 minutos
Dibujos animados	<i>Doraemon</i> (4 capítulos)	40 minutos
Publicidad	2-4 anuncios	2 minutos
Dibujos animados	<i>Patatas y Dragones</i> (1 capítulo)	10 minutos
	<i>Cosas de Locos</i> (1 - 2 capítulos)	10-20 minutos
Publicidad	2-4 anuncios	2 minutos
Programación propia	Cierre del programa	23 segundos

2.1. Análisis de la programación propia

Como comentamos al inicio del capítulo, este programa tiene diferentes espacios protagonizados por sus presentadores en los que se desarrollan diferentes contenidos educativos. Sorprendentemente en el espacio matinal que ocupa una de las franjas horarias de mayor audiencia no aparece ninguno de estos espacios. A lo largo de la semana analizada la programación propia está representada por la cabecera, los minutos de presentación y cierre del programa y la promoción de diferentes lugares turísticos a los que los niños y niñas que pertenecen al club del programa pueden acceder con un descuento en el precio de la entrada. A continuación pasamos a analizar la música de cada uno de esos espacios.

La música que aparece en la cabecera es la misma que se escucha de fondo durante la presentación y cierre del programa. Se trata de una melodía en ritmo binario con comienzo tético. La tonalidad es do mayor y la cadencia final de la frase es conclusiva. Con textura homofónica y sonido electrónico original tiene un estilo que se aproxima al tecno. Como hemos señalado anteriormente la agógica depende del momento en el que se utiliza y de la función que tiene. Cuando aparece como melodía principal (cabecera) la intensidad es fuerte mientras que cuando se usa como colcha sonora (presentación y cierre) la intensidad es piano. Esta melodía carece de mayor interés ya que ni siquiera, en el caso de la cabecera, está acompañada de una letra que los niños y niñas pudieran aprender. Esto muestra la escasa importancia que se da a este espacio musical.

Entre los espacios turísticos que se promocionan en el programa vamos a analizar dos de ellos por ser los más repetidos a lo largo de la semana.

El primero está dedicado a promocionar el Alcázar de los Reyes Católicos de Córdoba. Tiene una duración de 50 segundos y en todo momento, acompañando a la imagen y la información que transmite la voz en *off*, aparece una música instrumental que tiene las siguientes características. Al utilizarse como colcha sonora, la intensidad es piano, cuando si utiliza de forma simultánea a la voz en *off*, cuando esta desaparece la intensidad se hace algo más fuerte. A nivel rítmico podemos destacar que está escrita en tempo ternario y que el comienzo es tético. La tonalidad es mi menor y la cadencia final conclusiva. Utiliza instrumentos reales en la interpretación, por lo que el sonido es acústico. Se trata de una pieza en estilo medieval que atiende a elementos sonoros autóctonos propios de la música Andalusí.

El segundo clip promociona el parque temático de la naturaleza de Madrid, Faunia. De nuevo la música aparece a modo de colcha sonora y va cambiando la intensidad según se escucha o no la voz en *off*. Se trata de una música de género mixto, vocal e instrumental en la que aparecen voces femeninas y de niños que interpretan una

melodía sobre un acompañamiento instrumental. A nivel rítmico destaca la hemiolia, la alternancia entre tempo binario y ternario. El comienzo es tético. La tonalidad re mayor y la cadencia conclusiva. Encontramos una relación entre la imagen y la música, ya que se trata de un fragmento musical que se acerca al estilo de la música étnica intentando representar los animales exóticos que podemos encontrar en el parque.

La voz en *off* que aparece en ambos espacios es la de uno de los presentadores de *La Banda*, de manera que el oyente sienta la cercanía del mensaje y se motive por visitar dichos lugares. El tipo de música utilizada tiene algunas de las características que Adorno y Eisler (1981) reconocen como «malas costumbres en la música de cine». La música se utiliza como vestuario o atrezzo y la intensidad de la misma está al servicio de la imagen y del mensaje que se quiere transmitir produciéndose una estandarización de la interpretación musical. Tal y como señalan estos dos autores: «este equilibrio hace que se pierda la dinámica como medio de subrayar las relaciones musicales: la falta de triple *fortissimo* y *pianissimo* limitan el crescendo y el decreyendo a una escala demasiado pobre» (Adorno y Eisler, 1981: 34).

Otro aspecto que hay que destacar son los elementos de transición entre los distintos espacios que recoge el programa. Estos elementos se caracterizan por mezclar sonidos acústicos y electrónicos originales. El ritmo es binario y con comienzo tético. La intensidad se mantiene todo el tiempo fuerte, ya que este elemento de transición no va acompañado de una voz en *off*. La tonalidad es sol mayor y la cadencia conclusiva. Se trata de una textura polifónica que mezcla elementos del *pop-rock* y autóctonos como el cajón flamenco y la guitarra, por lo tanto, podemos hablar de un estilo híbrido. Este es el único momento durante el programa donde aparecen referentes del flamenco.

2.2. Análisis de la publicidad

Para este análisis hemos seleccionado tres de los anuncios que más número de veces se repiten a lo largo de la semana. Nos ha llamado la atención cómo en esta semana no apareció ningún anuncio de juguetes, pues todos ellos son sobre alimentación. Este hecho se debe a que las fiestas navideñas estaban bastante recientes y se presupone que el interés por los juguetes de niños y niñas decae, así como la predisposición de los padres y madres a comprar estos productos.

Los tres anuncios pertenecen a tres marcas bastante importantes: *Actimel*, *Nesquik* y *Bollycao Dokyo*. La música utilizada en los dos primeros se caracteriza por hacer un tratamiento cinematográfico de la misma, y utiliza elementos de música diegética y no diegética. El tercero utiliza una estructura menos narrativa en la que el protagonista es un argumento que sirve simplemente para contextualizar y en el que lo importante es una canción interpretada por un grupo de adolescentes.



El primer anuncio que vamos a analizar es del producto *Actimel* de la marca Danone. La franja de emisión es de 7:30 a 9:30 y su duración es de 40 segundos. En la semana analizada aparece dos veces todos los días, exceptuando el jueves en que únicamente se emite una vez.

Este anuncio destaca por el carácter narrativo de música e imagen. En el primer plano aparecen dentro de un frigorífico y junto a varios envases del producto los tres personajes que representan al «equipo Actimel». En este momento el único efecto sonoro es un ruido que produce uno de los personajes al hacer girar un bote del producto y las voces masculinas que doblan a estos personajes.

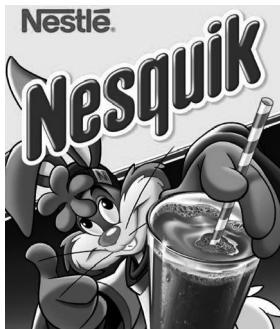
A continuación el niño protagonista del anuncio abre la nevera y en ese momento suena un motivo musical muy sencillo que después servirá de punto de partida para la banda sonora del anuncio. Coge el producto y a la vez la madre le dice que se abrigue que el día es muy frío. En ese momento aparece un plano corto del niño bebiendo el producto y a la vez se crea en la imagen un perfil luminoso en la silueta del chico que quiere simular un escudo protector. En este momento la música cobra mayor importancia intensificando el mensaje de la imagen. Esta música se caracteriza por tener un ritmo ternario y comienzo tético. Esta frase interpretada por instrumentos electrónicos está escrita en modo mayor, confiriendo así confianza y un sentido positivo a ese momento. Después el niño aparece en el patio del colegio donde el ambiente sonoro es el propio de este lugar: niños que gritan y juegan. En ese momento entran en acción unos nuevos personajes de ficción que interpretan a los virus o microbios que hay en el exterior y que quieren atacar al niño (son los «malos» de la historia caracterizados por personajes con aspecto de monstruos). En ese momento entra en acción el equipo Actimel que se dispone a luchar con los «monstruos» para salvar al niño. La música de nuevo acompaña a la acción, se trata en este caso de un fragmento con ritmo binario, comienzo tético, instrumentos electrónicos y tonalidad menor. Además de la música no diegética, la imagen está acompañada por ruidos que realizan las naves espaciales, la señal de alarma producida por una sirena, etc. Todo un compendio de sonidos diegéticos que refuerzan el carácter cinematográfico de la banda sonora de este anuncio. Al finalizar la lucha y vencer el «equipo Actimel» vuelve a aparecer la melodía en modo mayor que acompañó al niño en el momento de tomar el producto algo más desarrollada, aunque inconclusa, ya que al final el mensaje de promoción del producto se superpone, cobra mayor protagonismo y hay un corte en la música.

Se trata, por tanto, de una banda sonora con un marcado carácter cinematográfico, donde aparecen ruidos que se corresponden a los sonidos que realizan las máquinas y

a acciones que se ven en la imagen; la música que aparece está interpretada por instrumentos electrónicos. El ritmo es binario y el comienzo de los diferentes fragmentos es tético. La dinámica varía según la acción, pero en líneas generales podemos decir que aparece un *crescendo* de principio a fin. No aparecen frases completas sino que la estructura predominante es la semifrase, ya que la música está al servicio completamente de la imagen. Esto es algo que también se puede observar en relación con el cambio de tonalidad y modalidad. Si la acción representa miedo o suspense, aparece la tonalidad de mi menor; si, por el contrario, el final de la situación de miedo es la consecución de la victoria por parte del equipo Actimel, escuchamos la tonalidad de do mayor. Podríamos esquematizar el discurrir de la música en este anuncio de la siguiente manera:

- a) Música diegética (voces y ruidos).
- b) Música diegética (voces) y no diegética (*leitmotiv* del fragmento en modo mayor).
- c) Música diegética (voces y ruidos).
- d) Música diegética (voces y ruidos) y no diegética (fragmento en modo menor).
- e) Música diegética (fragmento en modo mayor) y diegética (voces).

Vemos en este caso cómo se utiliza una historia de dibujos animados próxima al mundo infantil para promocionar un producto que no va dirigido al público infantil exclusivamente. De hecho llama la atención cómo este producto cuenta con varias versiones publicitarias según el público al que va dirigido, el espacio de emisión y la franja horaria. De nuevo, aquí tenemos un ejemplo más donde se utilizan patrones que funcionan y que son próximos al público para captar su atención. Se provoca, por tanto, un empobrecimiento del entorno sonoro del niño que vuelve a escuchar los mismos patrones repetitivos con los que se le bombardean en el cine y televisión.



El anuncio del producto *Nesquik* de la marca Nestlé aparece una vez todos los días de la semana en la franja horaria de 7:30 a 8:30. Su duración es de 24 segundos y al igual que en el anuncio anterior, la música tiene un carácter cinematográfico. Se narra la acción en la que un grupo de niños y niñas se dan cuenta de que se han quedado sin Nesquik y tienen que ingeniárselas para conseguirlo antes de que cierren el supermercado. Además, en el anuncio aparece un dibujo animado, el conejo, que representa el producto.

La banda sonora del anuncio está en todo momento al servicio de la imagen. Aparecen ruidos en el caso de la música diegética y sonidos electrónicos en el de la música no diegética. Las voces son de niños fundamentalmente, ya que son los protagonistas.

tas del anuncio, y de un hombre que es el guarda que está en el supermercado. No aparecen frases completas, sino que la estructura de la música está al servicio de la imagen. El ritmo es binario y con comienzo anacrúsico. La dinámica va creciendo a medida que va transcurriendo la acción. Al principio, cuando surge la problemática (los niños se dan cuenta de que se han quedado sin Nesquik para la merienda), la música está compuesta en la tonalidad de mi menor. Después, cuando consiguen su objetivo (obtener el producto) la situación de tensión finaliza y se produce una modulación a do mayor cerrando la frase con una cadencia conclusiva. El esquema de la relación música e imagen en este anuncio es el siguiente:

- a) Música diegética (voces y ruidos) + música no diegética (acordes que representan la tensión del momento).
- b) Música no diegética (fragmento musical en modo menor que acompaña la acción de los niños cuando van en busca del producto) + música diegética (voces).
- c) Música no diegética (fragmento musical en modo mayor relacionado con los fotogramas donde los niños y el conejo consiguen el producto y lo celebran merendado) + música diegética (voces).

De nuevo vemos un modelo de anuncio que se aproxima a otros referentes televisivos que tienen los niños y niñas. En este caso vemos una estrecha relación con películas de aventuras como por ejemplo *Indiana Jones*, pues utiliza recursos musicales similares a los de la banda sonora de esta película. Vemos de nuevo cómo en la publicidad se utilizan estereotipos de la banda sonora cinematográfica.



El último anuncio analizado corresponde al producto *Bollycao Dokyo* de la marca Panrico que se emite en la franja horaria de 8: 30 h a 9 h. Este anuncio tiene una duración de 20 segundos y solo se emitió dos días en la semana analizada, el jueves y el viernes. El público al que va dirigido es algo mayor que el de los anteriores:

se trata de un público adolescente, pues los protagonistas son niños y niñas de unos 13 ó 14 años.

Recrea el pasillo de un colegio español donde dos compañeros se sorprenden cuando un amigo les muestra otro tipo diferente de Bollycao que no es el habitual. En ese momento el chico que tiene el nuevo Bollycao hace alusión a que ese es el producto más popular en Japón y a modo de recuerdo o de sueño se traslada a un instituto japonés donde un grupo de chicos y chicas orientales con uniforme cantan una canción y hacen una coreografía. La letra de esa canción aparece en la parte inferior de la pantalla a modo de karaoke.

En este caso el formato del anuncio es completamente diferente al anterior, aquí la música no tiene un carácter cinematográfico, sino que lo más importante es la canción pegadiza que interpreta el grupo de escolares. Esta canción es interpretada por voces masculinas y femeninas acompañadas por sonidos electrónicos. El ritmo binario y de comienzo tético tiene una dinámica que se mantiene durante toda la canción en fuerte. La tonalidad es do mayor con una cadencia conclusiva y la estructura predominante es una frase que se repite constantemente. La letra intenta imitar la fonética nipona y es muy repetitiva. Todas las frases dicen lo mismo «Bollycao Dokyo mola asako». Sin embargo, no aparecen elementos autóctonos, ya que se trata de una música de estilo tecno. Podríamos dividir este anuncio en dos secciones bien diferenciadas:

- a) Música diegética (voces) + música no diegética (sonidos que sirven para cambiar el escenario de la acción).
- b) Música diegética (interpretación de la canción del grupo de adolescentes nipones realizando una coreografía).
- c) Música no diegética (voz en *off* y melodía tecno casi imperceptible, ya que la voz es la que tiene todo el protagonismo hablando del producto).

En este caso vemos de nuevo referentes musicales próximos a los adolescentes, ya que intenta imitar, al menos en la estética, el musical *High School Musical*, tan de moda entre los chicos y chicas de estas edades.

En los anuncios analizados se ponen de manifiesto algunos de los ejes constructivos que Porta (2007) identifica en la fabricación de la banda sonora de la publicidad:

- a) Combinaciones: utilización de diferentes tempos, mezcla de sonidos acústicos y sintéticos y mezcla de diferentes melodías.
- b) Música y ruido: hay una combinación de la música y el ruido pero sin tener este un sentido musical.
- c) Música y silencio: el silencio se produce normalmente al principio o al final para reforzar el mensaje publicitario.
- d) Posición del eslogan en la forma musical: todo en el anuncio gira en torno al producto y observamos que el eslogan aparece al final y es lo último que se escucha.

2.3. Análisis de los dibujos animados

En cuanto a los dibujos animados, hemos seleccionado dos de las cuatro series que se emiten durante esta semana. Dicha selección la hemos realizado en función de dos criterios: porcentaje de emisión y características musicales. El dibujo animado más

emitido ha sido *Doraemon* con cuatro capítulos diarios y entre las otras tres series hemos seleccionado aquella que por su estética y banda sonora resultaba más contrastante en relación con *Doraemon*. Así que el segundo capítulo analizado ha sido el de *Patatas y Dragones*.

Los dibujos animados *Doraemon* son japoneses, producidos por Luck Interacional desde 1978. Son los más emitidos en la franja horaria que hemos analizado: diariamente se proyectan cuatro capítulos de 10-12 minutos de duración cada uno desde las 8:00 h hasta las 8:40 h de la mañana.

Doraemon es un gato-robot del siglo xxii y es el auténtico protagonista de la historia. Su rasgo más característico es su bolsillo mágico, del que saca los inventos más extraordinarios. *Nobita* es el mejor amigo de *Doraemon* y no hace más que meterse en líos de los que *Doraemon* intenta sacarle. La madre de *Nobita* los tiene muy controlados y siempre les descubre en sus pequeñas fechorías. *Shizuka* es la mejor amiga de *Nobita* y es la más responsable del grupo. *Suneo* y *Gian* son los compañeros de clase que completan los personajes principales.

Comenzaremos analizando musicalmente la canción de cabecera de estos dibujos animados. La estructura formal de la canción responde al siguiente esquema:

Introducción	A: Estrofa 1	A': Estrofa 2	B: Estribillo	Coda
Instrumental	Voz + acompañamiento instrumental	Voz + acompañamiento instrumental	Voz + acompañamiento instrumental	Instrumental Instrumental

En esta canción inicial aparecen sonidos electrónicos y la voz cantada es femenina. A nivel rítmico destaca el compás binario y subdivisión ternaria con comienzo tético. La tonalidad es fa mayor y la cadencia conclusiva. Utiliza una dinámica fuerte durante toda la canción donde la textura es de monodia acompañada, ya que aparece una melodía principal acompañada por instrumentos de timbre electrónico. Podríamos ubicar esta música dentro del estilo tecno.

La música incidental de estos dibujos animados se caracteriza por la utilización, en algunas ocasiones, de sonidos acústicos, pero en la mayoría de los casos se trata de sonidos electrónicos. Las voces que aparecen son de niño o de mujer según los personajes. En un mismo episodio aparecen diferentes cortes musicales de distintas duraciones en función de la acción o imagen a la que acompañan. En líneas generales se trata de melodías simples con tempos binarios en la mayoría de los casos y con comienzos téticos. La tonalidad mayor o menor depende de la imagen, al igual

que la dinámica también está determinada por esta cuestión. Podemos afirmar que se trata de melodías con cadencia conclusiva en la mayoría de los casos, aunque en ocasiones encontramos frases inconclusas o suspensivas, sobre todo cuando son fragmentos musicales que acompañan a una acción muy corta (p.ej.: momento en el que Nobita se pone unos patines y se cae). La textura predominante es la homofónica, respondiendo este tipo de música al estilo propiamente cinematográfico.

La productora francesa Alphanim creó en 2004 los dibujos animados *Patatas y Dragones* que se emiten con mucha menor asiduidad en el programa de *La Banda*. En este caso el capítulo tiene una duración de 7-8 minutos y se emite una vez por semana a partir de las 8:40 h, tras la emisión de *Doraemon*.

Patatas y dragones explica la vida en el reino de las *Patatas*, donde el rey *Hugo III* tiene como principal objetivo acabar con el dragón que perturba la paz de sus ciudadanos. Para intentar echar al dragón de su reino, el rey busca la ayuda de caballeros forasteros, que nunca encuentran la solución a sus problemas. Por otro lado, su hija *Melodine* y *Riri*, secretario personal del rey, *Juju* y el mago *Merlín* intentan con todas sus fuerzas defender a los dragones.

La canción de cabecera de estos dibujos animados tiene el siguiente esquema formal:

Introducción	A	B
Voz sin texto + instrumentos	Voz solista + acompañamiento instrumental	Coro + acompañamiento instrumental

Se trata de sonidos acústicos, es decir, los instrumentos que interpretan la melodía inicial son originales y no se trata de sonidos electrónicos. Las voces que interpretan la canción son masculinas. Aparece un hombre haciendo un solo cambiando el timbre de su voz y también un coro que hace el estribillo. El ritmo es binario con comienzo tético. La dinámica es fuerte y la textura monódica. La tonalidad es do menor y la cadencia final conclusiva. La temática de los dibujos animados está ambientada en la época medieval, así que la banda sonora intenta imitar la música de esta época.

La música incidental responde también a estas características. Toda la música es instrumental y cambia la modalidad en función de la imagen a la que acompaña. Los sonidos son también acústicos. Aparece en ocasiones algunos ejemplos de música diegética, es decir, se puede ver en la imagen la fuente productora del sonido (p.ej. el momento en el que los trompeteros anuncian la llegada de un caballero a la corte). En otras ocasiones se utilizan melodías conocidas (p.ej.: melodía de la *Pantera Rosa*

para acompañar secuencias de suspense). Vemos aquí un claro ejemplo de lo que Adorno y Eisner (1981) denominan utilización de los *stocks musicales*. La música también aquí es monódica en la mayoría de los casos u homofónica.

Ambos ejemplos responden claramente al estilo cinematográfico utilizando el sonido fónico, el sonido musical y el ruido (Zunzunegui, 1995). En ambas bandas sonoras aparece música de carácter diegético y no diegético desde las tres posiciones que señala Porta (2007): el sonido aparece junto a la fuente sonora, es decir, en el campo; aparece también en el mismo espacio pero oculto, es decir, fuera del campo y, por último, aparece fuera del espacio y el tiempo de la historia, es decir, en *off*.

3. Reflexiones

Como se deduce de las descripciones de las músicas analizadas, los elementos predominantes provienen de la música tecno-pop y de la música cinematográfica. El tipo de música de anuncios, programación propia y dibujos animados que se emite en esta franja horaria nos hace pensar que la mayoría del tiempo de la emisión los niños y las niñas andaluces están inmersos en un contexto musical globalizado y, por supuesto, dominado por las tendencias comerciales de mercado.

Desde el punto de vista educativo, como hemos reseñado anteriormente, el programa *La Banda* sigue una línea que se ocupa de cuidar los aspectos pedagógicos y educativos. Buena muestra de ello es la existencia de un gabinete pedagógico asesor, de contenidos educativos de las secciones fijas, la presencia de presentadoras que usan la lengua de signos, etc. Sin embargo, tenemos que señalar que esta preocupación se limita a momentos puntuales y a acciones concretas más que a una apuesta decidida por seguir una línea comprometida con la educación y los valores. Nos da la impresión de que el programa no puede escapar a los imperativos comerciales del mercado y entra en contradicción con los valores que en momentos puntuales pretende promover.

Para ilustrar este aspecto podemos señalar la contradicción que se escenifica en cuanto a la educación en alimentación. En el espacio *Chef Filipuá* se pretende ofrecer a los niños y las niñas una motivación para seguir pautas de alimentación saludable a través de recetas de cocina asequibles y atractivas. Este espacio tiene una duración de 7 minutos semanales y está muy cuidado tanto en su presentación como en su contenido. Desde un análisis superficial podríamos decir que la programación infantil de Canal Sur está velando por la educación y promoviendo la alimentación sana. Sin embargo, tendríamos que comprobar qué es más significativo para la audiencia infantil: el cuidado espacio del *Chef Filipuá* o la cantidad de veces que ven

y escuchan la publicidad de *Bollycao* u otros productos similares, apoyada por la presencia del producto en todas las superficies comerciales. Nos encontramos ante una de las muchas contradicciones de nuestra sociedad, el conflicto que se genera entre la educación y el tratamiento del educando como consumidor. Nos preguntamos, ¿qué pretendemos hacer de nuestros niños y nuestras niñas?, ¿sujetos formados que toman decisiones o sujetos pasivos que consumen y mantiene la economía de mercado?

La música es un elemento cultural a la vez que un fenómeno social y de consumo, por lo que se reproduce con un esquema parecido. En la programación propia hemos encontrado una serie de elementos musicales de marcado carácter autóctono: la inclusión de la caja flamenca, algunos momentos de sonoridad de guitarra española con acordes propios de estilo afluencado, el uso del modo menor recordando los tonos propios de la música andalusí, la inclusión de alguna hemiolia, un toque de castañuela puntual, etc. Da la impresión de que los responsables de la programación infantil tienen presentes los elementos culturales que la música transmite y que refuerzan la identidad, pero, del mismo modo que con la alimentación, sucumben ante la fuerza del mercado y permiten una invasión total de los efectos musicales propios de la globalización. El compás binario, el comienzo tético, el modo mayor, los timbres propios de la música electrónica, la frase de ocho compases propia del estilo *pop-rock*, dominan el tiempo de exposición auditiva de los niños y las niñas andaluces configurando sus gustos musicales por la fuerza de la repetición.

Consideramos que no sería pertinente promover un tipo de programación que mantuviera en el aislamiento auditivo a la población, una programación excluyente donde solo lo autóctono tuviera espacio. Sin embargo, se hace imprescindible iniciar un proceso de reflexión riguroso sobre las implicaciones que la continua inmersión musical de los más pequeños a través de la televisión tiene en su formación.

Son muchos los elementos musicales que se han desarrollado a lo largo de la historia de las civilizaciones. Estos elementos han logrado una valoración social diferente dependiendo de cada cultura y han adquirido diversos significados tanto musicales como sociales. No podemos reducir el «menú» musical de la infancia a unos cuantos parámetros propios de una cultura y fijados en el último siglo.

Escuchar únicamente música de estilo *pop-rock* comercial y música cinematográfica significa reducir el alimento auditivo a las hamburguesas, la pizza y la Coca-Cola. Por muy cuidados que sean algunos aspectos musicales en situaciones concretas como las narradas, es posible que se conviertan en el hecho diferencial con poca significatividad en la vida cotidiana de los oyentes.

La música convive armónicamente con el resto de los lenguajes mediáticos y logra encontrar fórmulas comunicativas a través de las cuales amplifica el efecto de lo que se cuenta o se ve, de ahí su presencia constante en los medios telemáticos. A pesar de mantener cierta independencia respecto a las imágenes, la música colabora a representar la temporalidad cultural, identificar lugares e incluso ayuda a formar cierta identificación social de los personajes. En el caso estudiado, se refleja este argumento con rotundidad, pues para la identificación de un lugar emblemático de la cultura andalusí (los Reales Alcázares de Córdoba), se usa una música en modo menor con clara reminiscencia cultural.

A la música en los espacios publicitarios se le atribuyen las funciones de anclaje o complemento de los mensajes visuales, proporcionando al espectador un importante valor de fijación para la memoria, facilitando la redundancia y la identificación de estructuras. La música en los medios audiovisuales transmite los valores que le han sido atribuidos por razones culturales, además de actuar como reclamo de la atención visual. La simplicidad del mensaje publicitario, cuyo único objetivo reside en incitar a un consumo irracional, se vale de la simplicidad en las músicas para así lograr el citado anclaje.

Los efectos de la difusión masiva de la música conseguidos, primero por la radio y el cine, y después de manera contundente por la televisión, han sido los vehículos de transmisión más rotundos de la cultura musical desde los años cuarenta. Este monopolio de difusión ha condicionado de manera significativa el papel del resto de los actores que se encuentran presionados para su supervivencia, por los imperativos de una sociedad consumista manejada por los medios de comunicación de masas.

El vertiginoso desarrollo de estos medios de comunicación en las últimas décadas y la creciente adopción de las nuevas tecnologías en los hábitos de la sociedad, definen la oferta y el consumo musical de la población. Son los medios los encargados de distribuir y generar una serie de productos y de servicios influenciando en los hábitos de los consumidores. Desde el punto de vista socioeducativo, los medios cobran una especial relevancia presentándose como canales eficaces para la educación informal, llegando a ser este tipo de educación mucho más amplia y moldeadora de la personalidad social que la educación sistemática de corte académico (De la Rosa, 1994).

En este contexto la familia tendría que jugar también un papel importante, ya que esta se puede considerar como el motor que inicia el gusto por la música. Sin embargo, en el contexto de un país con escasa tradición musical, juega un papel secundario debido, por una parte, a la nula enseñanza de carácter formal y por otra, a la frag-

mentación general de las músicas de tradición oral. Teniendo en cuenta la creciente presencia de los medios de comunicación de masas en las vidas cotidianas de los ciudadanos, estos pasan a ser los agentes con más peso en la construcción del mundo sonoro de las nuevas generaciones.

Tal y como apunta Porta (2006:105):

[...] la música utiliza sus estrategias y desde ellas se lanza de forma masiva. Es recibida, sin embargo, mediante la escucha, de forma privada y frágil. Siempre desde un altavoz y, muchas veces, unida a la imagen, la música crea la «colcha afectiva» de la historia que recuenta junto a ella, o gracias a ella.

Así que, sin duda, el papel que juega la educación en este proceso es vital, ya que el niño está solo ante el estímulo sonoro y debe tener las estrategias para decodificarlo correctamente.

Para Maceda (1994) es a través de la educación como se puede lograr que cada persona construya un discurso capaz de dar sentido a las imágenes y a los fragmentos conceptuales con los que nos inundan los medios. Sin embargo, la escuela que parece no haber renovado sus viejos paradigmas, sigue rezagada en su intervención sobre el más importante agente moldeador de los individuos: la cultura mediática. Esta, en opinión de Porta (2001), impregna el conjunto de la sociedad contemporánea y a través de la música y la imagen rompe las barreras tradicionales creando un discurso con una fuerte intencionalidad que forma opinión e invita a la acción, manifestando posturas con claro sesgo ideológico y pragmático.

Por tanto, se hace indispensable que la escuela adquiera la responsabilidad que le corresponde en este proceso de educación de la escucha crítica. Un paso muy importante en este sentido se debe dar desde el ámbito de la investigación educativa, llevando a cabo estudios que nos ayuden a comprender el contexto sonoro en el que se encuentran inmersos los niños y las niñas a través de los medios de comunicación y estudiar cuál es su influencia en la configuración de su personalidad.

4. Bibliografía

- ADORNO, T. W. y EISLER, H. (1981): *El cine y la música*. Madrid: Fundamentos.
- DE LA ROSA, B. (1994): «El profesor ante los “media” en la sociedad postindustrial», en AA.VV. (1994): *Enseñar y aprender la actualidad con los medios de comunicación*. Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación» y grupo de investigación «GIPDA» de la Universidad de Sevilla (pp. 153-160).
- MACEDA, P. (1994): *La educación ante los grandes cambios culturales. Ideas para otro discurso educativo*. Madrid: Euroliceo.
- PORTA, A. (2001): «Educación musical, un proyecto a medio camino», *cuadernos de Pedagogía*, 303: 87-90.
- (2006): «Silencio, se escucha. El sentido de una pequeña banda sonora», en S. Espinosa (Comp.): *Escritos sobre audiovisión. Lenguajes, Tecnologías, Producciones*. Buenos Aires: Ediciones UNLa.
- (2007): *Músicas públicas, escuchas privadas. Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.
- ZUNZUNEGUI, S. (1995): *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen.

Imágenes:

www.lavozdigital.es/cadiz/prensa/noticias
www.sevilladiario.com
www.solominijuegos.com
www.icearium.com
www.viruet.com/articulos/2007

4. LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TVE

Dra Amparo Porta Navarro
Universitat Jaume I. Castellón

Los Lunnis PROGRAMA CONTENEDOR

PROGRAMACIÓN PROPIA

Duración programa	Franja emisión	Productora
2 horas	7:30 h - 9:30 h	Televisión Española

CABECERAS

CANCIONES

DRAMATIZACIONES

CIERRES

REPORTAJE

AUTOPROPAGANDA

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Los Lunnis

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 18/02/2008 al
viernes 22/02/2008

CANAL DE TELEVISIÓN:
Televisión Española

TIPO:
Público

COBERTURA:
Nacional

PAÍS:
España

REGIÓN:
España

MUESTRA:
10 horas



DIBUJOS ANIMADOS

	Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Perioricidad
Pocoyó	6-7 min	8:40 h - 9:00 h	Zinkia Entertainment Production S.L. España	2005	Semanal
Clifford	12 min	7:40 h - 8:30 h	Scholastic. EE. UU.	2003	Semanal

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Nesquik	7:30 h - 9:30 h	20 s	Comida
Gorrit	7:30 h - 8:30 h	20 s	Juguete niño
Kitty in my Pocket	7:30 h - 7:45 h	20 s	Juguete niña

I. Introducción

La presencia de la televisión en la infancia es un hecho indiscutible. Los estudios realizados sobre el tiempo de exposición televisiva indican una media de tres horas al día o más. Este trabajo, de carácter descriptivo, realiza un recorrido por la música de la programación televisiva mayoritaria en España: *Los Lunnis*, producido por Televisión Española (TVE) y que cuenta con una emisión diaria de dos horas en horario de mañana: de 7:30 a 9:30 h, con episodios que se repiten los sábados. Nuestra intención ha sido comprobar qué escuchan los niños en el canal público mayoritario del conjunto de televisiones españolas que emiten en abierto. Hemos querido conocer las características de la música que escuchan desde la oferta televisiva, para crear un sistema de codificación y categorización que permita poder ser clasificada para su estudio, revisión y búsqueda de alternativas.

La muestra se compone de las diez horas de emisión de la programación completa de una semana en la que no hubiera acontecimientos especiales, y que hemos situado en el mes de febrero de 2008. Para ello, hemos sometido el estudio del programa al procedimiento analítico mencionado en el capítulo correspondiente, aplicando a este, como al resto, la herramienta de análisis de la escucha ya validada (Porta y Ferrández, 2009). Sin embargo, no todo puede ser contestado desde un procedimiento cuantitativo basado en la pertenencia o no a determinadas categorías; por ello, este capítulo se sumerge dentro de la programación televisiva para estudiar de forma pormenorizada su banda sonora.

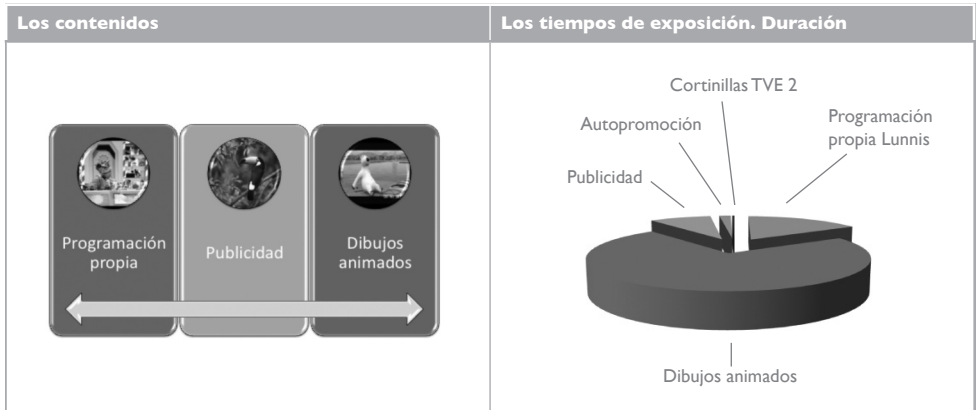
La música de la vida cotidiana del niño tiene uno de sus referentes, junto a su experiencia real, en la banda sonora de la televisión. Por ello, es imprescindible conocer desde el entorno educativo académico e investigador qué escuchan los niños en la televisión para:

- 1) Adecuar el currículum, también, a estos modos, soportes y contenidos musicales.
- 2) Asumir el compromiso educativo de conocer la música que la televisión propone, unas veces, de forma borrosa; otras, sesgada o, como en la mayoría de los casos, por medio de una mezcla de ambas tan sutil como influyente.
- 3) Crear las vías para producir una televisión de calidad.
- 4) Ofrecer alternativas tanto educativas como de la producción musical y audiovisual.

Por todo ello, seguimos a Wolf (1991) al considerar que, dado el sistema de muestreo como la metodología de análisis empleada, esta observación sistemática, descripción y clasificación musical de la banda sonora de la programación infantil de televisión

puede funcionar como catalizador en posteriores investigaciones, tanto propias como ajenas.

Los Lunnis es el programa contenedor de TVE. Está formado por dibujos animados, publicidad y programación propia, con la siguiente distribución:



El estudio ha sido realizado durante la semana del lunes 18 al viernes 22 de febrero del 2008. Su franja de edades potenciales es relativamente amplia por estructura, temática y tratamiento de sus contenidos. Este programa contenedor está formado, en la muestra analizada, por dibujos animados españoles y de Estados Unidos. En cuanto a la publicidad, lo ocupan de forma exclusiva los anuncios de comida y juguetes y, por último, la programación propia está formada por dramatizaciones, reportajes, canciones, noticias y entrevistas.

2. Descripción de la programación y su banda sonora

La escaleta diaria del programa es aproximadamente la que presentamos y que corresponde a uno de los días de la semana a modo de ejemplo. La tabla muestra la correspondiente al miércoles 20 de febrero del 2008.

Miércoles 20 de febrero del 2008

Los contenidos	
PROGRAMACIÓN PROPIA	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera • Introducción: «Luna lunera» • Cortinilla 1 • «Luna lunera» • Cortinilla 2 • Cabecera: «La serie» • Episodio «Lurdo se hace respetar» • Cortinilla 3
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla TVE 2 • Autopromoción • 11 anuncios • Autopromoción TVE
DIBUJOS ANIMADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera dibujos «Clifford» • Episodio «Todos los papeles cuentan»
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla TVE 2 • Autopromoción TVE • 14 anuncios • Autopromoción TVE
PROGRAMACIÓN PROPIA	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla 4: Visitando colegios • Visitando colegios • «Luna lunera»
DIBUJOS ANIMADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera dibujos «Pocoyo» • Episodio «¿Where's pocoyo?»
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla TVE 2 • Autopromoción «Cara a cara» • 11 anuncios • Autopromoción TVE
DIBUJOS ANIMADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera dibujos «Alex y Alexis» • Episodio «El torneo»
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla TVE 2 • Autopromoción TVE • 11 anuncios • Autopromoción TVE
PROGRAMACIÓN PROPIA	<ul style="list-style-type: none"> • Cortinilla 4 • «Los lunnis»

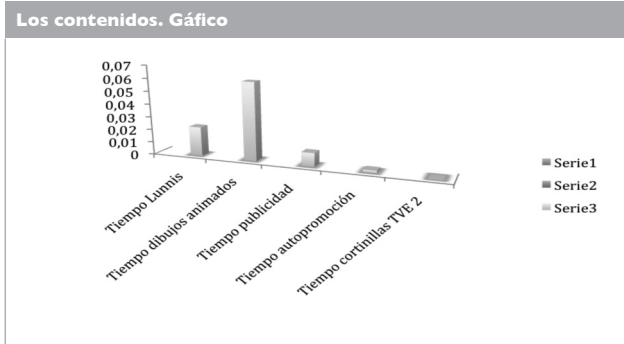
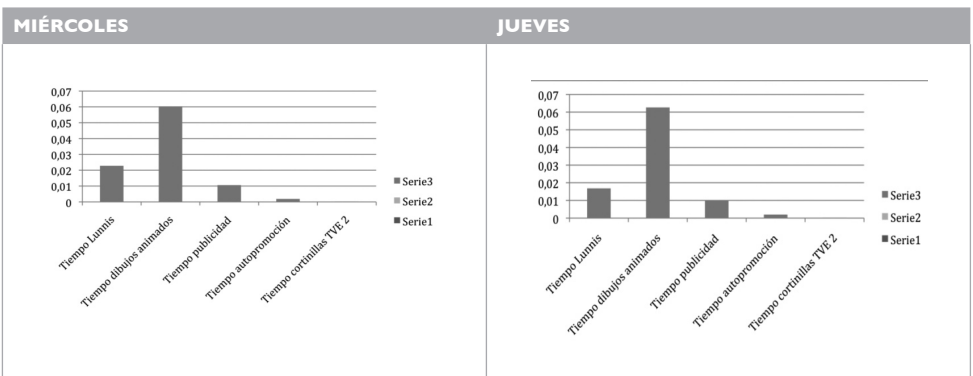
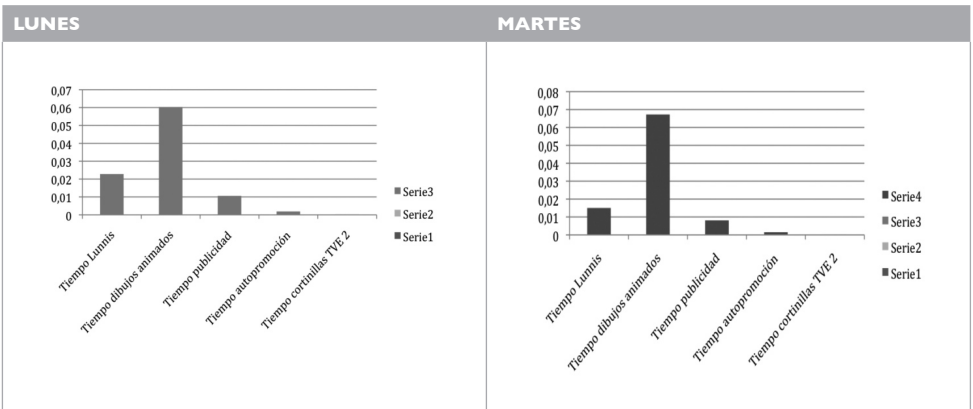
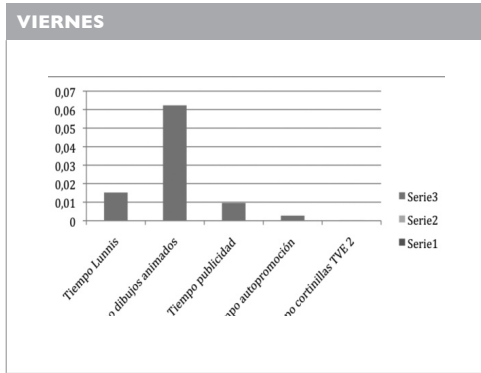


Tabla con las duraciones de las diferentes secciones de la programación por días:





3. Los contenidos musicales y la selección de la muestra

La banda sonora está formada por voz hablada, ruidos, sonidos cotidianos y música. En nuestro estudio hemos tratado de responder a las siguientes cuestiones:

- 1) ¿Cómo está constituida la banda sonora al margen de la voz hablada?
- 2) ¿Qué sonido musical utiliza y a qué familias pertenece? ¿Es instrumental, vocal o una combinación de ambas?
- 3) ¿Qué tempo y métrica utiliza?
- 4) ¿Cómo son los comienzos de las canciones?
- 5) ¿Qué clase de dinámica y agógica tienen?
- 6) ¿Qué géneros y estilos musicales utilizan?
- 7) ¿Qué organización sonora emplean?
- 8) ¿Cuáles son sus tonalidades y estabilidad tonal más frecuentes?
- 9) ¿Cómo terminan las piezas musicales?
- 10) ¿Qué presencia tiene la banda sonora? ¿Actúa como fondo o como figura?

Para contestar a estas cuestiones es preciso realizar un estudio pormenorizado de los tres apartados que componen la programación televisiva: la programación propia, los dibujos animados y la publicidad. En el capítulo correspondiente han sido mostrados los resultados cuantitativos de la programación de la muestra latinoamericana estudiada y la posición relativa de *Los Lunnis* en todo ello, pero ahora queremos adentrarnos en su urdimbre musical y comunicativa. El análisis de la banda sonora ha sido desarrollado utilizando una muestra de la programación de 10 horas de una semana por medio de 94 plantillas.

4. Las categorías musicales

Los resultados obtenidos en las trece categorías estudiadas han sido los siguientes:

Sonido musical / Sonido no musical

El programa utiliza con mucha frecuencia el sonido musical y un porcentaje elevado de sonido no musical por medio de ruidos y efectos sonoros. Las partes en que menos música se escucha son las correspondientes a dramatizaciones y noticias de la programación propia.

Instrumental / Vocal

Desde la tímbrica sonora podemos decir que la música de *Los Lunnis* es electrónica en un 70% frente a un 15% de la acústica y un 10% de combinaciones híbridas. El sonido acústico utiliza de forma preferente las agrupaciones instrumentales con representación de todas las familias, aunque con un claro predominio de los instrumentos de cuerda. En cuanto a las elecciones electrónicas, podemos decir que predominan los sonidos de imitación, aunque con una presencia suficientemente significativa de sonidos electrónicos originales.

El sonido musical y los instrumentos

ACÚSTICO					ELECTRÓNICO		COMBINACIONES
cordófono	aerófono	membranófono	idiófono	grupo instrumental	original	imitación	
3,3	0	1,1	0	11,1	4,4	65,6	10

En cuanto a su relación con la voz, podemos decir que el 42% de la música es instrumental y el resto es vocal, preferentemente por grupos de voces en el 38,9% de los casos. Finalmente, destacamos la mayor presencia de voz de hombre (10%) frente a la de mujer (2,2%).

Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de voz:

HOMBRE	MUJER	NIÑO	GRUPO DE VOCES	OTROS (ESPEC.):	INSTRUMENTAL
10	2,2	0	38,9	5,6	42,2

Métrica y rítmica

BINARIO	TERNARIO	OTROS
88,9	0	5,6

En cuanto al tipo de acentuación, los resultados son mayoritariamente binarios con un 88% frente a un 1,4% de ternario y algunos casos de amalgama.

Tipo de comienzo

TÉTICO	ANACRÚSICO	ACÉFALO
37,8	57,8	1,1

El tipo de comienzo es anacrúsico con un 57% frente al 37,8% de tético y una muy escasa representación de los comienzos acéfalos.

Dinámica

CON VARIACIÓN	SIN VARIACIÓN
18,9	80

La dinámica utilizada es mayoritariamente plana, y existen únicamente variaciones de intensidad en el 18,9% de las melodías escuchadas frente al 80 % que no presentan ninguna variación.

Agógica

ACCELERANDO	RITTARDANDO	SIN VARIACIÓN
3,3	4,4	88,9

En cuanto a las variaciones de la velocidad, podemos decir que la música de este programa opta, de nuevo, por las no variaciones del tempo en el 88,9% de los casos frente al 3,3% de acelerando y un porcentaje levemente mayor en el uso del rittardando.

Género y estilo

ERUDITA OCCIDENTAL	POPULAR	TRADICIONAL propia	TRADICIONAL externa	COMBINACIONES
3,3	77,8	1,1	13,3	1,1

En cuanto a la categoría de género y estilo, agrupa una gran cantidad de elecciones y opciones que van desde lo cultural a lo patrimonial, y muchas veces también, por qué no decirlo, político. De todos los géneros y estilos que se escuchan, el mayoritario corresponde a la música popular con un 77,8%, y engloba tanto el entorno del pop, el *rock* o los *blues* como otros subgéneros y estilos populares del siglo xx. Dentro de la música tradicional destacamos la presencia de músicas populares de otras culturas con un 13,3% frente al 1,1,% de presencia de la tradicional propia. Llamamos la atención sobre este hecho altamente significativo y del que nos ocuparemos de forma más detallada en el apartado dedicado a las canciones.

Organización sonora

MODO MAYOR	MODO MENOR	MODAL	OTROS
88,9	6,7	0	0

De manera contundente, podemos decir que en las músicas de *Los Lunnis* predomina el modo mayor 88,9% frente al menor 6,7%.

Cadencia

	SUSPENSIVA	CONCLUSIVA	CORTADO	OTROS
TOTAL	22,4	31,9	25,5	2
LUNNIS	25,6	56,7	10	1,1

La resolución de las músicas escuchadas, independientemente de la sección de la programación en que se encuentre, es mayoritariamente conclusiva con un 56,7% frente al 25,6% de suspensiva y un 10% de melodías cortadas, que corresponden a segmentos de publicidad o a ajustes de continuidad de la programación, que quiebra sus melodías para pasar al siguiente programa, siempre en espera de emisión y audiencia.

Textura sonora

HOMOFÓNICO	MONODÍA ACOMPAÑADA	POLIFÓNICO
4,4	64,4	12,9

La música de la muestra tiene una textura de monodía acompañada, de forma mayoritaria, con un 64,4% frente al canto a voces tanto en su forma homofónica (4,4%) como polifónica (12,9%).

Plano sonoro

MÚSICA COMO FIGURA	MÚSICA COMO FONDO
61,1	25,6

La música como protagonista tiene un amplio eco en el programa. En la muestra seleccionada escuchamos música como figura en el 61,1% de los casos, mientras que se escucha como fondo de otras escenas en el 25,6% de los casos estudiados.

Conclusiones

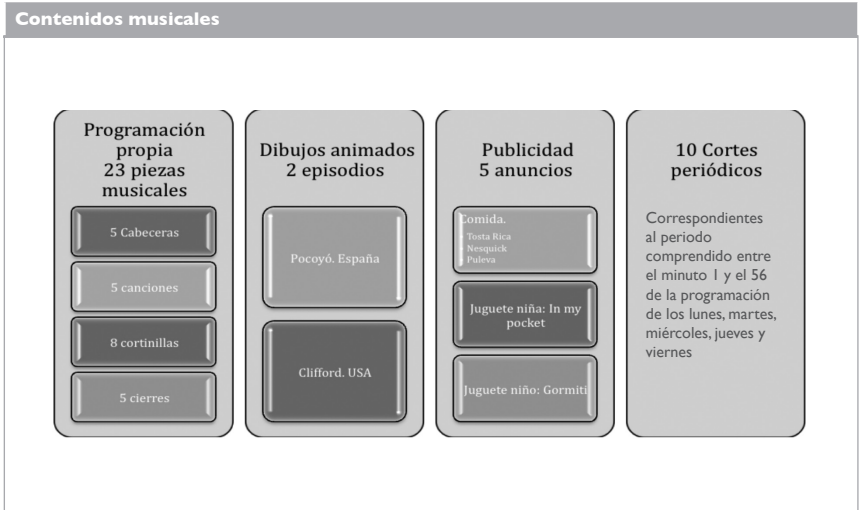
Por todo lo anteriormente expuesto, podemos decir que la programación de *Los Lunnis* tiene una banda sonora que utiliza mucho el sonido musical y un porcentaje elevado de sonido no musical formado por ruidos y efectos sonoros. En cuanto al tipo de sonido, es predominantemente electrónico, con un reparto similar entre instrumental y vocal por grupos de voces. Su música es binaria, popular, anacrúsica, de dinámica plana, sin variaciones en la velocidad, textura de monodía acompañada; utiliza el modo mayor con modulaciones a otras tonalidades, resolución por cadencia conclusiva y predominio de la música como figura.

5. Selección de contenidos

En este apartado señalaremos aquellos contenidos musicales destacados. Queremos conocer cuáles son las opciones musicales de TVE en su programación y qué elementos musicales ha considerado como valor para construir su banda sonora. Ello nos hablará del lugar desde donde habla la música (Porta, 2004), aunque no será la única opción que se deba tener en cuenta, porque el niño-espectador escucha la programación e incorpora sus efectos independientemente de la intención, inocente o no, de sus programadores. Por todo ello, hemos seleccionado cinco canciones diegéticas interpretadas por los propios personajes en escenas que tienen la canción y su interpretación como elemento central de la secuencia televisiva, es decir, en la posición de protagonista. Desde estas canciones hasta las leves colchas de fondo o los acompañamientos de música incidental, hay todo un recorrido musical, cognitivo, cultural y social cargado de significados entrecruzados que demandan interpretación analítica, semiótica y crítica, para llegar, finalmente, a nuestro objetivo: el educativo. El segundo grupo lo componen anuncios pertenecientes a tres tipos de productos: *juguete de niño*, *juguete de niña* y *comida*, que son los únicos que se ofrecen en todas las programaciones infantiles de televisión. El tercer grupo lo ocupan los dibujos animados en los que hemos estudiado las series *Berni* y *Pocoyó*. Por último, para tener

una aproximación a las características reales de la escucha, hemos seleccionado diez cortes de 55" del inicio del programa, después de la cabecera.

Este es el esquema de los contenidos musicales seleccionados:



5.1. La programación propia

5.1.1. Las cabeceras, cierres y cortinillas

Cabeceras

Hemos seleccionado las cinco cabeceras de la semana. Se trata, en todos los casos, de una pequeña melodía con comienzo anacrúsico, tonalidad de sol Mayor a 144 negras por minuto, cantada por voces adultas y grupos vocales con acompañamiento instrumental que tiene una duración de 34". La cabecera del programa es, sin duda, la melodía que más se escucha durante las dos horas que dura el programa cada día de la semana, y lo hace utilizando distintas versiones: instrumental, vocal, semihablada, completa, fraccionada, como bucle de repeticiones, etc.

La composición completa, que es la que aparece al inicio del programa, tiene la siguiente estructura:

				LOS LUNNIS			LOS LUNNIS
Forma musical	Introducción	a	a	b	Intermedio	a''	b
Compases	1c	4c	4c	2c	2c	2c	2c

Cierres

En los cierres el programa utiliza la melodía de la cabecera que, en ocasiones, comienza como fondo musical de la última dramatización, produciendo así un efecto anticipatorio del final que se acerca sin que la música tenga relación aparente con la acción dramática. En la programación de una semana hemos escuchado el mismo cierre con duraciones diferentes. La mayor parte de ellos eliminan diferentes fragmentos musicales, pero en todos ellos se han mantenido sus elementos clave: el eslogan con el motivo de la sintonía *Los Lunnis*, en una secuencia de dos compases, que mantiene su comienzo anacrúsico, la estabilidad de toda la cabecera con un batido de 144 negras por minuto y tonalidad de sol Mayor. La duración de los cierres también es variable: desde la mínima de 4 segundos, ocupados por los dos compases mencionados, hasta una secuencia mayor, de 36'', creada sobre una base instrumental de acompañamiento de la cabecera. En cuanto a esta última, se repite en bucle tantas veces como requiere la acción dramática que está terminando y que se resuelve, finalmente, con el motivo estrella del eslogan que cumple así la función de rúbrica publicitaria del programa. No siempre la programación termina con un final de cierre: en ocasiones, es cortado sin previo aviso por ajuste de programación y sustituido por el programa siguiente que ya se anuncia, o por la publicidad que no espera.

Los cierres observados van desde el más breve, de 4'', pasando por uno intermedio de 36'', ya comentados, hasta el más largo de 1'33''.

Cortinillas

Las cortinillas han ido cambiando a lo largo de los años de emisión del programa. En ediciones anteriores eras fragmentos creativos que ofrecían a modo de ráfagas musicales, que variaban desde el entorno del pop *rock*, al clásico, popular, electrónico, uso de efectos vocales, pequeños fragmentos de música clásica y de cine, efectos cinéticos, etc. En la programación analizada la opción es mucho más simple, menos creativa y también más barata. Toman, de nuevo, la sufrida cabecera y extraen de ella sus elementos de marca que aderezan con algunos guiños de diseño a la carta, que no ocultan la repetición exagerada y abusiva del motivo central. En ellas, se

muestra, sin ningún reparo, de forma explícita, como el objeto de deseo destacado, el que más venden en el programa (González Requena, 1988). El motivo, unas veces, lo cantan adultos; otras veces, lo recitan con voz hablada grupos de niños como si estuvieran en directo en un plató; a veces, lo acompañan de besos, gritos, algunas caídas de tono, aplausos, golpes de tambor o finales instrumentales electrónicos como cierre. Pero el resultado es altamente redundante: el mismo motivo anacrúsico de dos compases y cantado, normalmente, al unísono. La posición de la melodía pasa de fondo a figura a medida que el programa se va acercando al final, en cuya posición termina, aunque este minuto de gloria, en ocasiones, quede truncado por los ajustes de continuidad.

5.1.2. Las canciones

Existen muchas canciones y melodías en el programa. En este apartado hemos querido rescatar aquellas que tienen un papel protagonista y son presentadas como tales al niño; de esta forma, hemos detectado las opciones de género y estilo espectaculares del programa. Hemos seleccionado las canciones que se han escuchado los cinco días de la semana, interpretadas por sus personajes en diferentes escenarios que las destacan: teatrillos, pubs, platós de televisión o decorados virtuales. Durante la semana del 18 al 22 de febrero se han escuchado como protagonistas con sonido diegético de la secuencia televisiva las siguientes canciones: *Un mundo mejor*; *Oh, Lulú*; *Estoy como un queso*; *Rancherita* y *Que me fallen las palabras*. El estudio de cada una de las canciones se ha realizado por medio de cinco plantillas correspondientes a la primera y última frase musical de la canción, una valoración de la pieza completa y dos cortes intermedios.

Un mundo mejor

Tema: La paz.

Resumen:

Duración: 2'32"

Se trata de una canción pop estrófica en sol Mayor a 168 negras por minuto, cantada con voz de niño y hombre con acompañamiento electrónico de imitación. En la última frase se escuchan fuegos artificiales.

Forma musical:

Introducción: A B C / Introd.: A' B C C'

A: 8 suspensiva, 8 conclusiva.

Estríbillo: 8 susp., 2 resolución cadencial.

C': polifónico rittardando.

Descripción de la escena: Dos muñecos cantan delante de un panel de letras en el que se van destacando las palabras a las que hace referencia la letra de la canción. Se alternan los planos al solista y al grupo de Lunnis multiracial que canta sobre un fondo del planeta Tierra.

La música en la escena: La canción es interpretada en una especie de *play back* en el que las voces son en directo, pero no se ve el acompañamiento instrumental. Los Lunnis cantan la canción mientras la cámara enfoca al solista y los diálogos musicales entre personajes y conjuntos vocales en cada momento. El movimiento de la cámara es sincrónico con la secuencia musical que se interpreta cambiando en función de los motivos musicales. La vocalización de los muñecos es correcta e, incluso, aparecen los efectos de polifonía repartidos en la vocalización de los diferentes personajes. Al final hay un castillo de fuegos artificiales con música e imagen sincronizada.

Oh, Lulú

Tema: La leyenda del héroe.

Resumen:

Duración: 2'18"

Canción *country* que alterna estrofa con estribillo que repite al final. Su tonalidad es do Mayor a una velocidad de 114 negras por minuto. Cantada con voz de hombre, acompañamiento acústico de banjo, percusión y coro polifónico de niños.

Forma musical:

Introd. A B Introd. A B:

A Frase 8 susp. 8 concl.

B Frase 8 susp. 8 concl.

Repite el estribillo 2 veces al final.

Descripción de la escena: Comienza la escena con Lulú a caballo por el desierto. La escena refleja la leyenda del héroe de boca en boca: desde una tribu de indios, pasando por un grupo de colonos y otro de vaqueros hasta un salón del Oeste. Este último con su pequeño cabaret en el teatrillo, en el que cantan las cabareteras acompañadas de un pianista en un ambiente lleno de humo.

La música en la escena: El movimiento del caballo y el jinete sigue el acento de la música. Existe correspondencia entre la música y las imágenes del solista y los coros. El movimiento de la cámara es coherente con los motivos musicales. Se observa una incoherencia en la interpretación del pianista en el *saloon* con enfoque de la cámara

en primer plano mientras se escucha el intermedio instrumental de la canción con sonido de banjo, contrabajo y percusión. La métrica y acentuación de la letra está correctamente colocada en música. Como instrumentos aparecen un piano y una guitarra. La canción termina con un relincho del caballo y sonido de tiros que escriben el nombre del héroe en la pared: Lulú.

Estoy como un queso

Tema: Imagen propia y autoestima.

Resumen:

Duración: 3'39"

Canción *blues* con un tempo de 136 negras por minuto. Alterna estrofa con estribillo. Cantada con voz, piano, batería y coro de hombres que hacen eco en el estribillo.

Forma musical:

Introd.: A B Introd. A: B coda A: B coda.

A: 4 susp. 4 concl.

Coda: «más que eso».

Descripción de la escena: La bruja Lubina sale de detrás de un mostrador, retirando a la competencia. Después aparece en un certamen de Mis Universo en el que interpreta la canción con un micrófono en la mano, mientras los coros están a cargo de muñecos haciendo una parodia de los Blue Brothers.

La música en la escena: La música está interpretada por todos los personajes, existe una buena correspondencia entre la imagen y las voces con vocalización es correcta. La canción funciona como un play back en el que se escucha el acompañamiento de forma no diegética y las voces en directo. Como objeto sonoro aparece un micrófono. En cuanto a la prosodia de la letra está bien acoplada a la música, tanto en distribución fonética como en acentuación rítmica.

Soy rancherito

Tema: Imagen propia y autoestima.

Resumen:

Duración: 2'38"

Canción estilo mexicano en do Mayor y una velocidad de 144 negras por minuto, acompañamiento de mariachis, cantado por un hombre como solista.

Forma musical:

Introd. A: Introd. A: Introd. A: Introd. A: coda 2 rittardando.

A 4 susp. 4 concl.

Última frase + coda (3 veces).

Misma frase repetida, intermedio instrumental.

Final: frase + coda, rittardando, final instrumental.

Descripción de la escena: Un mexicano con micrófono y traje charro interpreta en un escenario la canción con un mariachi al fondo. El escenario está iluminado con focos, y el público, unos de pie y otros sentados, siguen con sus movimientos la canción.

La música en la escena: El manejo de la cámara es dinámico, enfocando a los diferentes personajes, desde los cantantes hasta el público que baila la ranchera mientras la escucha. Los instrumentos que se ven en escena son una guitarra, dos trompetas y un contrabajo. En algunos momentos la cámara enfoca a las trompetas cuando suenan. La canción termina con el griterío del público que aclama la actuación. Como objeto sonoro hay un micrófono de pie en el centro del escenario con el que canta el solista.

Que me fallen las palabras

Tema: La palabra como vehículo de la expresión y la comunicación.

Resumen:

Duración: 3'46"

Pertenece al estilo de los *blues*, tonalidad de re menor a 78 negras por minuto. Termina en cadencia conclusiva.

Forma musical: Cinco variaciones de A que actúa como estrofa y estribillo, al repetir la misma letra de forma alterna.

Descripción de la escena: Todo transcurre en un escenario de un club de *blues* o *jazz*. En el escenario aparece el pirata cantante, que lo hace a pie de micrófono, junto al guitarrista y el batería. En la parte alta del escenario aparecen dos grandes pantallas de imagen como en un concierto de *rock*. En el centro de la canción aparece una secuencia onírica en la que amigos y conocidos del cantante aparecen como destinatarios de las palabras que se buscan y no siempre se encuentran.

La música en la escena: Buena sincronía entre música e imagen, la mejor de todas las observadas, al estilo de los *blues*, utilizando su escala y modulaciones. Esta canción triste, interpretada en re menor se coloca en la posición del niño. Habla del valor de la palabra como forma de comunicación y de la soledad que puede producir, en oca-

siones, el no tener el dominio de ellas para explicar a los demás ideas y sentimientos, así como la posibilidad de crear cosas nuevas porque las necesitan. Entre las formas expresivas de creación que la canción propone están las canciones, que también necesitan de las palabras para contar sus historias. Destacamos la digitación del guitarra que interpreta con precisión el *riff* y el punteo. La prosodia del texto está correctamente acoplada a la música y el contenido de la letra se corresponde con el estilo elegido, así como la instrumentación seleccionada y la voz desgarrada del cantante-pirata. En este caso, la melodía es vehículo de la expresión de sentimientos e ideas.

6. Publicidad

La publicidad seleccionada se compone de tres anuncios: un juguete de niño (*Gormiti*), un juguete de niña (*I'm pocket*) y un anuncio de comida (*Nesquik*), de los que ofrecemos como muestra los dos primeros.

Gormiti

Duración: 20"

El análisis ha sido realizado mediante una única plantilla. Tiene un tempo de 126 negras por minuto, instrumental, con sonido electrónico de imitación, binario, tético, sin variación en la dinámica ni en la agógica. Podríamos decir que utiliza el género cinematográfico, modo mayor sin modulaciones y utiliza la música como fondo.

I' m pocket

Duración: 20"

Se han realizado dos plantillas por el cambio significativo de su banda sonora. Corte 1: 1" a 18". Corte 2: de 18" a 20".

El anuncio tiene un tempo de 120 negras por minuto. Utiliza sonido electrónico de imitación. Su acentuación es binaria, sin variaciones en la dinámica ni la agógica, sin estilo definido, aunque perteneciente al entorno del pop. Modo mayor y textura de monodía acompañada. En cuanto a las diferencias observadas en sus dos secciones por el contenido musical de las mismas, aparecen cambios significativos. Se observa un cambio en la voz que pasa de hombre, en el corte 1, a grupo de voces de niños al unísono, en el corte 2. De igual modo observamos el paso de tético a anacrúsico en el corte conclusivo, así como un cambio de tono y el paso de música de fondo a figura en el cierre del anuncio.

7. Dibujos animados

Berni

Duración: 13'07"

Se trata de una serie de dibujos animados de 2006, sin diálogos. Su productora es BRB Internacional S.A., y está formado por episodios de una duración media de 3' que aparecen enlazados hasta la duración total de los emitidos.

Berni, el personaje que da nombre a la serie, es un oso polar que protagoniza los episodios de la serie. En sus aventuras televisivas Berni intenta siempre practicar algún deporte para mantenerse en forma.

El estudio de su banda sonora se ha realizado por medio de seis plantillas. En líneas generales podemos decir que utiliza tanto el sonido musical como los ruidos y sonidos cotidianos. Utiliza música híbrida que combina el estilo clásico en breves secuencias con otras cinematográficas de carácter incidental. Su sonido musical es electrónico, de imitación, en el que se escuchan sonidos de viento metal, como el trombón de varas, e instrumentos de cuerda. La música, en modo mayor, es instrumental, sin variación en la agógica ni en la dinámica.

El estudio pormenorizado de los cortes realizados muestra que utiliza cierta alternancia entre los comienzos téticos y acéfalos, aunque no siempre se puede determinar por la brevedad y también por la inaudibilidad musical de la secuencia. De igual modo ocurre con la organización sonora. La utilización de las cadencias en las frases y motivos correspondientes a estos cortes es tanto conclusiva como suspensiva. Se producen algunas modulaciones a otras tonalidades a lo largo del episodio, utiliza de forma preferente la textura sonora de monodía acompañada y la música como fondo, excepto en una ocasión que realiza el recorrido, como progresión, de fondo a figura.

Pocoyó

Duración: 6'45"

Serie de dibujos animados españoles de 2005 de la productora Zinkia Entertainment Production S.L. cuyo protagonista es Pocoyó, un niño pequeño, en su aventura de descubrimiento y relación con el entorno.

El estudio ha sido realizado mediante nueve plantillas con las siguientes segmentaciones:

Corte	Crono
Comienzo	0"
C1	-45"
C2	-1'30"
C3	-2'15"
C4	-3'
C5	-3'45"
C6	-4'30"
C7	-5'15"
C8	-6'
C9	-6'45"

La acción narrativa del episodio es el descubrimiento de las propias huellas y las de los otros. A partir de la presentación de todas ellas se producen situaciones de enredo entre los personajes. La música preside la idea del paso con un tempo estable asociado a cada uno de los personajes, que pasa por fases de descubrimiento, caos, interrogantes y minúsculos *leitmotiv* que crean un producto televisivo pensado para un niño pequeño inteligente que descubre el mundo, también por medio de la música. En líneas generales, podemos decir que la banda sonora de la serie de dibujos animados *Pocoyó* utiliza tanto el sonido no musical como el musical. La música pertenece al entorno del pop y también se observan algunas pinceladas cinematográficas de corte incidental para manifestar tensión, peligro, prisa y otros efectos programáticos. Entre los sonidos no musicales se escuchan, entre otros, muelles, flauta de émbolo y besos. En cuanto al sonido musical es electrónico, y en él se combina el de imitación con el original. La música es instrumental, binaria y tética. La banda sonora muestra variedad y riqueza, observable a través del estudio de los diferentes cortes. Así, encontramos variaciones en la dinámica y también en la agógica con constantes cambios de acelerando y rittardando. La utilización del tempo está asociada a los personajes: el paso de Pocoyó es a 156 negras por minuto; el del elefante, a 90; y el del pato, a 114. También se observan cambios de tempo, todo ello al servicio de la acción dramática que la música acompaña, anticipa y refuerza. De igual modo, observamos en la organización sonora el uso tanto del modo mayor como el menor que en ocasiones alterna según la acción dramática, así como de diferentes tipos de cadencias tanto conclusivas como suspensivas. A lo largo del episodio se producen modulaciones, algunas en secuencias muy breves que cambian hasta dos veces de tonalidad, y subidas de un tono para destacar la acción siguiente o cerrar la anterior. Utiliza como textura sonora la monodía acompañada, obstinatos rítmicos, suma de efectos sonoros y musicales, así como la mezcla intencionada de los diferentes motivos que constituyen los *leitmotiv* de los diferentes personajes para crear formas de

encuentro o confusión, según los casos. Por último, el plano sonoro utiliza de forma cuidada la presencia de la música como fondo y también como figura que asocia a factores espaciales (lejanía o proximidad a la cámara), a los personajes (secundarios y protagonistas) y a la acción dramática (sonorización de la secuencia).

8. La variedad y riqueza, selección de géneros y estilos

De toda la música que se escucha, como ya hemos mencionado, el estilo que predomina es el popular. Sin embargo, esta categoría alberga géneros y estilos tan variados como las canciones tradicionales, el *rock* o el *jazz*, por citar algunos. La apuesta de la televisión prescinde de manera clara de la música anterior al siglo xx en su programación tanto infantil como adulta. A veces, aparecen algunas excepciones, como en el caso de los dibujos animados de *Berni* o algunas parodias de la programación propia como la de Lunnicienta con algunos guiños al estilo clásico. En otros casos se escuchan algunas referencias a músicas clásicas y románticas, especialmente en la publicidad considerada de alto consumo como perfumería, parque automovilístico o formas de energía, o como en el anuncio de pantalones vaqueros de la marca Lois, que utilizó en una de sus campañas una zarabanda de Haendel. La música, que se manifiesta igualmente por lo que muestra como por lo que calla, supone todo un mundo de opciones televisivas (Porta, 2007).

La programación propia de la televisión infantil materializa sus elecciones y por tanto sus intenciones por medio de la selección de géneros y estilos en su programación. En este caso, a través de su selección de canciones para cada uno de los días de la semana, y todas ellas son de carácter popular: se trata de una ranchera, una canción *country*, dos *blues* y una canción popular al estilo de los movimientos cristianos americanos de los años 70.

La presencia de la música popular española no existe en la selección analizada. La explicación que encontramos a este hecho no es educativa, sino comercial. TVE, como televisión generalista que es, representa culturalmente el café para todos, que la cadena no parece saber resolver y, por omisión, condena a la cultura española a ser la menos propia de todas las manifestaciones musicales que aparecen. El objetivo expresivo y educativo de la programación infantil de televisión demanda contenidos de la proximidad. Sin embargo lo que se ofrece es un espacio multicultural que ha perdido lo propio para llenarlo únicamente con lo exótico. Detrás de todo ello surge, de forma velada, la razón seguramente de más peso: los rasgos diferenciadores de la música pueden reducir el potencial comercial que hace exportable un producto. Desde una mirada educativa, esto cuestiona la identidad, porque la música habla de

uno mismo, de los otros y con los otros (Porta, 2007). La mejor forma de valorar la diversidad, es decir, la diferencia como valor, es el reconocimiento de lo propio en edades tempranas. Sobre este punto es especialmente pertinente la construcción social de la conciencia, aportada por Vygotsky (1987). El autor afirma que el *habla interna* es consecuencia de su interacción social/verbal. El proceso que permite la evolución del habla externa a la interna es una modalidad verbal específica: el habla egocéntrica, la cual impulsa el desarrollo y, en consecuencia, la propia naturaleza del habla interna.

9. Sincronía de lenguajes

La música vinculada a la acción también está presente en la banda sonora de la programación televisiva de *Los Lunnis*. Así, surgen minúsculas músicas programáticas que recuerdan al niño el mundo del cine, tanto en la programación propia como en los dibujos animados y en la publicidad. Este es el caso de la parodia de *Lunicenta* en la que aparecen minúsculas músicas programáticas, al igual que en la de *Psicosis*, o las referencias a uno de los últimos héroes americanos: Indiana Jones.

En *Pocoyó* destacamos su banda sonora, en la que encontramos claras definiciones de los diferentes *leitmotiv* asociados a personajes como Pato, Elly, y otros. También merece la pena resaltar las opciones entre la música tonal y no tonal, el uso de modulaciones, las variaciones en la dinámica, la agógica y el paso de la música de figura a fondo, y viceversa en un diálogo espacio-temporal, expresivo y estético que piensa en un niño pequeño inteligente que interactúa con el medio televisivo por medio de la percepción auditiva de la música que ayuda a su construcción cognitiva, social, expresiva, estética y, en un futuro, crítica.

10. Conclusiones

La programación de *Los Lunnis* tiene una banda sonora que utiliza mucho el sonido musical y un porcentaje elevado de sonido no musical formado por ruidos y efectos sonoros. En cuanto al tipo de sonido es predominantemente electrónico, con un reparto similar entre instrumental y vocal por grupos de voces. Su música es binaria, popular, anacrúsica, de dinámica plana, sin variaciones en la velocidad. Utiliza textura de monodía acompañada, el modo mayor con modulaciones a otras tonalidades, la resolución por cadencia conclusiva y la predominancia de la música como figura.

La programación infantil propia de TVE, con una duración media del 25% de la totalidad del programa contenedor, está formada en su selección musical diegética por

canciones estróficas con frases de ocho compases que se escuchan completas y resuelven de forma altamente conclusiva con todos los elementos de cierre disponibles, utilizando, en ocasiones, efectos de polifonía tanto homofónica como polifónica. La banda sonora muestra una buena sincronía entre música e imagen; los instrumentos y los elementos sonoros son coherentes con la escucha y espacios escenográficos. Desde el punto de vista estilístico y su vinculación con la identidad, el programa opta por la música popular extranjera, no propia. En cuanto a la selección estilística, utiliza canciones de inicio anacrúsico, resolución por cadencias conclusivas y uso de codas con tempos que oscilan entre 78 y 168 negras por minuto. Emplea también las tonalidades de do menor, sol menor y re menor que modulan a otras tonalidades, en ocasiones, sin variaciones en la agógica ni en la dinámica. La selección estilística utiliza una tímbrica que, si bien a veces peca en exceso de electrónica, utiliza también elementos acústicos de la música popular de la que se trata, así como estructuras armónicas y melódicas que igualmente lo reflejan y muchas veces acompañan con movimientos coreográficos. Todo ello desde una ambientación musical coherente por vestuario y escenografía, pero ni rastro de los contenidos musicales identitarios y de la proximidad, es decir, la lengua musical materna del niño. En TVE se escucha siempre la música de otros, pero no la que a él le proporcionan sus señas de identidad que la música transporta en el mejor vehículo posible: la comunicación sin palabras y el sentimiento sin barreras.

La publicidad, con una presencia media del 12% de la programación, tiene una velocidad media de 123 negras por minuto. Es instrumental, con sonido electrónico de imitación, binario, tético, sin variación en la dinámica ni en la agógica. Utiliza, en ocasiones, el género cinematográfico, el modo mayor y la música como fondo.

Los dibujos animados, con una presencia del 70%, utilizan tanto la música como los sonidos no musicales y los ruidos. La presencia de la banda sonora tiene importancia en ambos casos y es utilizada como música de programa, reforzando los elementos dramáticos de la serie, los cambios de tonalidad y de tempo así como los efectos suspensivos, la música incidental y pequeños *leitmotiv* para la definición de los personajes.

I I. Bibliografía

- CHION, M. (1997): *La música en el cine*. Barcelona: Paidós.
- CUETO, R. (1996): *Cien bandas sonoras en la historia del cine*. Madrid: Nuer.
- DE PABLOS, J. (1986): *Cine y enseñanza*. Madrid: C.I.D.E. (MEC).
- DE MORAGAS, M. (1991): *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DEL RÍO, P.; ÁLVAREZ, A. y DEL RÍO, M. (2004): *Pígalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.
- ECO, U. y F. S. CANTARELL (1978): *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*, Madrid: Lumen.
- GÓMEZ-ARIZA, C. (2000): «Determinants of musical representation», *Cognitiva*, 12, 1: 89-110.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- PORTA, A. (2004a): «Contenidos musicales buscan currículum», *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 197, 2004: 31-36.
- (2004b): «Musical expression as an exercise in freedom», *ISME 26 International Society for Music Education World Conference*. Tenerife, España.
- (2007): «Hablemos de educación, hablemos de música», *Eufonía: Didáctica de la música*, 40, 2007: 87-98.
- PORTA, A. y FERRÁNDEZ, R. (2009): «Elaboración de un instrumento para conocer las características de la banda sonora de la programación infantil de televisión» [en línea], *RELIEVE*, 15, 2. Disponible en: http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2_6.htm. Consultado el 13/06/09.
- REYES, J (2006): «Perpendicularidad entre arte sonoro y música», *Cuaderno del Centro de Estudios en DyC*, 20: 57-62.
- VYGOTSKI, L. (1981): «The instrumental method in psychology», en: WERTSCH, J.: *The Concept of Activity in Soviet Psychology*. Nueva York: Sharpe.
- WOLF, M. (1991): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- ZAMACOIS, J. (1986): *Curso de formas musicales*. Barcelona: Labor.

5. LA IMAGEN EN LA PROGRAMACIÓN PROPIA DE TELEVISIÓN ESPAÑOLA. UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS

Lic. Paloma Palau Pellicer

Universitat Jaume I. Castellón

Los Lunnis (consultar tabla artículo anterior)

1. Introducción

Una exploración visual en el medio televisivo supone darle una dimensión globalizadora al acto comunicativo en su contexto y desde una realidad perceptiva, contemplando así todos los elementos que contiene un mensaje audiovisual. En un primer sondeo, la aplicación de un análisis cuantitativo, desde el protagonismo que posee la imagen en el discurso, proporcionará, junto al resto de componentes que intervienen en la comunicación, el carácter integral que posee el proyecto. La metodología aplicada justifica los criterios de selección para la captura de imágenes en la estructura narrativa, así como la selección de planos para su posterior análisis. Por otro lado, la descripción morfológica desde el análisis cuantitativo y la lectura de la imagen, aplicada a las muestras, aportará valores añadidos a la investigación, al mismo tiempo que proporcionará las herramientas y recursos para establecer comparativas entre las televisiones y programas seleccionados desde el enfoque visual y, fundamentalmente, las relaciones que se podrán establecer entre el lenguaje sonoro y el visual, ya que ambos intervienen en la comunicación.

2. Datos de la programación televisiva seleccionada y sus destinatarios

Los Lunnis se estrenaron en septiembre de 2003, coincidiendo con el inicio del curso escolar. De lunes a viernes y por la segunda cadena, llamada La Dos, Televisión Española

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Los Lunnis

COBERTURA:
Nacional

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 18/02/2008 al
viernes 22/02/2008

PAÍS:
España

CANAL DE TELEVISIÓN:
Televisión Española

REGIÓN:
España

TIPO:
Público

MUESTRA:
10 horas



emitió *Los Lunnis* en tres bandas horarias diferenciadas, basadas en los momentos en que los niños y niñas desayunan, comen y meriendan, es decir, antes y después del colegio y durante el descanso del mediodía. El producto se diseñó para atender de manera diferenciada a dos bloques de población: el infantil, destinado a los más de un millón y medio de niños y niñas de tres a cinco años, y el que habría de coincidir con el alumnado de enseñanza primaria, lo que suponía algo menos de dos millones ochocientos mil espectadores con edades comprendidas entre seis y doce años. De este modo:

Los Lunnis empezaban hacia las siete y media de la mañana y acompañándoles durante dos horas, alcanzando una cuota media de audiencia de 14,9% y siendo seguido por 221.000 niños y niñas, lo que le situaba como el espacio líder en su franja de emisión, sin considerar los/as menores de cuatro años, no incluidos en los estudios de audiencia. Al mediodía volvían a la pantalla de La Dos, en la que se mantenían desde las 13:00 horas hasta pasadas las 14:30, con un share medio del 4,4% y unos 315.000 espectadores, a los que habría que añadir los/as pequeños/as menores de cuatro años. Finalmente, el tercer pase se producía a las 17:30 horas, con una hora y media de programación, presentando un rendimiento medio de 5,4% y un seguimiento superior a los 420.000 televidentes. (RTVE, 2004: 205-209)

Televisión Española elaboró una nueva programación para adaptarse a las nuevas normas y cumplir de este modo con el «plan integral de programación destinada a

los menores, atendiendo específicamente a los horarios y contenidos en los que aquellos puedan ser más vulnerables». Y la nueva programación contó con la aprobación de las asociaciones de adultos dedicadas a la defensa de los niños y niñas, además de la aceptación del público.

3. Análisis de la imagen desde un enfoque comunicativo

Desde un enfoque comunicativo, si consideramos la imagen como un sistema de símbolos, con significado, que se ocupa de representaciones y no de la realidad, se comprende que es necesario leer estos códigos en lugar de aceptar de forma pasiva todo aquello que nos quieran transmitir, sin oponer resistencia, puesto que su apariencia de realidades o fantasías los presenta como inofensivos. La imagen se encuentra en un soporte técnico y material; es una construcción del mundo, parcial y selectiva, y tenemos que verla, leerla e interpretarla como tal. La imagen debe entenderse como un mensaje, ya que es una información elaborada y ordenada desde el punto de vista del emisor y utiliza un código y unos recursos expresivos. Además, no produce mensajes universales que puedan ser interpretados en todas las sociedades del mismo modo, puesto que según el contexto puede representar diferentes significados.

Analizar la imagen nos sirve para reconocer los elementos que la componen, identificar sus características e interpretar sus mensajes. El mensaje no es un ente abstracto, es producido por quien realiza la imagen, con sus propias ideas, opiniones, sentimientos y habilidades técnicas.

4. Descripción morfológica de las imágenes para un análisis cuantitativo

Pese a su presencia cotidiana, nos resulta complicado concebir la imagen dada la existencia de múltiples implicaciones que condicionan su estudio. La naturaleza icónica de la imagen es básicamente un sistema de comunicación con tres elementos siempre presentes:

- 1) Una selección de la realidad.
- 2) Un repertorio de elementos de representación.
- 3) Un sistema de orden.

Independientemente del nivel de realidad que posea una imagen, esta es siempre una modelización de ella a través del color, la textura o las proporciones, las cuales son

cualidades reales y, por ello, la articulación de una imagen no es convencional, sino que tiene un principio de analogía con su referente, a diferencia de otros sistemas de comunicación como el verbal o el sonoro.

La representación de una imagen supone una interpretación, una propuesta de imagen personalizada con presencia material y tangible. Cuando el espacio es en dos dimensiones, las referencias para abordar su estudio son los elementos morfológicos y la sintaxis. Los elementos morfológicos son: el punto, la línea, el plano, el color, la forma y la textura. Y la sintaxis de una imagen la podemos estudiar por medio de elementos dinámicos (tensión y ritmo) o elementos escalares (el tamaño, la escala, la proporción y el formato).

Todos los elementos enunciados anteriormente son aquellos que, organizados en una representación plástica, se constituyen en la sintaxis de la composición para hacer surgir una propuesta visual unitaria. El concepto de composición está íntimamente relacionado con el orden y hay muchas formas de organizar u ordenar los elementos, pero la unidad visual de la imagen se consigue gracias a:

- La diversidad de elementos, relaciones y estructuras.
- El contraste como expresión de la diferencia.
- La repetición.
- La continuidad o direcciones de lectura.

La organización de los elementos plásticos debe poseer un orden, pero es diferente a la organización de una imagen fija y aislada a la organización de la imagen secuencial.

5. La representación de la imagen secuencial: espacio de la secuencia

La significación de la imagen secuencial se produce por la interacción que existe entre cada uno de los componentes de la cadena. La imagen secuencial representa el tiempo, lo cual la hace apropiada para la narración mediante la sucesión y continuidad. Tiene capacidad para articular distintos espacios y tiempos, capacidad que no posee la imagen fija que comienza y termina en sí misma. Sin embargo, tanto la imagen fija como la secuencial parten de una selección de la realidad, condicionadas por el plano del cuadro que limita la imagen.

Para el análisis de la imagen secuencial conviene acotar el espacio objeto de nuestro interés y este es el interior del cuadro, visto por el observador como parte visible de un espacio que continua. Percibir esta continuidad nos produce una impresión

similar a la percepción de la realidad y la duración de los acontecimientos es lo que genera en el espectador la percepción del tiempo. La imagen fija y aislada representa el tiempo de un modo abstracto, mientras que la imagen secuencial representa el tiempo de manera más analógica mediante un ordenamiento que implica el movimiento en el que podemos distinguir tres tipos de movimiento:

- 1) *Movimiento físico*: se produce cuando los personajes se mueven o hay un cambio de punto de vista.
- 2) *Movimiento dramático*: provocado cuando la acción avanza dentro del esquema planteamiento, nudo y desenlace.
- 3) *Movimiento psicológico*: se refiere a las emociones y percepciones de los personajes, y puede ser también hacia el exterior por lo que dicho personaje representa en la historia.

6. Metodología aplicada a la programación propia. Problema y formulación de hipótesis

Como en cualquier otro tipo de investigación, enfocar el problema que se quiere abordar y formular un conjunto de hipótesis de trabajo constituye el punto de partida. El problema plantea la pregunta general de la que parte el análisis, mientras que la hipótesis de trabajo representa las cuestiones más específicas a las que se intenta responder. En este caso, la pregunta general es la siguiente: «¿Son adecuadas las imágenes que ven los niños en la programación infantil de TVE?». La pregunta específica se puede concretar en algunos aspectos sobre las imágenes como: ¿el color y las formas de las imágenes que componen las diferentes historias ofertadas en la programación infantil tiene en cuenta el mundo perceptivo de los niños y niñas? ¿Se considera la influencia del color en el equilibrio emocional infantil? ¿Se reflexiona sobre el modo infantil de percibir las formas o de discriminar fondo y figura? ¿Se tiene en cuenta cómo afecta el modo de presentar las imágenes al desarrollo emocional, al desarrollo gráfico y al desarrollo creativo? ¿Qué efectos producen?, etc.

Al definir e identificar los temas que se han de verificar, se constituyen las premisas necesarias de las sucesivas etapas del análisis y, sobre todo, de la elección de la muestra y de la definición de las unidades de clasificación.

7. Estética y descripción de la programación

Los Lunnis son personajes de goma espuma que viven en Luna Lunera, un lugar mágico en el que todo puede suceder. Entre las series infantiles del programa se alterna

la historia de estos muñecos y la presencia de una presentadora de carne y hueso, que es una cantante famosa llamada Lucrecia. El formato del programa contempla la posibilidad de que, a través de las historias, los niños y niñas aprendan cosas del conocimiento general, valores sociales, inglés... Estos personajes han llegado incluso a participar en programas de fin de año o especiales debido a su popularidad.

El programa mantiene una coherencia estética en todos los bloques que configuran la estructura narrativa, así como en los personajes que intervienen en ellos. Las historias desarrolladas en los decorados, los colores y las formas imitan una realidad resumida representada en gamas reducidas y saturadas. Los Lunnis y los personajes que los suelen acompañar, adaptados a los ambientes en los que intervienen, visten con los mismos colores fríos o cálidos, pero siempre saturados y sin imitar ni tonos ni matices reales, incluso los personajes de carne y hueso llevan pelucas o colores añadidos.

8. Criterios de selección en la captura de imágenes

La realización de *Los Lunnis* tiene una planificación típica de cualquier serie de televisión, lo cual implica una serie de aspectos que hay que tener en cuenta. En primer lugar, la realización no es lineal, es decir, se lleva a cabo por secuencias o bloques (normalmente por espacios, sets o escenarios, por ejemplo: Luna Lunera, la cueva del Bucanero, el laboratorio, etc.).

Un episodio tiene entre diez y doce secuencias de un minuto de duración cada una y estas se graban por separado con tres cámaras a la vez y se ordenan según la estructura narrativa en el montaje posterior. Así el procedimiento de grabación sería el siguiente: si en un día se tienen que grabar diez secuencias, en parte para economizar dinero y tiempo, todas las que tienen lugar en el Set1, Set2 o Set3 y aunque pertenezcan a distintos capítulos se hacen un mismo día. Por tanto, tenemos tres tipos de planos distintos captados por tres cámaras dispuestas en lugares diferentes. Así la composición del plano que da cada cámara en realidad no cambia, y como mínimo la secuencia tendría tres planos distintos repetidos a lo largo de toda la secuencia.



En cuanto a los personajes, normalmente comienza con un plano general o de situación (cam2) y a medida que avanza la secuencia (cam1) capta a los de la derecha y (cam3) a los de la izquierda. En cuanto a la composición, los tipos de planos se pueden clasificar en: planos generales o de situación; planos largos, donde se centra la atención en un personaje y se ve entero; plano americano, en el que la figura del personaje aparece sólo hasta la rodilla; plano medio, en el que únicamente se muestra hasta la cintura, y el plano detalle.



Muestras de una selección de tres contra planos de conversación durante un minuto

Las imágenes seleccionadas para el análisis de cada secuencia son representaciones significativas en cuanto a distribución de los elementos en un plano. En cada secuencia de una duración de dos minutos, se analizarán los planos significativos de la estructura narrativa: los planos generales y los planos medios.

9. Unidades de clasificación

En este caso, se actúa introduciendo una serie de divisiones el programa televisivo, como por ejemplo, la subdivisión en minutos de la transmisión.

La elección de las unidades, además de ser funcional respecto a los objetivos de la investigación y a las hipótesis que se quieran verificar, ha de tener en cuenta las características de la muestra. De hecho, es indispensable optar por unidades de clasificación que se puedan identificar fácilmente en las imágenes seleccionadas, por ello hemos seleccionado dos elementos morfológicos de la imagen, forma y color, ya que son relativamente fáciles de identificar a la vez que muy representativos. Los parámetros se determinaron según los elementos que componen la imagen con características significativas sobre lo que se plantea en la hipótesis y en función de las posibilidades de la descomposición de las formas y el color que componen el escenario que se ha de analizar.



Muestra de un plano general (cam. 2)

Las unidades a partir de las cuales se subdividen las imágenes serán las llamadas unidades de clasificación, y son las siguientes:

- a) *La forma*: valorada según su situación en el escenario, será analizada como objeto principal, secundario o fondo. Se atenderá también a sus características formales, angulosas o redondeadas, que implican modos diferentes de discriminar una imagen.
- b) *El color*: valorado según su situación en el escenario, será analizado como generador de contrastes y diferenciador entre figura y fondo. Por lo tanto, propicio para sugerir jerarquías en la composición. Además serán estimadas sus cualidades entre dos grandes grupos, cálidos y fríos, por las posibilidades que ofrecen para estimular y provocar emociones.

10. Estructura narrativa de la programación

En la programación propia distinguimos cuatro bloques de unos dos minutos cada uno, que contienen entre cuarenta y sesenta planos por secuencia. Cada bloque representa un escenario en el que se desarrollan los siguientes espacios:

- Bloque I: Presentación, donde intervienen realidad y ficción combinada.
- Bloque II: La serie.
- Bloque III: Las aventuras.
- Bloque IV: Despedida, con la intervención de todos los personajes.



Muestra de la escena de despedida del Bloque IV

Los datos de cada bloque han ido recogiendo en tablas estructuradas, de modo que faciliten luego el análisis. En ellas se han agrupado las referencias relacionadas con la duración, el género y los personajes que participan. Cada bloque queda registrado con una breve descripción de la estructura narrativa tal y como se muestra en la tabla siguiente, que corresponde al Bloque I con la presentación de Luna Lunera y la participación de la cantante Lucrecia.

BLOQUE I. CRONO: 7:25:00 al 7:27:12

OBSERVACIONES:
GÉNERO: Luna Lunera

PERSONAJES: Lublú, Lukas y Lucrecia	RESUMEN
<p>ESTRUCTURA NARRATIVA:</p> <p>PRESENTACIÓN: Lublú toma el papel de poeta para presentarse a un concurso. Suponemos (porque el capítulo ya ha empezado) que busca una musa para inspirarse. Se plantea entonces el punto de giro que nos da paso al desarrollo de la secuencia.</p> <p>DESARROLLO: El planteamiento del conflicto da paso a la solución y desarrollo de la secuencia. Lukas propone que sea él la musa que esta buscando. (Puesta en escena: arpa en la mano, tradición griega). Lublú plantea sus dudas exponiendo que Petrarca tenía a Laura, Dante a Beatriz y Tarzán a Jane; y finalmente dice «yo no puedo tenerte a ti». Esta respuesta deprime a Lukas, Lublú cede y le da una oportunidad, pero para ello necesita unos retoques (Puesta en escena: Lukas se «viste» con una túnica y un collar con los eslabones en forma de salchichas). Plantea un nuevo punto de giro: Lublú se inspira y le denomina a Lukas como «Serafiña».</p> <p>DESENLACE: Le viene la inspiración a Lublú y recita el siguiente poema: «¡OH, SERAFIÑA, SERAFIÑA!/ ADORO TUS BUTIFARRIÑAS/Y CADA VEZ QUE LAS VEO SE ME HACE LA BOCA AGÜIÑA». Lublú cree con este poema gana el concurso.</p> <p>DESARROLLO: Lukas como musa de Lublú. Dudas sobre la adecuación. Lublú denomina a Lukas como Serafiña. Le viene la inspiración.</p> <p>DESENLACE: Lublú recita un poema.</p>	<p>PRESENTACIÓN: Concurso de poesía. Búsqueda de inspiración (musa).</p> <p>DESARROLLO: Lukas como musa de Lublú. Dudas sobre la adecuación. Lublú denomina a Lukas como Serafiña. Le viene la inspiración.</p> <p>DESENLACE: Lublú recita un poema.</p>

I 1. Factores que hay que tener en cuenta en la propuesta de análisis de la imagen secuencial

El sistema visual humano es el más estudiado de todos los procesos implicados en la percepción y representación de imágenes. Simplificando al máximo, podemos decir que es un sistema dedicado a extraer la luz que incide en la retina, que las señales nerviosas son detectadas por ambos ojos y que siempre hay uno que tiene más influencia que el otro. De modo que se extraen rasgos diferenciados como la ubicación, la orientación, la distancia o el movimiento, además de los rasgos propios de los objetos.

De este modo, ver implica una trayectoria determinada o dirección visual al abordar una imagen; es un acto de construcción que puede hacer más o menos uso de la información que aportan los estímulos, dependiendo de las circunstancias del observador y no un simple registro de la realidad. La lectura de imagen viene condicionada, entre otros factores, por la madurez perceptiva y las influencias culturales, lo que influye en los modos de iniciar su lectura; además, si añadimos las relaciones entre texto e imagen, la información se multiplica.

En los apartados siguientes partimos del paradigma gestáltico en aquellos aspectos que siguen vigentes, abordando el estudio de la imagen representada desde las leyes de la organización y el reconocimiento, la pregnancia, la memoria visual, etc.

Los elementos más simples de la imagen poseen una significación intrínseca, a diferencia de otras unidades de articulación en otros sistemas de comunicación, como notas musicales o fonemas, que carecen de tal significación. La representación de una imagen supone una interpretación, una propuesta de imagen personalizada con presencia material y tangible.

La forma que está a medio camino entre lo percibido y la representación debemos distinguirla de la forma estructural que permite el reconocimiento inmediato del objeto. Una representación es un signo gráfico con una superficie limitada por sus contornos, y en la medida en que la forma de un objeto representa una mayor coincidencia con la realidad, se dice que tiene mayor grado de iconicidad. La imagen en blanco y negro, por ejemplo, tiene menor grado de iconicidad que la imagen en color.

I 2. Percepción, forma y color

La percepción de la forma es la articulación entre el fondo y la figura. Se relaciona, en primer lugar, con la atención y la observación selectiva de las cosas. Ante la

acción de «mirar», la atención se dirige hacia las formas más simples y las figuras cuyos bordes tengan mayor relevancia, que destacan relegando sus alrededores a la función de fondo. Al percibir una figura, resaltándola sobre las demás, se sigue un proceso de abajo-arriba, siguiendo unas pautas innatas marcadas por el córtex visual.

La forma generalmente está descrita por un contorno que actúa como cierre, que la separa de los demás elementos y que, sobre todo, la separa del fondo. En el dibujo infantil, la línea y los contornos son representados mucho antes que los demás elementos pictóricos. La línea y el contorno son instrumentos esenciales para representar la forma y tienen entidad por sí solos, son los elementos visuales por excelencia en el dibujo.

La percepción del color es una experiencia sensorial que necesita energía, un medio y un receptor. Hay que diferenciar entre el color del prisma y el color de la paleta, que son el resultado de la diferencia entre la luz y la materia. El color del prisma es una síntesis aditiva de diferentes proporciones de azul, rojo o verde. El rayo de luz se descompone en el espectro cromático: bermellón, naranja, amarillo, verde, cyan (azul), añil (violeta), carmín y en otros cuyas radiaciones no percibimos cromáticamente.

El color contribuye a la creación del espacio plástico visual, crea distintos términos dentro del mismo espacio y ayuda a la creación de la perspectiva, crea ritmos de visualización dentro de la imagen y crea sensación de movimiento. La memoria del color es muy frágil, resulta muy difícil recordar los diferentes colores y además la nomenclatura del color es muy limitada. Hay innumerables colores, tonos o matices, pero el vocabulario cotidiano solo cuenta con unos treinta nombres para designarlos. Además, los colores se influyen entre sí y los percibimos de modos diferentes dependiendo del contexto y los colores próximos.

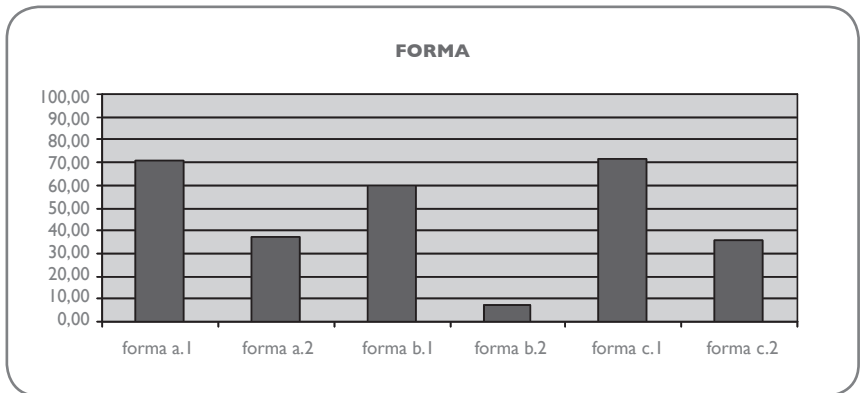
13. Modelo de tabla para la elaboración del análisis cuantitativo

En los modelos de tablas para su posterior análisis proponemos la diferenciación de las formas entre redondeadas o angulosas en el primer plano, el segundo plano y el fondo de la imagen, y en cuanto a la interacción del color, si existen armonías o contrastes. Y tanto los objetos, como los personajes y el fondo se han analizado a partir de dos grandes grupos de tonalidades agrupados en fríos y cálidos, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

PLANO	LUNES_001	
ESCENARIO	CONTEO	CONTEO
FORMAS	REDONDEADAS	ANGULOSAS
PRIMER PLANO	X	X
SEGUNDO PLANO	X	
FONDO	X	X
COLOR	CONTEO	CONTEO
DIFERENCIACIÓN	CONTRASTE	ARMÓNICO
PRIMER PLANO		X
SEGUNDO PLANO	X	
FONDO	X	X
COLOR DOMINANTE	FRÍOS	CÁLIDOS
PERSONAJES	X	
OBJETOS	X	X
FONDO	X	

14. Valoraciones de la investigación a partir de los datos

Gráfico 1

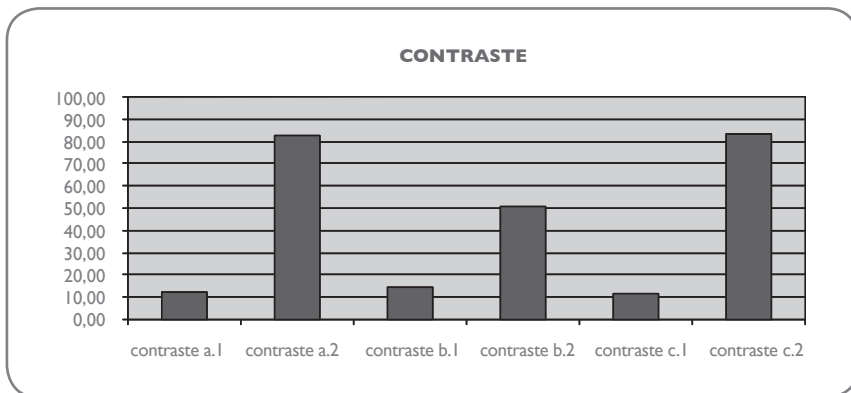


El análisis de los resultados obtenidos reflejados en el gráfico 1 hace referencia a la forma de los elementos que componen las imágenes de *Los Lunnis* en el primer plano, segundo plano y fondo.

- a.1 y a.2 son los elementos situados en primer plano y entre ellos destacan aquellos cuyos contornos presentan un aspecto redondeado, con independencia de la importancia que dicha forma pueda tener en el conjunto de la escena. El porcentaje del 70% que podemos observar en *forma a.1* indica claramente la preferencia por este modo de representar.
- b.1 y b.2 son los elementos situados en segundo plano y nos presentan la misma tendencia que el grupo anterior marcando una diferencia todavía mayor con respecto a las formas redondeadas y angulosas. Es el espacio de la escena en el que se sitúan los personajes y ello nos indica que estos se conforman mayoritariamente por contornos redondeados y matizados, mientras que los cambios bruscos de dirección y las aristas se usan de forma testimonial obteniendo *forma b.2* únicamente una proporción del 8%.
- c.1 y c.2 considerado como espacio más alejado del espectador o fondo, obtiene porcentajes muy similares a *forma a.1* y *forma a.2*.

El resultado obtenido en cuanto a las formas que componen la imagen es claramente redondeado en todas las ubicaciones de la escena, con una tendencia mucho más marcada hacia la redondez en los contornos en la zona central y el segundo plano, donde se ubican los personajes.

Gráfico 2

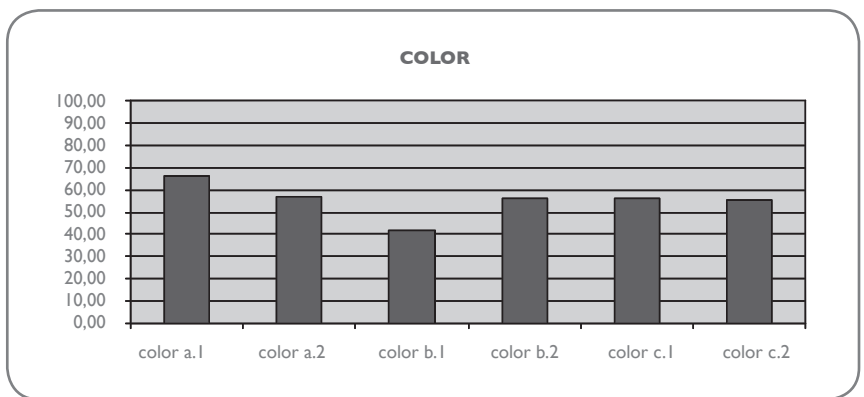


El análisis de los resultados obtenidos reflejados en el gráfico 2 hace referencia a la diferenciación de las formas entre sí y con relación al fondo. Los dos elementos diferenciadores que se han analizado son contraste y armonía de los elementos que componen las imágenes del primer plano, segundo plano y fondo.

- a.1 y a.2 son los elementos situados en primer plano y entre ellos resaltan aquellos cuya diferenciación destaca por la similitud de color y proximidad en el círculo cromático con intensidades similares y que están representados en *contras a.2* con un porcentaje del 85%. La variable *contras a.1* obtiene únicamente un 12%, lo que indica que es dominante la opción armónica.
- b.1 y b.2 son los elementos situados en segundo plano y nos presentan la misma tendencia que el grupo anterior, pero con porcentajes más próximos, puesto que *contras b.1* obtiene el 15% y *contras b.2* el 50%, lo que refleja una diferencia menor entre ellos y un alto grado de posiciones intermedias. Es el espacio de la escena en el que se sitúan los personajes y ello nos indica que estos se conforman mayoritariamente por armonías, pero que también se incluye más contraste que en las demás ubicaciones de la escena.
- c.1 y c.2 considerado como espacio más alejado del espectador o fondo, obtiene porcentajes muy similares a *contras a.1* y *contras a.2*.

El resultado obtenido en cuanto a la diferenciación de las figuras que componen la imagen es claramente armónico en todas las ubicaciones de la escena, con una tendencia menos acentuada en la zona central o segundo plano, donde se ubican los personajes.

Gráfico 3



El análisis de los resultados obtenidos reflejados en el gráfico 3 hace referencia al color de los personajes, de los objetos y del fondo. El color se ha analizado desde dos alternativas opuestas: fríos y cálidos. Son grupos de color que permiten reducir al mínimo una interpretación subjetiva, puesto que se reconocen con claridad incluso en imágenes complejas y en gamas poco diferenciados por saturación o contraste.

- a.1 y a.2 son los personajes situados en plano medio y estos destacan con una gama fría dentro de su contexto. La poca diferenciación se debe a la similitud de color y la proximidad en el círculo cromático con intensidades similares, del mismo modo que en *contras a.1 y 2*. En esta ocasión, *color a.1 y color a.2* obtienen porcentajes muy próximos con una ligera diferencia en beneficio de la gama más fría como color dominante en los personajes.
- b.1 y b.2 son los elementos con formas cerradas considerados como objetos y situados en toda la escena. Presentan la tendencia contraria que el grupo anterior y con porcentajes más distanciados, puesto que *color b.1* obtiene el 40% y *color b.2* el 58%, lo que refleja una diferencia mayor entre ellos, de modo que los objetos distribuidos por toda la escena infieren una tendencia general hacia los colores de carácter cálido.
- c.1 y c.2, considerado como espacio más alejado del espectador o fondo, obtiene porcentajes muy similares a *color a.1 y color a.2*.

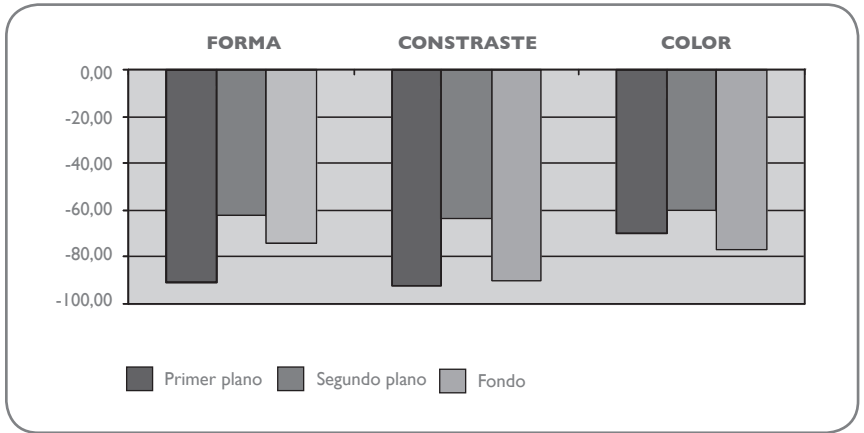
El resultado obtenido en cuanto al color es claramente cálido en todas las ubicaciones de la escena con una tendencia menos acentuada y diferenciadora en la zona central o segundo plano, donde se ubican los personajes.

15. Conclusiones

Analizar la imagen nos sirve para reconocer los elementos que la componen, identificar sus características e interpretar sus mensajes de modo que, como sistema de símbolos con significado que se ocupa de representaciones y no de la realidad, es un proceso que conlleva una lectura que depende del mecanismo perceptivo humano. Por lo tanto, si abordamos una imagen, y durante el recorrido que realizamos en la lectura vamos descifrando la información que aporta, debemos tener en cuenta que estas dependen además de las circunstancias del observador y los factores, tanto educativos como culturales, que la condicionan. En el caso que nos ocupa no se ha tenido en cuenta esto ni la madurez perceptiva de los observadores activos, los niños y niñas que se sientan delante del televisor a mirar la programación de *Los Lunnis*. De este modo, una de las respuestas a la pregunta planteada al inicio sobre si son o no adecuadas las imágenes que ven, apunta, a partir de una primera aproximación sobre los datos recogidos, que por lo menos la atención prestada respecto al modo en el que se han distribuido los elementos compositivos no es adecuada.

Grado de acuerdos entre las variables de la imagen

Gráfico 4



Atendiendo a los resultados extraídos, puede observarse que no existe una diferenciación significativa entre las formas angulosas y redondeadas participantes en el primer y segundo plano, pero sí una tendencia hacia las redondeadas. Como ya sabemos, los elementos más simples de la imagen poseen una significación intrínseca, y en la acción de «mirar», la atención se dirige hacia las formas más simples y las figuras cuyos bordes tenga mayor relevancia; así, de los resultados extraemos que, al no provocarse una jerarquía diferenciada entre las formas, se produce una tensión visual constante en su lectura.

Por lo que respecta al color, en los planos analizados se aprecia una clara tendencia a los cálidos como dominantes. El color debería utilizarse para crear distintos términos dentro del mismo espacio ayudando a simular la sensación de perspectiva, generando ritmos de visualización dentro de la imagen y creando sensación de movimiento. Al no existir matices y abusar de los tonos saturados se provoca una sobrecarga de información que no permite un descanso visual durante la apreciación de la misma, sobrestimulando la percepción en su visionado. Podríamos decir que, en realidad, no se tiene en cuenta el color y las formas de las imágenes que componen las diferentes historias ofertadas.

Respecto a los personajes mostrados en los planos medios, donde aparecen hasta la cintura, y en los planos generales sobre algún objeto o situados detrás de ellos, dadas sus características no se desplazan por la escena y las secuencias se intentan dina-

mizar por medio de las tres cámaras descritas antes. Esto dificulta un movimiento fluido y provoca un estatismo que intenta ser suplido por la intensa información de color en todas las secuencias y planos. En cuanto al fondo, el resultado de los tres análisis también nos indica que es un espacio saturado de formas diferenciadas con una gama de color cálida al igual que el resto de la imagen analizada.

Debemos considerar pues, la importancia del observador y del mensaje que se quiere transmitir, ya que, aunque disfrazados de inofensivas fantasías, la información visual que se consume influye tanto en el desarrollo emocional como en el desarrollo creativo.

16. Bibliografía

- ALBERS, J. (1979): *La interacción del color*. Madrid: Alianza Forma.
- ALONSO, M. y MATILLA, L. (1990): *Imágenes en acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid: Akal.
- ARNHEIM, R. (1979): *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- BARBOSA BECERRA DE SOUZA, B. (2005): «Lecturas de imágenes y metodologías en educación artística», *Arte, Individuo y Sociedad*, 17: 7-16.
- CANO GESTOSO, J. I. (2002): *Los estereotipos sociales: el proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- DONDIS, D. A. (1981): *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HERNÁNDEZ, F. (2000): *Educación y cultura visual*. Barcelona: Octaedro.
- KANDINSKY, W. (1983): *Punto y línea sobre el plano*. Barcelona: Barral.
- LAZOTTI, L. (1994): *Educación Visual y Plástica. El lenguaje visual. Secundaria obligatoria*. Madrid: MEC/Mare Nostrum.
- LOMAS, C. (1996): *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Madrid: Octaedro.
- MOLINÉ, M. (1996): *La comunicación activa. Publicidad sólida*. Bilbao: Deusto.
- NÚÑEZ, L. y PÉREZ, O. (2002): «Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil», *REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas)*, 99: 113-143.
- (2006): «La audiencia infantil en España. Cómo ven los niños la televisión», *Telos*, 66: 105-116.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1993): *Televisión educativa*. Madrid: UNED.
- (1994): *El desafío educativo de la televisión: para comprender y usar el medio*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- RONCERO, A. M. (2004): «Los Lunnis enseñarán inglés a los más pequeños en TVE a

partir de enero» [en línea]. Disponible en: <<http://www.elmundo.es/papel/2004/07/15/comunicacion/1664242.html>>. Consultado 12/03/2008.

RTVE (2004): *Informe Anual sobre el Cumplimiento de la Función de Servicio Público del Grupo RTVE en 2003*. Madrid: RTVE.

URRA, J.; CLEMENTE, M. y VIDAL, M. A. (2000): *Televisión: impacto en la infancia*. Madrid: Siglo XXI.

VIGOTSKI, L. (1996): *La imaginación y el arte en la infancia*. Barcelona: Akal.

VILLAFANÉ, J. (1996): *Principios de la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Imágenes:

www.eslatele.com

www.formulatv.com

Fotogramas tomados de TVE

6. LA MÚSICA Y EL SONIDO EN LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISIÓN DE CATALUNYA

Dr. Josep Gustems Carnicer

Dra. Olga González Mediel

Universitat de Barcelona

MIC3 / CLUB SUPER3

PROGRAMA CONTENEDOR

PROGRAMACIÓN PROPIA

Duración programa	Franja emisión	Productora
37 min 10 s	17:13 h - 19:29 h	Televisió de Catalunya

CANCIONES

CABECERAS

DRAMATIZACIONES CIERRES

REPORTAJE

AUTOPROPAGANDA

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Mic3 / Club Super3

COBERTURA:
Autonómica

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 1/03/2009 al
viernes 5/03/2009

PAÍS:
España

CANAL DE TELEVISIÓN:
Televisió de Catalunya

REGIÓN:
Cataluña

TIPO:
Público

MUESTRA:
2 horas 16 minutos
(martes 2/03/2009)



DIBUJOS ANIMADOS

	Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Perioidicidad
Bumba	6 min	17:13 h - 17:51 h	Neptuno films	2004	Diaria
Franny i les sabates màgiques	11 min 30 s	17:13 h - 17:51 h	DHX Media	2004	Diaria
Carles i Laia	11 min	17:13 h - 17:51 h	Tiger Aspect Productions	2004	Diaria
Els petits fantasmes	7 min	18 h - 19:29 h	Kushner-locke Company	2002	Diaria
Mila	7 min 30 s	18 h - 19:29 h	planetnemoanimation	2007	Diaria
Els increïbles germans Adrenalini	7 min 30 s	18 h - 19:29 h	Asylum	2002	Diaria
Doraemon	24 min	18 h - 19:29 h	Shin Ei Animation	1978	Diaria
Equip Galaxy	22 min	18 h - 19:29 h	Marthon productions	2007	Diaria

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
La pantera Rosa 2	17:51 h - 18 h	20 s	Trailer película
Burger King-menú infantil	17:51 h - 18 h	20 s	Comida
Cheetos palomitos	18 h - 19:29 h	20 s	Comida
My Life	18 h - 19:29 h	20 s	Juguete niña
Cheetos merienda	18 h - 19:29 h	10 s	Comida
Chocapic Nestlé	18 h - 19:29 h	20 s	Comida
Chocapic regalos	18 h - 19:29 h	10 s	Juguete
Muñecos monstruosos	18 h - 19:29 h	20 s	Juguete niño

I. La música y la televisión para niños y jóvenes

Los medios audiovisuales son ya el lenguaje del presente y del futuro, un espacio de encuentro de diferentes disciplinas. En este contexto, la televisión aparece como una herramienta fundamental en la construcción del mundo infantil, una construcción intencionada y seleccionada por unos emisores, que pretende en gran parte sustituir al mundo real (Porta, 2007b).

En Roma, Cicerón nos decía que un discurso eficaz debe ser agradable, instructivo y debe conmover al oyente (*delectare, docere et movere*). Dos mil años más tarde, el entretenimiento es uno de los principales objetivos que pretende la televisión, medio de comunicación por excelencia en nuestro tiempo, además de formar e informar. La lucha por obtener cotas de audiencia mayores es el principal objetivo de cualquier cadena televisiva. La cultura de masas, tal como señala Morin (1972), debe procurar diversión y evasión a sus miembros, y la televisión es, sin duda, uno de los medios privilegiados para ello.

En 2005 los españoles pasábamos 213 minutos diarios viendo la televisión (es la primera actividad de consumo de medios en el hogar y la segunda actividad en tiempo dedicado a lo largo del día, solo superada por el trabajo). La programación de televisión contempla las actividades domésticas cotidianas que se realizan mientras se tiene encendida, acercando la forma de escuchar la radio a la televisión. Escuchamos la televisión pues, desde la distracción, de forma confusa e indiscriminada, en palabras de W. Benjamin (1983). Esto permite aún más enfatizar el papel del sonido como elemento clave en la incidencia del televidente (*¿tele oyente?*). La televisión sin banda sonora no tiene ninguna fuerza.

Podemos distinguir tres grandes modos de otorgar sentido al sonido: el *taxonómico* (que busca identificar elementos y analizarlos), el *sensitivo* (expresa las sensaciones recibidas por la música), y el *imaginativo* (representa el sonido mediante metáforas e imágenes). Estos tres estilos no son excluyentes y se dan en cualquier espectador. Cada cultura se encarga de orientar las asociaciones entre sonidos y sentidos, organizándolas en diferentes categorías perceptivas. Podemos sugerir que algunas características del receptor podrían condicionar los elementos sonoros de un programa televisivo (Gustems, 2005). Las más destacables podrían ser:

- La edad: según la energía física y mental disponibles, condicionará la mayoría de elementos: tempo, estilos, intensidad, instrumentos, tesitura, voz, ritmos, obras, intérpretes...
- El grupo y clase social del receptor: condicionará los estilos, la intensidad,

voces, ritmos característicos, instrumentos y agrupaciones, silencio o ruido, microtonalismos y folklorismos...

- La actitud del receptor: condicionará el modo, el tempo, la intensidad, el timbre instrumental¹ o el uso de silencios o de ruidos... El sonido estimula el sistema nervioso y predispone a una cierta simpatía corporal, por tanto, a más intensidad o frecuencia (altura, tesitura), más actividad física y mental y más carga emocional. El uso de la resonancia también atenuará la percepción y reducirá el tempo, así como las músicas en compases binarios predispondrán más al movimiento físico que las de ternarios.

- El género: las mujeres tienden más a la preeminencia melódica que a la rítmica y a una mayor moderación en la intensidad sonora.

Debido a la gran plasticidad y permeabilidad de niños y jóvenes, la televisión ejerce gran influencia en sus gustos musicales y sus formas de escuchar música, combinadas con múltiples actividades, con interferencias, sin concentración... La cultura del *zapping* ha llegado a nuestras vidas y fragmentos de información sonora nos llegan sin cesar de todas partes. Como señala Porta (2007a), la programación infantil de televisión permite el acceso al análisis sonoro de la cultura popular contemporánea debido a la cotidianeidad (acompaña al niño), su carácter público y continuo (testigo de una época), y porque crea opinión acerca de los valores del entorno sonoro. La escucha televisiva remite a una construcción social, un imaginario colectivo, una experiencia social que implica sonidos humanamente organizados (Blacking, 2006), un reflejo de organización social (Adorno, 2004), una demostración de cultura dominante que elimina los rasgos diferenciadores de la diversidad o mantiene solo sus estereotipos (Porta, 2004). Ante la lucha encarnizada por la audiencia juvenil, cabe plantear nuevos espacios sonoros basados en el mestizaje y en la fusión, así como la creación de nuevas formas de consenso cultural. A pesar de que la programación infantil de televisión tiende hacia la homogeneización mediante un mercado único de imágenes sonoras (en 1994-95, el 69% de la programación de ficción importada por 88 televisiones europeas provenía de EE. UU.), no faltan las iniciativas que plantean un futuro distinto, aunque de difícil pronóstico, con el panorama actual.

1. Sin caer en simplificaciones extremas, podemos detectar un cierto consenso occidental respecto a los usos «emocionales» de algunos timbres instrumentales: cuerda/arco (melodía, emotividad, grupo); arpa (transparencia, limpieza, agua, magia); guitarra (calidez, emotividad, folklore español y orientalizable); piano (dominio, autoridad, versatilidad, seguridad, clasicismo); viento madera (emociones básicas... personajes); viento metal (triumfal, energía, majestuosidad, brillantez, militar); percusión (ritmo, acción, movimiento, etnicidad); voz (calidez, proximidad), etc.

Si la música es también «una forma de escuchar», entonces hemos de tener en cuenta las experiencias auditivas y lenguajes del receptor antes de hacer generalizaciones simplificadoras respecto a la recepción de los mensajes sonoros. El grado y tipo de aculturación incidirá directamente sobre la forma de entender estos mensajes. La asignación de sentido a las formas sonoras se aprende, y por esto podemos detectar diferencias en su comprensión, creación y uso. Es en esta intención educativa, formativa y de intervención social donde se enmarca nuestro trabajo.

2. Elementos para un análisis sonoro y musical de la televisión

Nuestro trabajo inicial es diagnóstico y para ello utilizaremos el *análisis* como herramienta. El análisis trata de romper el discurso en unidades significativas comunes lo más pequeñas posible, identificarlas y compararlas con el fin de extraer resultados y conclusiones. Nuestro modelo de análisis sonoro partirá de la metodología planteada por Porta (2007b) en cuanto integra elementos de la teoría de la música, la musicología, la psicología, la sociología y la semiótica.

El sonido es un elemento clave en los productos audiovisuales. Entre sus funciones destacan la de dar realismo a la imagen y la de proveer de un sustrato común a distintas imágenes como pertenecientes a una misma escena (Chion, 1997). Cook (2004), además, realza esta relación al señalar que la imagen añade valor al sonido, y viceversa. De todas formas queremos resaltar dos funciones destacadas del sonido en los documentos audiovisuales (Gustems, 2005):

- a) La *función identificativa* atañe a aspectos sonoros vinculados a grupos sociales (generacionales, culturales...). Se trata de hacer coincidir el audio con el «mapa sonoro» de la audiencia potencial, sus «lugares comunes», sus consensos (Almeida, 2007). Incluye la agrupación musical, el estilo, el género musical, los instrumentos o voces, los elementos lingüísticos de las voces, las melodías conocidas y estribillos, los intérpretes, los ritmos, etc.
- b) La *función reactiva/emocional* pretende motivar al espectador y, por tanto, está vinculada a los elementos que provocan una cierta reacción. Incluye el tempo, el tono, la intensidad, las consonancias, la tesitura, la dirección melódica, el modo, etc.

Un análisis sonoro de un documento audiovisual y de su relación con las imágenes, nos permite distinguir diversas *modalidades de relación entre la imagen y el sonido*:

- *Repetición-Convergencia*²: los elementos sonoros refuerzan el contenido visual (por ejemplo, la publicidad). Se consigue con un «paisaje sonoro»³ creíble.
- *Complementación*: cuando añade información (recordar momentos, contextualizar una época, un lugar, ilustrar la ciencia ficción...).
- *Contradicción/divergencia*: el audio contrasta con las imágenes, creando un efecto de alivio, de pregunta, o ahondando en el mundo interior del personaje.
- *Substitución*: el sonido y la música expresan contenidos no presentes (como las presencias y ausencias de personajes, *leitmotiv*⁴, ambientaciones sonoras...).
- *Acentuación*: cuando el sonido o el silencio acentúan la imagen (por ejemplo, cuando nos centra la atención en un objeto concreto de la pantalla).
- *Regulación*: el sonido flexibiliza la relación imagen/tiempo (anticipa, retrasa, hace de puente entre escenas, sincroniza o asincroniza...), una de las claves para mantener la atención.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es la *focalización* o el posicionamiento del espectador. Según la lógica del relato y las imágenes, consideramos un audio «diegético»⁵ (*in* y/o *off*) o «extradiegético» (*over*), aunque M. Chion (1997) prefiera las denominaciones «campo» y «supercampo» para referirse a los sonidos *in* y *off*. Respecto al concepto «extradiegético», debemos atribuirle una función descriptiva según el código personal del autor o patrones culturales y artísticos, y englobará la mayor parte de la música para cine y publicidad.

Nuestro análisis planteará el mayor número de ámbitos posibles, tanto desde el punto de vista cognitivo, como emocional y crítico (Porta, 2008). Para ello seguiremos una adaptación del Audiograma de Gustems (2005) que muestra planos sonoros en 3 dimensiones (música/ruidos/voces) junto a las imágenes y la narración. Un ejemplo que engloba ambos tipos de análisis es el planteado por Porta (2007a) y que mostramos en el siguiente cuadro:

2. Chion (1997) denomina a esta modalidad «empática».

3. El concepto «paisaje sonoro» es divulgado por Murray Schaffer, aunque aquí se refiere a la simulación de un determinado ambiente sonoro cultural, geográfico, histórico, de edad o de calendario. Toma gran relevancia la elección de determinados instrumentos, agrupaciones, géneros, estilos, autores, obras, intérpretes...

4. El término *leitmotiv* designa un motivo musical (rítmico-melódico) que anuncia un personaje que se acerca a escena. Es especialmente célebre su uso en las óperas de Wagner, pero también lo podemos encontrar en la música para cine (por ejemplo, el inquietante semitono de la película Tiburón).

5. El término «diegético» se remonta a Platón, que denominó diégesis al relato propiamente dicho. Algunos autores, como García Jiménez (1996) lo usan abundantemente.

Lenguaje musical		Sociología			Semiótica	
Elementos	Estructura	Análisis de textos y discursos sonoros			Discurso portador de sentido	
Tono Timbre Intensidad Ritmo	Forma	Verosimilitud nuclear	Verosimilitud poética	Verosimilitud lógica	Desde donde habla	Perfil oyente
Habla con y desde su propio lenguaje		Con intención comunicativa para todos			Con significación y sentido para cada uno	

3. Televisió de Catalunya: TV3, Canal 33, K3

Cataluña y más específicamente Barcelona fueron en los años 60 el centro de la industria musical española, especialmente en lo referente a la producción discográfica. Con la expansión de TVE esta capitalidad pasó a Madrid, aunque posteriormente con la aparición de las cadenas autonómicas y privadas, Cataluña ha vuelto a ganar un cierto protagonismo en la producción audiovisual, formación de actores y de presentadores de programas.

El 11 de septiembre de 1983 se inauguraba TV3, aunque inició sus emisiones regulares el 16 de enero de 1984. Además de la normalización del catalán como lenguaje televisivo y cinematográfico, apostó claramente por la modernidad y la música. Seis años más tarde, en 1989, se inauguró el Canal 33 que incluyó más horas de programación musical que el resto de televisiones estatales juntas. Esta destacada presencia musical en la parrilla de programación desapareció con el desmantelamiento del departamento de musicales de Televisió de Catalunya.

Como señala Cebrián (2003), en la década de los 90 el primer canal de la televisión catalana, TV3, creó un programa paradigmático: *Club Super3*. Es un formato que introduce diferentes contenidos mediante la continuidad de unos presentadores y de unos juegos o concursos que hilvanan las series de dibujos animados. El 23 de abril de 2001 arrancó el nuevo canal K3 como parte del desdoblamiento horario del Canal 33/K3. Es un canal orientado básicamente a un público infantil y juvenil, que incluye contenedores como *Club Super3* o *3XL.cat*.

En los canales generalistas de cobertura estatal se observa que la programación infantil ha caído en picado y ha desaparecido de la inmensa mayoría de las franjas horarias, salvo en las primeras horas matinales. La producción propia apenas se ciñe a organizar una presentación, crear algunos juegos o un concurso que mantenga el suspense y el aliciente de unos premios para fidelizar la presencia de los niños ante el televisor. Antena 3 es, según Cebrián (2003), la cadena generalista que más ha desarrollado la idea de un programa infantil con una concepción unitaria que integra diversas series. Siguiendo la

idea de club, creó el contenedor *Club Megatrix*, un formato que incorpora series diversas como *Equipo en clase*, *California dreams*, *Cosas de hermanos*, *Spiderman*, *Megabebés*, *Pesadilla* y más tarde la famosa serie *Pippi Calzaslargas*. Antena 3 ha incorporado el programa contenedor *Desesperado club social* dirigido a un sector de edad más avanzada, un contenedor en el que se intercalan, además de algunas series, varios reportajes, gags, videoclips, actuaciones musicales. Telecinco emite desde la temporada 1998/1999 el programa *Club Disney*, uno de los contenedores de referencia de la cadena. Incluye diversas series entre las que sobresalen *Pokémon* y *La banda del Patio*.

En el País Vasco ETB ofrece el contenedor *Barre Busa* en la sobremesa de fin de semana. Entre las demás ofertas sobresale otro programa contenedor: *Betizu*. La televisión gallega (TVG) también se inspiró en el *Club Super3*. Asimismo Telemadrid partió en 1999 de la idea de club y la plasmó en el programa *Cyberclub*. Los dos canales autonómicos andaluces, Canal Sur y Canal 2 Andalucía, han desarrollado la estrategia de la combinación de ambos para explotar la serie insignia de la cadena: *La Banda*. En la Comunidad Valenciana Canal 9 siguió la corriente de TV3 y programó *Babalà*. El canal CMT (Castilla-La Mancha) presenta una programación infantil a primeras horas de la mañana y a media tarde.

La diversidad, modernidad y adecuación de la programación infantil de Televisió de Catalunya le confieren, a nuestro entender, el carácter de modelo a seguir.

4. Análisis sonoro-musical de la programación infantil y juvenil de Televisió de Catalunya

4.1. Descripción de la muestra

En este apartado comenzaremos a describir y analizar la programación infantil⁶ de TV3 correspondiente a la semana del 2 al 6 de marzo de 2009⁷, de acuerdo con nuestro objetivo final de poder realizar un análisis en profundidad de la música en la programación infantil de TV3.

6. Se corresponde con los programas emitidos a través del canal K3/33 (analógico), que combina la programación del canal 33 (cultural, 24 h, emisión digital), y del canal K3 (infantil, 24 h, emisión digital), alternando ambas secuencias según el horario: cultural en horario escolar y nocturno, infantil en el resto del horario.

7. El hecho de seleccionar estas fechas no tiene ninguna justificación más que la que corresponde el ser la programación emitida por TV3 en el momento de comenzar este trabajo. El hecho de escoger una semana íntegra de emisión, se justifica con la intención de obtener la mayor y más diversa cantidad de información.

En primer lugar, debemos apreciar cuáles son los criterios de programación en días laborables que aplica Televisió de Catalunya. Para ello daremos un repaso a la programación de un día cualquiera⁸ y observamos que TV3 tiene establecidas cuatro franjas de programación a lo largo del día, que se corresponden con la temporización diaria natural: mañana, mediodía, tarde y noche. En cuanto a la programación infantil y juvenil (K3), esta ocupa todas las horas no escolares, a saber:

- De 07:05 a 09:29 h (programación infantil)
- De 12:14 a 15:00 h (programación infantil y juvenil)
- De 17:16 a 19:30 h (programación infantil)
- De 19:30 a 21:32 h (programación juvenil)

De la programación presentada, destacan tres programas «contenedor» establecidos de acuerdo con las distintas edades del público: *Mic3* (hasta 6 años), *Club Super3* (de 6 a 12 años) y *3XL.cat* (a partir de 12 años). Aunque toda la programación se emite en catalán, todas las series presentadas se pueden seguir en versión original y la mayoría de ellas con audio-descripción para personas sordas (a través de la emisión digital). TV3 muestra pues una gran sensibilidad respecto a su público infantil y juvenil, al dedicar un canal (K3) de modo exclusivo a esta audiencia y además, ocupar todas las franjas en horario no escolar con programación específica de corte infantil en su canal analógico.

El hecho de crear tres tipos de programas, muy diferentes entre sí, de acuerdo a las tres franjas de edad que coinciden con las etapas de la escolaridad obligatoria: infantil, primaria y secundaria, es un indicador de la intención de TV3 de ajustar al máximo su oferta de programación a todo tipo de audiencias.

Centraremos nuestro análisis más ajustado en la franja horaria que concentra el mayor número de público infantil, que según TV3⁹, es la que se concentra entre las 17:15 h y las 19:30 h, y que coincide con la emisión de los dos programas-contenedor dirigidos al público de menor edad: *Mic3* y *Club Super3*.

Mic3 es un programa dirigido a niños y niñas de hasta 6 años de edad y estrenado el 21 de junio de 2008. Incluye series de animación, diferentes reportajes y cápsulas de producción propia. Su protagonista, Mic, es una marioneta que se encarga de transportar a los más pequeños hacia un mundo de ficción, donde provocar emociones, despertar sus sentidos y acercarles a la experimentación.

8. Podemos consultar la programación diaria en: <http://www.tv3.cat>

9. Datos facilitados el día 2 de marzo de 2009, vía consulta telefónica.



Mic es un personaje alegre, simpático, ingenuo, con carácter, juguetón, expresivo, con mucho sentido del humor y con un punto de trasgresión, y que, con la ayuda de una alfombra, se dedica a explorar qué pasa en el mundo. En sus viajes, Mic cuenta con la compañía de Cincsegons, el caracol, la mosca y el pez, un grupo de personajes que permiten a los niños identificar su mundo y lo que les rodea.

Mic3 es un programa con una puesta en escena muy cuidada y un grafismo muy claro. Además, *Mic3* presenta cápsulas protagonizadas por niños que explican experiencias o habilidades, y ofrece el espacio *4Potes*, en el que se muestra cómo se manifiesta la vida en la naturaleza. Finalmente, cabe destacar que a lo largo de *Mic3* (30 minutos), no se emiten anuncios de ningún tipo.

Una mà de contes es una serie de producción propia que se emite desde 2001 diariamente entre los dos programas contenedor de la cadena con la intención de abarcar en su audiencia tanto al público de menor edad como a los de la franja de hasta 12 años. Una voz en *off* explica un cuento mientras este se ilustra con técnicas pictóricas diversas: acuarela, dibujo, *collage*... Se muestra en plano corto, de forma que solo se ve la ilustración y las manos del artista plástico; de aquí su título. La duración de cada cuento es de unos 7' y se fundamenta en la fascinación que provoca en los niños el poder ver el proceso de elaboración de las ilustraciones. La elección de los cuentos es también un buen ejemplo de diversidad cultural.

Dentro de *Mic3* encontramos algunas series de animación:

- ***Bumba***: payaso que vive en un circo con sus amigos Bumbalú, también payaso, Nandu (oso), Zazati (amigo asiático de Bumba), Tumbi (elefante), Patuf (rinoceronte), y Kiwi (pájaro), en un decorado lleno de colores. La serie no se traduce y se pasa en inglés debido a la facilidad de seguir las historias y a la intención de convertirse en un primer programa de aprendizaje de esta lengua para los más pequeños. Se emite de lunes a viernes a las 17:15 h con una duración de unos 6'. Fue producida en 2004 en Bélgica.
- ***La Franny i les sabates màgiques***: una niña de 5 años y medio que, gracias a unos zapatos mágicos, viaja a cualquier parte del mundo para hacer nuevos amigos, ayudarles a resolver sus problemas y así el público infantil aprende y conoce otros países, lugares, culturas... Se emite de lunes a viernes a las 17:24 h con una duración de unos 6'. Fue producida en 2004 en el Reino Unido.

- *En Carles i la Laia*: Carles, de 7 años, listo, cariñoso, con mucha paciencia, sobre todo con su hermana, Laia, que tiene 4 años, traviesa y muy graciosa. Con un gran sentido del humor y mucha imaginación. Se emite de lunes a viernes a las 17:36 h con una duración de unos 11'. Fue producida en 2004 en el Reino Unido.

El *Club Super3* es otro programa contenedor de series infantiles con continuidad desde 1991. Entre una serie y otra se introducen pequeñas dramatizaciones (gags), protagonizadas por los diversos personajes del Club, incorporando un punto de comedia de situación (*sitcom*) que los acerca también a edades más avanzadas. Algunos de los episodios emitidos son repetidos en varias ocasiones a lo largo de la semana. En las dramatizaciones encontramos relaciones entre los personajes entre sí, presentaciones del *Club Super3* (hablan de los socios, les proponen concursos, enseñan los dibujos que les han enviado, publicitan la «guía del Super3», etc.), o números musicales donde muestran la importancia de la música dentro del *Club Super3*. En ellos, tanto la música y la letra de las canciones, así como las coreografías que se llevan a cabo, son originales y específicas del programa. El *Club Super3* traspasa el ámbito televisivo y se convierte en un club, una web¹⁰, una revista mensual (líder en su sector en Cataluña), una fiesta, en definitiva, un fenómeno único de comunicación e identificación social en Cataluña, donde uno de cada dos niños es «súper» y participa de las actividades formativas promovidas desde el Club (reciben felicitaciones por su aniversario, carnés, descuentos, invitaciones, correos electrónicos, juegos por Internet, etc.). En esta nueva etapa los personajes más destacados son:



- *Fluski*: medio gato medio humano, con un estado de ánimo imprevisible, conecta el mundo real con el de los dibujos.
- *Roc*: adolescente que prueba a convertirse en estrella del *rock* sin mucha suerte. Representa el canto, la música y la fiesta.
- *Álex*: madre de Roc, diseñaba estaciones espaciales para todo el universo en una serie futurista. Representa la inventora de nuevas tecnologías.
- *Pau*: explorador de estafalarias teorías ecologistas en busca de civilizaciones perdidas y especies en extinción. Representa la naturaleza.
- *Lila*: fotógrafa que acompaña a su padre, Pau, y se siente incomprendida. Tiene una araña, Mildred, y viste siempre de violeta. Representa la cultura.
- *Pati Pla*: vecina humana de la familia, sobrina del Sr. Pla. Se siente fascinada por esta familia y por todo lo que rodea al *Club Super3*, en especial, los deportes.
- *Senyor Pla*: tío de Pati Pla, vecino y propietario de la casa que alquila a los Super3. Desprecia todo lo que tiene relación con el mundo infantil. Inoportuno,

10. <http://www.super3.cat>

busca continuamente pruebas de la existencia del club e inventa excusas para echar a la familia de la casa. No le gustan nada las actividades lúdicas e invitaciones gratuitas (práctica habitual del *Club Super3*).

En cuanto a los reportajes de este bloque, podemos ver que se otorga gran protagonismo a los niños y niñas, se abre a la participación de miembros del club, dentro del micro espacio «Tots som súpèrs», donde se emiten grabaciones de experiencias de niños y niñas. Fomenta valores de igualdad, participación y amistad, que tienen su colofón en la referencia y la felicitación diaria a todos los miembros del club que cumplen años (con una canción específica de felicitación)¹¹, y que se produce justo antes de finalizar el programa. Dentro del *Club Super3*, encontramos algunas series de animación¹²:

- *Mila*: una niña de 8 años con mucha imaginación y mucho humor que nos explica cuentos muy conocidos, pero explicados a su manera. Se emite de lunes a viernes a las 17: 24 h con una duración de unos 7'30". Fue producida en 2007 en Francia. En ocasiones se emiten dos capítulos seguidos de Mila, pues es muy aceptada por el público infantil.
- *Erky y Perky*: aventuras de dos insectos que se ven obligados a sobrevivir en una cocina extremadamente limpia, llena de bichos tanto o más cómicos que ellos. Se emite de lunes a viernes a las 18:15 h con una duración de unos 12'. Fue producida en 2006 en Canadá.
- *Els petits fantasmès*: Enric, Lucy, Eduard y Jordi son los pequeños fantasmas que dan título a la serie. Viven, junto a un pequeño pez, en un castillo enorme y lleno de laberintos, pero son capaces de viajar, en un abrir y cerrar de ojos, allí donde quieren. Son curiosos y siempre tienen ganas de jugar y vivir multitud de aventuras. Se emite de lunes a viernes a las 18 h con una duración de unos 7'. Fue producida en 2002 en Gran Bretaña.
- *Els increïbles germans Adrenalini*: Xan, Adi y Enk Adrenalini son tres locueros hermanos acróbatas que tienen una particular manera de pasárselo bien, rozando el peligro y realizando las acrobacias más inverosímiles que se hayan visto nunca. Se emite de lunes a viernes a las 18:30 h con una duración de unos 7'30". Fue producida en 2002 en Reino Unido y Canadá.

11. La canción de felicitación se ha hecho tan popular que es la que, mayoritariamente, cantan todos los niños de Cataluña en sus celebraciones.

12. Durante la semana del 2 al 6 de marzo se produjo un cambio de series de animación, ya que el día 4 de marzo se estrenó *Erky y Perky*, sustituyendo a *Els petits fantasmès*. Nosotros mantenemos toda la información, de acuerdo a la muestra analizada.

- *Doraemon, el gat cósmic*: gato cósmico, antiviolento, inteligente y simpático. Viene del siglo xxii y podemos considerarlo un robot con poderes especiales. Tiene un bolsillo mágico, de dónde pueden salir todos los sueños que cualquier niño o niña querría ver realizados. Su misión es ayudar al niño Nobita para que no cometa errores que tengan repercusión en el futuro. Además, aparecen de forma habitual Shizuka (la amiga de Nobita), Suneo y Gigante. Se emite de lunes a viernes a las 18:35 h con una duración de unos 12'. Fue producida en 1978 en Japón. Es la serie más antigua y de las de mayor éxito, pues se programan dos capítulos por emisión.

- *Equip Galaxy*: aventuras de tres adolescentes llenos de energía que se deben enfrentar a los alienígenas más crueles. Josh, Yoko y Brett, amigos inseparables, han sido escogidos para entrar como cadetes del Instituto Galaxy, la escuela más «guay» de la Tierra. Su objetivo, además de sobrevivir a los constantes ataques de extraterrestres sin piedad, es convertirse en oficiales espaciales en un mundo futurista. Dirigida a los niños de más edad, aparecen valores como el compañerismo y la lucha entre el bien y el mal. Se emite de martes a viernes a las 19h con una duración de unos 22'. Fue producida en 2007 por Francia y Canadá.

Las cuatro primeras series duran aproximadamente 7' cada una, mientras que las dos últimas tienen 12' y 22' respectivamente. Este hecho justificaría la secuenciación de las mismas, que aparecen en el orden mencionado, así que las series más cortas se programan al principio y las de mayor duración al final.

El total de programación analizada (del 2 al 6 de marzo) representa 11 h 5', de los cuales la publicidad es el 2,09% (14' 26'')¹³, las series de animación el 70,5% (7 h 49') y la programación propia el 27,33% (3 h 10'). En el anexo 1 presentamos la secuencia de programación diaria dentro de la franja analizada, detallando bloque, duración, título, tipo, género y otras observaciones. Entendiendo que la programación diaria es muy semejante en cada uno de los días de emisión, tomaremos como muestra para el análisis uno de los días¹⁴ presentados.

4.2. La publicidad

Distinguiremos en este apartado dos tipos de publicidad claramente diferenciados: por un lado, la publicidad correspondiente a los anuncios externos a la cadena y, por otro, la publicidad propia del canal autonómico.

13. Esta escasa presencia de publicidad contrasta con otras programaciones infantiles, como *Babylà* (Porta, 2007), que llega a cotas del 24% del tiempo de emisión.

14. El día seleccionado ha sido el martes 3 de marzo de 2009, atendiendo a la diversidad de series presentadas.

Publicidad externa: los datos en la franja de programación infantil analizada nos dan un total de 54 anuncios en los días elegidos, repartidos de la siguiente manera:

- Lunes: $2 + 4 + 2 = 8$ anuncios, con una duración total de 2'20"
- Martes: $2 + 2 + 3 = 7$ anuncios, con una duración total de 2'20"
- Miércoles: $3 + 4 = 7$ anuncios, con una duración total de 1'40"
- Jueves: $2 + 9 + 3 = 14$ anuncios, con una duración total de 3'26"
- Viernes: $5 + 5 + 8 = 18$ anuncios, con una duración total de 4'06"

Los anuncios se presentan siempre en bloque, comenzando una vez finalizado el programa contenedor *Mic3* (donde no aparece ningún anuncio). La duración de cada anuncio es entre 10" y 20", excepto uno de 6" que se emitió en dos ocasiones. La existencia de anuncios de tan corta duración, a diferencia de la mayoría de anuncios para adultos, es propia de la publicidad infantil, que es más efectiva no tanto por tiempo de emisión, sino por repetición, ya que, incluso en el mismo día, se anuncian varias veces los mismos productos. Durante toda la semana se han repetido la mayoría de anuncios todos los días, lo que indica que los anunciantes adquieren campañas para varios días y así ser más efectivas al público. Vemos que hay un aumento progresivo en el tiempo dedicado a la publicidad conforme avanza la semana, para aumentar el impacto cara al fin de semana (salidas de compra general, asistencia al cine...).

La temática de los anuncios se puede agrupar en tres bloques:

- Anuncios de comidas (Cheetos, Chocochips, Doowap, Danonino...), que a su vez regalan otros objetos (imanes, tazos, muñecos...) para fidelizar a su público.
- Anuncios de juguetes (Pony Pocket, Gormiti...).
- Anuncios de películas (*La Pantera Rosa 2*, *Pinocho*, *High School Musical*...).

Varios anuncios son de distintos productos de la misma empresa (Cheetos en varias presentaciones, la misma empresa juguetera con diferentes productos...), así como varios productos anunciados están ligados entre sí. Este es el caso de varias de las películas que se anuncian durante la semana y que son seguidas por un anuncio de comidas que, a su vez, regala objetos relacionados con la película: *La pantera rosa* y el menú infantil de Burger King (regalo de figuras de la pantera rosa), y *Hotel para perros* y el menú infantil de McDonald's (regalo de peluches de perros en miniatura).

Con relación a los anuncios de juguetes, su número no es excesivo, a diferencia de otras épocas del año (Navidad, vacaciones...). De hecho, los juguetes anunciados son, en realidad, colecciones, y queremos destacar que la misma empresa, Giochi Preziosi, ha emitido durante la semana varias veces dos anuncios diferentes, nunca

continuos, uno de pequeños caballitos para niñas (Pony Pocket), y otro de muñecos monstruosos para niños, estableciendo roles sexuales muy separados.

La dinámica general de los anuncios emitidos es ágil y colorista, con niños y muñecos como protagonistas, y la música sigue la misma pauta. Es curioso resaltar que varios de los anuncios que regalan objetos son instrumentos musicales: baquetas mágicas (Nes-quick), y guitarras eléctricas de juguete (Doowap). Los anuncios se emiten en lengua castellana, a diferencia de la lengua del canal, y la música acompaña a la voz durante todo el rato. La música de los anuncios es muy rápida, fragmentos melódicos, de timbres electrónicos, con función de fondo musical convergente con la dinámica y las emociones suscitadas. En todos ellos encontramos narración con voces en *off*, sobre todo masculinas, y en algunos casos se repite la sintonía de la marca, especialmente al final del anuncio.

Auto publicidad: hay un gran número de pequeños espacios dedicados a la auto publicidad. Los agruparemos en diversos bloques:

- Ráfagas con el logotipo del canal K3, en diferentes colores, con la intención de «ajuste de continuidad» entre las diferentes series y/o espacios.
- Anuncios de otras series de animación de la cadena enmarcados en un formato general de propaganda del canal K3. Tienen una duración de unos 30".
- Cortinillas cortas (igual que las ráfagas de publicidad), pero ajustadas a diferentes personajes de las series de dibujos del K3: Kororo, Conan, Doraemon... Duran 6" cada una.
- Propaganda del *Club Super3*: carné de socio, página web, ventajas de asociarse, guía de consulta, actos lúdicos y culturales (descuentos, entradas...). Duran entre 15" y 30".
- Un último bloque de auto publicidad, también específicamente del *Club Super3*, muy ligada a las dramatizaciones de sus personajes.

4.3. Producción propia

Mic3: la música que acompaña las historietas de Mic es sencilla, acústica y normalmente, ejecutada por un único instrumento (piano, guitarra...). Muy interesante es el uso de instrumentos de percusión melódicos en muchas aventuras de los personajes y en diversas cortinillas (vibráfono, glockenspiel...), aunque destaca el uso del xilófono, seguramente debido a su versatilidad melódica y sus efectos recurrentes en dibujos animados, como los glissandos y redobles.

Una mà de contes: sintonía electrónica con elementos de percusión. La narración va a cargo de una voz masculina en *off*. Música de fondo suave que ambienta y contextualiza el cuento con una función reactiva/emocional y de complementación.

Club Super3: la sintonía de este programa tiene gran relevancia porque se utiliza en diversos momentos a lo largo de la emisión en su versión completa o fragmentada. Su estilo pertenece a *pop-rock* electrónico instrumental con calderón final y disminuyendo que permite los enlaces entre escenas. Además se escuchan muchos ruidos sintetizados. Durante las dramatizaciones el protagonismo lo toman las voces reales de los personajes, masculinos y femeninos, con risas del público en *off* y efectos especiales producidos con sonidos electrónicos (glissandos, roturas...). En la autopublicidad se utilizan fragmentos de la sintonía y voces en *off* masculinas, femeninas e infantiles.

En general, la música de los programas infantiles de producción propia de la Televisió de Catalunya no remite a la música tradicional o folklórica catalana, ni tampoco a ningún otro tipo de patrimonio musical más reciente, como la *Nova Cançó*.

4.4. Series de animación

Bumba: poco uso del lenguaje y, en compensación, uso habitual de sonidos varios, onomatopeyas y motivos musicales. Voz en *off* de varón. Cada escena tiene su ambiente sonoro: melodías sencillas, alegres. Se escuchan instrumentos de percusión, juguetes sonoros, aplausos del público infantil, voces de muñecos ininteligibles a partir de voces infantiles modificadas y animales, enmarcando un entorno sonoro circense.

Franny i les sabates màgiques: una preciosa canción cantada por una niña (soprano, modo mayor, binario) da entrada a esta serie. También se escuchan ruidos y voces diegéticos de cada personaje. La música de fondo continua ambienta según las escenas y complementa las imágenes. Uso de timbres orquestales, voces reales y de animales.

En Carles i la Laia: serie que da primacía a las voces de los personajes más que a la música, que se utiliza en algún momento para reforzar y completar la narración.

Els petits fantasmes: la sintonía toma el ritmo de polka con pizzicatos, semitonos, glissandos electrónicos... y destaca el uso del piano y el acordeón. Durante el capítulo, la música ambiental (piano, vibráfono) incidental es poco melódica y se usan ruidos de fondo diegéticos (motores, golpes, animales). Uso de ecos y de voces de doblaje infantiles.

Mila: la sintonía presenta una música rápida de *rock*, electrónica, con voz de niña hablando. Música electrónica ambiental suave, efectos sonoros especiales. Destacan las voces infantiles de niñas muy agudas, aunque también aparecen voces masculinas.

Els increïbles germans Adrenalini: la sintonía de la serie es *rock* electrónico que incorpora elementos folklóricos italianos (tarantela). Pone mucho énfasis en la música, que sirve para contextualizar los ambientes sonoros de cada episodio (por ejemplo, mariachi),

ruidos ambientales diegéticos (animales, motores...), y como regulación entre escenas. Diálogos incomprensibles, absurdos y escasos. Voces muy contrastadas (femeninas y masculinas).

Doraemon: la sintonía del programa, aunque electrónica, recuerda una marcha circense: modo mayor, conclusivo, compás 4. La canción de la sintonía es interpretada por un niño (soprano). En los episodios escuchamos voces infantiles agudas, fragmentos de percusión, ambientación orquestal fragmentada, muchos ruidos diegéticos y melodías dulces y suaves.

Equip galaxy: la sintonía es cantada por niños y coros en terceras Modo mayor. Voces de personajes con eco, masculinas y femeninas. Fragmentos melódicos. Música de acción *rock*, electrónica... Destacan la batería y la percusión. Efectos especiales con sonidos electrónicos. Estructura rítmica de *rock*.

5. Conclusiones

Aunque hemos ido avanzando valoraciones parciales a lo largo de todo el capítulo, de acuerdo con los análisis de las distintas franjas de programación, acabaremos con unos párrafos que sintetizan lo que hemos expuesto hasta este momento a modo de conclusiones finales.

Hemos visto, pues, que la música tiene en la programación infantil una importancia capital, quizás porque ayuda a hacer más creíbles y verosímiles unos personajes no reales al describir lo más detalladamente posible los movimientos y las acciones empleando la música como recurso onomatopéyico, es decir, empastando la música y los efectos de sonido al movimiento. La música y el movimiento están indisolublemente unidos. La música se produce con arreglo a una serie de leyes comunes como son las relaciones tensión-reposo, la dinámica y, sobre todo, la más directamente relacionada con el movimiento: el ritmo.

En general, el sonido de las series de animación coincide con la descripción de Porta (2004) en cuanto a la utilización de canciones interpretadas en *off*, la orquesta sintética, el uso frecuente de la polifonía en las series europeas y americanas, tímbrica *rock*, así como los sonidos electrónicos que imitan objetos cotidianos que emiten sonidos digitales.

La música es un elemento más del producto audiovisual, aunque primordial. En animación cobra una importancia especial, se convierte en fundamental para la definición del producto. El niño se siente atraído y cercano a esta, convirtiéndose no solo en algo lúdico, sino también en una perfecta y útil herramienta de aprendizaje que, entendemos, debería fundamentar la demanda de un conocimiento del uso educativo de la televisión en los espacios formales de la enseñanza.

6. Bibliografía

- ADORNO, T. W. (2004): *Filosofía de la nueva música*. Madrid: Akal.
- ALMEIDA, M. de. (2007): «Representaciones sociales y retórica: una base epistemológica para la incautación del sentido e la producción de bandas sonoras», en: NUNES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO, Centro de Letras e Artes (pp. 27-35).
- BENJAMIN, W. (1983): *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- BLACKING, J. (2006): *¿Hay música en el hombre?* Madrid: Alianza.
- CEBRIÁN, M. (2003): *Contenidos infantiles en televisión. Nueva técnica analítica global* [en línea]. Bilbao: Universidad del País Vasco. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer15/articulo_3.htm>. Consultado el 23/05/09.
- CHION, M. (1997): *La música en el cine*. Barcelona: Paidós.
- COOK, N. (2004): *Analysing musical multimedia*. Oxford: Oxford University Press.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1996): *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- GUSTEMS, J. (2005): «Escuchar los anuncios: una aproximación al uso de la música y del sonido en la publicidad televisiva», *Eufonia*, 34: 91-100.
- MORIN, E. (1972): *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Seix Barral.
- PORTA, A. (2004): «Contenidos musicales buscan currículum», *Comunicación y Pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 197: 31-36.
- (2007a): «Programación infantil de televisión. Aproximación al análisis de la banda sonora», en: NUNES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO, Centro de Letras e Artes (pp. 15-26).
- (2007b): *Músicas públicas, escuchas privadas*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.
- (2008): «Música, en construcción: un análisis de contenido de las revistas *Rolling Stone* y *40 P*», en: AGUILERA, M. de; ADELL, J. E.; SEDEÑO, A. (eds.): *Comunicación y música*. Barcelona: UOC (vol. 2, pp. 135-166).
- SMALL, C. (1989): *Música, sociedad y educación*. Madrid: Alianza.
- TÉLLEZ, E. (1996): «La composición musical al servicio de la imagen cinematográfica», *Eufonia*, 4: 47-58.

ANEXO 1: Programación martes 2 de marzo de las 17:13:49 a las 19:29:50

BLOQUE: MIC3 (17:13:49 – 17:51:23)

TIEMPO	TÍTULO	TIPO	GÉNERO	IMÁGENES
30"	Cabecera Mic3	Producción propia	Cabecera programa	Dibujo se convierte en muñeco
20"	Mic	Producción propia	Historieta	Encesta pelota
7"	Cortinilla Mic3	Producción propia	Ajuste de continuidad	Abeja volando
6'	Bumba	Dibujos	Episodio	10 escenas de circo con niños y dibujos animados
10"	Cortinilla Mic3	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
3'	Mic y Caracol	Producción propia	Historieta	Se esconden para comer una manzana
10"	Cortinilla Mic3 (piedras)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Espiral de piedras
11'30"	La Franny i les sabates màgiques: La princesa Bet	Dibujos	Episodio	Viaja a Egipto
10"	Cortinilla Mic3	Producción propia	Ajuste de continuidad	Abeja y Mic
2'	Cincsegons y niños	Producción propia	Reportaje	Niños atándose los zapatos
7"	Cortinilla Mic3	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
11'	En Carles i la Laia: Miedo a la oscuridad	Dibujos	Episodio	Carles le explica un cuento y le da miedo
10"	Cortinilla Mic3	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
3'	Mic y Cincsegons	Producción propia	Historieta	Viaje imaginario
15"	Mic	Producción propia	Cierre programa	Mic se despide

BLOQUE: PUENTE (17:51:23-18:00:54)

TIEMPO	TÍTULO	TIPO	GÉNERO	IMÁGENES
6"	Ráfaga K3 (negra)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Logo en blanco y negro
20"	La pantera rosa 2	Anuncio	Publicidad	Tráiler película
20"	Burger King, menú infantil	Anuncio	Publicidad	Regalo de figuras de la película
6"	Ráfaga K3 (colores)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Logo en colores
30"	Propaganda de L'aneguet lleig	Producción propia	Auto publicidad	Tráiler de una serie

	SONIDO
	Voz de niño, sintonía (logo), glockenspiel, cajas chinas, voz en <i>off</i> (niño), bell tree, plato final, redoble, final conclusivo
	Música de circo, percusión samba, glissando con flauta de émbolo.
	Sintonía conclusiva: compás 4, percusiones, modo mayor.
	Voz en <i>off</i> de varón. Cada escena tiene su ambiente sonoro: melodías sencillas, alegres, percusión, juguetes sonoros, aplausos, onomatopeyas, voces de muñecos ininteligibles a partir de voces infantiles modificadas, banda de circo, loros...
	<i>Swing</i> , batería, efecto suspense, disonancias, Voz Mic, vibraslap, improvisaciones, ruidos de masticar y morder.
	Glissando xilófono ascendente y descendente
	Canción inicio voz soprano (modo mayor, compás binario), música de fondo continua que ambienta según las escenas. Escala oriental, diferentes combinaciones de timbres solistas orquestales, bell tree, ladridos, voces de niñas y abuelo y clienta, glissandos, arpa, pizzicatos, maullido...
	Sintonía con silbato.
	Voces de niños. Piano y xilo. <i>Ragtime</i> , <i>steel drums</i> , tuba, melodía conclusiva.
	Risas y voces de niños, sintonía orquestal, percusión, escenas con o sin ambientación sonora que refuerza y completa la narración.
	Voz de Mic (niño) y de Cinsegons (varón). Voz en <i>off</i> de mujer. De fondo marimba. Sonido de trompa. Arpa en glissando.
	Sintonía programa.

	SONIDO
	Música electrónica
	Música orquestal efecto coda, marcha rápida
	Voces de niños y jóvenes, música fragmentada, suspense, metales.
	<i>Scratch electrónico</i>
	Voz en <i>off</i> de mujer y voces reales de personajes animados. Música fragmentada de fondo.

(Continuación de *BLOQUE: PUENTE (17:51:23-18:00:54)*)

6"	Cortinilla k3 (Keroro)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Anuncio de una serie
7'30"	Una mà de contes: El barret màgic	Producción propia	Cuento del mundo	Mano y dibujos
6"	Ráfaga K3 (colores)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
30"	Propaganda de Tork	Producción propia	Auto publicidad	Tráiler de una serie

BLOQUE: CLUB SUPER3 (18:00:54-19:29:50)

TIEMPO	TÍTULO	TIPO	GÉNERO	IMÁGENES
30"	Presentación Super3	Producción propia	Cabecera programa	De personajes de ficción a personajes reales
1'50"	Dramatización personajes club	Producción propia	Historieta- auto publicidad	Personajes reales en una sala y dibujos. Publicidad: «guia dels sùpers»
3'30"	L'escolania de Montserrat	Producción propia	Reportaje	Reales de las instalaciones y protagonistas
15"	Propaganda de «Tots som sùpers»	Producción propia	Auto publicidad	Niños en grupo de amigos practicando deporte
7'	Els petits fantasmes : Viatge espacial	Dibujos	Episodio	Fondos oscuros y personajes blancos. Dibujos de líneas claras
6"	Ráfaga K3 (colores)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
30"	Propaganda de la web del club y del libro Una mà de contes	Producción propia	Auto publicidad	Personajes reales y dibujos
30"	Cortinilla Super3	Producción propia	Auto publicidad	Ídem presentación Super 3
3'	Dramatización personajes club	Producción propia	Historieta	Personajes reales en una sala y dibujos animados.
6"	Ráfaga K3 (roja)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
20"	Propaganda del carné y la «guia dels sùpers»	Producción propia	Auto publicidad	Fomento asistencia a museos (fundación Miró). Imágenes reales
7'30"	Mila: En Pinpinou i la lluna	Dibujos	Episodio	Alterna dos tipos de dibujo, según cada cuento explicado por la protagonista
7'30"	Els increïbles germans Adrenalini: La migdiada de la rancúnia	Dibujos	Episodio	Contornos de los dibujos muy gruesos. Colores muy vivos. Centrado en México
6"	Cortinilla K3 (Doraemon)	Producción propia	Auto publicidad. Ajuste de continuidad	Anuncio de una serie
20"	Cheetos palomitos	Anuncio	Publicidad	Comida—regalos. Combina personajes reales y de ficción

Theremin con efecto fantasma, Percusión *rock* de fondo.

Sintonía percusión y electrónica. *Voz en off* de varón. Música de fondo muy suave que ambienta según las emociones.

Sintonía de la serie y *voz en off* de mujer. Ruidos electrónicos y canto de niños en terceras consecutivas paralelas, modo mayor.

SONIDO

Sintonía *Club Super3*, música propia, *pop-rock* electrónico instrumental. Calderón final en disminuyendo. Ruidos sintetizados ambientales (viento, cristales...).

Voces de personajes y risas en *off*. Efectos especiales con sonidos electrónicos (glissando, rotura...).

Narrador: *Voz en off* masculina. Niños cantando y hablando. Acompañamiento de fondo música electrónica. Interpretación de *El Virrolai*. Ejercicios vocales de canto. Interpretaciones instrumentales (piano, cello, violín) en vivo.

Fragmento de la sintonía del club. *Voz en off* masculina.

Sintonía polka, semitonos, glissandos electrónicos, conclusiva, pizzicatos, piano, acordeón. Música ambiental (piano, vibráfono) incidental, poco melódica y ruidos de fondo diegéticos (motores, golpes, animales). Uso de eco. Voces de doblaje infantiles.

Ídem

Voz en off femenina. Voces reales de niños dietéticas. Música de fondo tipo Dixieland.

Ídem versión corta

Voces de personajes y risas en *off*. Efectos especiales con sonidos electrónicos (glissando...). Escena dibujos animados con música estilo James Bond.

Ídem

Efectos electrónicos y *voz en off* masculina.

Sintonía rápida *rock* electrónica con *voz* de niña hablando. Música electrónica ambiental suave, efectos sonoros especiales. Voces infantiles de niñas muy agudas y masculinas.

Sintonía electrónica *rock* con elementos folklóricos italianos (tarantela). Música de ambientes sonoros (instrumental: mariachi), ruidos ambientales diegéticos (animales, motores...). Diálogos incomprensibles, absurdos y escasos. Voces muy contrastadas (femeninas y masculinas). Importancia de la música.

Fragmento de la sintonía.

Voz en off masculina. Fondo musical electrónico tipo La guerra de las galaxias.

(Continuación de BLOQUE: CLUB SUPER3 (18:00:54-19:29:50))

TIEMPO	TÍTULO	TIPO	GÉNERO	IMÁGENES
20"	Mi life	Anuncio	Publicidad	Máquina para enviar mensajes. Dirigido a niñas.
10"	Cheetos merienda	Anuncio	Publicidad	Comida-regalos. Personajes de ficción
6"	Ráfaga K3 (colores)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
30"	Propaganda <i>Equip Galaxy</i>	Producción propia	Producción propia	Personajes de ficción futurista y colorista
15"	Cortinilla Super3	Producción propia	Auto publicidad	Igual que cabecera-versión corta
3'20"	Dramatización personajes club	Producción propia	Historieta	Personajes reales en una sala y dibujos animados
20"	Propaganda del carné y la web del club	Producción propia	Producción propia	Interrogantes y web del programa
10"	Cortinilla K3	Producción propia	Auto publicidad	Ídem
12'	<i>Doraemon: Un día amb la Dorami</i>	Dibujos	Episodio	Dibujo infantil poco elaborado
12'	<i>Doraemon: El bastó guardià</i>	Dibujos	Episodio	Ídem
6"	Cortinilla K3 (<i>Doraemon</i>)	Producción propia	Auto publicidad Ajuste de continuidad	Ídem
20"	Chocapic de Netslé	Anuncio	Publicidad	Comida. Dibujos animados.
10"	Chocapic regalos	Anuncio	Publicidad	Regalos. Combina niños reales y dibujos animados
20"	Colección muñecos monstruosos	Anuncio	Publicidad	Para niños. Niños jugando con juguetes y muñecos
6"	Ráfaga K3 (colores)	Producción propia	Ajuste de continuidad	Ídem
40"	Propaganda carné club	Producción propia	Auto publicidad	Combina niños reales y dibujos
6"	Cortinilla K3 (<i>Conan</i>)	Producción propia	Auto publicidad. Ajuste de continuidad	Anuncio de una serie
15"	Cortinilla Super3	Producción propia	Auto publicidad	Igual que cabecera-versión corta
15"	Propaganda InfoK	Producción propia	Auto publicidad	Avance de noticias.
2'30"	Dramatización personajes club	Producción propia	Historieta	Personajes reales en una sala y dibujos animados
15"	Propaganda del carné del club	Producción propia	Auto publicidad	Niños en grupo de amigos practicando deporte
22'	<i>Equip Galaxy: Surf de cometa</i>	Dibujos	Episodio	Imágenes vertiginosas muy coloreadas
20"	Felicitación miembros del club	Producción propia	Reportaje diario	Imágenes del logo del aniversario
30"	Despedida personajes	Producción propia	Cierre programa	Imágenes del logo del Club

SONIDO
Voz en <i>off</i> femenina. Fondo musical electrónico tipo disco. Ruidos agudos y ecos (campanillas...). Sintonía de la marca al final (G.P).
Voz en <i>off</i> femenina. Música electrónica. Fondo musical electrónico de acción trepidante.
Ídem
Voz en <i>off</i> masculina. Fondo musical electrónico de acción trepidante.
Ídem versión corta
Voces de personajes y risas en <i>off</i> . Efectos especiales con sonidos electrónicos (glissando, ruidos...).
Voz en <i>off</i> masculina. Conversaciones infantiles cruzadas. De fondo la sintonía del Club.
Voz en <i>off</i> masculina. Aviso series con audio descripción.
Sintonía electrónica marcha circense: modo mayor, conclusivo, compás 4, voz infantil. Voces infantiles dietéticas agudas. Fragmentos de xilófono, ambientación orquestal fragmentada. Muchos ruidos diegéticos. Melodías dulces y suaves.
Ídem anterior sin sintonía inicial.
Fragmento de la sintonía.
Voces infantiles masculinas. Efectos sonoros (viento, cuerdas, motor...). Ausencia de música.
Voz en <i>off</i> masculina grave. Efectos sonoros (animales de la selva). Ausencia de música.
Voz en <i>off</i> masculina. Efectos sonoros (viento, rugidos). Música orquestal futurista espectacular. Sintonía de la marca final.
Ídem
Efectos electrónicos. Voz en <i>off</i> masculina. Música de acción orquestal tipo <i>Misión imposible</i> .
Fragmento de la sintonía. Vibráfono.
Ídem
Voz en <i>off</i> masculina. Efectos sonoros electrónicos y fragmentos de melodías.
Voces de personajes y risas en <i>off</i> . Efectos especiales con sonidos electrónicos (glissando, ruidos, radio...).
Fragmento de la sintonía del Club. Voz en <i>off</i> masculina.
Sintonía cantada por niños y coros en terceras. Modo mayor. Voces de personajes con eco, masculinas y femeninas. Fragmentos melódicos. Música de acción <i>rock</i> , electrónica... Destaca batería y percusión. Efectos especiales con sonidos electrónicos. Estructura rítmica de <i>rock</i> .
Acompañamiento musical de la canción de aniversario. Voz en <i>off</i> masculina que felicita a los niños
Fragmento de la sintonía del Club. Efectos sonoros electrónicos y ruidos.

7. INFANCIA Y BANDA SONORA: UN PROCESO DE REPRESENTACIÓN SOCIAL

Dr. José Nunes Fernandes

Dra. Mônica de Almeida Duarte

Universidade do Rio de Janeiro

UNIRIO. Brasil

Castelo Ra Tim Bum

PROGRAMACIÓN

Duración programa	Franja emisión	Productora
30 min	13:30 h - 14 h	TV Cultura

PRESENTACIÓN

TANDA PUBLICITARIA

CAPÍTULO EN CURSO

PUBLICIDAD

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Castelo Ra Tim Bum

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 18/02/2008
al viernes 22/02/2008

CANAL DE TELEVISIÓN:
TV Cultura

TIPO:
Público Infantil

COBERTURA:
Nacional

PAÍS:
Brasil

REGIÓN:
Brasil

MUESTRA:
2 h 30 min



PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
	13:30 h -14 h	30 s	Proyectos del gobierno

I. Introducción

La intención del compositor es materializada en cada sonoridad en su producción musical. Si la música es un tipo de discurso tan antiguo como la raza humana, un medio en el cual las ideas sobre nosotros mismos y sobre los otros son articuladas en formas sonoras (Swanwick, 1999), es factible incautar las intenciones/representaciones de los sujetos productores de ese tipo de discurso. Y, si el discurso musical es una representación social (Duarte, 2008), el análisis del discurso nos lleva a las representaciones sociales vehiculadas por medio de él.

De hecho, en la producción musical se desarrollan etapas que coinciden con las etapas de la producción de representaciones sociales (objetivación y anclaje). Como en la objetivación, existe: (1) la selección y recontextualización de la información sonora, elementos que «coinciden» con el sentido que el sujeto puede o quiere atribuir al sonido; (2) la estructuración de los elementos sonoros seleccionados en un complejo de imágenes sonoras configurando un «objeto musical»; (3) la naturalización del «objeto musical» en la «realidad» cotidiana de la persona (Duarte, 2008).

Y, como en el anclaje, existen acciones cognitivas que se refieren a la asimilación de una ocurrencia sonora en un esquema cognitivo ya existente para categorizarla y darle un nombre (sinfonía, *concerto*, samba, choro...) (Duarte, 2008).

La intención de alcanzar, afectar a algún auditorio está presente en las diversas formas de producción sonora inherentes a los programas televisivos, y establece la propia acción productora. La retórica explícita los mecanismos cognitivos puestos en acción en este y en cualquier otro tipo de producción. Y tales mecanismos están aliados a los intereses de cada grupo social específico, a los sujetos envueltos en el proceso de la producción. Entendemos que, al desarrollar el análisis retórico de determinado producto musical, llegaremos a aquellos intereses (Duarte, 2008).

Los que analicemos las bandas sonoras difundidas por el programa *Castelo Rá-Tim-Bum*, estaremos próximos a la representación social construida por sus productores/oradores sobre el público infantil.

Presentamos la primera etapa de análisis de la banda sonora de cinco programas consecutivos del programa televisivo infantil *Castelo Rá-Tim-Bum* emitido por TELEBRASIL diariamente (de lunes a viernes), e incluimos anuncios presentados en el transcurso del programa. En este análisis, evaluamos las cualidades musicales de la banda sonora para el análisis cuantitativo (Porta, 2008; Berruoco, 2008a, 2008b).

La importancia de este estudio radica en el hecho del que habla Fernandes (2008: 4-5):

Reflexionando sobre la tecnología, los medios de comunicación, la música y la educación, es posible decir que no podemos separar estos elementos de la vida. [...] La distinción entre el conocimiento y la información es que el primero supone un análisis crítico de la información, su reelaboración y su resignificación, o sea, una toma de decisión sobre lo escuchado, lo visto, lo leído.

Intentamos construir un conocimiento sobre la utilización de la música en los programas televisivos infantiles como una herramienta crítica de la vehiculación de la representación de infancia y de la construcción social de la realidad de los niños.

2. Resultados parciales

El universo de esta investigación está compuesto por los programas de televisión infantiles presentados en la ciudad de Río de Janeiro. La muestra fue escogida intencionalmente: el programa *Castelo Rá-Tim-Bum*, presentado en la televisión de Brasil, es un programa infantil producido por la red de televisión estatal. Los procedimientos involucraron la grabación de los programas emitidos del 18/02/2008 hasta 22/02/2008, y el montaje de las rejillas.

Cada programa, con 30 minutos de duración, tiene cerca de 28 cuadros, pero no hay dibujos. Los tipos de cuadros comunes en todos los programas/días son: 1) llamada de TELEBRASIL; 2) cabecera; 3) clip musical; 4) escena con los actores del programa; 5) cortinilla y 6) publicidad. Escogemos, de forma aleatoria, un cuadro de cada tipo para nuestra muestra.

Dirigido al público infantil en la fase de la prealfabetización (4 a 6 años), presenta situaciones favorables al ingreso en la vida escolar, con cuadros coloridos que intentan divertir y estimular a los niños. Aunque dinámicos, sus cuadros nos remitieron a la estructura del teatro de revista, pues son independientes, no presentan conexión entre sí (Veneziano, 1996).

Analizamos los objetos musicales presentes en la banda sonora de los cuadros del programa relativo a su exhibición durante cinco días, considerando los procesos de creación o transformación de la banda sonora para adecuarla al auditorio infantil y al contexto televisivo.

El análisis preliminar de los cinco programas nos permitió destacar algunos elementos relevantes. Percibimos los siguientes elementos predominantes: (a) instrumentación eléctrica (sintetizador, guitarra eléctrica, batería) y electrónica (sonidos manipulados electrónicamente, con timbres diferentes de los instrumentos conven-

cionales); (b) textura de melodía acompañada; (c) tonalismo; (d) compás binario; (e) marchas vivas; (f) ritmo cómico; (g) citas de melodías de estilo erudito, popular brasileño y extranjero y folklórico; (h) ruidos con escalas y acordes representando los movimientos presentes en escena. La ausencia de polifonía debe ser apuntada, así como el hecho de que el canto se restringe a las viñetas de algunos cuadros para anunciar su entrada, y el idioma de la letra del canto es siempre el portugués. Todos esos elementos dicen respecto a la representación que los compositores/oradores construyeron la banda sonora pensando en la infancia y sobre lo que es adecuado que se les transmita, por medio de la televisión, a los niños. Esa representación fundamentó la producción de los objetos musicales «adecuados para el público infantil». Es probable que la polifonía haya sido entendida como un elemento más complejo para la comprensión del niño, restándole la simplicidad de la estructura de la melodía acompañada. El compás binario, en marchas vivas y con ritmos cómicos, fue más usado para enaltecer la representación de la infancia que condensa elementos como vivacidad, ingenuidad y pureza. Expliquemos mejor esas afirmaciones con dos estudios: uno desde el área de la psicología social, centrado en la representación social de la infancia (Chombart de Lauwe; Feuerhahn, 2001) y otro desde el área de la musicología, centrado en el análisis de la poética musical del cine (Carrasco, 2003).

Chombart de Lauwe y Feuerhahn (2001: 289) indican, en su estudio sobre la representación social del niño, que tanto en la literatura como en el cine, el niño tiende a ser presentado como dotado de una naturaleza distinta a la del adulto, un «otro mundo» en el cual es «embestido de valores positivos, proyección de los deseos de una sociedad». En el imaginario social, el niño revelaría otro modo de existir que contesta, en sí, al mundo de los adultos, simbolizando la inocencia, la espontaneidad, el coraje, la gentileza o la vuelta a los orígenes, el contacto con la naturaleza.

Por su parte, Carrasco (2003) identifica algunas estrategias composicionales de bandas sonoras que pretenden transmitir cualidades que son próximas a las apuntadas por las autoras en relación con la representación social del niño, y que verificamos que estén próximas a las estrategias composicionales de la banda sonora que examinamos: la construcción de temas leves y alegres con melodías desarrolladas en el modo mayor (tonalismo), marcha viva y ritmo movido.

Se observó, también, que la mayoría de los cuadros tienen música. Los cuadros más largos alternan silencio y sonorización de fondo. Destacamos el uso de viñetas para caracterizar los cuadros; y todas tienen sentido musical completo, es decir, aun cuando breves, nunca están cortadas (excepto la viñeta de apertura, de la cual solo la cadencia final es aprovechada para la entrada de los anuncios publicitarios y la vuelta al programa). En las sonorizaciones, hay una gran presencia de periodos musicales completos, cortados o con *fade out* únicamente en las repeticiones.

La estructura temporal de la música, en las bandas sonoras, se manipula con el objetivo de potenciar su mensaje persuasivo. Esa manipulación puede darse, entre otras maneras, en la finalización de las frases. Esa estrategia afecta especialmente a la eficacia del mensaje, que se busca difundir en la medida en que la no-conclusión de la frase lleva a un sentido de no-conclusión, que se desdobra en el deseo de volver a oírlo. En el caso de la banda sonora para anuncios publicitarios, tal efecto debe ser esperado, pues el deseo de volver a escuchar lo que ya se oyó refuerza el mensaje de consumo que se intenta propagar (Porta, 1997). Pero, de acuerdo con el objetivo educativo del programa, los mensajes difundidos son acompañados por frases o períodos musicales completos, con sentido de conclusión, no dando margen a los mensajes dudosos o indeterminados.

La música tiene gran importancia en el programa. Las viñetas son como una identidad de cada cuadro, pues ayudan a definir el carácter específico de cada uno de ellos, muchas veces casi caricaturado. La música utilizada en la sonorización de fondo es estructuralmente simple, poco elaborada, de instrumentación poco variada. Eso es razonablemente compensado por la variedad de estilos presentados, a pesar de la uniformidad de los mismos, por composiciones en ritmo cómico, o por la instrumentación sintetizada. La variedad de estilos puede notarse en la audición de la propia viñeta de apertura, caracterizada por la riqueza de timbres: ruidos compuestos por diversos sonidos onomatopéyicos y coladas, pequeñas estructuras musicales que se conectan coherentemente con otras de estilo y carácter bastante diferenciado. La viñeta de apertura también presenta un aspecto considerado educativo y adecuado para el público al que se destina el programa, niños en la fase preescolar, pues consigue aliar, coherentemente, sonido-imagen-movimiento (correspondencia inmediata entre movimientos y sonidos ascendentes, movimientos y sonidos descendientes, movimientos y sonidos alternados, etc.).

3. Conclusión

Este trabajo converge con tantos otros que se centran en la complicidad entre bandas sonoras, sus tramas/imágenes, su contenido simbólico construido en la interacción social (compositor/auditores) y las implicaciones para la educación.

Los creadores de las bandas sonoras, por medio de recursos de manipulación del sonido y su asociación con las imágenes y por el empleo de diferentes estilos musicales, producen un discurso impregnado de sentidos que reflejan sus representaciones sociales sobre lo que puede alcanzar o emocionar a su(s) auditorio(s).

Entendemos que la composición de la banda sonora pasa por las mismas etapas de producción de representaciones sociales. Así, podemos llegar a la sociogénesis y a los

productos de los sentidos contruidos sobre algún tema, asunto, objeto, los cuales son siempre producidos en relaciones dialógicas. Todo orador/compositor organiza su comunicación para convencer/emocionar a su auditorio, y este trabajo necesita ser evidenciado en las investigaciones que tomen la situación psicosocial como fundamento de los fenómenos de la comunicación.

La música es una poética, pues intenta alterar, de alguna manera, las creencias, los valores y las actitudes de sus auditorios, busca afectarlos. Además, la música se presenta como un lugar donde es posible «leer textos». Para entender, por ejemplo, la posición de la banda sonora en la cadena de comunicación que el objeto analizado (película, anuncio publicitario, etc.) supone, se desarrolla un análisis basado, inicialmente, en la observación de sus aspectos musicales concretos (timbres, por ejemplo) y posteriormente, en la interpretación de las ideas articuladas/sugeridas. Por tanto, es necesaria la identificación y análisis de los tópicos musicales: modelos generales representados por signos musicales específicos reconocidos, como tales, por el grupo de creadores de las bandas sonoras y de las personas que forman los diversos públicos de los programas televisivos infantiles, constituyendo un punto de acuerdo y convergencia entre representaciones contruidas por esos grupos sociales.

Verificamos que los elementos musicales concretos agenciados para la composición de la banda sonora del programa *Castelo Rá-Tim-Bum* se asocian a los aspectos idealizados de la infancia ya apuntados por Chombart de Lauwe y Feuerhahn (2001): la inocencia, la espontaneidad, el coraje, la gentileza. Pudimos llegar hasta esa constatación por el estudio de Carrasco (2003) sobre la poética musical del cine. Los tópicos musicales que identificamos en nuestro análisis preliminar, a partir del aspecto cuantitativo, de la banda sonora del programa, contruidos con elementos musicales como melodías en el modo mayor, marcha viva, ritmo movido, compás binario, etc., son los mismos usados desde la época del cine mudo, cuando teniendo en cuenta las situaciones o estados específicos de una escena, se buscaba enaltecer determinados aspectos (inocencia, espontaneidad, etc.).

La presencia de la música en la casi totalidad de los cuadros, la variedad de estilos, la riqueza de timbres (elementos estimulantes), la asociación estrecha entre sonido-imagen-movimiento, el cuidado con la finalización de las frases musicales (aspectos educativos), la predominancia de la textura de melodía acompañada en detrimento de la polifonía (muy compleja para el público infantil) son aspectos representacionales de la infancia y del carácter educativo del programa expresados por medio de la música.

4. Bibliografía

- FERRÁNDEZ BERRUERO, R. (2008a): «El proceso general de investigación. La preparación y la realización», en: NUNES FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM – CAPES (pp. 38-59).
- (2008b): «El proceso general de investigación. La realización», en: NUNES FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM – CAPES (pp. 60-89).
- CARRASCO, N. (2003): *Syngkronos. A Formação da Poética Musical do Cinema*. São Paulo: Via Lettera/ Fapesp.
- CHOMBART DE LAUWE, M. Y FEUERHAHN, N. (2001): «A representação social na infância», en: JODELET, D. (org.): *As representações Sociais*. Trad. Lilian Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ (pp. 282-299).
- DUARTE, M. (2008): «Representaciones sociales y retórica: una base epistemológica para la incautación del sentido en la producción de bandas sonoras», en: NUNES FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM – CAPES (pp. 29-37).
- NUNES FERNANDES, J. (2008): «Prefacio», en: NUNES FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM – CAPES (pp. 4-11).
- VENEZIANO, N. (1996): *Não adianta chorar: teatro de revista brasileiro... Oba!* Campinas: Editora da UNICAMP.
- PORTA, A. (1997): *La música en las culturas del rock y las fuentes del currículo de educación musical*. Valencia: Universidad de Valencia.
- (2008): «Programación infantil de televisión. Aproximación al análisis de la banda sonora», en: NUNES FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM – CAPES (pp. 17-28).
- SWANWICK, K. (1999): *Teaching music musically*. Londres/ Nueva York: Routledge.

8. LA TELEVISION QUE «DICE» LO QUE HAY QUE SER. LOS PROGRAMAS PARA JÓVENES EN LA ARGENTINA ACTUAL

Lic. Carolina del Bono

Lic. Juan Manuel Cáseres

Lic. Susana Espinosa

Universidad Nacional de Lanús.

Buenos Aires. Argentina

Casi ángeles

PROGRAMACIÓN

Duración programa	Franja emisión	Productora
1 hora	18:00 h - 19:00 h	Cris Morena Group - RGB Entertainment

PRESENTACIÓN

TANDA PUBLICITARIA

CAPÍTULO EN CURSO

PUBLICIDAD PROPIA

AVANCES DEL PRÓXIMO CAPÍTULO

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Casi ángeles

COBERTURA:
Nacional

SEMANA DE ESTUDIO:
del lunes 01-09-08 al
viernes 05-09-08

PAÍS:
Argentina

CANAL DE TELEVISIÓN:
Telefé

REGIÓN:
Buenos Aires

TIPO:
Público

MUESTRA:
5 horas

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Casi ángeles-figuritas	18 h - 19 h	10 s	Figuritas para pegar
Garbarino	18 h - 19 h	15 s	Electrodomésticos
Fanta	18 h - 19 h	20 s	Bebida

I. Ficha técnica del programa

Título:	<i>Casi ángeles</i>
Canal: Telefe.	Televisión abierta
Horario:	Lunes a viernes de 18 a 19 h
Libro:	Gabriela Fiore y Leandro Calderone
Escenografía y Dirección de arte:	Laura Russo
Ambientación:	Mariana del Gener
Asesora de vestuario e imagen:	Susana Pérez Amigo
Casting:	Gabriela Rodríguez
Coordinación de producción:	Julián Hernández
Dirección de fotografía:	Juan Carus y Marcelo Rodríguez
Coreografía:	Marisa Divilo
Producción ejecutiva:	Laura Fernández y Leonardo Balsalobre
Dirección:	Martín Mariana y Guillermina Gómez Saavedra
Idea original:	Cris Morena
Producción general:	Cris Morena Group - RGB Entertainment
Corte del análisis:	una semana del mes de septiembre de 2008

2. Destinatarios y contenido (argumento, tema)

Casi ángeles es la telenovela argentina creada, en el 2007, por Cris Morena Group, protagonizada por Emilia Attias y Nicolás Vázquez que cuenta también con una banda *Teen Angels* integrada por los cinco jóvenes protagonistas: Mariana Espósito, Juan Pedro Lanzani, María Eugenia Suárez, Gastón Dalmau y Nicolás Riera.

La propuesta televisiva arriba descrita, está dirigida al público preadolescente, inserto en el último ciclo de la escuela primaria. La historia parte de un argumento clásico: el arqueólogo Nicolás, padre de un niño muy simpático e inteligente, mantiene un noviazgo con la superficial Malvina, hermana del más malo entre los malos: Bartolomé. Tan perverso es Bartolomé que, junto a la temible ama de llaves de su mansión, Justina, ha reclutado a un grupo de jóvenes adolescentes de la calle a los que les ofrecen un lugar para vivir pero también los obligan a robar y los maltratan sin piedad.

En ese hogar Nicolás conoce a Cielo, una joven que inmediatamente se acerca a los chicos para ofrecerles cuidado y contención. El enamoramiento entre Cielo y Nicolás se manifiesta como en un cuento de hadas, transformando el Hogar Mágico en un lugar donde los jóvenes encontrarán calor de familia para descubrir poco a poco quiénes son y cuáles son sus sueños. Cuando Cielo y Nicolás están a punto de casarse, ella es herida por un disparo y es enviada a otro mundo del cual podrá regresar pero sin memoria.

Durante la temporada 2008 el argumento posicionó a los protagonistas en una nueva misión: encontrar las llaves que abren los candados de un singular libro que los llevará al futuro en busca de Eudamón, la isla de los niños felices. Les ayuda en esto Cielo, que luego de recuperar la memoria, adquiere poderes especiales como el «ojo del águila» que le permite ver más allá de lo normal. Por tanto, en la temporada 2008, el argumento se dedica a instalar esta misión en la vida cotidiana. A la vez, entre los adolescentes, las relaciones personales se convertirán en relaciones amorosas, con momentos de felicidad y encrucijadas llenas de temores que pondrán la amistad en turbulencia. Después de un campamento de verano se despierta en ellos el sueño de tocar en una banda de *rock* y cuando regresan de viaje concurren al *Rockland College* para estudiar; allí se prepararán para grabar sus producciones y ensayarán para las presentaciones combinando la música con las coreografías.

3. Tratamiento del tema

La puesta en escena plantea actuaciones con diálogos complementados con canciones y coreografías, que refieren a jóvenes que tienen una banda de *rock* y deben ensayar para sus presentaciones en recitales. La actividad musical, por tanto, está presente como parte importante del argumento y las escenas musicales se arman en formato de videoclip.

El programa se presenta con emisiones diarias de 1 hora de duración estructurado de la siguiente manera:

- Presentación del programa.
- Tanda de comerciales.
- Capítulo en curso.
- Publicidad del programa en su versión teatral.
- *Team Angel*: entrevistas a los actores acerca de cuestiones de su vida real fuera de la trama argumental del programa.
- Avances de escenas del capítulo siguiente.

4. Tratamiento musical

4.1. Como fondo de la acción

Se escuchan músicas de diferentes géneros (instrumental, vocal-instrumental, electrónica, electroacústica) y de diferentes estilos (*rock*, *jazz*, folklore, brasileña, etc.) detrás de la mayor parte de los parlamentos de los actores.

En líneas generales se perciben composiciones centradas en rítmicas binarias, de acentuaciones téticas y anacrúsicas, con líneas melódicas tonales y en modo mayor y/o menor, encadenamientos con cadencias suspensivas (en relación con los ejes temáticos que generan suspenso y acción no terminada).

En la muestra tomada a lo largo de la semana, se observó que estas músicas en su totalidad mantienen una tonalidad fija, sin modulación.

En cuanto a las dimensiones sonoras, en su gran mayoría se tratan de obras escritas basadas en texturas homofónicas con diversidad tímbrica (voces acompañadas de instrumentos e instrumentos acompañados de instrumentos).

4.2. Como figura dentro de la acción

Cuando el argumento versa sobre la actividad musical de los protagonistas de las historias, se presentan canciones compuestas por los actores de la trama, así como de autores internacionales. Los contenidos temáticos de las mismas se refieren siempre a situaciones juveniles.

En cuanto a las dimensiones sonoras, se observa que poseen estructuras, texturas, tratamiento tímbrico y melódico de igual o semejante característica a las músicas de fondo. En tanto que en los arreglos de las canciones propias de los protagonistas, se observan tratamientos característicos de la música pop, es decir, con integración de instrumentos acústicos y electrónicos, acordes de escasa variedad, formas ABA, armonías tradicionales con estructuras y sonoridades previsibles que apuntan a confirmar las audiciones consumidas por públicos masivos en la cultura actual.

5. La programación infantojuvenil en la televisión argentina actual

Es importante destacar la importancia que tiene la televisión hoy, compañera de niños y jóvenes durante varias horas al día y por varios años de sus vidas, siendo esta una realidad que atraviesa los distintos niveles socioeconómicos de la sociedad actual (por lo menos en las culturas occidentales).

La televisión tiende a permanecer encendida todo el día independientemente de lo que se haga delante de la pantalla, ofreciendo un cúmulo de imágenes y sonidos que entran libremente como algo familiar; es algo así como una «cortina sonoro-visual» que no funciona solo como fondo, sino que lo implica a uno y como dice Marshall McLuhan (1996): «hay que estar *en ello*».

Habla McLuhan (1996) del factor narcotizante de la televisión y explica que antiguamente, los espectadores de cine deseaban conocer a sus ídolos en la vida «real»; en cambio, hoy los espectadores de la televisión quieren conocer a su estrella en su «papel», es decir, no a la persona que compone el personaje, sino al personaje en la vida real.

También Guy Debord (2008: 32) reflexiona sobre la «sociedad del espectáculo» cuando dice:

[...] toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en una representación. [...] Las imágenes desprendidas de cada aspecto de la vida se fusionan en un cauce común, donde la unidad de esta vida es ya irrecuperable. La realidad vista parcialmente se despliega dentro de su propia unidad general como pseudomundo aparte, objeto de mera contemplación. La especialización de las imágenes del mundo halla su culminación en el mundo de la imagen autónoma, donde el mentiroso se miente a sí mismo. El espectáculo es, en general, como inversión concreta de la vida, el movimiento autónomo de lo no viviente. [...] El espectáculo se presenta al mismo tiempo como la sociedad misma, como una parte de esta y como instrumento de unificación. [...] El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes.

A lo largo de las últimas décadas, la programación infantil en Argentina ha ido mostrando algunos cambios notables, y resulta una variable de suma importancia la aparición de la televisión por cable que ofrece programación las 24 horas de los siete días de la semana.

Uno de los cambios mencionados tiene que ver con que fueron desapareciendo lentamente los programas donde los niños interactuaban con la televisión a través de llamadas telefónicas o visitas al estudio de grabación, así como la participación en juegos y promociones con premios que generaban un *feedback*, para transformarse en la caja mágica narradora de historias, tal como lo plantea Giovanni Bechelloni (1990: 56), quien dice:

[...] la televisión ha dejado de ser un espectáculo teatral o cinematográfico para pasar a ser un lenguaje propio que sólo muestra, en donde el televidente se transforma en un mero espectador, generando así fenómenos de consumo televisivo distraído que se transforman en una rutina.

Otro de los cambios es que con el auge de las tiras y el afán de atrapar al público preadolescente, las temáticas dejaron de ser infantiles para pasar a ser historias de jóvenes. En ocasiones los contenidos no siempre representan a los niños, pero estos

son devorados por la pantalla a través de las narrativas de las telenovelas que les hacen creer que esas fantasías son posibles en sus futuras vidas.

La última variable que surge del análisis realizado es el fervor de consumo que los programas generan, una característica más de la masificación de la comunicación audiovisual. Las series como esta ofrecen propuestas de *marketing* bien pensadas, a través de las cuales las productoras logran que niños y jóvenes usen o elijan aquellos modelos que ellas les ofrecen, de forma excluyente de cualquier otra opción.

Los personajes de las tiras son las caras de las campañas publicitarias que aparecen en revistas, en la calle y en la televisión misma, de marcas de ropas, bebidas y objetos que también usan los actores en el programa. Dice McLuhan (2008: 333):

La ropa y la estética de la última década se han vuelto tan táctiles y esculturales que presentan una especie de exageradas indicaciones de las nuevas cualidades del mosaico televisivo. La extensión televisiva de nuestros nervios en hirsutos patrones posee el poder de evocar un mar de imaginación afín en la ropa, los peinados, la manera de andar y los gestos. Todo ello se suma a la implosión compresora, la vuelta a formas no especializadas de espacios y vestimenta, la búsqueda de usos múltiples para las habitaciones, las cosas y los objetos, en una palabra: lo icónico. En música y poesía, la implosión táctil representa la insistencia en cualidades cercanas al lenguaje informal. Así, los Schoenberg, Stravinsky, Orff y Bartok, en lugar de avanzados buscadores de efectos esotéricos, parecen ahora haber acercado la música a la condición del discurso humano ordinario. Es precisamente este ritmo coloquial en sus obras lo que antes parecía tan poco melodioso. Cualquiera que escuche las piezas medievales de Perotinus o Dufay, las encontrará muy cercanas a las de Stravinsky o de Bartok. Ahora, en la presente edad de implosión electrónica, se está reproduciendo al revés la gran explosión del Renacimiento que alejó los instrumentos musicales de la canción y del habla y les asignó funciones especializadas.

En el caso del programa analizado, además de la ropa —que quizás sea el producto más fuerte en lo económico— están los juguetes, las figuritas y los productos escolares. Y para reforzar este consumo, una vez al año se pueden ver a los actores favoritos en las producciones teatrales que se presentan en época de vacaciones escolares de invierno en la ciudad de Buenos Aires (de dos semanas de duración), generando así una suerte de fanatismo febril del público que asiste de forma masiva a los teatros.

A la luz de estos análisis, es indudable que, hoy por hoy, resulta necesario observar críticamente a la televisión que genera ídolos o iconos de supuestos modelos de ideal, en cualquiera de los estratos etéreos y/o culturales. La tendencia a la igualación, a la imitación de modelos dados desde los sectores de poder, a la anulación de las

diferenciaciones culturales, a la individualidad de pensamiento, son algunos de los grandes desafíos que todos debemos afrontar.

6. Metodología de análisis

Como ya dijimos, para realizar el análisis de la banda sonora del programa televisivo *Casi ángeles* se tomó al azar como muestra una semana de las emisiones transmitidas en septiembre de 2008¹. En cuanto al procedimiento, una vez digitalizados todos los programas, se realizó la fragmentación del material audiovisual mediante el programa Vegas 6.0 de la firma Sony, con el objeto de llevar a cabo la recolección de datos según las variables previamente fijadas.

Teniendo en cuenta la estructura en que se presenta la información, se analizaron la totalidad de la publicidad en su extensión completa y además, se tomaron fragmentos del programa. Así, se obtuvieron 425 muestras, en donde 149 representan el total de la publicidad aparecidas en las cinco emisiones y 276 están conformadas por fracciones de 5 segundos provenientes del relato ficcional (argumento). Estos fragmentos se fijaron cada 45 segundos, para que, de esta forma, se pudiera abarcar completamente el programa propiamente dicho.

Ahora bien, la diferencia impuesta en el recorte (análisis completo de las publicidades *versus* fragmentación de la programación propia), lejos de ser arbitraria, se funda en la estructuración propia del material audiovisual: mientras que las publicidades poseen una escasa duración (nunca superan los 60 segundos), en el caso de la ficción esta se presenta en un solo bloque de aproximadamente 50 minutos. Por otra parte, como veremos más adelante, si bien la música es un elemento fundamental de toda la banda sonora, en la publicidad aparece prácticamente en un 100%, mientras que a lo largo de la programación propia se encuentran fragmentos sin sonido musical. Estos elementos son los que se impusieron al momento de realizar un recorte que permitiera de manera pragmática viabilizar la dimensión empírica del presente trabajo.

Los aspectos puestos en juego para abordar el análisis del discurso musical dentro de la banda sonora estuvieron determinados, en primer lugar, por el hecho de establecer qué cantidad de muestras contaban con la presencia de música en la programación.

1. En los análisis que toman como objeto la banda sonora del producto audiovisual se suelen establecer tres grandes «lenguajes» o materiales con los que trabaja el realizador: los diálogos, la música y los efectos sonoros (ver Abbate, E. (2005): «La banda sonora en los productos audiovisuales» en *Escritos sobre Audiovisión*. Buenos Aires: UNLa). Para el presente trabajo se analizó específicamente el papel de la música dentro de la banda sonora.

Posteriormente, se analizaron los fragmentos que poseían música, teniendo en cuenta las siguiente variables: *sonido musical (timbre), presencia de voces (cantadas), métrica y rítmica, tipo de comienzo, variación dinámica, agógica, estilo, organización sonora, cadencia, presencia de modulación, tipo de textura sonora y plano sonoro.*

7. Análisis cuantitativo

En relación con la cantidad de música que se encuentra en el programa, el resultado del análisis arrojó como dato fundamental una presencia extremadamente importante dentro de todas las secciones. Así, en el 83% de las muestras se detectó la existencia de música, mientras que el 17% posee solamente algunos de los componentes restantes de la banda sonora. Asimismo, este porcentaje aumenta aún más si se examinan únicamente las publicidades, ya que el número asciende a un 98%; mientras que en los fragmentos de la programación propia la música se detectó en un 74% de las muestras analizadas.

Observando ahora el elemento propiamente musical de la banda sonora, y teniendo en cuenta la variable tímbrica, el 24% de los discursos están conformados por instrumentos acústicos, es decir, por elementos en donde no hay participación de generadores electrónicos. En contraposición, el 64% de los sonidos estudiados son de origen sintético, conformado mayoritariamente por timbres que tienden a imitar a los de origen acústico (es decir, los producidos por instrumentos tradicionales, en especial los de la familia de las cuerdas).

Gráfico I

Análisis tímbrico - Casi ángeles - Septiembre, 2008			
Sonido musical	Acústico	Cordófono	5%
		Aerófono	0%
		Membranófono	1%
		Idiófono	0%
		Mezcla (varios acústicos)	18%
	Electrónico	Original	14%
		Imitación	48%
	Mezcla (acústicos y electrónicos)		9%
	No se puede determinar		5%

Como puede observarse en el gráfico 1, si se considera además la variable *mezcla* (acústicos y electrónicos) el monto en donde se hallan presentes sonidos sintéticos aumenta al 71%.

En cuanto a la *presencia de voces*, en un 27% se detectó la existencia de algún tipo de canción, mientras que en el 73% de los casos la música es puramente instrumental. En la mayoría de los ejemplos, cuando la música tiene presencia de voces, estas aparecen dentro de un coro.

Gráfico 2

Presencia de voces - Casi ángeles - Septiembre, 2008			
Voz	Hablada o contada	Hombre	7%
		Mujer	5%
		Niño	0%
		Grupo de voces	14%
		Otros	1%
	Sin voz (Instrumental)	73%	
	No se puede determinar	0%	

Por otro lado, teniendo en cuenta la *rítmica y métrica*, se puede establecer una clara preponderancia de organizaciones binarias (en el 81% de las muestras está compuesta por estructuras de este tipo, mientras que en solo el 2% se encontraron ternarias).

Al analizar la variable *tipo de comienzo*, los resultados arrojaron que, en primer lugar, estos son generalmente téticos, conformados por un 55% del total y, en segundo lugar, existen también comienzos anacrúsicos, representados por un 23%. Por último, solo el 3% de las frases estudiadas fueron acéfalas.

En este punto es necesario hacer una aclaración: los comienzos acéfalos se detectaron únicamente en la sección destinada a la publicidad con un 6%, mientras que en la programación propia no se halló ningún caso.

Ahora bien, siguiendo con la *dinámica* y la *agógica*, en ambas variables se logró establecer que prácticamente no existe variación de estos aspectos en el discurso musical. Por un lado, en lo que a dinámica refiere, el 87% de las muestras no presenta variaciones. Por otro lado, teniendo en cuenta la agógica, el número asciende a 89% (en este último caso la variable *rittardando* obtuvo el 1% y no se encontró ningún caso de *accelerando*).

En el siguiente gráfico puede observarse cómo se distribuyen los distintos *estilos* en la programación. En este sentido, se destaca claramente la música popular, dado que abarca la mayoría de los casos con un 56%.

Gráfico 3

Estilo musical - Casi ángeles - Septiembre, 2008			
Estilo	Erudita occidental		19%
	Popular		56%
	Tradicional	Propia	2%
		Externa	10%
	Combinaciones		2%
	No se puede determinar		11%

Siguiendo con el análisis, tal como lo muestra el gráfico que aparece a continuación, se destaca como *organización sonora* la tonal, fundamentalmente en modo menor (59%), aunque también se observaron casos en modalidad mayor (18%).

Gráfico 4

Organización sonora - Casi ángeles - Septiembre, 2008			
Tipo de organización	Tonal	Mayor	18%
		Menor	59%
	Modal		1%
	Otros		2%
	No se puede determinar		20%

En cuanto a los aspectos *cadencia* y *modulación* se encuentran aquí, en primer lugar, la variable con menos diferencias entre los valores más destacados y, en segundo lugar, la más polarizada en relación con el resto de los resultados. Teniendo en cuenta la cadencia, el 42% de los fragmentos son suspensivos y el 34% conclusivos. Asimismo, el 15% presenta un final «cortado». Sin embargo, sin analizamos exclusivamente la programación propia, la cadencia suspensiva asciende al 60%, mientras que la conclusiva solo alcanza el 16%. Por su parte, y este es justamente el caso más polarizado, la modulación no aparece en ninguno de los ejemplos (en el 89% no se halló modulación y en el 11% no se pudo determinar).

En relación con la *textura sonora*, en la mayoría de los casos está conformada por homofonías (75%) aunque también se detectaron monodías (14%) y polifonías (1%).

Finalmente, en función del *plano sonoro* en que se ubica la música, esta lo hace como fondo en un 83% y como figura en el 13% de los casos.²

En síntesis

A la luz de los resultados obtenidos, es posible afirmar que la música que aparece dentro de la banda sonora de la serie televisiva «Casi ángeles» es fundamentalmente de estilo popular, utilizada como fondo sonoro, y está generada por instrumentos de origen electrónico. En general es instrumental con poca presencia de voces humanas, de métrica y rítmica binaria, con tipos de comienzos mayoritariamente téticos, escasa variación en su dinámica y agógica, con un tipo de organización tonal en donde se acentúa ampliamente el modo menor, con cadencias suspensivas, sin modulación y principalmente texturas homofónicas.

8. Análisis cualitativo

El análisis audiovisual impone al investigador, en primer lugar, la necesidad de separar el material sonoro del visual, con la intención de observar qué es lo que cada uno de ellos realiza específicamente en la construcción del relato. Por este camino, el investigador puede comprender ulteriormente cómo interactúa el uno con el otro en la construcción definitiva de la narración audiovisual (es decir, aquella compuesta por los desagregados en imágenes y sonidos).³

Ahora bien, ¿cómo interactúa el sonido con la imagen?, ¿qué función específica le corresponde a la música? El papel principal de la música en este programa es el de generar, casi permanentemente, un «efecto empático» que, en términos de Michel Chion (1993), refiere al efecto de acompañar a las imágenes en lo que ellas quieren decir,

2. Esto ha sido un factor importante en el análisis de gran cantidad de muestras. Debido a la escasa sonoridad de la música (en muchas ocasiones enmascarada por el resto de la banda sonora) resultó imposible determinar el valor adecuado para cada variable en diversas oportunidades.

3. Para ver modelos de análisis audiovisual, remitimos al lector a consultar el libro *La Audiovisión* de Michel Chion. Barcelona: Paidós.

reforzando el significado y el sentimiento que quieren transmitir, todo ello en función de los códigos socioculturales que comparten el emisor y el audio-espectador.⁴

Sabemos, gracias a las aproximaciones teóricas realizadas por el mismo autor, que en ocasiones la música puede establecer también una relación de «anempatía» con respecto a la imagen. Esto quiere decir que, ubicada generalmente dentro de la diégesis («música de pantalla» para Chion), tiene la capacidad de distanciarse de las emociones transmitidas por las imágenes, generando una especie de «extrañamiento» en el espectador (esta situación puede, paradójicamente, potenciar el contenido expresivo de un producto audiovisual gracias a la tensión que se establece entre los elementos sonoros y visuales).

Aunque la música de pantalla cumple en algunas oportunidades la función de ubicar al público en un contexto determinado, aun en esos casos, la dimensión «patética» está presente en cada acorde. Y esto ocurre porque no hay posibilidad de que los sonidos musicales provenientes de la diégesis actúen por sí solos. Siempre que a los personajes se les presenta alguna situación conflictiva o peligrosa, la música de fondo (extradiagética) aparece para acompañar y remarcar sus sentimientos, con lo cual es posible afirmar que, en estos casos, no hay espacio alguno para las ambigüedades.

En este sentido, el uso en programas televisivos juveniles de estructuras compositivas características de la música popular, basadas fundamentalmente en métricas fijas, con arreglos preponderantemente isométricos, con acentuaciones téticas y ritmos binarios, facilita los efectos empáticos que el sonido agrega a la narrativa argumental.

Estas músicas aluden directamente a un «reloj interno» que, tal como referencia Silvia Malbrán (2008: 57), su rol primario:

[...] consiste en regular y coordinar series complejas de tiempo como, por ejemplo, juegos rítmicos de manos y pies o la acción mancomunada de intérpretes en un conjunto ins-

4. Un código es un acuerdo entre partes y, por tanto, tiene validez principalmente para la cultura de pertenencia, por lo que no siempre es universal. Para alcanzar un significado claro entre las partes comunicantes es necesario construir códigos lógico-objetivos que aseguran la comprensión del significado del mensaje en la mente. Sin embargo, son los códigos estético-subjetivos los que aportan desde los significantes datos complementarios y no menos útiles a la comunicación. Casi siempre, un significado se construye por las connotaciones sensoriales que recibimos para comprender fehaciente y satisfactoriamente los mensajes. Por eso, un argumento de un programa televisivo necesita no solo de los textos del guión, sino principalmente de las infinitas connotaciones que se agregan a ese texto, dadas por las músicas, sonorizaciones, iluminaciones de la imagen, vestuarios, actuación de los actores, etc.

trumental. La existencia de tal reloj interno explicaría la anticipación y coordinación de gestos requeridas para producciones rítmicas tan sencillas como acompañar fragmentos musicales con palmas. La evidencia que soporta el modelo de reloj interno es principalmente puesta a prueba en tareas en las que los sujetos escuchan y luego reproducen mediante percusión los ritmos musicales.

A su vez, Amparo Porta (2007) habla de la existencia de tres elementos o factores que se entrecruzan a la hora de hacer una lectura de la música popular contemporánea:

[...] el primero de ellos es el sentido, que proviene de la puesta en relación de los elementos musicales y no musicales propios del discurso que genera nuestro aquí y ahora; el segundo, el espectador de los *mass-media*, que encuentra el fenómeno altamente significativo, y el tercero de los elementos es una consecuencia del segundo porque si consideramos, tal y como dice Greimas, el enunciatario, como un matiz de lector, él es el constructor del discurso. Estos tres elementos, sentido, espectador de los *media* y enunciatario, nos remiten, de forma obligada, a las estrategias discursivas porque son las que realizan un examen de la significación como producción de sentido.

9. Conclusión

Solemos considerar a la música popular como aquella que hace propuestas sonoras «contundentes». ¿Qué se quiere expresar con esta frase? Que su fórmula compositiva tiende casi siempre a la afirmación, a lo explícito, a lo taxativo, a lo afirmativo. Solemos decir también que la música popular busca antes que nada impactar, llegar rápidamente a los sentidos para emocionar a los auditores y para que ellos produzcan respuestas que se cristalicen en la compra por impulso de las grabaciones en CD de esas músicas; que buscan su repetición pegadiza y para el canturreo habitual, su utilización como música de fondo en una reunión o para cantar y bailar en cualquier ámbito apropiado y, en especial, para que los artistas que las ejecuten convoquen a cientos de miles de personas a escucharlos en estadios de grandes dimensiones. Pareciera entonces que lo popular está siempre ligado a lo masivo y a lo consumista.

Sin embargo, creemos que hay una diferencia sustancial entre lo que es música popular y lo que es música comercial. Lo descrito en el párrafo anterior responde a esta última acepción ya que efectivamente suelen ser composiciones musicales intrascendentes, de corta vida, para la moda del momento y, por eso, su base son estructuras melódicas y rítmicas simples, repetitivas y efectistas, con letras de códigos restringidos y ejes temáticos de consumo masivo.

El género «música popular», en cambio, es riquísimo en variedad de estilos, construcciones sonoras creativas, letras comprometidas con idearios, costumbres y culturas de las regiones socioculturales de donde emergen. No hay verbo musical más genuino que el de la música popular, porque justamente ella es la voz de los pueblos. Desde una nostálgica zamba argentina a una samba brasileña, un canto andaluz, hasta una hiperkinética canción pop o un esquizofrénico *rock and roll*, todas ellas son paradigmas de sentir y decir populares auténticos; en cambio, la música comercial es híbrida, no responde a nada de todo esto y está engendrada por cualquiera menos por músicos de verdad.

Por tanto, es interés de este escrito dejar clara la diferencia entre «música popular» y «música comercial» para poder catalogar sin eufemismo a la música del programa televisivo juvenil *Casi ángeles* como «música comercial».

La *música de fondo* de este programa genera una suerte de clímax que facilita la llegada al alma del argumento, subrepticamente, disimuladamente; el audioespectador común no se da cuenta de cuánto ella influye en su percepción para comprender la trama del argumento, y cuánto ella le influye en su emoción y/o fantasía al punto que la verosimilitud de esa historia que está en la pantalla podría llegar a estar en su propia vida.

Por otro lado, la *música expuesta* como las canciones para escuchar y bailar, interpretadas por los propios actores, juegan un papel más preponderante en la comunicación, ya que buscan que los audioespectadores consuman sin discusión estas piezas, se fanaticen por ellas y finalmente compren los discos y espectáculos teatrales que la producción del programa realiza con ellas. Es decir, músicas comerciales para jóvenes consumidores.

Y en este punto se impone una reflexión respecto al papel de los medios masivos de comunicación. Son ellos también ineludibles corresponsables de los fenómenos que estamos planteando, porque son los mediadores, los facilitadores del soporte para la difusión de estos programas. En Argentina no existen canales de televisión abierta que tengan fines culturales y/o formativos. Los pocos que hay son de transmisión por cable (Canal 4 y Canal Encuentro) y Canal 7, la televisión pública, que es estatal y de aire; el resto tienen en general intereses exclusivamente comerciales y obligan a las productoras a pensar, contratar y concretar programas que tengan tanto en su propuesta sonoro-visual como argumental, una respuesta económica rápida y efectiva.

¿Y los derechos del niño y del joven? Ese es un cuento para otro momento.

10. Bibliografía

- ABBATE, E. (2005): «La banda sonora en los productos audiovisuales» en *Escritos sobre Audiovisión*, volumen I. Buenos Aires: UNLa.
- ANCESCHI, G. et ál. (1990): *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra.
- CHION, M. (1993): *La Audiovisión*. Barcelona: Paidós.
- DEBORD, G. (2008): *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca editora.
- ECO, U. (1994): *La estrategia ausente*. Barcelona: Lumen.
- ESPINOSA, S. (2006). «Cultura y medios masivos de comunicación: una relación ni tan santa ni tan diabólica», en: *Escritos sobre Audiovisión*, volumen II. Buenos Aires: UNLa.
- MALBRAN, S. (2008): *Ritmo musical y sincronía*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina.
- (2008): *La música en la mente*. Madrid: Akal.
- MARABOTTO, M. y GRAU, J. E. (1995): *Multimedios y educación*. Buenos Aires: Fundec.
- MCLUHAN, M. (1996): *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MINSBURG, R. (2006): *Audición y Análisis Musical*. Buenos Aires: UNLa. Colección Apuntes de Clase.
- PORTA, A. (2007): *Músicas públicas, escuchas privadas. Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.
- RODRÍGUEZ BRAVO, A. (1998): *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- VILCHES, L. (1991): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Guanajuato: Paidós mexicana.

9. TELEVISIÓN E IDENTIDAD CULTURAL EN ARGENTINA

Prof. Pablo Óscar Murad

Lic. Rosa Robledo Barros

Universidad Nacional de Tucumán. Argentina

Patito feo

PROGRAMACIÓN

Duración programa	Franja emisión	Productora
1 hora	18:00 h a 19:00 h	ARTEAR

PRESENTACIÓN

TANDA PUBLICITARIA

CAPÍTULO EN CURSO

PUBLICIDAD

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Patito Feo

COBERTURA:

Nacional

SEMANA DE ESTUDIO:

Del lunes 03/12/2007

al viernes 07/12/2007

PAÍS:

Argentina

CANAL DE TELEVISIÓN:

Canal 13 Bs. As.

REGIÓN:

Argentina

TIPO:

Público

MUESTRA:

5 horas

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Lucchetti	18 h - 19 h	21 s	Comida
Ser sport	18 h - 19 h	15 s	Bebida
Actívía	18 h - 19 h	16 s	Bebida
Ser té verde	18 h - 19 h	10 s	Bebida
Ser Plus	18 h - 19 h	20 s	Bebida
Dulcolax perlas	18 h - 19 h	15 s	Remedio
Buscapina fem	18 h - 19 h	10 s	Remedio
Ibuevanol	18 h - 19 h	15 s	Remedio
Mejoral	18 h - 19 h	5 s	Remedio
Mirinda	18 h - 19 h	15 s	Bebida
Triki triki	18 h - 19 h	13 s	Juguete
Personal fet	18 h - 19 h	15 s	Telefonía móvil
Patito feo	18 h - 19 h	28 s	Tema novela
Las Divinas	18 h - 19 h	20 s	Tema novela
Garbarino	18 h - 19 h	18 s	Comercio
Oreo Dorada	18 h - 19 h	15 s	Comida

I. Introducción

La identidad cultural es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia (Wikipedia).

La globalización hizo posible que características propias de una cultura de referencia sean insumo disponible y utilizado por gran parte de la juventud contemporánea en todo el mundo. Desde el punto de vista musical, se configuró un lenguaje expresivo, que trascendió regiones geográficas y culturales de origen. Este proceso pone en riesgo las culturas musicales nacionales y regionales, ya que se ha producido una impregnación musical provocada por el consumo y la manipulación comercial del gusto.

La música como fenómeno cultural en su rol de «testigo presencial de acontecimientos, valores, modismos y características medioambientales», permite la lectura de la diversidad cultural. En tal sentido, «el entorno cotidiano del ámbito juvenil tiene como género de consumo y preferencia el estilo *rock*, que paulatinamente a través de la permanencia en contextos y medios de difusión, hoy es considerado de carácter universal», y representa lo identitario en lo que a música popular se refiere (Porta, 1998).

El hecho de que en la televisión argentina la producción y reproducción de contenidos esté fuertemente centralizada en Buenos Aires, convirtiendo a los canales regionales en meras repetidoras, reafirma este proceso global.

Analizar la banda sonora de la programación infantil y juvenil bajo esta mirada, pone de manifiesto el riesgo de pérdida de bienes culturales tradicionales de pertenencia, y contribuye a crear conciencia de la propia identidad cultural.

2. Ficha técnica del programa

Título:	<i>Patito Feo</i> .
Género:	Telenovela - Comedia juvenil.
Canal:	Trece (ARTEAR), Televisión abierta.
Año de inicio:	Abril de 2007 y en 2008.
Horario:	Lunes a viernes 17:00 h (1.ª temporada).
Duración de cada capítulo:	60 minutos. Con comerciales.
Número de episodios:	316 (169, 1ª temporada y 147, 2ª temporada).

Fechas de emisión:	1.ª temporada: 10 de abril de 2007 - 14 de diciembre de 2007; 2.ª temporada: 23 de abril de 2008 - 3 de noviembre de 2008.
Idea:	Tinelli, Stoessel y Schajris.
Autores:	Marcela Citterio y Mario Schajris.
Letras y música original:	Carlos Nilson y Mario Schajris.
Coreografía:	Ana Bertaina.
Escenografía:	Gustavo Pomes.
Vestuario:	María Villariño.
Iluminación:	Jorge Macías.
Sonido en piso:	Roberto Iassogna.
Sonido en exteriores:	Claudio Gómez.
Edición:	Jonathan Barg, Lucas Di Primio y Hernán Rosel.
Posproducción de audio:	Federico Lemos.
Musicalización:	Alejandro Velázquez.
Asistente de dirección en piso:	Pablo Fernández.
Asistente de dirección en exteriores:	Luciano Cocciardi.
Coordinación de producción:	Micaela Montero.
Producción ejecutiva:	Diego González.
Coordinación general de producción:	Rodolfo Stoessel.
Corte del análisis:	Una semana de diciembre de 2007.

3. Características del programa analizado

La telenovela *Patito Feo*, iniciada en Argentina, responde al género de comedia juvenil. La trama del programa reformula libremente el cuento del *Patito Feo*.

Su argumento describe la vida de una adolescente apodada por sus amigos como «Patito», quien vive con su madre en Bariloche. Sus dos grandes sueños son conocer a su padre y convertirse en una cantante famosa. Por causas de salud, viajará con Carmen, su madre, a Buenos Aires. Se reencontrará con Matías, su primer amor, y estará cerca de su padre, Leandro Díaz Rivarola (Juan Darthés) sin saber que lo es.

El programa se emitió en 2007 y 2008 por Canal 13 en Argentina, y producida por Ideas del Sur para Artear. El éxito del programa llevó a la grabación de CD con las canciones usadas en las coreografías, así como también giras internacionales con musicales interpretados por los actores habituales del programa.

Se espera que se empiece a grabar la película a finales del 2009. También se tomarán escenas de las funciones de los teatros que se han hecho en Latinoamérica. Se prevé que aparte de esta película se grabe la tercera temporada, con nuevos enredos, nuevas coreografías y nuevos personajes.

Actualmente se emite también en Chile, México, Colombia, Nicaragua, República Dominicana, Costa Rica, Uruguay, Panamá, Ecuador, Venezuela, Paraguay y Perú y en

toda Latinoamérica por canales televisivos. Por distintas señales se trasmite en Italia, Francia, Letonia, Rumania, Israel y Rusia; y en España, por Cartón Network.

3.1. Primera temporada

La historia presenta a Carmen (Griselda Siciliani) y su hija Patricia (Laura Natalia Esquivel), «Patito», quienes viven en la ciudad de San Carlos de Bariloche. Ambas se quedan en la ciudad para realizar un tratamiento a «Patito». Leandro intenta retomar relaciones con Carmen, pero el reencuentro de ambos se dificulta por Blanca (Gloria Carrá), novia de Leandro, que intenta casarse con él por interés. En su reencuentro con Matías, «Patito» descubre que Antonella (Brenda Asnicar) es su novia. Se generan relaciones antagónicas entre Carmen y Blanca, y entre «Patito» y Antonella. Esta última dirige a un grupo de coreografías escolares, «Las Divinas». «Patito» forma un grupo rival en la misma escuela, «Las Populares». Los dos equipos compiten en las clases de comedia musical para los intercolegiales de la misma.

Sus protagonistas son: Laura Natalia Esquivel, Juan Darthés, Brenda Asnicar, Griselda Siciliani, Gloria Carrá y Gastón Soffritti.

3.2. Segunda temporada

El segundo año de la trama encuentra a «Patito» disfrutando de su familia y del amor de Matías. «Las Populares» y «Las Divinas» emprenden unidas el torneo intercolegial de comedia musical, representando al Pretty Land School of Arts. Una famosa estrella de la música las ve actuar y les propone ser teloneras de la gira internacional. Antonella comenzará la negativa de actuar junto con «Patito», viviendo enfrentamientos entre ambos grupos. El amor de Matías también volverá a ser disputado entre ambas.

La historia de amor de Leandro y Carmen pasa por su mejor momento. Sin embargo, Carmen ha engordado de manera increíble y Blanca usará eso como talón de Aquiles para tratar de separarlos. Carmen contratará a una divertida niñera que no será otra que la hermana de Blanca no reconocida. También aparece la madre de Blanca, una actriz y *vedette* frustrada que ayudará a su hija y a su nieta Antonella a lograr todos sus fines sin importar los medios, pero no sabrá de la aparición de esta hija que quedó en el olvido, dando lugar a complicaciones en la vida de Blanca, Antonella y compañía.

El programa se presenta con emisiones diarias de una hora de duración, incluidos los comerciales. El mismo exhibe distintas secciones en las que su estructura cuenta con:

- a) Presentación del programa.
- b) Tanda de comerciales.
- c) Capítulo en curso.
- d) Publicidad del programa.
- e) Avances de escenas del capítulo siguiente.

4. Características de su banda sonora

En el desarrollo de cada capítulo de la telenovela se advierte la presencia casi permanente de música, aun en las instancias de diálogo entre actores. Las características de las mismas se encuadran en diferentes estilos y géneros: instrumentales, vocales, los timbres con tratamiento imitativo de los acústicos (electrónica), etc.

La banda sonora de la telenovela de referencia adquiere un importante rol evidenciado, tanto en la presentación de las tramas de los personajes principales como en las transiciones entre escenas, los comerciales y finales de capítulos.

Las características musicales entre las bandas sonoras presentan rasgos estilísticos, estructurales y tímbricos bien diferenciados según se refieran a escenas de romance, diálogos, suspense, y/o humor. Los estilos se ubican en la mayoría de los casos entre música *rock*, *pop rock*, o tecno, aunque también se presentan segmentos musicalizados con características de banda de cine.

La trama argumental de la comedia se orienta a un público formado por tele-espectadores jóvenes y adolescentes provenientes de una gran diversidad de sectores sociales.

En cuanto al nivel de estructuración del lenguaje como producto musical, responde a las características del lenguaje de consumo televisivo, musical y de escucha cotidiana del adolescente, ya que se encuadran en la música *pop*, *tecono* o *rock* con un rango de previsibilidad melódico-armónico básico de armonías simples, bases rítmicas en su mayoría binarias y con estructuras formales binarias y/o ternarias.

4.1. Rasgos prototípicos en relación con las estructuras métricas, rítmicas y aspectos tonomodales

En el plano tempo-duracional predomina la organización binaria; en muy pocos casos se advierte la rítmica ternaria. El tema principal de la telenovela se conforma como rítmica sincopada estructurada sobre principios combinatorios de pie en una relación de 3+3+2, simultánea a una métrica de 4/4, considerándose este procedi-

miento de simultaneidad temporal como métricas equivalentes. Pese a ser este usual en la música klezmer, el folklore europeo, y el tango de Piazzolla, no lo es en las métricas de escuchas cotidianas del repertorio de consumo de adolescentes.

Resulta particular, dado el género y estilo de la telenovela, la igualdad de presencia en cuanto a tipos de comienzo musical tético, anacrúsico y acéfalo, predominando en muchos casos los de comienzo acéfalo tanto en la presentación de temas completos como en la de los segmentos musicales.

En la dimensión tonomodal, los temas de la comedia se estructuran en un lenguaje preferentemente tonal en ambos modos: mayor y menor con empleo de tonalidades de mayor frecuentación: Re M, Sol, La M, Fa M; otros de poco uso Fa# M, Reb M; Mib M; Lab M, y de menor presencia en música popular otras como: do# m; fa# m.

En muchos casos se advierten cortes del discurso musical con el propósito de enfatizar acciones, y en otros, de generar tensión o suspense hacia acciones no concluidas mediante el empleo de cadencias suspensivas.

En el plano textural o trama sonora, la mayoría de los temas son presentados en una textura homofónica, que acompañan en temas completos y melodías segmentadas.

En relación con la presencia del timbre en las instrumentaciones, las bandas sonoras se corporizan en timbres acústicos u electrónicos, en ningún caso se escuchan instrumentos que representen la sonoridad regional, folklórica o autóctona del NOA argentino. La estética musical de la telenovela se enmarca con fuerte presencia sobre estilo popular tecno, *rock* y pop.

4.2. Características de las canciones de la obra

La trama argumental de la comedia *Patito Feo* se centra en las vivencias de un grupo de jóvenes que asisten al primer año en un colegio privado. Las temáticas y tenor de sus canciones se refieren a la adolescencia, en la cual los modismos, consumos y preferencias emergen como temática inherente en los capítulos centrados en las competencias musicales de la telenovela. Se presentan dos grupos antagónicos en los que destacan solistas y un cuerpo de baile, quienes protagonizan un despliegue coreográfico con sus respectivas canciones.

Los temas de ambos grupos exhiben marcada diferencia entre contenido y trama musical propiamente dicha. Tanto la instrumentación como sus estructuras se muestran como figuras dentro de la acción.

5. Características de la música regional (Tucumán – NOA)

Las características sobresalientes de la música regional del noroeste argentino desde su patrimonio cultural, devienen de un complejo entramado de aportes provenientes de la cultura europea durante la colonización, factores que perfilaron e incidieron en las características de la música criolla, folk y popular.

Desde la perspectiva analítica de Gómez García y otros (1995), Latinoamérica conforma grandes zonas culturales o complejos genéricos que emergen como extensiones territoriales histórico-geográficas que rebasan los límites trazados por las fronteras de cada país. Se conforman así variadas especies musicales relacionadas e imbricadas tanto en sus aspectos histórico-musicales afines, como en los contextos en que se desarrollan, perduran e interactúan humanamente.

Según los autores, el contexto latinoamericano puede ser examinado en ocho grandes complejos llamados: 1) complejo de la Zamacueca; 2) complejo del Huayno; 3) complejo del Punto; 4) complejo de la Contradanza binaria; 5) complejo de la Contradanza ternaria y el vals; 6) complejo de la Samba y la Rumba; 7) complejo del Son caribeño; 8) complejo de la Canción (García, 1995: 123).

Específicamente la música regional del NOA comprendería en sus rasgos prototípicos actuales, las especies musicales, géneros y danzas provenientes del Huayno y la Zamacueca, debido a la influencia de colonización por la corriente ingresante por el Perú, y con fuertes rasgos culturales indoamericanos más europeos.

En sus especies y géneros más sobresalientes encontramos: 1) la Baguala (especie más antigua); 2) el Carnavalito de mayor variedad tímbrica y melódica; 3) Vidala; 4) Yaraví; 5) Triste; 6) el Huayno convertido en el centro de este complejo por su mayor representatividad histórica y 7) el Sanjuanito (Gómez, 1995: 123).

En el aspecto métrico-rítmico, estas especies presentan diversidad por cuanto se estructuran en rítmicas tanto de pie binario (2/4, 2/8) como ternario (6/8, 3/8). Las instrumentaciones de las mismas se acompañan con conjunto de quena, charango y caja o bombo, con textura homofónica. El sistema escalístico puede presentarse tritónico, pentatónico o incluso por hibridación de algunos de estos, con melodías mayores o menores.

En relación con los rasgos prototípicos del complejo de la Zamacueca, las especies, géneros y danzas, encontramos: 1) Bailecito, 2) Cueca boliviana; 3) Zamacueca o Cueca chilena; 4) Marinera; 5) Zamba; 6) Chacarera; 7) Gato.

En cuanto al uso social de estas especies, resalta su funciónailable de manera preponderante, aunque casi la totalidad también se canta. Sin embargo, en este complejo, la métrica predominante se organiza sobre una rítmica ternaria en compás de 6/8 y, en muchos casos, en 6/8 - 3/4. En cuanto a la instrumentación, se destaca: la guitarra, el conjunto de queñas, el charango, el bombo, el pinkullo, el erkencho, la anata, el situ, el violín criollo, a veces el arpa criolla y el bandoneón asociado con la guitarra.

El carácter de las danzas es picaresco, ágil, ligero, con brío, de parejas sueltas, independientes; a veces con pañuelo, otras con castañetas, palmadas y zapateados. Tonalmente pueden estructurarse en modo mayor o menor, con escasas modulaciones, con armonía simple, sobre grados tonales de I y V. Actualmente, la proyección de las mismas alcanza los centros urbanos y la agrupación más común de acompañamiento está integrada por violín, bombo, guitarra y bandoneón.

6. La televisión en Argentina

El análisis de la oferta televisiva según géneros, origen y tipo de programación permite observar que la televisión abierta en Argentina responde fuertemente a un eje centralista, que tiene a Buenos Aires y los canales metropolitanos como cabeceras. En el mismo sentido, quizás la dependencia comunicacional de las provincias respecto de la metrópolis sea mayor a la existente entre esta y el resto del mundo.

La observación de la programación exhibe que los canales metropolitanos mantienen una fuerte autonomía en la definición de contenidos, a través de producción propia o de terceros de origen nacional, mientras que los canales provinciales declinan su cuota de pantalla ante la repetición de contenidos provenientes de Buenos Aires.

No se observan diferencias sustantivas entre las parrillas de programación de los canales de la ciudad de Buenos Aires y las provincias. La matriz de la oferta televisiva está constituida básicamente por cinco géneros: noticieros, entretenimiento, interés general, ficción y cine. Entre ellos se distribuyen tres cuartas partes del tiempo de aire.

El género infantil, con una presencia en la televisión abierta de apenas el 6,4%, ha migrado masivamente a la televisión de pago junto con otros géneros como el deportivo, el cultural, el musical y el periodístico; cada uno de estos rubros cuenta con varias señales temáticas dedicadas de manera exclusiva.

La mayoría de los programas de entretenimiento, interés general, periodísticos, musicales, culturales, humorísticos y noticieros; son de producción argentina. La producción de origen estadounidense se concentra en las series y películas, aunque

también es alta en programas destinados a los niños. En tanto, las producciones latinoamericanas ocupan principalmente el género de ficción.

En cuanto a la distribución horaria, los géneros que mayor porcentaje de programas tienen dentro del *prime time* son los periodísticos, las películas, los de entretenimiento y los de ficción. Casi la totalidad de ficción y noticieros se ubica entre semana, en tanto que las películas se ubican preferentemente los fines de semana.

6.1. Distribución de medios

Los grandes grupos multimedia argentinos concentran la producción de contenidos de televisión abierta, como por ejemplo: Clarín/Artear (Canal 13), Admira/Telefónica (Telefe), América Multimédios y Hadad (Canal 9).

Desde este grupo, Admira S.A. (del grupo Telefónica Internacional) emerge como la empresa con mayor participación, pues controla a lo largo del país gran cantidad de canales. No es casual que casi la tercera parte (28%) de la programación total de las emisoras de cabecera del país pertenezca a Telefe.

Los canales metropolitanos producen y distribuyen más de la mitad de los contenidos que se emiten en la televisión abierta de todo el país. A su vez, casi el 70% de los contenidos que se emiten en total son producidos por terceros, ya sean productores independientes locales o extranjeros o, como en el caso de los canales provinciales, por canales metropolitanos de televisión abierta. La producción propia solo alcanza algo menos de la quinta parte de las emisiones y la coproducción apenas a un 4%.

Los canales metropolitanos envían hacia el conjunto del país contenidos ligados al entretenimiento y la ficción. Con excepción de Canal 7 y América TV, la ficción ocupa una cuarta parte del total de los contenidos distribuidos por Telefe y Artear y casi un tercio de la de Canal 9. El entretenimiento representa casi la cuarta parte de la producción de Telefe y Artear y más de un tercio de la de América TV.

6.2. La programación regional: porcentaje de producción local

En cuanto a la producción y reproducción de contenidos, la existencia de un estado de circulación global, en el sentido de que una porción de las televisiones de otros países penetran mediante el sistema de cable, genera la diseminación de formatos y subgéneros que rápidamente alteran la estabilidad del contenido de un sistema de televisión local. Esa competencia no es abierta ni carente de restricciones legales y formales, pero impacta cotidianamente sobre la manera en que se hace televisión a escala local.

La emisión de un programa nunca es pura, ya que no se plasma en un vacío desvinculado de la marcha cotidiana del flujo informativo y publicitario. De igual manera, las inserciones de flashes informativos e imprevistos que acontecen en la puesta en el aire, contaminan el discurso específico de cada género y conforman un conjunto televisivo inestable y profuso de signos.

Con respecto a la producción local, debe consignarse que los canales provinciales se concentran en la realización de programas informativos como noticieros o programas de interés general. La producción de ficción es nula, y los programas culturales, deportivos, infantiles, humorísticos y musicales prácticamente no tienen lugar. En tal sentido, vale decir que existe un vínculo entre el género de programas producidos en los canales provinciales y los niveles de inversión requeridos. Es decir, la preeminencia de los géneros de noticias e interés general en las provincias no tiene tanto que ver con una decisión «artística» del canal, sino, en todo caso, con la escasez de recursos.

Desde la mirada de Ezequiel Martínez Estrada (1968), la ciudad-puerto emerge como la cabeza del gigante, siendo Telefe el canal con mayor presencia de producción y distribución de más de un tercio de los contenidos que se transmiten. Un segundo lugar lo ocuparía Arterar (canal 13) con casi una sexta parte de programación nacional, seguidos de Canal 9, con un 6%; América TV, con un 4,3% y Canal 7, con un 1,4%.

6.3. Quiénes ven televisión

Indagaciones llevadas a cabo por el Ministerio de Educación de la nación revelaron que 4 de cada 10 chicos posee un aparato de televisión; destaca, además, que un 75% respondió que el medio que más lamentarían perder si mañana desapareciera es la televisión.

De esto se infiere que la televisión sigue siendo, de todas las pantallas, la más presente en la vida de chicos y adolescentes, aun con el crecimiento gradual de la computadora y de Internet.

La encuesta, que sirvió de base para presentar el estado de situación en el país, se realizó sobre una población de 3.500 chicos y adolescentes. Entre otras cuestiones reveló que la televisión es la actividad que más se comparte en familia, según la respuesta del 85% de los encuestados, que supera a otras actividades en familia como comer, dialogar y monitorear las actividades diarias de los escolares.

Basándonos en las expresiones vertidas relativas a la valoración del público hacia la televisión, podrían soslayarse consideraciones como:

- Para las clases medias, el rol de la televisión es relativizada frente a una mayor disponibilidad de recursos materiales y simbólicos alternativos. En razón del capital cultural y social del que son o se estiman portadores, estos sectores tienden a considerarse por encima de la oferta dominante en la televisión y establecen, en consecuencia, una asimilación singular de la agenda, el lenguaje y la estética televisivas.
- Para esta franja sociocultural, la televisión representa un elemento de la perspectiva cotidiana que compite de manera creciente, especialmente en audio-espectadores juveniles, con otros soportes (Internet) como fuente informativa primaria.
- En otros segmentos populares, en cambio, la televisión emerge como principal fuente de información, entretenimiento y consumo cultural.

Para los sectores medios y bajos, la pantalla resalta los paradigmas y las tendencias dominantes en la sociedad y opera a manera de «espejo» en el que es posible reconocerse e identificarse. Los jóvenes de los sectores medios poseen una visión comparativamente más compleja que la de los adultos: la televisión no refleja una realidad externa sino que realiza un conjunto de procedimientos en los que recorta y construye un mundo susceptible de ingresar en la pantalla.

6.4. Datos y porcentajes

Según datos revelados por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC), 9,5 de cada 10 hogares en Argentina tienen televisión. Incluso en 4 de las 6 regiones geográficas (Cuyo, Región Pampeana, zona metropolitana de Buenos Aires y Patagonia) este porcentaje es aún mayor: entre 9,6 y 9,8 por cada 10 hogares. Como contrapartida, en las provincias del nordeste (Corrientes, Misiones, Chaco y Formosa) la cantidad de aparatos es sensiblemente menor a la media: 8,8 por cada 10 hogares. Mirar televisión es la actividad de tiempo libre más comúnmente realizada por los argentinos: el 70% así lo afirma. Este dato confirma el lugar central que la «pantalla chica» mantiene en una cultura netamente audiovisual y como herramienta socializadora a la hora de compartir o transmitir experiencias en la interacción cotidiana.

El promedio de horas frente a la televisión en la actualidad en Argentina (4 horas diarias aproximadamente), no ha cambiado drásticamente respecto a dos o tres décadas anteriores: a comienzos de la década de los 70, un estudio la estipulaba en 4,85 horas por día. El 85% de los argentinos aseguran que ven la televisión no más de 5 horas, en tanto que un 12% lo hace incluso 6 horas diarias o más.

Sin embargo, no todas las estratos sociales consumen la misma cantidad de horas de televisión. Las mujeres, los jóvenes (hasta 34 años) y personas de menos recursos

suelen ubicarse por «encima de la media». También pueden analizarse ciertas diferencias según región geográfica. Así, el nordeste y la Patagonia son las zonas donde más tiempo se ve la televisión al día (4 horas), mientras que en el Cuyo el promedio frente a la pantalla no llega a las 3 horas (2,8 exactamente).

6.5. Televisión por cable

Así como Argentina mantiene una cantidad de artefactos de televisión por habitante «acorde» a su nivel de desarrollo socioeconómico, llamativamente es el cuarto país a nivel mundial de conexión por cable en el mundo, solo superado por Canadá, EE.UU. y Dinamarca.

Un punto de comparación es España: mientras en el país ibérico 7 años atrás se estimaban más de 4 televisores por cada 10 habitantes (en nuestro país no llegaban entonces a 2,5), la situación en relación al servicio de cable por hogar es inversa: en Argentina el 56% (4,6 millones) de los hogares cuentan con dicho servicio, mientras que en España solo llegarían al 10%.

En cuanto al acceso al cable según nivel socioeconómico, se observa una clara correlación entre las variables: 8,5 de cada 10 hogares del llamado nivel alto aseguran contar con el servicio. Luego, la tenencia o no del servicio va cayendo a medida que decrece el nivel socioeconómico, hasta llegar al nivel bajo donde 1 de cada 2 hogares no tiene cable.

En síntesis, el nivel de penetración de la televisión por cable en Argentina es considerablemente alto: el primero de América Latina, el tercero del continente detrás de Canadá y EE.UU. y el cuarto a nivel mundial. Aunque diversa en su distribución geográfica y socioeconómica, su relevancia pone a este servicio audiovisual en un nivel estratégico cultural, económico y tecnológico de primer orden.

7. Conclusión

De todo lo expresado, se puede observar una relación directa entre el modelo de producción y difusión de contenidos existente en la televisión argentina y las características que contribuyen a la identidad cultural de las diferentes regiones, presentes en los productos audiovisuales.

El discurso hegemónico que atraviesa la mayoría de la oferta televisiva se apoya en estereotipos excluyentes, haciendo desaparecer identidades y diversidades que forman parte innegable de la historia de Argentina. Esto se manifiesta como un marcado contraste entre la banda sonora del programa analizado y los rasgos carac-

terísticos de la música regional en el noroeste argentino al no compartir ningún tipo de características y/o estructuras en similitud.

El artículo 75 de la Constitución Nacional, en su inciso 19, establece la necesidad de: «Dictar leyes que protejan la identidad y pluralidad cultural, la libre creación y circulación de las obras del autor, el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales...».

Es de esperar que la futura legislación de servicios de comunicación audiovisual promueva la promoción de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población, y el desarrollo de una industria nacional de contenidos que preserve y difunda el patrimonio cultural y la diversidad de todas las regiones y culturas que integran la República Argentina.

8. Bibliografía

- FRÖHLICH, M. C. (2008): «El NOA: su música y su danza» [en línea]. Disponible en <http://www.nortevirtual.com/cultura/nota_2/index.php>. Consultado 23/03/2008.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2008): *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- GÓMEZ GARCÍA, Z. y ELI RODRÍGUEZ, V. (1995): *Música latinoamericana y caribeña*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- LIC [Laboratorio de Industrias Culturales] (2006): *Qué ves cuando me ves*. Argentina: Secretaría de Cultura – Presidencia de la Nación.
- MARTÍNEZ ESTRADA, E. (1968): *La Cabeza de Goliat*. Buenos Aires: CEAL.
- PORTA, A. (1998): «Cine, música y aprendizaje significativo», *Comunicar*, 11: 106-113.

10. LOS DIBUJOS ANIMADOS EN LA TELEVISIÓN ARGENTINA DE AIRE: ANTECEDENTES Y ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA BANDA SONORA DE LOS SIMPSON

Arquitecta Silvia Esther Villalba
**Instituto Superior del Profesorado
de Música. Chaco. Argentina**

LOS SIMPSON

PROGRAMACIÓN

Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Periodicidad
30 min (2008)	17 a 17,30 (2008)	Sonny Entertainment	2008/2009	Diario
60 min (2009)	18 a 19 (2009)			

PRESENTACIÓN

TANDA PUBLICITARIA

CAPÍTULO EN CURSO

PUBLICIDAD

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Los Simpson

COBERTURA:
Nacional

SEMANA DE ESTUDIO:
Del 24 al 10 de abril de 2008
y del 22 al 24 de julio de 2009

PAÍS:
Argentina

CANAL DE TELEVISIÓN:
TELEFE

REGIÓN:
Argentina

TIPO:
Público

MUESTRA:
5 h 30 min

PUBLICIDAD

	Franja emisión	Duración	Tipo de producto
Genios	17:15 h - 17:20 h	22 s	Revista infantil
Chicas Sexies	17:15 h - 17:20 h	19 s	Mensajes a móviles
Pureza Vital	17:15 h - 17:20 h	12 s	Bebida sin alcohol

I. El universo mediático diversificado y la televisión infantojuvenil argentina

La temática abordada en este capítulo representa un recorte del proyecto de investigación *Música y escucha de la televisión infantil en el ámbito iberoamericano. Análisis cuantitativo de variables y estudio comparado*. Nos basamos, en este caso, en los aportes del estudio descriptivo cuantitativo realizado a partir de la banda sonora de los dibujos animados de la televisión de aire de Argentina, tomando como eje del mismo la programación de *Los Simpson*.

Para situarnos en el tema vale la pena referirnos, en primer término, a algunos aspectos del contexto infantojuvenil local y su relación con los medios. Efectivamente, como en muchas de las culturas occidentales globalizadas, la franja etárea aludida también en Argentina se encuentra inmersa en un universo mediático extremadamente diversificado. A la utilización cotidiana que hacen de los medios tradicionales (radio, televisión, etc.), se suma la de otros más recientes tales como Internet, MP3, etc.

Si bien somos los adultos quienes percibimos las rupturas que provoca el uso de dicha tecnología (nuevos aprendizajes que se deben emprender, nuevos usos sociales que los medios deben ejercer, etc.), para las nuevas generaciones dicha temática pasa desapercibida, puesto que se mueven con naturalidad en un universo de gran diversidad.

Una mirada a la historia de las sociedades evidencia que reiteradamente se acuñaron frases para identificar a los grandes cambios culturales generacionales. Así, por ejemplo, en el siglo xv se pasó de una sociedad de *cultura oral* a otra de *cultura escrita* y en el siglo xx se habló del acceso a una *cultura de la imagen* que dejaba atrás la *cultura de la palabra*. Actualmente, y a poco más de un año de concluir la primera década del siglo xxi, nos enfrentamos a un nuevo cambio, al pasar de una *cultura de lectura lineal* a otra *cultura de percepción simultánea* (Morduchowicz, 2008: 27-32).

Indudablemente, los niños, adolescentes y jóvenes en contacto permanente con las pantallas de la televisión, el cine, los celulares, la computadora, etc., se han acostumbrado con naturalidad a relacionar, asociar y comparar dichas tecnologías rápidamente y con gran fragmentación. Pero aunque mucho se ha dicho y escrito sobre la relación multimedial de los mismos, vale la pena mencionar también que no solo disponen de una amplia oferta mediática y tecnológica, sino que realizan una utilización en simultáneo de la misma. En otras palabras, ellos no solamente miran televisión, escuchan música, hablan por el celular y navegan por Internet... sino que lo hacen todo al mismo tiempo.

Esta situación podría plantear sospechas de que la televisión estaría siendo desplazada por tanta oferta mediática. Sin embargo, varios trabajos refutan dichas presunciones, como un artículo de Lanuse del año 2002 en el que informa de que los niños argentinos pasan de 3 a 5 horas frente al televisor (Lanuse, 2002).

Por su parte, otra investigación realizada sobre la franja etárea de 11 a 17 años¹ da cuenta de que los encuestados dedican un promedio de entre 2 y 3 horas por día a mirar programaciones televisivas, fundamentalmente del rubro entretenimiento. Esto se ve facilitado por el hecho de que el 100% de los mismos posee televisión en sus hogares y el 65% incluso más de un aparato. También se informó de que los usos que los «chicos» hacen de los medios no se limitan al tiempo que pasan con ellos, sino que se expresan en los contenidos que seleccionan y los criterios con que lo hacen. Sin embargo, al momento de nombrar específicamente una emisión televisiva, la dispersión de respuestas es muy alta, por lo que «aunque el listado de programas televisivos más vistos por los adolescentes lo encabeza *Los Simpson*, la emisión reúne solo el 20% de las respuestas y es la opción más elegida por los jóvenes...» (Morduchowicz, 2008: 80).

Al respecto, incluso el propio autor de la serie se mostró sorprendido por la popularidad que su programa tiene en Argentina, lo que le llevó a expresar:

Fui a chequear porque queremos hacer un capítulo basado en la Argentina y lo primero que noté es que *Los Simpson* son más populares en la Argentina que en cualquier otra parte del mundo. Vi grafittis por todos lados y descubrí esos pequeños chocolates que traen a todos los personajes de la serie adentro. Me volví con toda la colección... y eso es mucho chocolate. (Maestrutti: 2009)

2. Los dibujos animados en la programación de los canales de aire argentinos

Durante milenios, los seres humanos atribuyeron vida humana a animales y objetos de su entorno, por lo que una de las principales características de los dibujos animados consiste precisamente en «antropomorfizar animales, vegetales y objetos». (Prieto Castillo, 1999: 189).

1. *La generación de la multimedia*, investigación dirigida por Roxana Morduchowicz y llevada a cabo en Argentina durante 2006, en el marco del «Programa Escuela y Medios» del Ministerio de Educación. La misma tuvo representatividad nacional, pues llegó a entrevistar a 3.300 usuarios de la franja etárea comprendida entre los 11 y 17 años y a 3.300 adultos. Dado que las entrevistas eran domiciliarias, se visitaron 3.300 hogares argentinos.

Así, actualmente, los especialistas en el tema opinan que algunos dibujos animados son instructivos, didácticos, transmisores de valores positivos y útiles para desarrollar la inteligencia emocional. Por dicho motivo, creen que podrían ser aprovechados para aprender ciencias, matemáticas, medio ambiente y valores para encarar la vida y para *metabolizar* cuestiones cotidianas (Lanusse, 2002).

En dicho contexto y dada la importancia que parecieran tener los mismos, fue válido preguntarnos acerca de cuáles eran los programas que exhibían dibujos animados en la televisión de Argentina.

Al observar las grillas de programación de los cinco canales de aire de mayor audiencia del país,² nos sorprendió el hecho de que solo fue posible identificar seis propuestas de programaciones de frecuencia diaria destinadas a la audiencia infantojuvenil, de las cuáles solamente dos correspondían a dibujos animados. En ambos casos, no se trataba de producciones locales, sino de formatos producidos en EE.UU. que eran emitidos por el canal Telefe³: *Los Simpson* y *Bloque Cartoon*.

En el caso de *Los Simpson*, su emisión mantenía continuidad en dicho canal desde el año 1992.⁴ Por su parte, el segundo de los programas mencionado, variaba su contenido alternando presentaciones de diferentes series, en horarios matutinos. Al respecto, expertos de la Fundación Majdalani⁵ comentan que habitualmente los mejores contenidos identificables en los dibujos animados exhibidos en Argentina se pueden encontrar en horarios ridículos como lo es el caso del *Bloque Cartoon*, emitido en horarios matutinos de 7 a 9 horas cuando la audiencia es casi nula (Lanuse, 2002).

Todo lo expresado anteriormente, sumado al hecho de que precisamente *Los Simpson* encabezan las preferencias de adolescentes y jóvenes argentinos, motivó la elección de esta programación para llevar a cabo el trabajo de campo de nuestra investigación. El mismo se realizó durante el mes de abril de 2008, seleccionándose al azar

2. Telefe, Canal 13, Canal 9, Canal 7 y América.

3. La señal de Telefe es repetida a lo largo y ancho del país por repetidoras provinciales.

4. Aunque las repetidoras provinciales solo toman alguno de los cinco canales antes mencionados, aquellos hogares que cuentan con señal de cable, también pueden ver *Los Simpson* en el canal FOX.

5. La Fundación Majdalani se ocupa de diseñar proyectos educativos sobre temas relacionados al desarrollo moral y emocional de los más pequeños.

cinco emisiones de capítulos emitidos en una de las franjas horarias diaria de mayor audiencia, como lo es la de 17 a 17:30 horas⁶. Posteriormente, a efectos de mantener la representatividad de la muestra, fue necesario ampliar la misma durante el año 2009. Se advirtió entonces de que el horario de la transmisión de la serie se había corrido en la grilla de programación, extendiéndose de 18 a 19 horas. Por lo tanto, solo fue necesario adicionar a la muestra tres programas completos.

Con respecto a la metodología de selección y análisis de la muestra, cabe mencionarse que inicialmente se digitalizaron los programas grabados, para lo que fue necesario realizar una fragmentación del material audiovisual a fin de llevar a cabo la recolección de datos según las variables previamente acordadas por el equipo iberoamericano que lleva adelante la investigación.

Posteriormente, se realizaron sesenta y dos cortes a la banda sonora de los mencionados capítulos en los que pudo advertirse que, a excepción de la cabecera que duraba poco más de un minuto, ninguna de las piezas musicales se ofrecían completas y que su duración no superaba los 45 segundos.

El análisis descriptivo de los cortes antes mencionados fue realizado finalmente teniendo en cuenta las siguiente variables: *sonido musical (timbre)*, *presencia de voces (cantadas)*, *métrica y rítmica*, *tipo de comienzo*, *variación dinámica*, *agógica*, *estilo*, *organización sonora*, *cadencia*, *presencia de modulación*, *tipo de textura sonora* y *plano sonoro*.

Cabe aclarar también que teniendo en cuenta la estructura en que se presentaba la información, fueron excluidos los anuncios publicitarios que se presentaban en un solo corte intermedio central. La mayoría de ellos exhibía avances de programas del canal o incluía promociones de productos alimenticios, bebidas y números de celulares a los cuales consultar sobre romances, compatibilidad con el sexo opuesto, etc. La mayor sorpresa fue, sin embargo, comprobar que pese al horario central en que había sido tomada la muestra, muchas de las propagandas promocionaban números a los cuales enviar mensajes de texto con el fin, entre otros, de conseguir fotografías de mujeres ligeras de ropas para ser usadas como fondo de pantalla de los celulares.

6. Telefe emitía también maratones de *Los Simpson* los sábados y domingos de 13:00 a 18:00 horas.

3. Sobre el contenido y los destinatarios de *Los Simpson*

Título:	<i>Los Simpson.</i>
País de origen:	Estados Unidos
Género:	Animación / comedia.
Cadena original:	Fox
Canal:	Telefe. Televisión abierta.
Horario:	Lunes a viernes de 17 a 17:30 h.
Idea original:	Matt Groening
Idioma original:	Inglés
Duración de cada capítulo:	60 minutos. Con comerciales.
Temporadas:	20.
Corte del análisis:	Del 24 al 10 de abril de 2008 y del 22 al 24 de julio de 2009

Creados por Matt Groening, *Los Simpsons* aparecieron en EE.UU. por primera vez en 1987, en los cortos del Tracey Ullman, e inmediatamente comenzaron a ser vistos en muchos países del mundo. Hacia 1989, estos dibujos animados fueron adaptados al formato de serie de media hora siendo la primera en colocarse en el *ranking* de las 30 series más vistas.

Desde sus mismos comienzos se constituyó en una serie polémica, ya que especialmente el personaje rebelde de Bart Simpson representó los antivalores de la sociedad, por lo que numerosos padres y profesores lo calificaron como un mal ejemplo para los niños y las niñas, llegándose incluso a prohibir el *merchandising* de Bart en varias escuelas estadounidenses.

La crítica social hacia *Los Simpson* no se detuvo y en todo el mundo tuvo detractores, tales como padres de familia, profesores, iglesias, etc. Quizás, el hecho de que la serie no fuera dirigida originalmente al público infantil permitió reflejar aspectos actuales de la sociedad, sin reservas ni perjuicios. Efectivamente, su crítica dura y concreta muestra a través de diversos personajes estereotipados la relación que guardan con los roles sociales preestablecidos, especialmente en la sociedad estadounidense.

4. Análisis descriptivo de la muestra

Una mirada a la variable tímbrica de la muestra permite afirmar que el 36% de los discursos musicales están interpretados por instrumentos acústicos. Tal como se resumen en el gráfico 1, si se observa además la variable *mezcla de sonidos acústicos y electrónicos*, la cifra aumentaría considerablemente. Cabe mencionar también que dichos sonidos cuentan en algunos casos, con superposiciones de efectos sonoros extra musicales tales como: chirridos de motores, frenos, etc. A su vez, otro 25% mezcla

sonidos acústicos y electrónicos incluyéndose entre ellos la guitarra y el bajo eléctrico. Por su parte, solo un 13% de los casos presenta imitaciones electrónicas de sonidos de instrumentos acústicos.

Gráfico 1

Estudio Tímbrico - Los Simpson, 2008			
Sonido musical	Acústico	Cordófono	0%
		Aerófono	2%
		Membráfono	2%
		Idiófono	0%
		Mezcla (varios instr. acústicos)	32%
	Electrónico	Original	26%
		Imitación	13%
	Mezcla (acústicos y electrónicos)		25%
	No se puede determinar		0%

Por otra parte, el 81% de la muestra se corresponde con música puramente instrumental y como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el resto de la música incluye voces dentro de un coro en un 12% de los casos, a la vez que solo un 5% de la muestra contiene voces masculinas con exclusividad y un 2% voces de niños.

Gráfico 2

Presencia de la voz - Los Simpson, 2008			
Voz	Hablada o cantada	Hombre	5%
		Mujer	0%
		Niño	2%
		Grupo de voces	12%
		Otros	0%
	Sin voz (instrumental)		81%
	No se puede determinar		0%

Teniendo en cuenta la rítmica y métrica de la muestra, se puede establecer que la mayoría de las organizaciones son binarias. A su vez, analizando la variable *tipo de comienzo*, los resultados arrojaron que el 58% de los mismos son téticos, un 23% anaacrúicos y un 4% acéfalos. Por su parte, un 15% no pudo ser determinado debido, sobre todo, a que el volumen de los sonidos grabados es prácticamente inaudible.

En el caso específico de la dinámica y la agógica, cabe mencionar que prácticamente no se identificaron variaciones de dichos aspectos del discurso musical, dado que solo el 27% presentó variaciones de intensidad y un 2% presentó cambios de velocidad tales como *acelerandos*.

Continuando el análisis cuantitativo (se resume en el gráfico 3) la manera en que se distribuyen los distintos estilos en la programación evidencia una supremacía de la música popular, que ocupa un 48 % de la muestra. En dicho porcentaje se incluyen géneros tales como el pop *rock*, disco, *country*, música melódica e incluso toques de tambores africanos o especies caribeñas tales como el mambo. A su vez, un 16 % incluye combinaciones de estilos, los que se corresponden mayoritariamente con la música erudita occidental fusionada con *jazz*.

Gráfico 3

Géneros y estilos musicales - Los Simpson, 2008			
Género y estilo	Erudita occidental		10%
	Popular		48%
	Tradicional	propia	0%
		externa	0%
	Combinaciones		16%
	No se puede determinar		26%

En referencia al tipo de organización sonora de la muestra, el gráfico 4 destaca como la organización sonora es fundamentalmente tonal, llegando a un 72% el modo mayor. También se observó que en un 18 % de los casos, también se utilizan tonalidades menores, y no se registran ejemplos de música modal.

Gráfico 4

Tipos de organización sonora - Los Simpson, 2008			
Tipos de organización sonora	Tonal	mayor	72%
		menor	18%
	Modal		0%
	Otros		0%
	No se puede determinar		10%

En cuanto a los aspectos referidos a cadencias y modulaciones, cabe mencionar que se encontró un 39% de finales cortados. Asimismo, un 37% de cadencias eran conclusivas, y un 15% suspensivas, registrándose también casos en que los finales fueron grabados en un rango de volumen inaudible.

En referencia a las modulaciones, existe una mayoría de piezas que no las utilizan: un 68%, en contrapartida al 19% que las utiliza, y no se pudieron determinar un 13 % de los casos.

Por su parte, en relación con la textura sonora, un 53% de los casos está conformada por homofonías, aunque también se detectaron monodías acompañadas en un 11% y de polifonías, en un 29 %, y no se pudieron determinar un 7% de los casos.

Finalmente, en función al plano sonoro en que se ubica la música, esta lo hace como fondo en un 23% y como figura en el 77% de los casos.

En síntesis

El análisis cuantitativo de los cortes realizados a la banda sonora de *Los Simpson*, permite identificar entre las principales tendencias musicales, una fuerte impronta de música instrumental ejecutada con instrumentos de origen acústico, algunas veces combinados con electrónicos. La música es utilizada mayoritariamente como figura, presentándose estilos populares de los más variados, con supremacía de especies de origen anglosajón. La métrica y rítmica son, en su mayoría, binarias, con predominancia de comienzos téticos. Se advierten también escasas variaciones en la dinámica y agógica, con un tipo de organización sonora en la que se acentúan las tonalidades mayores, con finales generalmente cortados, pocas modulaciones y uso frecuente de texturas homofónicas y, en menor escala, de polifonías y monodias acompañadas.

5. Palabras finales

Desde el piano que acompañaba los filmes cinematográficos con músicas adecuadas, la relación entre imágenes y música ha sido larga y fecunda. Hoy, muchos elementos sonoros contribuyen a la efectividad y mantenimiento en la memoria del telespectador una determinada obra. De todas maneras, no se trata de un único elemento, sino de la confluencia efectiva de varios factores sonoros interrelacionados con las imágenes y la narración, que permiten asignar sentido a los productos televisivos.

Dada la importancia del tema y las inquietudes que despierta, cada vez más investigadores inician proyectos en dicho campo de estudio. Algunos de ellos también empiezan a expresar su preocupación por la influencia sonora sesgada que ejercen las programaciones televisivas, especialmente sobre las nuevas generaciones. Así, por ejemplo, Porta (2007: 162) advierte que la escucha cotidiana y la comunicación de masas «se dan la mano en la música popular contemporánea y también lo hacen para construir de forma sesgada, el oído, pensamiento y universo de valores tanto del adulto como del niño-espectador medio, introduciéndose así como realidad del mañana».

Y precisamente el sesgo de lo que se dio en llamar *cultura rock & pop* es el rasgo sobresaliente que se desprende del análisis cuantitativo de la banda sonora de *Los Simpson*. Efectivamente, ha sido posible identificar el predominio en el uso de sonidos musicales de modelos anglosajones claramente potenciados, pese a como se pudo observar, también se utiliza una paleta sonora más amplia.

Este dato no es menor, ya que podría significar la fuerza avasallante de la cultura antes mencionada, en la que si bien no hay una forma musical única ni un esquema métrico único, utiliza indefectiblemente subdivisiones binarias en detrimento de las ternarias.

Esto contrasta notablemente con la riqueza rítmica de otras músicas como, por ejemplo, las de nuestro entorno latinoamericano, en permanente ebullición de especies musicales populares que para Aharonián (2002: 132):

[...] plantean esa dualidad mestiza de origen incierto, en dos grandes vertientes: la del 6 x 8 simultáneo con 3 x 4 (compás binario de subdivisión ternaria simultáneo con compás ternario de subdivisión binaria), y la del tres-tres-dos, escribiéndola en 2 x 4 (compás binario de subdivisión en este caso cuaternaria, simultánea con subdivisión en tercios desiguales de tres, tres y dos de esas ocho subdivisiones) o en 4 x 4 (compás cuaternario de subdivisión binaria simultánea con idéntica subdivisión en tercios desiguales).

Es curioso observar cómo a partir del siglo xx las experiencias musicales de la cultura *rock & pop* han servido como caballo de Troya para introducir en los medios de comunicación de la mayoría de los países (entre los que se incluye, por supuesto, Argentina), casi con exclusividad las inflexiones sonoras anglosajonas. Sin embargo, muy pocos han advertido el empobrecimiento musical que significa no difundir una mayor diversidad de estilos. Solo modestamente, en algunos lugares, van surgiendo caminos contestatarios de afirmación nacional, cuya influencia aún resulta mínima frente a los modelos industriales de difusión masiva (Aharonián, 2005).

Por ello, coincidimos con García Canclini (2001: 225) en que para revertir esta situación, más allá de que se requieran planes orgánicos de investigación científica y cultural transnacionales, se podría empezar por «intensificar los intercambios de arte, literatura, cine y televisión de calidad, que presenten las trayectorias de cada sociedad» (García Canclini, 2001: 225)

Asimismo, dicha línea de acción también incluiría a los educadores musicales, quienes deberíamos reflexionar sobre el rol que nos cabe en referencia a la temática antes expuesta.

Seguramente, nuestra responsabilidad es la de actuar hoy como mediadores entre las nuevas generaciones y los medios de comunicación de masas. Y mediar no significa negar, rechazar en bloque o descalificar a ciegas, sino que más bien significa ofrecer oportunidades de lecturas diferentes, de espacios para el juego y la recreación, de desarrollo de la imaginación y la creatividad y, por qué no, de reflexión sobre la realidad cotidiana.

En definitiva, los docentes del área musical debiéramos iniciar una búsqueda hacia una relación menos adaptativa con los medios y sin negar sus aportes para el entrete-

nimiento y el disfrute, destacar lo que encierra de riqueza en referencia a los lenguajes expresivos, lo que permite vislumbrar en el contexto sociocultural propio y lo que nos ofrece en referencia a la diversidad artístico-musical.

6. Bibliografía

- AHARONIÁN, C. (2005): *Conversaciones sobre música, cultura e identidad*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Tacuabé.
- (2004): *Educación, Arte, Música*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Tacuabé.
- (2002): *Introducción a la música*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Tacuabé.
- CHACÓN GORDILLO, P. y MARTÍN CUETO, M. (2008): «La influencia de los dibujos animados en el dibujo infantil. *Los Simpson* como modelo estereotipado de estructura familiar» [en línea]. Disponible en: <<http://rede-educacao-artistica.org/doces/gt-docs/PedroChaconGordillo>>. Consultado 20/08/09.
- CHION, M. (2008): *La audiovisión*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAIFC.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2001): *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAIFC.
- (2001): *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAIFC.
- GUSTEMS, J. (2005): «Escuchar los anuncios: una aproximación al uso de la música y del sonido en la publicidad televisiva». *Eufonía*. 33: 91-100.
- LANUSE, A. (2002): «Los dibujos animados también educan» [en línea]. Disponible en: *La Nación*, sección Noticias de Cultura, 29 de junio de 2002. <<http://www.clarin.com/diario/2009/02/23/espectaculos/c-0060/html>>. Consultado 13/08/09.
- LERMAN, G. (2007): «Matt Groening, creador de *Los Simpson*. Cuestiones de familia» [en línea]. Disponible en: *Acción Digital* <<http://www.acciondigital.com.ar/15-08-07/entrevistas.html>>. Consultado 20/08/09.
- MAESTRUTTI, S. (2009): «Matt Groening: 20 años de *Los Simpson*» [en línea]. Disponible en: *Clarín* <<http://www.clarin.com/diario/2009/02/23/espectaculos/c-00601.htm>>. Consultado 27/08/09.
- MORDUCHOWICZ, R. (2008): *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAIFC.
- PAPALINI, V. (2006): *Anime. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- PÉREZ TORNERO, J. M. et. ál. (2007): *Alternativas a la televisión actual*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- PORTA, A. (2007): *Músicas públicas, escuchas privadas. Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.
- PRIETO CASTILLO, D. (1999): *La televisión en la escuela*. Buenos Aires: Lumen-Humanitas (Tomos 1 y 2).
- SHEHAN CAMPBELL, P. (2001): «En búsqueda de la cultura y el significado musical en la vida infantil». *Cuadernos interamericanos de investigación en educación musical* Vol. I, 1: 69-78.

II. PRODUCCIÓN DE SENTIDO DE LA BANDA SONORA DEL PROGRAMA *MUSITRONIA* DE TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE

Mg. Mario Arenas

Universidad de La Serena. Chile

Musitronia PROGRAMA CONTENEDOR

PROGRAMACIÓN PROPIA

Duración programa	Franja emisión	Productora
2 horas	10 h - 12 h	TVN Chile

CABECERAS

CANCIONES

CORTINILLAS

CIERRES

ENTREVISTAS

DATOS GENERALES

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Musitronia

COBERTURA:
Nacional

SEMANA DE ESTUDIO:
Del lunes 12/05/2008
al viernes 16/08/2008

PAÍS:
Chile

CANAL DE TELEVISIÓN:
Televisión Nacional de Chile

REGIÓN:
Chile

TIPO:
Público

MUESTRA:
10 horas

DIBUJOS ANIMADOS

	Duración capítulo	Franja emisión	Productora	Año	Periodicidad
Vida de la Justicia ilimitada	8 min	11 h - 11:20 h	Joaquim dos Santos	2006	Semanal

I. Alcances metodológicos y paradigmáticos de este análisis

El siguiente análisis tiene como propósito desvelar el sentido que emana de la banda sonora de un programa de televisión infantil y juvenil exhibido en la señal abierta de TVN (Televisión Nacional de Chile): *Musitronia*. Dicho análisis surge de su inseparable mensaje visual, tanto de su rol significativo coadyuvante, incluso redundante, como en su función de contraste. Teóricamente, se enmarca en la propuesta triádica de Peirce; considera el contexto cultural y social de sus destinatarios (niños y, particularmente, adolescentes) y, en función de su hipótesis, configura una tabla de contenidos y competencias musicales basada en propuestas pedagógicas de Kódaly y Orff¹, que le permiten categorizar contenidos asociados a su significación, corroborados con sus destinatarios, mediante encuestas y entrevistas.

La simple observación de la procedencia y características del repertorio que se transmite en programas de televisión abierta y con éxito de sintonía, dirigidos hacia niños y adolescentes, como es *Musitronia*, nos llaman a desvelar cómo generan sentido en su audiencia. En particular, su elemento sustancial: la música; y, naturalmente, todo el universo audible que los constituye: sus bandas sonoras, potente recurso comunicacional de transmisión de emociones, poéticas, argumentos y valores.

Armonizando con la advertencia del semiólogo Charles Morris que señala: «El conocimiento de los signos puede servir para que el individuo no permita que lo exploten», este estudio, iniciado pero aún no concluido, apunta a evitar ser conducidos, pasivos en creencias y valores, para lograr, una vez identificado el funcionamiento de estos mensajes sonoros en su contexto, intentar entender qué significados transmiten concretamente. Es decir, aunque el trabajo se basa en el análisis musical de la banda sonora de un específico programa de televisión como es *Musitronia*, el objetivo de la investigación no se encuentra en el programa en sí, sino en cómo este, con éxito de audiencia, representa a muchos otros de similares características que forman parte de la televisión infantil y juvenil. Los resultados que este trabajo vaya generando, a modo de *work in progress*, otorgue información válida para que musicólogos, administradores educacionales y legisladores, puedan considerar sus paulatinas conclusiones para la elaboración de políticas educacionales.

En el plano personal este estudio ha significado:

- 1) Establecer un diseño metodológico lo suficientemente flexible para acoger en su interior, variables que la propia investigación ha ido proporcionando.

1. Propuesta metodológica establecida en el texto: Orff – *Schulwerk* y en el *Método coral* de Zoltan Kódaly.

- 2) Explicitar las debilidades de mi perfil, formado en un conservatorio tradicional y, en consecuencia, con bajo nivel de competencia concerniente a la música de televisión y el contexto social donde se programa, produce, distribuye, comercializa y consume.
- 3) En virtud del punto anterior, he debido evitar traslucir opiniones personales respecto de una música alejada de los paradigmas estéticos en que fui formado y frecuente, y que carezco en consecuencia, de un deseable compromiso afectivo.

Por ello, he debido «empaparme» de este entorno social y económico que sustenta el fenómeno acudiendo a una experiencia colateral: conocer sus principales características y, especialmente, mediante encuestas y entrevistas, describir a sus usuarios y así mismo: cómo ellos personifican este universo sonoro-musical, y qué experimentar cuando escuchan, bailan y, sinestésicamente, «miran» en la televisión.

2. Hacia la búsqueda de núcleos o unidades de sentido

La búsqueda de núcleos o unidades musicales con sentido, en un análisis hermenéutico del programa *Musitronia*, se inicia en los datos técnico-musicales aportados por la grilla de análisis cuantitativo de Porta² para describir el o los constructos que estos significantes generan en niños y adolescentes, pues pudiera parecer paradójico, como señalan varios autores, entre ellos, Kracauer (1995): «El sonido no se oye como unidad, sino en función de lo que representa, y una vez identificada su significación, desaparece como signifiante». Luego, esos datos, permiten establecer hipótesis respecto del contexto técnico musical del discurso sonoro y su pragmática social.

Musitronia se dirige a niños y, especialmente, a adolescentes; su alto *rating* se fundamenta en la conexión que establece con sus auditores, la que se explica, en primer término, por el grado de conexión que solo la música puede lograr entre los seres humanos (Limb, 2006): a través de la sincronía otorgada por la isocronía grupal (pulsación compartida). También mediante diversos recursos presentados por medio de un ágil lenguaje audiovisual complementado con frecuentes interpolaciones de imágenes y de audio que otorgan al discurso una denotación hiperactiva y discontinua, semejante a la forma en que se comunican algunos jóvenes. De esta forma, por su alto poder persuasivo, se constituye en un modelo, en un estilo de conducirse para quienes no se encuentren alerta, adoptando dicho patrón de comportamiento, vestimenta y... música.

2. La grilla de evaluación cuantitativa fue elaborada por un grupo internacional de investigadores, dirigido por la Dra. Amparo Porta Navarro, profesora titular de la Universidad Jaume I de Castellón, España, directora del proyecto: *La música y la escucha de la televisión infantil en el ámbito iberoamericano. Análisis cuantitativo de variables y estudio comparado.*

Esta fuerte conexión se consigue al divulgar, en el caso de los adolescentes, música dirigida a ese grupo etario por jóvenes iguales a ellos, pero comercialmente consolidados y exitosos en su producción musical y de videoclips, como son: *Jonas Brothers* y *The Kooks*, además de otros grupos emergentes en el medio local chileno. Este sentido de pertenencia, según Urresti (2000) obedece a una búsqueda personal en que la propia identidad se fortalece a través del reflejo personal en los otros, en sus iguales. Aquí la música juega un papel fundamental, a modo de timbre identitario. Pero no es el único: el color de la ropa, la presencia o ausencia de la práctica de deportes, o aquellos grupos que adoptan como actitud: *pokemons*, *góticos*, *visuales*, *raperos*, etc.

La identidad perteneciente o afiliada a se reafirma en *Musitronia* gracias a las entrevistas realizadas por jóvenes, *mini reporteros*, a cantantes, o por el carácter en vivo que otorga la presencia de una animadora, también juvenil, que pese a que sus características étnicas podrían recordar a otra cantante que aparece frecuentemente en el programa: *Avril Lavigne*, joven canadiense cuyo aspecto, prototipo de belleza occidental impuesto, se asemeja al de una muñeca *Barbie*. Paradójico contraste con la fisonomía del chileno(a) medio(a), donde el modelo impuesto por empresas del tamaño de Disney³ es imitado (obedecido) fielmente. Estos modelos no son ingenuos. En su afán por apoderarse del mercado, anulan la identidad de quienes una vez que despiertan de su letargo intelectual, concluyen que ellos mismos, su familia y antepasados allí no caben. En el entorno musical llega al extremo de que la música nativa y nacional aparece tratada como objeto exótico.



Avril Lavigne, prototipo de belleza femenina..., e imposición de un valor étnico.

La animadora se desenvuelve permanentemente en un correlato. Desde la perspectiva significativa, en el contrapunto que generan sus unidades verbales, cuya función es precisa y concreta: normalmente, consistente en anunciar y describir los videoclips; mientras, en un segundo plano, se produce una polifonía acústica que genera una multifocalización, un anclaje hacia determinados argumentos y paradigmas, a veces, complementado con la cámara, que en vez de enfocarla, se detiene en algún póster de la escenografía. Este permanente diálogo en vivo anula definitivamente al silencio, siempre reemplazado por música que sirve de un continuo, en la cual se desenvuelven los mensajes de la misma, como si señalaran: «esto es ser joven». Algo parecido ocurre sistemáticamente con los programas deportivos: cada vez que se muestra a alguien

3. Sin que ello signifique no reconocer los importantes aportes que esta empresa ha realizado en el ámbito audiovisual, como la película *Wall-e*, por ejemplo

montando una ola en una tabla o deslizándose por la ladera de un cerro nevado, se escucha una música similar de guitarra con sonidos distorsionados, y acompañada de una energética batería en ostinato.

Los programas de televisión en vivo, de los que no se excluye *Musitronia*, dirigen sus mensajes a la masa... pero, desde arriba, es decir, con animadores cuyo aspecto e inflexiones, modales y vestimenta, corresponde a los grupos sociales que ostentan el poder. De este modo, se produce un interesante ahorro de recursos, ya que los grupos sociales inferiores terminan imitándolos. Por ello, no nos extrañamos al escuchar y al ver a jóvenes de estratos bajos, utilizando modismos y gestos tomados de estos animadores, transformados por los mismos medios de comunicación en personajes de notoriedad pública.

Sin embargo, para entender este fenómeno, será necesario alejarse del problema en sí. Observar el contexto, la responsabilidad sobre qué transmite *Musitronia*, no es de su exclusividad. Los programas de televisión, al igual que la educación, la salud y prácticamente todos los organismos estatales y privados dentro de la actual política de libre mercado, deben autocostearse para existir. La televisión obtiene su financiamiento a través de la propaganda y utilizan como indicador de su inversión al *rating* de los programas, asegurándose de que estos sean vistos por el mayor número de usuarios posible. Es decir, el ente generador de lo que se muestra y escucha no tiene que ver con criterios de calidad, estética ni educación: el incentivo es fundamentalmente comercial. Una vez que intentamos detectar núcleos significativos de las bandas sonoras de los programas infantiles y juveniles, entonces debíamos considerar como esperable que en la música de televisión un alto porcentaje de estos sean coherentes con el principio: «fáciles de identificar y, particularmente, de memorizar». La pregunta debe dirigirse hacia qué le interesa a los mercaderes... no a los artistas ni a educadores. Desde allí, comenzamos a entender por qué la música de televisión, a través de los años, no sufre mayores modificaciones estructurales que nos hagan pensar en un proceso evolutivo como respuesta a la búsqueda de hallazgos y mensajes sonoros complejos. Por el contrario, las piezas musicales correspondientes a tres videoclips con que se inicia uno de los programas de *Musitronia* (elegido al azar de entre aquellos grabados durante una semana completa) y los datos técnicos de la banda sonora del programa que desvelaron las plantillas de análisis cuantitativo, no arrojan ningún resultado que exprese una complejidad superior al segundo nivel de la tabla de contenidos musicales según niveles de competencia⁴,

4. Esta «Tabla de contenidos musicales» fue elaborada de acuerdo a criterios tradicionales de alfabetización musical propuestos por Zoltan Kodaly (1882–1967) en su libro de *Canto Coral*, y de la obra titulada *Schulwerk (Trabajo escolar) del compositor Carl Orff (1895–1982)* complementados con el orden metodológico de contenidos musicales correspondientes a los programas de las asignaturas de Simbología y Sintaxis y Lectoescritura Musical, elaborados por el autor de este documento, correspondientes a la formación inicial en las carreras de Pedagogía en Educación Musical y Licenciatura en Música, de la Universidad de La Serena, Chile.

descrita a continuación. Sin embargo, es conveniente dejar en claro que no se pretende vincular en términos absolutos complejidad sonora con calidad musical. La relación que se está configurando aquí tiene que ver con el grado de madurez o competencia y conocimiento musical que exige una determinada audición musical a un oyente.

En este afán imperante por ser preciso, breve, económico y eficaz, la televisión muestra frecuentemente a precipitados animadores, cómicos, periodistas y políticos con dificultades para ocultar su ansiedad, en decirlo todo aquí y ahora; podemos observar cómo en determinadas ocasiones, científicos, intelectuales y artistas ingenuamente aceptan invitaciones para ser entrevistados, en donde basta el más mínimo intento de estos por profundizar en algún tema, para ser rápidamente interrumpidos por los hábiles animadores. Esta imposibilidad por profundizar, obliga a entregar mensajes y signos que puedan cumplir con su objetivo en un mínimo plazo, en consecuencia, deben acudir a los *interpretantes inmediatos* de Peirce⁵. Quizás, reflejo de ello, es que en la actualidad se privilegia la imagen (que es inmediata) de las personalidades y candidatos más que sus propuestas, que requieren la realización de un esfuerzo por conocerlas, es decir, de *interpretantes dinámicos (energéticos)* y, con mayor razón, de aquellos que profundizan hasta llegar a la elaboración de un argumento: *interpretantes finales (lógicos)*.

En el afán de simplificar los mensajes para lograr rápidamente una conexión con sus destinatarios, la televisión habría impuesto como norma social el principio del menor esfuerzo. Esta falta de profundización habría afectado cualitativamente al contenido musical de estos mensajes, provocando involución, homogeneidad en la producción de significantes y pérdida del patrimonio musical de los países.

3. Ordenación de contenidos sonoros y percepción del programa *Musitronia*

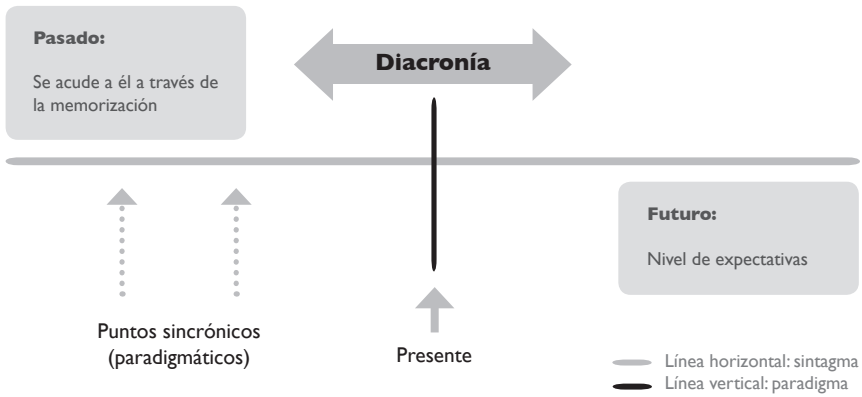
Con el propósito de identificar en qué rangos se desplaza la música y el universo sonoro del programa *Musitronia*, la siguiente tabla acoge los contenidos y destrezas musicales que involucra el programa de estudios de la asignatura Simbología y Sintaxis que se dicta en la Universidad de La Serena en dos carreras: Licenciatura en Música y Pedagogía en Educación Musical. Su ordenamiento metodológico, de acuerdo a los parámetros del sonido, se presenta ordenado de una forma totalmente distinta a como se aborda en los programas de estudio, pues se inicia paradójicamente en el timbre, uno de los aspectos más complejos de analizar en el estudio sistemático de la música y que en las carreras universitarias es abordado paulatinamente a través de varias asignaturas: acústica, organología, instrumentación y orquestación. Entonces, ¿por-

5. De la teoría base de Peirce extraída del libro de Walther, E. (1994): *Teoría general de los signos: introducción a los fundamentos de la semiótica*. Santiago de Chile: Dolmen.

qué incluirlo en la primera columna de esta tabla donde se supone que se encuentran ubicados los elementos más simples? Ello se debe a que, si bien es cierto que el timbre requiere de un nivel de conocimientos básicos para entender sus múltiples variables y que, además, conlleva la presencia de otros parámetros (como la intensidad y la duración, que se encuentran en columnas específicas de la grilla), es la dimensión sonora la que imprime un sello identitario, una profusa carga que proporciona a la sensación sonora el sentido de la primeridad: la sensación característica del clarinete, antes de que este sea definido como tal; de la voz, antes de que ella sea identificada como de alguien específico.

Por esta razón, en la tabla aparece el timbre, pues es lo primero que percibimos antes de identificar a quién pertenece. De forma simultánea también su intensidad; luego, producto de este parámetro, nos desplazamos por la tabla de Peirce para definir énfasis acústica, distancia y planos sonoros.

La segundidad de Peirce la ubicamos concretamente en la duración, pues ella determina el aquí y ahora, característico de su existencia (actualidad). Además, desde el punto de vista de la percepción, la duración de los sonidos determina el ritmo y, aparte de la sensación que conlleva, permanece después de su percepción en nuestra memoria, impregnándonos de un primero: el paradigma que conlleva la ordenación de sonidos discretos que generan, a modo de palabras, específicas llamadas a nuestra memoria. Es decir, una determinada ordenación rítmica nos conduce a un patrón cultural específico. Por ejemplo: ritmo de cumbia, salsa, tango, etc. Dentro de esta segundidad, encontramos la altura, metáfora referida a la frecuencia del sonido. La altura determina, aparte del llamado *pitch*, las melodías y estas requieren de un elemento básico para existir: su propia negación. Dicho de otro modo: una melodía se inicia cuando en la sucesión sonora aparece una frecuencia distinta a la emitida; requiere, al menos, de dos notas. Desde allí nace como tal. Más aun: si la segunda nota difiere, desde una perspectiva de los armónicos, de los múltiplos que la hacen participar de los parciales de la primera, pues, en tal caso, sería considerada antimelodía. Las melodías, en consecuencia, están constituidas por grados conjuntos; en cambio, las antimelodías están formadas por desplazamientos triádicos, arpeggios que le otorgan un sentido de parentesco entre uno y otro de los componentes, que atentan contra su formación. Naturalmente, melodías y antimelodías no apelan a juicios de valor estético. Finalmente, dentro de esta segundidad, encontramos la categoría de la polifonía o conjunto de sonidos que otorgan conceptos nuevos y que hacen más compleja la audición. Es decir, si se emiten simultáneamente tres sonidos que conforman una tríada, supongamos: do, mi y sol, percibiremos además de los tres sonidos, uno nuevo, que es la suma de los tres, llamado acorde mayor. Dentro de esta columna, se considera también un elemento que a veces es utilizado rudimentariamente en la música de televisión: el contrapunto.



Simple

Simple
 ↓
 Complejo

	Primeridad (Forma) (como cualidades fundamentales)		Segundidad (Existencia)		
	Simple Timbre	Complejo Intensidad →	Simple Duración	Complejo Altura Polifonía	
Primer nivel	Voces, gritos, quejidos, algunos instrumentos	Sonidos muy intensos e intensos	Unidad de tiempo, doble velocidad, doble lentitud (compases simples)		
Segundo nivel	Instrumentos; conjuntos instrumentales pequeños	Sonidos medianamente suaves	Subdivisión de la unidad de tiempo, división ternaria, compases compuestos		
Tercer nivel	Conjuntos instrumentales sencillos, discriminando entre instrumentos acústicos y electrónicos	Alternancia dinámica; Volumen suave (piano y pianísimo)	Variantes de la subdivisión mediante ligaduras de prolongación, tresillos y sus variantes; rubato		
Cuarto nivel	Orquestas: distinguir determinados instrumentos musicales	Amplitud como sustancia estética	Polirritmias complejas, compases mixtos; articulaciones.		
Quinto nivel	Orquestas mixtas instrumentales y electroacústicas	Cambios dinámicos graduales	Polimetrías y heterometrías		

La grilla finaliza con un elemento que sintetiza a todas las anteriores y que representa el desarrollo de un pensamiento, de un análisis lógico, en donde se evidencia la sintaxis del discurso sonoro: la forma musical. La percepción de la forma depende, en gran medida, de la memorización musical, pues las relaciones lógicas y nivel de expectativas se logra en tiempo real, ya que lo propio del sonido es su huída en esta infinitamente delgada línea del tiempo en el hoy. Desde esta perspectiva, podemos invocar los conceptos de sintagma y paradigma, para hacer alusión a estos desde la forma musical:

Complejo

		Terceridad (Valor)	
		Memorización	Conciencia de la Forma Musical (Sintaxis)
Recitativos, intervalos de tercera menor descendente; segundas mayores y menores	Homofonía	De cualisignos	Solo cualidades, sensaciones.
Intervalos de cuartas, quintas, sextas mayores y menores, octavas	Monodia acompañada	Unidades temáticas, semifrases, frases	Retorno: A B A Rondó: ABACA
Escalas mayores, menores, giros melódicos del jazz	Poliritmias simples	Periodos, movimientos	Variaciones: AA'A'', etc.
Escalas cromáticas, modos derivados, cromatismos	Polifonías complejas	Desarrollo motivico, secuencias	Formas abiertas
Politonalidad, atonalidad; alteraciones de paso, clústers	Polifonías complejas y mixtas (digitales, analógicas y electroacústicas)	Ciclos. Reconoce elementos, motivos y frases de obras cíclicas y conformadas por complejos temáticos	

Cuando la banda sonora, formada por la música, sonidos y ruidos de las interpolaciones de propaganda e, incluso, el que se escucha tras la voz de la joven locutora abordado no como relación sustancia-accidente, sino como otro significante sonoro (no diegética), se somete a la grilla de análisis mencionada, surgen una serie de datos que nos facultan para identificar, a veces como *leitmotiv*, o pequeñas frases o motivos rítmico melódicos variados, estas unidades sonoras con particulares propiedades valóricas que denotan específicos mensajes musicales y extra musicales, aportan información del contexto cultural (y sus deformaciones) de donde provienen y cómo, estos, pasan a formar parte del idiolecto y de la construcción de una visión de mundo de sus auditores, por muy alejados que se encuentren de la realidad que los originó.

Estas unidades sonoras se definen en este trabajo en virtud de su significado, verificando el camino que lleva a la construcción de argumentos y paradigmas que surgen de este dominio sonoro. Si bien es cierto que el televidente tiene la facultad de interrumpir el proceso *faneroscópico* (Verón, 1994) al cambiar de canal, este fenómeno no suele ocurrir en este contexto de afiliados afectivos, atrapados por la moda y por la aparente pertenencia a modo de club. Estos resultados se confrontan mediante las respuestas que los mismos adolescentes proporcionan. En este caso, adolescentes de la ciudad de La Serena (Chile), provenientes de dos estratos socioeconómicos: medio y medio bajo (hijos de profesionales, empleados dependientes, profesores, y también obreros calificados, pequeños comerciantes, etc.) [C2] y medio-alto (profesionales de altas remuneraciones, comerciantes exitosos, etc.) [C1]. Para ello, se utiliza como modelo una parte del método empleado por Antonio Alcázar (2006): separar a los televidentes según su nivel de competencia musical.

Las limitaciones metodológicas que este estudio presenta, sin embargo, se refieren a un hecho no menor: la cantidad de tiempo que demanda obtener las esperadas conclusiones. En efecto, la grilla aporta datos técnicos que describen, a modo de *interpretante inmediato*, su presencia, asociada a específicas imágenes, cargadas de sentido, o que al menos, establecen relaciones de correlato, de redundancia o incluso lo opuesto, de contraste, no deben ser separadas, para lograr acceder al argumento final, constituido por mensajes provenientes de ambos dominios: el sonoro encadenado al visual y al textual.

El ampliar la mirada técnico-musical del análisis de las bandas sonoras de la televisión a la metodología triádica de Peirce, si bien en principio los argumentos pueden parecer fuera de orden y extraños, permiten profundizar en el análisis y acceder a una precisión conceptual que resulta aclaratoria: es así como los cantantes y músicos (no ellos como personas, sino la función que desempeñan) que se presentan en el programa de televisión, pasan de ser *intérpretes* en la concepción tradicional, a *interpretantes*; los telespectadores (mayoritariamente niños y adolescentes), pasan

a considerarse *intérpretes*, pues construyen argumentos, elaboran sentido. Si bien es cierto que este proceso es psíquico, la construcción se inicia con elementos concretos, no abstracciones o imágenes mentales. Es lo que Verón (1994) considera materialidad del sentido. Así, los elementos que lo construyen son perceptibles por los órganos de la percepción: en este caso, la escucha y la visión. Los cantantes median entre el *representamen* (signo propiamente como tal) y el objeto o propósito de aquello que se está representando.

La siguiente tabla⁶, que resume la visión triádica de Peirce, se utilizó como fundamento para analizar las unidades con sentido de las bandas sonoras del programa *Musitronia* con el propósito de determinar requerimientos y niveles de competencia musical exigidos para elaborar constructos y, particularmente, los tipos de constructos a los que se puede acceder con tales mensajes.

Tabla Ideoscópica o Faneroscópica de Peirce

	Ground Representamen (R) Primera	Objeto (O) Segunda	Interpretante (I) Tercera
Cualidad (Firstness)	Cualisigno	Icono	Rema (Término)
Actualidad (Secondness)	Sinsigno	Índice	Dicente (proposición)
Generalidad, ley, hábito (Thirdness)	Legisigno	Símbolo	Argumento

De este modo, se entiende cómo Britney Spears acude a la *primeridad* interporlando sincrónicamente grabaciones de quejidos eróticos dentro del discurso, pues apela a aquello que son, tal cual, positivamente y sin referencia a ninguna otra cosa: son lo que son, quejidos femeninos eróticos. A diferencia del *leitmotiv* wagneriano, que es ejecutado instrumentalmente cada vez, el archivo sonoro es interpolado directamente en el secuenciador. Se produce un *interpretante inmediato*, un *cualisigno*, una experiencia rica, profusa y exuberante, básica, instintiva. Adiciona a este un elemento particularmente sugestivo, un clásico *patch* de onda de sierra desnudo, que remite ineludiblemente a la sonoridad, *primeridad* también, de la que se encuentran poblados los juegos de computadores. De este modo, dos archivos de audio, de

6. Tabla Ideoscópica o Faneroscópica de Charles Sanders Peirce (1839-1914).

orígenes totalmente distintos, se emparentan, se une el mundo de lo erótico (como primeridad) con los juegos infantiles (también como primeridad).

También se dan fenómenos sonoros opuestos, de contrastes, de quiebres acústicos como significantes: en una propaganda que aparece inserta en el programa sobre una teleserie del mismo canal titulada «17», se muestra en primer plano una mano escribiendo una nota que justifica la no asistencia a clases de una estudiante; se escuchan sonidos aparentemente no diegéticos del canto de los pájaros, ruidos de vehículos, en fin, el rumor de una ciudad. Este ruido genera un contraste entre imagen y sonido, pues no se puede saber dónde se encuentra la persona, aparentemente la madre de una estudiante que escribe... De improviso, a modo de índice, casi como una exclamación, irrumpe el sonido (con distorsión) de una guitarra eléctrica y una batería en ostinato. Este brusco contraste acústico señala que no se trataba de un adulto(a) quien justificaba la no asistencia a clases, sino de la misma estudiante que, junto a un compañero, también de uniforme, escriben el mensaje en un parque de una ciudad, denotando que se han escapado del colegio, ahora no como compañeros, sino como pareja. Aquí la música cumple con un rol de afiliación: la guitarra con su sonido distorsionado, junto a la batería, representa a la juventud y también señala que el programa empatiza con la pubescencia, que pese a que la pareja de adolescentes están quebrantando reglas, los acogen, los entienden... están con ellos. La música denota un mundo alocado, juvenil e informal; en cambio, el sonido de la naturaleza y el ruido de los automóviles, la realidad, pero una realidad conquistada por jóvenes que se han liberado. Esta última denotación se desprende de la gestualidad triunfante de ambos, cuando al concluir la propaganda, levantan sus brazos, como si acabaran de ganar una competencia deportiva.⁷

Pese a que la televisión dispone prácticamente de los mismos recursos que el cine, en el programa se confirma el principio o norma del menor esfuerzo musical planteado en la hipótesis. Ello genera casi siempre lo que Adorno (1981) denomina «redundancia entre imagen y sonido» o total convergencia expresiva entre lo que se ve y su correspondiente banda sonora musical o ruidística; y deja de lado procesos de mayor riqueza psicológica propios de este medio, como son el contraste de Jean Mitry (1997), la empatía o anempatía musical de Chion (1993), o la llamada convergencia o divergencia, de otros autores. El propósito fundamental es evitar todo aquello que obligue a pensar. Pero este problema trasciende el programa que analizamos y sería injusto atribuirle la total responsabilidad de este «estilo» de comunicación, pues traspasa toda la programación. El menor esfuerzo se constituye prácticamente en un paradigma, una actitud que frente al televisor provoca estados de vulnerabilidad intelectual, incluso en los adultos. Muchas series que se transmiten en estos programas,

7. Ver el vídeo en: <http://www.armario.cl/investiga/videopropaganda>

que aparentemente parecieran ironizar con la pérdida de patrimonio y de valores culturales y sociales, tales como: *Los Simpson* y *Familia con Hijos* (cuyo nombre original es «Married with children»), que han transformado en comedia o en chiste esta temática familiar, terminan finalmente por otorgar un valor a aquello que ha sido deleznable para la sociedad.

4. Hacia un trabajo de campo

Con el propósito de contrastar argumentos (última etapa del proceso significativo) sobre las unidades musicales y sonoras significativas determinadas, el análisis del programa *Musitronia* se basó en la siguiente metodología:

- 1) Se grabó el programa durante una semana completa.
- 2) Las grabaciones obtenidas se sometieron a la grilla de análisis cuantitativo elaborada por el grupo de investigadores de la Dra. Amparo Porta.
- 3) Los tres primeros temas, incluida la propaganda de un programa elegido al azar dentro de los exhibidos durante la semana señalada en el punto 1), se analizó de acuerdo con los criterios tradicionales de análisis técnico de la composición musical.
- 4) Mediante un *focus group* se consignó la opinión de estudiantes de segundo año medio de la Escuela Experimental de Música Jorge Peña Hen, para verificar si coincidían los valores significativos inferidos por el autor en función del análisis:
 - a) Se consignaron coincidencias y discrepancias
 - b) Las discrepancias de los estudiantes con el autor fueron consignadas en una columna especial y que se refleja en el presente documento.
- 5) Las encuestas aplicadas a dos colegios contemplaron solo dos preguntas que debieron ser respondidas una vez visto los 15 primeros minutos del programa. Una referida al representamen: «¿qué vi?», dando por entendido que la pregunta incluía «¿qué escuché?»; y la otra, al grado que lograron avanzar dentro de la grilla: «¿qué sentí?».
- 6) Con el propósito de incluir elementos rítmico melódicos, motivos, frases y formas musicales precisas, el análisis incluyó la elaboración de una grilla descriptiva que, a su vez, se basó en una partitura que consignó en detalle todos los elementos que la constituían.
- 7) Para determinar el timbre, en cambio, utilizando el programa Adobe Audition, se desplegó su análisis espectral de la grabación, con el fin de disponer de un documento que consigna con precisión los elementos que configuran su timbre. Sin embargo, este estudio aún no se ha iniciado y servirá para investigaciones futuras al respecto.

4.1. Grilla descriptiva

Con el propósito de establecer el rol de la banda sonora y comprender su funcionalidad o asociación con la imagen, se intentará determinar en qué medida son utilizadas las unidades de significación sonora con el propósito de reforzar un determinado mensaje visual del programa y, más aún, cuándo dichas unidades se presentan para otorgar un sentido contrario a la escena, por oposición (Adorno y Eisler, 1981) en este último caso surge lo que Chion (1993) denomina *valor agregado* en que la suma de los componentes no otorga igual resultado: aparece una nueva significación que es producto de la mezcla de ambos dominios. Sin olvidar, como se señala más arriba, que el significante es válido mientras cumple su rol y que después, en muchos casos, desaparece. Por el contrario, a partir de la actividad audiovisual, la banda sonora permanece como referente y desaparece la idea sincrónica a la que estaba originalmente asociada. Ejemplos musicales, especialmente de bandas sonoras del cine, que han adquirido vida propia, encontramos en abundancia; en ellas se demuestra también cómo la imagen les ha otorgado un nuevo valor: la música del *Danubio Azul* al compás de los movimientos de naves espaciales de Kubrik, por ejemplo, en *Una odisea en el espacio*.

Para compartir dicha grilla con los estudiantes, fue necesario utilizar un lenguaje coloquial, para poder así acceder a sus críticas y estudiar los resultados.

Tiempo	Imagen	Significante sonoro y visual	Significado(s) (posible) ⁸
0:0 – 0:0:12	Introducción: Se despliega el nombre del programa (utilizando una animación del texto).	Música: Guitarra distorsionada, voz fuerte de la animadora. Se interrumpe con el sonido metálico de una vibráfono que emite un giro melódico de jazz, que se constituye en la «cortina sonora» del mismo (Modo menor).	El sonido de guitarra representa a la juventud (similar al que se suele utilizar como «telón sonoro» en los programas deportivos). El sonido nos indica: «¡ha llegado la hora de la acción!». Luego, la escala jazzística, se desenvuelve en un entorno de dinámica suave (mezzo piano) que otorga un grado más discreto al mismo, extrayéndole esa carga energética.
0:0:12 - 0:0:31:17	Animadora anunciando el tema: <i>When you look me in the eyes</i> , de Jonas Brothers y dando noticias del grupo musical de adolescentes	Telón sonoro: Música del conjunto Jonas Brothers en niveles dinámicos altos (ff); por lo tanto, la animadora, que parecería una adolescente si no fuera por su voz, fuerte, clara y con una pronunciación casi exagerada.	Los adolescentes, en su gran mayoría, coincidieron en calificar de «atractiva» y «bonita» a la animadora, valorando el nivel de expectativas que provocan sus comentarios respecto de las bandas y músicos que anuncia. La música se encarga de «tapar agujeros sonoros» impidiendo que se produzcan silencios tras su voz.

8. El significado descrito en la tabla se constituye en una teoría fundamentada del autor de este trabajo, verificada con los intérpretes finales. La duda que surge es si esta se constituye realmente en semiosis; si coincide con el propósito expresado en quienes codificaron los significantes sonoros.

Tiempo	Imagen	Significante sonoro y visual	Significado(s) (posible)
0:0:31:20 - 0:3:11:00	Video clip de Jonas Brothers: <i>When you look me in the eyes</i>	Imagen: Se inicia mostrando en primer plano a uno de los jóvenes en actitud melancólica, frente a la ventana de un tren (¿bus?).	La imagen del joven en primer plano denota melancolía. (los intérpretes adolescentes calificaron esta parte como «romántica»). El staccato del piano contrasta con la voz, cargada de sensualidad y giros estereotipados provenientes de antaño (Led Zeppelin, por ejemplo).
0:0:31:20 - 0:0:35:07		Música: Voz, acompañada por piano eléctrico tocando acordes en staccato.	
0:01:00:50 - 0:01:30:40		Imagen: Seguidilla de imágenes: el trío cantando, rodeado de humo; admiradoras llorando, jovencitas hermosas pidiéndoles autógrafos.	Las características de estos giros, corresponden a lo que Adorno (1981)
0:01:03:40 - 0:03:11:97		Música: Estribillo de la canción, acompañado de un pedal de guitarra conformado por un acorde mayor que utiliza un amplio ancho de banda, debido a su distorsión. Casi enmascarado, se escucha el sonido sampleado de cuerdas que lleva una línea melódica con valores largos. Imagen: El trío está inexplicablemente en éxtasis: saltan sobre el piano, se tiran al suelo arrastrándose... Música: Contraste total con la imagen... La música se mantiene dentro del mismo tenor anterior. Sin embargo, se produce un atisbo de una sección contrastante: B. No logran disimular totalmente el trabajo de posproducción. Esta sección de 15 segundos permite una nueva repetición del estribillo.	Denomina: clichés musicales pues, son utilizados para ilustrar estados anímicos. La imagen, el texto y la música generan un contraste expresivo que se transforma en una característica de la pieza: el permanente uso de pedales, que aprisiona la quejumbrosa y cálida voz que recuerda la propaganda de Windows 95 y remite a una persona de más edad que la del joven cantante. Existe una autopropaganda mal disimulada que remite a un documental sobre ellos mismos. Predomina el mensaje musical sobre el visual. Los saltos y giros corporales no se adecúan a la pesadez de la melancólica y sensual (?) voz. La repetición del estribillo genera un ambiente sonoro que distrae a los jóvenes que asisten a la muestra.

4.2. Verificación con los destinatarios

Esta importante actividad se desarrolló mediante la presentación, sin ningún comentario, de los primeros 15 minutos de uno de los programas grabados de *Musitronia* elegidos al azar.

Después de que terminaron de ver el vídeo, se les entregó una hoja a cada uno y se les formuló las preguntas ya señaladas. Dado que las respuestas son abiertas, a continuación señalo las principales coincidencias:

Frente a la pregunta: «¿Qué vi?», se obtuvieron los siguientes resultados:

Comentario	Coincidencias
Descripción general del programa	64%
Descripción general de los diferentes grupos	28%
No contesta	8%

Frente a la pregunta: «¿Qué sentí?», se obtuvieron los siguientes resultados:

Comentario	Coincidencias
Nostalgia	29%
Deseos de ver a mi novia(o)	12%
Deseos de bailar	18%
Alegría, felicidad	11%
Aburrimiento (no me gusta esa música)	6%
Ganas de tocar un instrumento musical	7%
Ganas de divertirme	6%
No contesta	2%

Posteriormente, se exhibió una presentación multimedia con los resultados obtenidos en el análisis y en general, se manifestaron muy interesados. Luego, se les entregó una hoja para que anotaran aquellos aspectos que no estaban de acuerdo con el análisis del profesor.

Los resultados fueron los siguientes:

Manifiestan estar totalmente de acuerdo con lo señalado en el análisis	42%
Consideran que pese a que los adultos no están de acuerdo en que vean televisión y que le encuentren muchos defectos, ellos se encuentran encantados de verla, pues:	
Les relaja:	20%
Les entretiene:	25%
No argumenta, solamente señala no estar de acuerdo:	13%

5. Conclusiones

- 1) Aunque en ocasiones el sentido de la experiencia audiovisual presenta correlatos contrastantes e, incluso, opuestos, el estudio de las bandas sonoras como representaciones o significantes debe necesariamente consignar a ambos, señalando el valor narrativo de cada dominio y establecer su función coadyuvante, redundante e incluso oponente.
- 2) Al relacionar los criterios teóricos de Orff y Kodály, se generó una importante cantidad de coincidencias que estimulan a continuar perfeccionando esta grilla, con el fin de establecer parámetros cualitativos.

6. Bibliografía:

- ADORNO, T. y EISLER, H. (1981): *El cine y la música*. Madrid: Fundamentos.
- ALCÁZAR, A. (2006): *Análisis de la música electroacústica, género acusmático, a partir de la escucha*. Universidad de Castilla-La Mancha. Tesis doctoral.
- CHION, M. (1993): *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós.
- KRACAUER, S. (1995): *De Caligari a Hitler: una historia psicológica del cine alemán*. Barcelona: Paidós.
- LIMB, Ch. (2006): «Structural and functional neural correlates of music perceptions», *Anat Rec* 288^a (4): 435-446.
- MARTÍNEZ, J. L. (2001): «Semiótica de la música: una teoría basada en Peirce», *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 10: 177-192.
- MAGARIÑOS DE MORENTIN, J. (1983): *El Signo. Las fuentes teóricas de la semiología: Saussure, Peirce, Morris*. Buenos Aires: Edicial.
- MITRY, J. (1997): *Estética y psicología del cine*. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- URRESTI, M. (2000): «Paradigmas de participación juvenil: un balance histórico», en BALARDINI, S. (comp.): *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*. Buenos Aires: CLACSO.
- VERÓN, E. (1994): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- WALTHER, E. (1994): *Teoría general de los signos: introducción a los fundamentos de la semiótica*. Santiago de Chile: Dolmen.

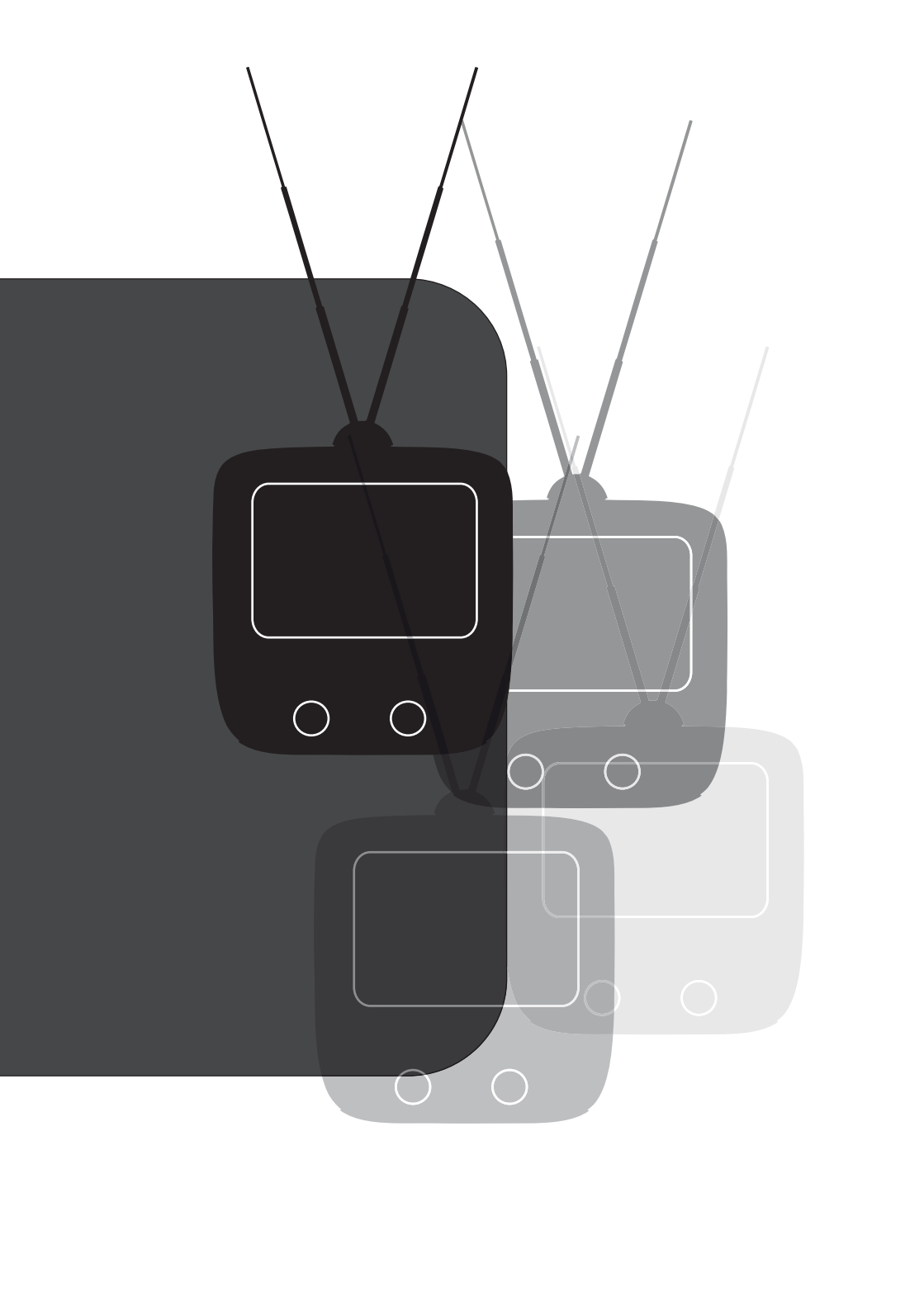
Imágenes:

www.upload.wikimedia.org
www.infantil.tvn.cl/tronia/2006
www.bolsonweb.com

PARTE 3

Análisis de contenidos





I2. LA BANDA SONORA DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL LATINOAMERICANA. ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y ESTUDIO DE RESULTADOS

Dra. Reina Ferrández Berrueco

Dra. Amparo Porta Navarro

Universitat Jaume I. Castellón

I. Marco teórico

Música y arte sonoro

Una revisión del entorno sonoro actual indica un cambio sustancial del hecho musical. La música que escuchan los niños en la televisión es fruto de todo un proceso histórico determinado por cambios sociales, culturales, industriales y expresivos que se precipitan en el siglo xx (Porta, 1996). Sobre ellos descansan los elementos del hábitat sonoro, que han tenido como consecuencia la consolidación de los nuevos soportes comunicativos que vinculan la música con la imagen filmada, la narración y el movimiento, es decir, la aparición de la banda sonora de la comunicación audiovisual (Porta, 2007). De este complejo conglomerado destacamos tres ejes porque dibujan el escenario de la escucha cotidiana: en primer lugar, la diferenciación entre *música y arte sonoro*; en segundo lugar, los contornos difuminados de las formas de expresión con su consecuente pérdida de la frontera y, finalmente, el carácter mediático y espectacular de la música popular contemporánea.

La televisión como representación del entorno sonoro y espacio de la escucha

Desde una posición educativa, el informe *Pigmalión* sobre el impacto de la televisión en la infancia (Del Río, Álvarez y Del Río, 2004), aporta gran información sobre España, y permite articular una visión global con el fin de integrar el problema de la escucha televisiva en una perspectiva cultural del desarrollo infantil. Estos autores defienden, entre otras cuestiones, crear a largo plazo una programación televisiva infantil que tenga como referentes las propuestas culturales.

Nuestro tema de interés es la música desde el lado de la escucha, cuya presencia televisiva se produce mediante la banda sonora de las programaciones infantiles de televisión. Son escasos los trabajos encontrados en torno al estudio cognitivo, social y comunicativo de la música en la televisión pese a su influencia como modelador y constructor de la realidad del niño y el adolescente.

2. Objetivos

Nuestro trabajo de investigación trata de conocer qué escuchan los niños en la programación infantil de televisión en una muestra televisiva de cobertura latinoamericana. El objetivo general ha sido establecer los parámetros de la escucha del entorno cotidiano a partir de la elaboración y validación de un instrumento que determine sus elementos objetivos. Una vez creado el instrumento y aplicado a la muestra, describiremos en este capítulo los resultados más destacados obtenidos a partir del primer análisis cuantitativo realizado sobre las bandas sonoras de nueve programas infantiles de Brasil, Argentina, Chile y España.

3. Método

Como marco teórico de referencia para su interpretación, de carácter semiótico, hemos utilizado el modelo de Umberto Eco (1978) y, como específico para la construcción de la plantilla de la escucha, el propuesto por Gómez-Ariza (2000).

La investigación realizada partía de la elaboración de un instrumento de medida basado en aquellas características del sonido susceptibles de ser medidas de manera cuantitativa para, una vez elaborado y validado (Porta, A. y Ferrández, R., 2009), pasar a analizar dichas características, desde un enfoque cuantitativo en el que se detallan aquellos elementos comunes y divergentes así como la asociaciones más significativas entre las variables medidas. Posteriormente, y a partir de

los resultados más sobresalientes obtenidos, se dará paso a una segunda parte de corte cualitativo en el que se profundizará en la interpretación y consecuencias de dichos resultados.

4. Variables

Las variables empleadas para este análisis cuantitativo han sido un total de trece, todas ellas relacionadas con las características sonoras y medidas en una escala nominal que señalaba la existencia o no de determinadas características de la variable considerada en la unidad muestral seleccionada. Las variables utilizadas han sido las siguientes:

0. Existencia de sonido
1. Sonido no musical
2. Sonido musical
3. Voz
4. Métrica y rítmica
5. Tipo de comienzo
6. Dinámica
7. Agógica
8. Género y estilo
9. Organización sonora
10. Cadencia
11. Modulación
12. Textura sonora
13. Plano sonoro

5. Instrumento

El instrumento utilizado dividía las variables consideradas en diferentes categorías susceptibles de ser medidas de manera dicotómica, según aparecieran o no en el fragmento seleccionado. De esta forma, se elaboró y validó el instrumento que puede verse en la figura 1 y que como características técnicas más relevantes, diremos que, tras una doble validación interjueces, presentó un porcentaje de acuerdo medio superior al 80% (ver tabla 1), lo que se consideró un indicador de muy elevada fiabilidad del instrumento en general, aunque con algunas matizaciones.

Tabla 1. Porcentaje de acuerdos en los dos pases de validación del instrumento de medida

VARIABLE	% Acuerdo 1. ^a validación	% Acuerdo 2. ^a validación
Sonido musical	27,27	37
Voz	63,64	93
Métrica y rítmica	81,82	100
Tipo de comienzo	72,73	74
Dinámica	100	100
Agógica	63,64	100
Género y estilo	40,91	78
Organización sonora	81,82	69
Cadencia	31,82	44
Modulación	90,91	93
Textura sonora	81,82	93
Plano sonoro	100	89
Acuerdo medio global	69,70	80,83
Correlación entre los dos pases (r_{xy})	0,75	

Figura 1. Instrumento utilizado para el análisis cuantitativo de las bandas sonoras

FICHA: REGIÓN: PROGRAMA: FECHA: UNIDAD DE ANÁLISIS: (pieza completa/frase/semifrase/motivo/diseño/otros: especificar)		PAÍS: SECCIÓN (propia/dibujos/publicidad): DURACIÓN: (minutos: segundos)	
0. SIN SONIDO			
1. SONIDO NO MUSICAL			
2. SONIDO MUSICAL	2.a. ACÚSTICO	2.a.1. cordófono 2.a.2. aerófono 2.a.3. membranófono 2.a.4. idiófono 2.a.5. mezcla (especificar)	
	2.b. ELECTRÓNICO	2.b.3.1 original 2.b.3.2 imitación	
	2.c. MEZCLA (especificar)		
	2.d. NO SE PUEDE DETERMINAR		

3. VOZ	3.a. HABLADA O CANTADA	3.a.1. hombre 3.a.2. mujer 3.a.3. niño 3.a.4. grupo de voces 3.a.5. otros (especificar)
	3.b. SIN VOZ (Instrumental)	
	3.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	
4. MÉTRICA Y RÍTMICA	4.a. BINARIO	
	4.b. TERNARIO	
	4.c. OTROS (especificar)	
	4.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
5. TIPO DE COMIENZO	5.a. TÉTICO	
	5.b. ANACRÚSICO	
	5.c. ACÉFALO	
	5.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
6. DINÁMICA	6.a. CON VARIACIÓN	
	6.b. SIN VARIACIÓN	
	6.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	
7. AGÓGICA	7.a. ACELERANDO	
	7.b. RITTARDANDO	
	7.c. SIN VARIACIÓN	
	7.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
8. GÉNERO Y ESTILO	8.a. ERUDITA OCCIDENTAL	
	8.b. POPULAR (especificar)	
	8.c. TRADICIONAL	8.c.1. propia 8.c.2. externa
	8.d. COMBINACIONES (especificar)	
	8.e. NO SE PUEDE DETERMINAR	
9. ORGANIZACIÓN SONORA	9.a. TONAL	9.a.1. mayor 9.a.2. menor
	9.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	
10. CADENCIA	10.a. SUSPENSIVA	
	10.b. CONCLUSIVA	
	10.c. CORTADO	
	10.d. OTROS (especificar)	
	10.e. NO SE PUEDE DETERMINAR	

11. MODULACIÓN	11.a. MODULA
	11.b. NO MODULA
	11.c. NO SE PUEDE DETERMINAR
12. TEXTURA SONORA	12.a. HOMOFÓNICO
	12.b. MONODÍA ACOMPAÑADA
	12.c. POLIFÓNICO
	12.d. NO SE PUEDE DETERMINAR
13. PLANO SONORO	13.a. MÚSICA COMO FIGURA
	13.b. MÚSICA COMO FONDO
	13.c. NO SE PUEDE DETERMINAR

Estas matizaciones se centraban en dos de las variables, concretamente: *sonido musical* y *cadencia* que en ambos países se mantuvo en unos niveles de acuerdo bastante bajos, lo que ha motivado su revisión por parte de los investigadores que están llevando a cabo el estudio. Por ello, a la hora de describir los resultados obtenidos, objeto de este capítulo, los datos referentes a estas dos variables deberán ser considerados de forma cautelara.

6. Muestra

La muestra se seleccionó a partir de una semana de programación en la que no coincidiera ningún acontecimiento especial que pudiera modificar el planteamiento cotidiano del programa elegido por cada grupo. A partir de ahí, se realizó un muestreo mediante el procedimiento de elección experta, de manera que se incluyeran todos los elementos de la música más relevantes para el análisis, así como los tres espacios más habituales: programación propia, dibujos animados y publicidad. Asimismo, se complementó con 10 cortes seleccionados de manera aleatoria de cada uno de los programas estudiados.

Los elementos de la música que han conformado la muestra se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Distribución porcentual de los elementos de la música que han formado parte de la muestra

Elemento de la música	Frecuencia de análisis	Porcentaje
Pieza completa	146	16,8
Frase	334	38,5
Frase cortada	28	3,2
Semifrase	52	6,0
Motivo	86	9,9
Diseño	21	2,4
Colcha	131	15,1
Final de pieza	28	3,2
Sin música	41	4,7
Total	867	100

Por lo que se refiere a la muestra, desde la perspectiva del análisis propuesto como objetivo, la hemos distribuido en tres niveles de concreción: *país*, *programa* y *sección*.

- 1) País: cuatro han sido los países participantes: Argentina, Brasil, Chile y España.
- 2) Programa: se han analizado nueve programas infantiles de la televisión emitidos en abierto en estos cuatro países: *Castelo Rá-Tim-Bum*, *Casi ángeles*, *Los Simpson*, *Musitronia*, *Los Lunnis*, *La Banda*, *Patito Feo*, *Babalà* y *Club Super3*.
- 3) Sección: ya se ha comentado que la programación se ha dividido en tres partes: programación propia, publicidad y dibujos animados. En total se recogieron 867 fichas que se distribuyen en la muestra según la siguiente tabla:

Tabla 3. Distribución de la muestra

País	Programa	Sección			TOTAL
		Propia	Publicidad	Dibujos	
Argentina 261 (30,1%)	<i>Casi Ángeles</i>	105 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	105 (12,1%)
	<i>Patito Feo</i>	24 (28,6%)	60 (71,4%)	0 (0%)	84 (9,7%)
	<i>Los Simpson</i>	0 (0%)	0 (0%)	72 (100%)	72 (8,3%)
Brasil 106 (12,2%)	<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	84 (80%)	18 (17,1%)	3 (2,9%)	106 (12,2%)
Chile 93 (10,7%)	<i>Musitronia</i>	30 (32,3%)	58 (62,4%)	5 (5,4%)	93 (10,7%)
España 407 (46,9%)	<i>Los Lunnis</i>	64 (75,6%)	8 (4,4%)	18 (20%)	90 (10,4%)
	<i>Babalà</i>	42 (24,7%)	4 (2,4%)	124 (72,9%)	170 (19,6%)
	<i>La Banda</i>	38 (46,3%)	7 (8,5%)	37 (45,1%)	82 (9,5%)
	<i>Club Super3</i>	20 (30,8%)	0 (0%)	45 (69,2%)	65 (7,5%)
TOTAL		411 (47,5%)	151 (17,4%)	304 (35,1%)	867

7. Refinado de los datos

El proceso de refinado ha supuesto agrupar las unidades de análisis, todavía sujetas a un alto grado de ambigüedad en su definición. La plantilla ofrecía en su cabecera de datos una serie de imprecisiones, por nomenclatura no unívoca, que dificultaban la interpretación correcta de los resultados. Así, se registraron todos los nombres asignados a códigos y categorías para reagruparlos en categorías mayores, que fueran, igualmente, fieles a los estudios realizados, pero comparables entre sí. Para ello se ha procedido a añadir para su codificación tres columnas correspondientes a tres tipos de datos: la correspondiente a la hora de comienzo de cortes o secuencias para analizar; la correspondiente al análisis de los elementos de la música y, finalmente, una tercera correspondiente al análisis de los elementos de la programación. Todo ello fue distribuido en tres nuevas columnas de codificación de las plantillas.

La primera de las columnas de nueva creación era un dato omitido por algunos investigadores que se necesitaba recuperar para ubicar tanto el tiempo de duración de la pieza musical, secuencia o apartado del programa analizado, como su situación en la escaleta televisiva. La segunda columna reagrupó los elementos de la música que quedaron reducidos a ocho opciones, eliminando las redundancias y dejando únicamente los elementos musicales más significativos en el contexto televisivo de la banda sonora, y que iban desde la obra musical mayor considerada, la pieza musical completa, a la colcha como elemento de menor significación. En cuanto a la tercera columna, los elementos de la programación agruparon las ocho opciones más significativas que abarcaban desde la dramatización y la cabecera hasta el cierre y los cortes periódicos.

Esta tarea tuvo un proceso de agrupaciones progresivas para no dejar ningún elemento musical ni de la programación fuera. Así, *cabecera* reunió tres definiciones diferentes (cabecera, tema de apertura y sintonía); el apartado de *frase* reunió las doce acepciones iniciales, independientemente de dónde estuviera situada y su desarrollo completo o no, y fue llamada simplemente *frase*. De igual modo, se procedió con todas las formas musicales inferiores a la estructura de frase cuyas múltiples acepciones fueron reagrupadas en ocho únicas posibilidades: *semifrase*, *motivo*, *diseño*, *colcha* y *final de pieza*. Por último, con intención de observar la presencia real y, por lo tanto, el grado de influencia de la banda sonora de la programación infantil, se introdujo la nueva categoría de *corte periódico*. Esta nueva categoría tomaba los 55 minutos iniciales de la programación de un día al azar que se analizó por medio de 10 cortes periódicos. Estos cortes fueron realizados cada 5 minutos y estudiados por medio de una plantilla para cada uno de ellos. Así, se obtuvieron 10 plantillas por cada programación que representaban la presencial real de la banda sonora en la televisión analizada y que se obtuvo por medio de un total de 90 plantillas de las nueve programaciones analizadas.

La nueva distribución de opciones y sus instrucciones fue remitida, de nuevo, a los investigadores junto con su libro de códigos, en el que quedaron reflejadas todas las precisiones especificadas para que renombraran los segmentos de programación y los elementos musicales analizados.

Las instrucciones dadas a los investigadores fueron las siguientes:

INSTRUCCIONES REFINADO PARA INVESTIGADORES

1.- Completar en la tabla adjunta las tres columnas vacías:

a) Columna HORA DE COMIENZO (2 opciones):

Hora de comienzo, en minutos y segundos

Continúa

b) Columna UD. ANÁLISIS ELEMENTOS MÚSICA (3 opciones):

Pieza completa

Frase

Frase cortada

Semifrase

Motivo

Diseño

Colcha

Final pieza

c) Columna UD. ANÁLISIS ELEMENTOS PROGRAMACIÓN (3 opciones):

Cabecera

Sintonía

Cierre

Cortinilla

Canción

Dramatizaciones, escenas y reportajes

Corte

Corte periódico

2.- Realizar 10 cortes periódicos:

Tomar uno de los programas al azar. Hacer un corte cada 5 minutos comenzando después de la cabecera hasta tener 10 cortes.

Duración del corte: entre 10" y 20", hasta la primera cadencia, si la hay.

Realizar una plantilla para cada corte

3.- Enviar las 10 nuevas plantillas en codificación de 0 y 1 y completar los datos en la tabla enviada. Si ya han sido realizados, indicar en la plantilla de refinado CORTE PERIÓDICO.

Este fue el libro de códigos resultante, que comprendía:

1) Elementos de la programación:

- Cabecera
- Sintonía
- Cierre
- Cortinilla
- Canción
- Dramatizaciones, escenas y reportajes
- Corte
- Corte periódico

2) Elementos de la música:

- Pieza completa
- Frase
- Frase cortada
- Semifrase
- Motivo
- Diseño
- Colcha
- Final pieza

DEFINICIONES PARA LIBRO DE CÓDIGOS

Cabecera.- Inicio del programa.

Sintonía.- Tema principal del programa. Suele utilizarse el que aparece en la cabecera. Se repite en varias ocasiones.

Cierre.- Despedida del programa.

Cortinilla.- Ajustes de continuidad de duración muy breve.

Canción.- Forma canción con sonido diegético (forma parte de la acción escénica del programa y es interpretada por sus personajes).

Dramatizaciones, escenas y reportajes.- Música que acompaña a la dramatización, diferente de la sintonía.

Corte.- Divisiones periódicas de una pieza cuando tienen más de una frase.

Corte periódico.- Corte realizado cada 5 minutos, con una duración de entre 10^o y 20^o. Comienza a contarse después de terminada la cabecera del programa.

Pieza completa.- Obra musical completa compuesta por varias frases o temas.

Frase.- Unidad sintáctica mínima completa que expresa una idea musical.

Frase cortada.- Frase interrumpida antes de llegar a su resolución cadencial.

Semifrase.- Unidad sintáctica menor a la frase. La frase puede tener un solo miembro o estar segmentada en dos o más miembros de frase interdependientes.

Motivo.- El motivo es la unidad mínima con sentido musical que funciona como elemento generador de elaboraciones. Un tema musical está construido a partir de uno o varios motivos. El o los motivos suelen ser los primeros segmentos del tema que se escuchan.

Diseño.- Unidad sintáctica musical inferior al motivo y elemento constructivo del mismo.

Colcha.- Elementos musicales sin consistencia formal, como notas mantenidas o fragmentos de escalas ascendentes o descendentes.

Final pieza.- Última parte de la pieza musical, que contiene su resolución cadencial final.

Una vez realizado todo el proceso, finalmente se procedió a su tratamiento estadístico, cuyos resultados son los que ofrecemos a continuación.

8. Resultados

A continuación describiremos los resultados globales y por programas obtenidos para cada una de las variables, a excepción de la variable 0 (*sin sonido*) que al haber obtenido únicamente una frecuencia de aparición, no resulta relevante y no se incluirá en esta exposición de resultados. Para el resto de variables, se incluirán en cada caso, por simplificar, las tablas correspondientes con los porcentajes válidos de ocurrencia en cada una de las categorías así como una tabla resumen que mostrará de manera visual las características que identifican cada uno de los programas analizados. Emplearemos como elemento de comparación el porcentaje y no la frecuencia directa porque el número de cortes analizados no ha sido el mismo en todos los programas, por lo que la frecuencia directa de aparición no resulta comparable. Por otra parte, y como consecuencia de este desigual número de fichas por programa, la comparación se realizará siempre de manera relativa al total parcial de cada uno de los programas, no sobre el total. Por último, debe entenderse que la suma de porcentajes de aparición de cada una de las características de cada programa debe sumar el 100%. Cuando esto no ocurre así es porque dada las características del corte (demasiado corto, música presente pero inaudible, etc.) no se ha podido determinar la categoría y, por ello, se señalaba la opción «No se puede determinar», presente en todas las variables.

Sonido no musical

Se trata de una variable dicotómica en la que se señalaba cuándo el corte analizado contenía sonido, pero este no tenía características musicales. El 22,3% de las escuchas realizadas (193) no han encontrado sonido musical, lo que vendría a significar

que cerca de la cuarta parte de la programación no cuenta con música. En la distribución por programas (tabla 4), encontramos dos grupos claramente definidos por este aspecto: por un lado, contamos con un grupo de programas en los que la música tiene un papel frecuente (como figura o como fondo, este aspecto se analizará más adelante) y, por tanto, muestran porcentajes bajos. Por otro lado, encontramos aquellos en los que la aparición de la música tiene un porcentaje sensiblemente inferior. Dentro del primer grupo, es decir, los más musicales, encontramos *Los Simpson*, *Musitronia*, *La Banda*, *Patito Feo* y *Club Super3* en los que prácticamente la totalidad del espacio de la programación cuenta con algún efecto musical. En el segundo grupo se situarían *Castelo Rá-Tim-Bum*, *Casi ángeles*, *Los Lunnis* y *Babalà* como programas en los que la música no está siempre presente.

Tabla 4. Porcentaje de aparición de sonidos no musicales

PROGRAMA	%
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	41,5
<i>Casi ángeles</i>	32,4
<i>Los Simpson</i>	6,9
<i>Musitronia</i>	6,5
<i>Los Lunnis</i>	61,1
<i>La Banda</i>	3,7
<i>Patito Feo</i>	6
<i>Babalà</i>	24,1
<i>Club Super3</i>	0
TOTAL	22,3

Sonido musical

Se trata de una variable politómica dividida en tres niveles de orden superior, según el sonido musical fuera acústico, electrónico o una mezcla de ellos. El sonido acústico se subdividía, a su vez, en cinco niveles, según fuera cordófono, aerófono, membranófono, idiófono o una combinación de ellos que debía ser especificada. El sonido electrónico se subdividía también en otros dos niveles, según fuera original o de imitación, si bien estas características resultaron, en muchas ocasiones, difíciles de discriminar y, por ello, el acuerdo mostrado en la validación interjueces fue siempre bajo. Se trataba de señalar cuándo el corte analizado contenía sonido musical y cuál era su característica principal. La tabla 5 muestra los porcentajes correspondientes:

Tabla 5. Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de sonidos musicales

	ACÚSTICO					ELECTRÓNICO		MEZLA (especificar)
	Cordófono	Aerófono	Membranófono	Idiófono	Mezcla (especificar)	Original	Imitación	
TOTAL	2,2	1,8	1,2	1	21,9	21,2	34,3	5,8
Castelo Rá-Tim-Bum	0,9	4,7	3,8	0	0	8,5	53,8	5,7
Casi ángeles	7,6	0	0	0	12,4	6,7	32,4	3,8
Los Simpson	0	1,4	2,8	0	27,8	25	11,1	22,2
Musitronia	5,4	0	1,1	2,2	8,6	72	22,6	2,2
Los Lunnis	3,3	0	1,1	0	11,1	4,4	65,6	10
La Banda	0	3,7	0	0	9,8	52,4	22	7,3
Patito Feo	0	0	0	0	0	0	89,3	4,8
Babalà	0	0	0,6	0	48,2	7,1	14,7	0
Club Super3	3,1	10,8	1,5	10,8	32,3	36,9	0	4,6

De esta forma, parece constatar que existe una mayoría de los sonidos musicales pertenecientes a la categoría de electrónicos (55,5%), tanto originales como de imitación, seguidos de combinaciones de sonidos acústicos. En este caso, la mayoría de programas se identifican claramente con el resumen total, si bien se destacan dos programas que presentan alguna variación. Se trata de *Babalà* y *Los Simpson*, puesto que ambos presentan mayor porcentaje de acústicos de mezcla. Por otra parte, debería destacarse también *Patito Feo* por cuanto se va a caracterizar, de manera casi exclusiva, por el sonido electrónico de imitación. El cuadro 1 muestra de manera resumida las características principales de los programas con respecto a esta variable:

Cuadro 1. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto al tipo de sonido musical

		TOTAL	Castelo Rá-Tim-Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitronia	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Babalà	Club Super3
Acústico	Cordófono										
	Aerófono										
	Membranófono										
	Idiófono										
	Mezcla	X			X					X	X
Electrónico	Original	X			X	X		X			X
	Imitación	X	X	X		X	X		X		X
Mezcla					X						

Voz

Esta variable hace referencia al tipo de voz (hablada o cantada) que aparece en el fragmento analizado. Así, se señalaba si la voz pertenecía a un hombre, a una mujer, a un niño/a, o a un grupo de voces, o bien si era de otro tipo, como pudiera ser, por ejemplo, la voz-máquina. La tabla 6 muestra los porcentajes de aparición de las diferentes categorías en todos los programas. En la tabla se observa claramente el predominio de la música instrumental frente a la voz hablada o cantada. Esto va muy ligado, como se verá al analizar la variable *plano sonoro*, al hecho de que la música aparece en muchas ocasiones, como fondo de la acción narrativa.

Tabla 6. Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de voz

	HOMBRE	MUJER	NIÑO	GRUPO DE VOCES	OTROS (especificar)	SIN VOZ (Instrumental)
TOTAL	11	5	6,5	17,4	16	39
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	21,7	5,7	2,8	26,4	0	43,4
<i>Casi ángeles</i>	1	1	0	4,8	1,9	59
<i>Los Simpson</i>	5,6	0	1,4	11,1	0	75
<i>Musitronia</i>	20,4	19,4	7,5	7,5	3,2	41,9
<i>Los Lunnis</i>	10	2,2	0	38,9	5,6	42,2
<i>La Banda</i>	19,5	3,7	15,9	23,2	0	36,6
<i>Patito Feo</i>	1,2	13,1	1,2	19	3,6	56
<i>Babalà</i>	11,2	0	9,4	0,6	74,1	5,9
<i>Club Super3</i>	4,6	3,1	23,1	49,2	0	18,5

De entre todos los programas, destaca *Patito Feo* por cuanto más de la mitad de las apariciones de la música es instrumental, frente a *Babalà*, programa en el que la música suele ser interpretada en su mayor parte por voces indeterminadas puestas en animales. El cuadro 2 muestra un resumen de las características más importantes de los programas con respecto al tipo de voz:

Cuadro 2. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto al tipo de voz

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitro- nia	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Baba- là	Club Super3
HOMBRE		X			X		X			
MUJER										
NIÑO										X
GRUPO DE VOCES		X	X			X	X			X
OTROS (es- pecificar)									X	
INSTRU- MENTAL	X	X	X	X	X	X	X	X		

Métrica y rítmica

Se refiere a la organización jerárquica y la distribución de sonidos en el continuo temporal. Se subdivide en dos categorías: binario y ternario, pero también se añade una tercera categoría denominada «otros», utilizada cuando la escucha no se correspondía con ninguna de estas categorías, debiendo especificarse el nuevo término.

La tabla 7 muestra los porcentajes de aparición de cada una de las categorías, y a simple vista, resulta evidente el predominio del ritmo binario frente a cualquier otra posibilidad, si bien puede destacarse *Castelo Rá-Tim-Bum* por el cerca del 21% de aparición de cuaternario. Los resultados muestran la pobreza rítmica de la música que aparece como simple, redundante y sin rasgos rítmicos diferenciadores de las culturas de origen.

Tabla 7. Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de métrica y rítmica

	BINARIO	TERNARIO	OTROS (especificar)
TOTAL	71,2	1,4	4,3
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	59,4	0	20,8
<i>Casi ángeles</i>	55,2	0	0
<i>Los Simpson</i>	66,7	1,4	0
<i>Musitronia</i>	93,5	2,2	1,1
<i>Los Lunnis</i>	88,9	0	5,6
<i>La Banda</i>	73,2	2,4	7,3
<i>Patito Feo</i>	84,5	6	2,4
<i>Babalà</i>	70,6	0,6	0
<i>Club Super3</i>	46,2	1,5	1,5

El cuadro 3 resulta, asimismo contundente a este respecto:

Cuadro 3. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto a la métrica y rítmica

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitronia	Los Lunnis	La Ban- da	Pa- tito Feo	Ba- balà	Club Su- per3
BINARIO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TERNARIO										
OTROS (es- pecificar)		X								

Tipo de comienzo

Se refiere a la forma de comienzo de la forma musical. Se subdivide en tres categorías, según sea anacrúsico, acéfalo, o tético.

Tabla 8. Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de comienzo

	TÉTICO	ANACRÚSICO	ACÉFALO
TOTAL	59,2	15,5	2,8
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	56,6	16	1,9
<i>Casi ángeles</i>	40	14,3	0
<i>Los Simpson</i>	59,7	26,4	4,2
<i>Musitronia</i>	76,3	17,2	4,3
<i>Los Lunnis</i>	37,8	57,8	1,1
<i>La Banda</i>	81,7	1,2	0
<i>Patito Feo</i>	70,2	2,4	16,7
<i>Babalà</i>	64,7	6,5	0
<i>Club Super3</i>	41,5	1,5	0

Los resultados obtenidos y que pueden verse en la tabla 8, muestran que más de la mitad de la música tiene un comienzo tético, si bien *Los Lunnis* representan una excepción al presentar un mayor porcentaje de comienzo anacrúsico. El cuadro 4 muestra la caracterización de los diversos programas con respecto al tipo de comienzo:

Cuadro 4. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto al tipo de comienzo

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musi- tronía	Los Lunnis	La Ban- da	Pa- tito Feo	Ba- balà	Club Su- per3
TÉTICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ANACRÚTICO				X		X				
ACÉFALO										

Dinámica

Se ha dividido en dos categorías: con variación o sin ella, dependiendo de que la intensidad cambie o no durante el fragmento seleccionado.

Tabla 9. Porcentajes de aparición de variaciones en la dinámica

	CON VARIACIÓN	SIN VARIACIÓN
TOTAL	14,3	73,4
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	12,3	80,2
<i>Casi ángeles</i>	7,6	60
<i>Los Simpson</i>	66,7	1,4
<i>Musitronía</i>	12,9	86
<i>Los Lunnis</i>	18,9	80
<i>La Banda</i>	19,5	76,8
<i>Patito Feo</i>	0	94
<i>Babalà</i>	0	77,1
<i>Club Super3</i>	56,9	23,1

Los resultados reflejados en la tabla 9 muestran, de nuevo, una gran uniformidad en la música escuchada; únicamente *Club Super3* y *Los Simpson* muestran variaciones de intensidad, lo que, en principio, confiere una mayor riqueza a lo que la audiencia infantil escucha. En el otro extremo destacaría *Babalà* y *Patito Feo*, como aquellos en los que no ha aparecido ninguna variación de intensidad. El cuadro 5 muestra estos resultados en términos de caracterización de los programas.

Cuadro 5. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto a la dinámica

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musi- tronía	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Baba- là	Club Su- per3
CON VARIACIÓN				X						X
SIN VARIACIÓN	X	X	X		X	X	X	X	X	X

Agógica

Se refiere a la duración. Se ha dividido en tres categorías: acelerando, rittardando o sin variación. Los resultados se muestran en la tabla 10 y queda claramente patente, de nuevo, la uniformidad a este respecto. No existe variación en ninguno de los programas, y cuando aparece, su presencia es muy poco significativa.

Tabla 10. Porcentajes de aparición de los diferentes tipos de agógica

	ACCELERANDO	RITTARDANDO	SIN VARIACIÓN
TOTAL	1,8	1,8	82,7
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	4,7	4,7	82,1
<i>Casi ángeles</i>	0	0	67,6
<i>Los Simpson</i>	2,8	0	90,3
<i>Musitronía</i>	5,4	2,2	92,5
<i>Los Lunnis</i>	3,3	4,4	88,9
<i>La Banda</i>	1,2	2,4	92,7
<i>Patito Feo</i>	0	0	91,7
<i>Babalà</i>	0	0	77,1
<i>Club Super3</i>	0	4,6	67,7

El cuadro 6 presenta de manera evidente este aspecto:

Cuadro 6. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto a la agógica

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musi- tronía	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Ba- balà	Club Su- per3
ACCELERANDO										
RITTARDANDO										
SIN VARIACIÓN	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Género y estilo

Hace referencia a la forma y manera de la pieza musical que permite agruparla entorno a composiciones afines.

Tabla 11. Porcentajes de aparición de los diferentes géneros y estilos

	ERUDITA OCCIDENTAL	POPULAR (especificar)	TRADICIONAL propia	TRADICIONAL externa	COMBINACIONES (especificar)
TOTAL	10,6	60,8	2,1	4,7	4
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	33	35,8	6,6	2,8	7,5
<i>Casi ángeles</i>	21	33,3	0	7,6	0
<i>Los Simpson</i>	8,3	47,2	0	0	15,3
<i>Musitronia</i>	4,3	87,1	2,2	10,8	1,1
<i>Los Lunnis</i>	3,3	77,8	1,1	13,3	1,1
<i>La Banda</i>	4,9	80,5	1,2	1,2	7,3
<i>Patito Feo</i>	0	90,5	0	0	1,2
<i>Babalà</i>	5,9	60	4,1	0,6	0
<i>Club Super3</i>	12,3	38,5	0	9,2	10,8

La tabla 11 muestra que la música popular es la más utilizada por los programas analizados, pues aparece en más del 60% de las ocasiones. Sin embargo, debe tenerse presente que la denominación de «música popular» responde a una gran variedad de estilos bien diferenciados que podrían ir desde el *jazz* hasta las músicas de tradición oral o composiciones creadas con finalidad comercial o publicitaria.

Como programas que presentan alguna característica distintiva pueden mencionarse *Casi ángeles* y *Castelo Rá-Tim-Bum* con un porcentaje equilibrado entre el género popular y el erudito occidental. Un hecho llamativo es la práctica ausencia de géneros y estilos tradicionales propios y que identifican a una cultura concreta, como se observa de forma gráfica el cuadro 7. Los resultados obtenidos muestran de manera clara el empobrecimiento de los valores musicales de la diversidad en las nueve programaciones televisivas objeto del estudio. La programación infantil de la televisión en el ámbito latinoamericano estudiado tiene carácter no identitario, omitiendo de manera clara y contundente la música popular propia.

Cuadro 7. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto al género y estilo

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musi- tronía	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Ba- balà	Club Su- per3
ERUDITA OCCIDENTAL		X	X							
POPULAR (especificar)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TRADICIONAL propia										
TRADICIONAL externa										
COMBINACIONES (especificar)										

Organización sonora

Se refiere a la organización tonal o modal. Se divide en dos categorías principales: tono y modo, pero también se añade una tercera categoría denominada «otros». A su vez, el tono se subdivide en mayor y menor. La tabla 12 muestra los resultados para esta variable:

Tabla 12. Porcentajes de aparición de las diferentes categorías de organización sonora

	TONAL MAYOR	TONAL MENOR	MODAL	OTROS
TOTAL	56,4	22,5	1,7	1,3
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	58,5	17,9	4,7	2,8
<i>Casi ángeles</i>	7,6	49,5	0	0
<i>Los Simpson</i>	66,7	16,7	0	2,8
<i>Musitronía</i>	71	26,9	1,1	2,2
<i>Los Lunnis</i>	88,9	6,7	0	0
<i>La Banda</i>	79,3	12,2	2,4	1,2
<i>Patito Feo</i>	52,4	36,9	3,6	0
<i>Babalà</i>	47,6	18,8	0	0
<i>Club Super3</i>	53,8	12,3	6,2	4,6

Puede observarse que la mayoría de los elementos musicales analizados pertenecen al modo mayor, si bien debe destacarse *Casi ángeles* y en menor medida *Patito Feo* por su elevado porcentaje de aparición del modo menor. La organización modal es prácticamente inexistente.

Cuadro 8. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto a la organización sonora

	TOTAL	Castelo Rá-Tim- Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitro- nia	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Babalà	Club Super3
TONAL MAYOR	X	X		X	X	X	X	X	X	X
TONAL MENOR	X		X		X			X		
MODAL										
OTROS										

Cadencia

Se refiere a la forma de finalización de la música en el corte o secuencia seleccionados. Se divide en tres categorías: suspensiva, conclusiva y cortado, así como una cuarta categoría en la que se señalarían otras cadencias. La tabla 13 muestra los resultados de esta variable:

Tabla 13. Porcentajes de aparición de las diferentes cadencias

	SUSPENSIVA	CONCLUSIVA	CORTADO	OTROS
TOTAL	22,4	31,9	25,5	2
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	3,8	35,8	34,9	4,7
<i>Casi ángeles</i>	38,1	15,2	4,8	4,8
<i>Los Simpson</i>	12,5	36,1	36,1	0
<i>Musitronia</i>	11,8	40,9	40,9	6,5
<i>Los Lunnis</i>	25,6	56,7	10	1,1
<i>La Banda</i>	15,9	53,7	12,2	0
<i>Patito Feo</i>	3,6	40,5	47,6	0
<i>Babalà</i>	51,2	6,5	12,9	0
<i>Club Super3</i>	6,2	29,2	52,3	0

Puede observarse una gran variedad de cadencias dentro de la muestra analizada, aunque si bien, de manera global, predomina la cadencia conclusiva con una aparición cercana al 32% de las veces, las cadencias suspensivas y formas musicales cortadas también aparecen en aproximadamente la cuarta parte de la muestra, por lo que resultan también representativas. Sin embargo, debe recordarse que esta variable, junto con la de *sonido musical*, presentaban un grado de acuerdo muy bajo, por lo que los resultados no pueden entenderse como concluyentes, por ello no se realizará un análisis más profundo.

Modulación

Hace referencia a los cambios de tono. Se divide en dos categorías: con modulación y sin ella. Los resultados se muestran en la tabla 14:

Tabla 14. Porcentajes de aparición de modulaciones

	SONIDO MODULADO	SONIDO NO MODULADO
TOTAL	10,4	66,1
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	16	65,1
<i>Casi ángeles</i>	0	65,7
<i>Los Simpson</i>	16,7	76,4
<i>Musitronia</i>	14	83,9
<i>Los Lunnis</i>	47,8	46,7
<i>La Banda</i>	4,9	74,4
<i>Patito Feo</i>	0	92,9
<i>Babalà</i>	0,6	71,2
<i>Club Super3</i>	0	0

Como puede observarse, el sonido se presenta de manera mayoritaria sin cambios de tono, destacando *Patito Feo* con un porcentaje cercano al 93% de no modulación.

El cuadro 9 muestra la caracterización por programas:

Cuadro 9. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto a la modulación

	TOTAL	Castelo Rá-Tim-Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitronia	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Babalà	Club Super3
MODULADO						X				
NO MODULADO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

Textura sonora

A la vista de los resultados de la tabla 14, se observa que la textura homofónica es muy dominante en *Castelo Rá-Tim-Bum* y *Patito Feo*. *Los Simpson* y *La Banda* también presentan dominio homofónico, si bien no parece tan exclusivo. *Los Lunnis* y *Babalà* presentan claramente una estructura de monodía acompañada. En cuanto a la polifonía, aunque no hay ningún programa que presente esta textura de manera predominante, destacaríamos *Club Super3* y *Los Simpson* por mostrar también porcentajes importantes (ver cuadro 10).

Tabla 15. Porcentajes de aparición de las diferentes texturas sonoras

	HOMOFÓNICO	MONODÍA ACOMPAÑADA	POLIFÓNICO
TOTAL	33,5	37,7	8,5
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	70,5	8,5	11,3
<i>Casi ángeles</i>	15,2	49,5	1
<i>Los Simpson</i>	56,9	11,1	20,8
<i>Musitronia</i>	39,8	49,5	8,6
<i>Los Lunnis</i>	4,4	64,4	12,9
<i>La Banda</i>	54,9	9,8	6,1
<i>Patito Feo</i>	83,3	9,5	0
<i>Babalà</i>	1,2	68,8	0,6
<i>Club Super3</i>	1,5	32,3	30,8

	TOTAL	Castelo Rá-Tim-Bum	Casi ángeles	Los Simpson	Musitronia	Los Lunnis	La Banda	Patito Feo	Babalà	Club Super3
HOMOFÓNICO	X	X		X	X		X	X		
MONODÍA ACOMPAÑADA	X		X		X	X			X	X
POLIFÓNICO				X						X

Plano sonoro

Se trata de la última variable considerada en el análisis cuantitativo, y hace referencia al papel desempeñado por la música, bien como protagonista (figura), o bien como ambientación sonora de escenas y secuencias (fondo). Los resultados (ver tabla 16) muestran un claro predominio de la música como fondo en todos los programas, a excepción de *Los Simpson*, en los que, cuando aparece la música, lo hace claramente como protagonista. Como programas equilibrados, aunque con predominio de la música como fondo, podemos observar *Los Lunnis*, *Castelo Rá-Tim-Bum*, *La Banda* y *Club Super3* (ver cuadro 11).

Tabla 16. Porcentajes de aparición del plano sonoro

	MÚSICA COMO FIGURA	MÚSICA COMO FONDO
TOTAL	25,3	61,5
<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	20,8	76,4
<i>Casi ángeles</i>	1,9	63,8
<i>Los Simpson</i>	68,1	25
<i>Musitronia</i>	16,1	82,8
<i>Los Lunnis</i>	61,1	25,6
<i>La Banda</i>	51,2	45,1
<i>Patito Feo</i>	17,9	76,2
<i>Babalà</i>	1,8	69,4
<i>Club Super3</i>	24,6	73,8

Cuadro 11. Resumen de las características más sobresalientes de los programas con respecto al plano sonoro

	TOTAL	<i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	<i>Casi ángeles</i>	<i>Los Simpson</i>	<i>Musitronia</i>	<i>Los Lunnis</i>	<i>La Banda</i>	<i>Patito Feo</i>	<i>Babalà</i>	<i>Club Super3</i>
MÚSICA COMO FIGURA	X	X		X		X	X			X
MÚSICA COMO FONDO	X	X	X		X	X	X	X	X	X

9. Bibliografía

- ATIENZA, R. (2004): *L'identité sonore: une variable essentielle dans la configuration urbaine*. Grenoble: Cresson (pp. 161- 166).
- AUGOYARD, J. F.; LEROUX, M. (1989): *Journee d'étude nationale: Les Faiseurs de bruit* (casset). Grenoble: Cresson / Euterpes.
- DE MORAGAS, M. (1991): *Teorías de la comunicación* (5.ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- DEL RÍO, M. y ROMÁN, M. (2005): *Programación infantil de televisión: Orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- DEL RÍO, P.; ÁLVAREZ, A. y DEL RÍO, M. (2004): *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.
- DUARTE, M. A. (2005): «La banda sonora del programa *Castelo Rá-Tim-Bum*», en *La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad. Libro de Actas del Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación, Huelva (España), 24-27 de noviembre de 2005*. Huelva: Universidad de Huelva-Grupo Comunicar.
- ECO, U. y CANTARELL, F. S. (1978): *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Madrid: Lumen.
- GÓMEZ-ARIZA, C. (2000): «Determinants of musical representation». *Cognitiva*, 12, 1: 89-110.
- FERNANDES, J. N. y DUARTE, M. A. (2004): «A programação infantil da televisão de Valencia (Espanha) e do Rio de Janeiro (Brasil): Análise comparativa das trilhas sonoras», en *Anais do XIII Encontro da ABEM*. Porto Alegre: ABEM/UFRGS (pp. 484-489).
- FERNANDES, J. N.; DUARTE, M. A.; FERNANDES, C. A.; ORDINE, A. P.; ALVES, F. L. y TOURINHO, W. (2005): «Linguagem audiovisual, música e educação: análise comparativa da linguagem sonora dos programas infantís Ra-tim-bum e Xuxa no Mundo da Imaginação», en *Anais do XIV Encontro da ABEM*. Porto Alegre: ABEM/UFRGS. (pp. 30-41).
- OSTBYE, T. (1993): «Food and Nutrition in Canadian Prime-Time Television Commercials», *Canadian Journal of Public Health-Revue Canadienne De Sante Publique*, 84, 6: 370-374.
- PETERSON, J. L. y NEWMAN, R. (2000): «Helping to curb youth violence: The APA-MTV Warning Signs initiative», *Professional Psychology-Research and Practice*, 31, 5: 509-514.
- PORTA, A. (1996): *La música en las culturas del rock y las fuentes del currículo de Educación Musical*. Valencia: Universidad de Valencia. (Tesis doctoral).
- (2004a): «Contenidos musicales buscan currículum», *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 197, 2004: 31-36.
- (2004b): «Musical expression as an exercise in freedom», *ISME 26 International Society for Music Education World Conference*. Tenerife, España.

- (2005): «La escucha de un espectador de fondo: el niño ante la televisión», en *La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad. Libro de Actas del Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación, Huelva (España), 24-27 de noviembre de 2005*. Huelva: Universidad de Huelva-Grupo Comunicar.
- (2007): «Hablemos de educación, hablemos de música», *Eufonia: Didáctica de la música*, 40, 2007: 87-98.
- (2009): «Elaboración de un instrumento para conocer las características de la banda sonora de la programación infantil de televisión» [en línea], *RELIEVE*, 15, 2. Disponible en: http://www.uv.es/RELIEVE/v15n2/RELIEVEv15n2_6.htm.
- REYES, J. (2006): *Perpendicularidad entre arte sonoro y música*. Universidad de Palermo. Facultad de diseño y comunicación. Consultado el 12/05/09.
- SCHAEFFER, P. (1966): *Traité des objets musicaux*. París: Seuil.
- SCHAFER, M. (1977): *The tuning of the world*. Toronto: McClelland and Stewart.
- VYGOTSKI, L. (1981): «The instrumental method in psychology», en: WERTSCH, J.: *The Concept of Activity in Soviet Psychology*. Nueva York: Sharpe (pp.134-143).
- ZAMACOIS, J. (1986): *Curso de formas musicales* (10.^a ed.). Barcelona: Labor.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Dra. Amparo Porta Navarro

Universitat Jaume I (Castellón)

Nuestro proyecto tiene carácter analítico y compromete la producción de sentido del discurso contemporáneo, la concepción patrimonial, comunicativa y educativa de la música así como las políticas culturales. La música ocupa un lugar especialmente destacado en la cultura contemporánea que se corresponde, de forma paradójica, con una posición cada vez más debilitada en los currículos escolares y académicos. Nuestro proyecto tiene carácter analítico y compromete la producción de sentido del discurso contemporáneo, la concepción patrimonial, comunicativa y educativa de la música, así como las políticas culturales. La música ha sufrido uno de los cambios de dirección más determinantes de su historia comunicativa, cuyos elementos destacados son: la revalorización del campo sonoro, la aparición del *rock and roll*, los medios de difusión y la industria del disco (Porta, 2007). Sin embargo, este lugar en la cultura contemporánea se corresponde, de forma paradójica, con una posición cada vez más debilitada en los currículos escolares y académicos. Mediante este estudio hemos querido señalar este cambio de paradigma en educación desde una posición crítica, comprometida y contextualizada. La metodología discursiva utilizada analiza en este estudio y otros (Porta, A. y Ferrández, R., 2009; Porta, 2007; Duarte, 2005b; Nunes, 2005, 2006) los soportes y contenidos musicales contemporáneos más influyentes (el cine y la televisión) para desvelar su influencia. Los resultados de la investigación permitirán definir una realidad que, debido a la técnica de muestreo utilizada, podrá generalizarse a la programación infantil de televisión y especialmente a las posibilidades de escucha de la población infantil de la cultura latinoamericana al establecer indicadores comparativos entre las programaciones infantiles de Brasil, Chile, Argentina y España. Todo ello servirá para realizar propuestas que orienten la política educativa sobre patrimonio cultural, identidad y música que en este momento está pendiente de desarrollo y modificaciones en el

marco del Proceso de Armonización Europea de la Educación Superior y redundará en beneficio del marco educativo en el contexto sociocultural latinoamericano.

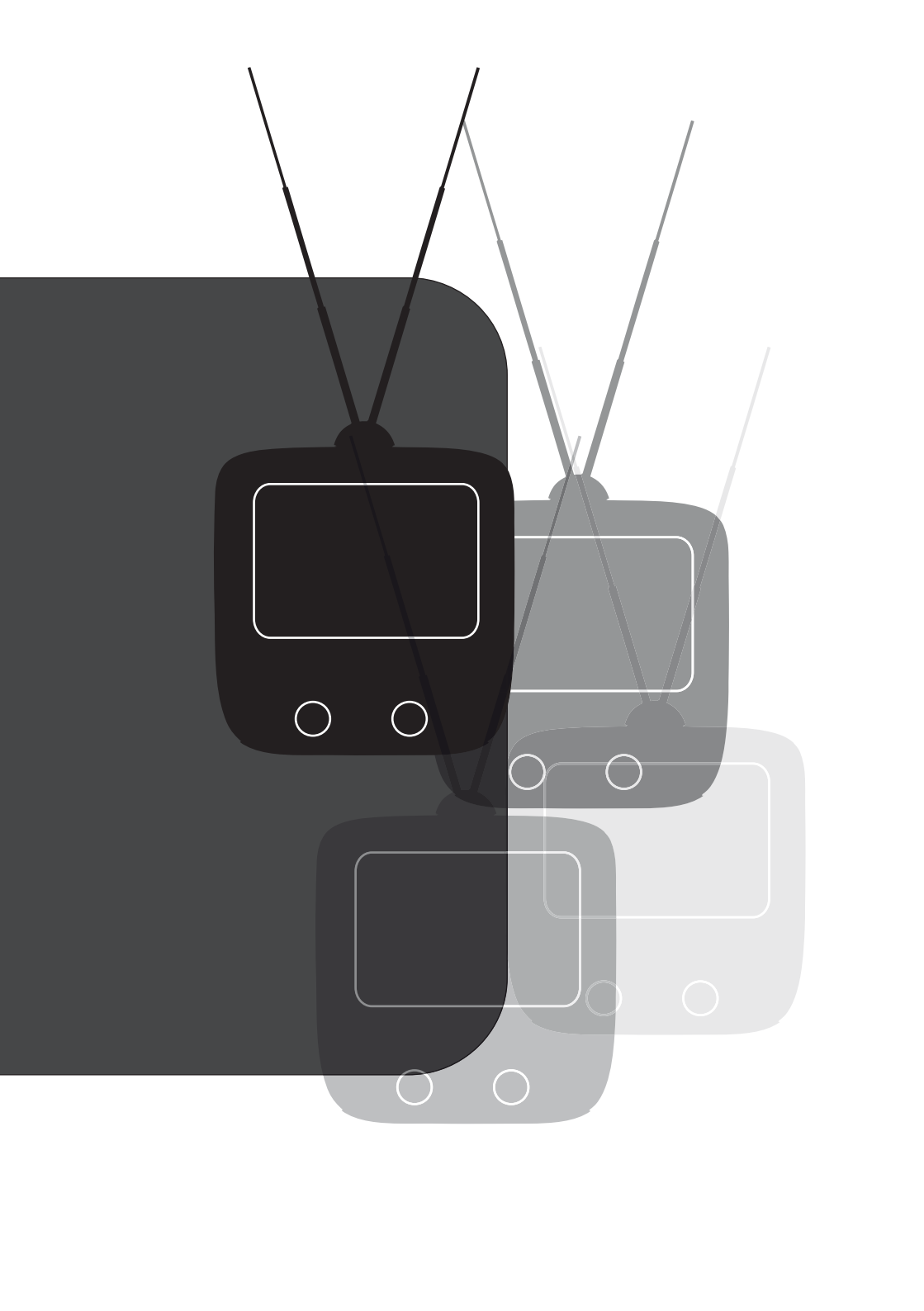
Para conocer qué escuchan los niños en la televisión hemos seleccionado una muestra de cobertura latinoamericana de cien horas de nueve programaciones televisivas de Brasil, Chile, Argentina y España y podemos concluir, a la vista de los porcentajes mayoritarios encontrados, que las programaciones estudiadas tienen una alta presencia de música en todas sus secciones y apartados. Su estructura más usual es la de programa contenedor, especialmente en España y en Brasil, en el que sus secciones más habituales son: la programación propia, los dibujos animados y la publicidad. Su estructura interna ha sido clasificada según estas tres grandes categorías, observando dentro de ellas los elementos del programa y los elementos de la música. A partir de todo ello podemos caracterizar sus elementos musicales como: constituida por música muy variada en cadencia y textura, básicamente instrumental, utilizada como fondo, utiliza el sonido electrónico, ritmo binario y comienzo tético, sin modulación ni variación en la dinámica ni en la agónica, etc.

De esta forma, hemos justificado desde la educación musical la elaboración de un instrumento de medida de la escucha, todavía inexistente, que permita objetivar la búsqueda de alternativas educativas. A partir de su aplicación mediante 827 plantillas de una muestra de 100 horas televisivas de ámbito de la cultura hispana nos hemos aproximado a un diagnóstico provisional todavía sujeto a revisiones, que considerábamos pendiente, de los contenidos de mayor refuerzo, impacto y continuidad del entorno sonoro cotidiano infantil: la banda sonora televisiva como representación anticipada de un mundo sonoro, el del niño, en proceso de construcción y descubrimiento.

PARTE 4

Glosarios





GLOSARIO DE TÉRMINOS MUSICALES APLICADOS A LA BANDA SONORA

Compilación de:

Susana Espinosa

Pablo Murad

Rosa Robledo

Jesús Tejada

Remigi Morant

Amparo Porta

PRÓLOGO

Este glosario responde al proyecto internacional de investigación *La banda sonora de la televisión infantil y juvenil en el ámbito latinoamericano. Variables, impacto e influencia en la reducción del patrimonio sonoro* que dirige la Dra. Amparo Porta y que integran docentes investigadores de las instituciones participantes del mismo pertenecientes a España, Brasil, Argentina y Chile.

La inclusión de este glosario dentro de la presente publicación responde a la intención de aportar un valor agregado para el análisis de la problemáticas de las bandas sonoras en la televisión infantil.

A la luz de lo realizado hasta el momento en la observación y análisis de los programas en cada región y país, aparecen resultados diversos, tanto en los ejes temáticos como en el tratamiento de los mismos a través de modismos en el habla, formatos de corte y montaje, vestuarios, escenografías y en especial, tipos de músicas y efectos sonoros. Esta diversidad obliga a construir ejes conceptuales que atraviesen comunitariamente estas diferencias, especialmente en los aspectos léxicos de los mensajes sonoros.

El criterio de ordenamiento para la construcción del glosario se basó en tomar como referencia la plantilla de variables usada por los investigadores para el análisis cuantitativo de las bandas sonoras de los programas. Después, se construyó una nomenclatura partiendo de los trece ítems principales en que se agruparon los términos (sonido, textura, métrica...) y luego los términos subsumidos en cada uno de ellos (sonido no musical, sonido musical, métrica binaria y ternaria...).

En cuanto a la conceptualización de los términos, se ha basado en criterios propios, en algunos casos, y en la selección de bibliografías fiables y representativas de los últimos avances en el campo de la semiótica, la educación musical y la psicología cognitiva.

Esperamos que este trabajo se constituya como una herramienta útil de transferencia al ámbito de la investigación y de la educación musical con el fin de contribuir al avance en el conocimiento de este campo.

Los autores

SONIDO:

___Es todo lo que escucha el perceptor a partir de la vibración proveniente de un cuerpo y que es capaz de excitar el mecanismo de la audición. Juan Ángel Sozio (2001) analiza diferentes definiciones de sonido y propone un análisis basado en el modelo de comunicación de Shannon. Este autor sitúa en el emisor a la fuente generadora de la vibración y en el otro extremo al perceptor, quien recibe la sensación sonora.

Basso (2001) lo define como una señal acústica que en presencia de un perceptor deviene en sensación sonora.

Los conceptos *acústico*, *electrónico* entre otros, se aplican a la fuente (física) y a su modo de acción (eléctrica o electrónica).

SONIDO NO MUSICAL:

___Se refiere a tipos de sonidos que forman parte del ambiente o entorno acústico (entorno cotidiano, natural, laboral). Michel Chion (1995) considera que ellos constituyen un «valor añadido» en el discurso audiovisual. Acuña el concepto de *música empática*, que expresa la participación de la música en la emoción de la escena, adaptando el ritmo, el tono y el fraseo en función de códigos culturales que definen tristeza, alegría o emoción. En contraposición, denomina *música anempática* a la música que se ubica en un entorno sonoro no musical, es decir, que se escinde de la trama argumental visual.

SONIDO MUSICAL:

A) Sonido acústico: relativo a los rasgos objetivos del sonido. Usado en contraste a *auditory*, que refiere a la experiencia subjetiva del sonido. Por ejemplo: la frecuencia es una propiedad física o acústica, mientras que la altura es una propiedad subjetiva o auditiva (*auditory*).

Se refiere a fuentes sonoras de origen mecánico construidas especialmente para producir sonidos musicales (en el sentido clásico del término «musical»). Hornbostel y Sachs (1914) clasifican a estas fuentes acústicas en distintas agrupaciones de acuerdo al elemento vibrante de su construcción: aerófonos, cordófonos, idiófonos, membranófonos y electrófonos.

B) Sonido electrónico: sonidos producidos por fuentes sonoras de origen eléctrico construidas para generar sonidos (ficticios, no reales) que pueden ser: a) réplica o imitación de fuentes sonoras musicales o de fuentes sonoras naturales (del medioambiente) o del entorno (fábricas, vehículos de transporte, electrodomésticos); b) originales: no poseen referencia semántica cultural reconocida. Pierre Schaeffer (1960) los denomina «objetos sonoros». Se utilizan como soni-

dos de interés para las composiciones de música electroacústica y también como «efectos» sonoros para el cine, la publicidad o la radio.

C) **Mezcla:** integración de dos o más fuentes sonoras en proporciones específicas mediante la combinación de instrumentos acústicos y/o electrónicos. También se llama así al proceso técnico en estudio de grabación mediante el cual se combinan los distintos componentes de la banda sonora (palabra, música, efectos) que luego se registran en diferentes soportes.

VOZ:

___Referente al sonido producido por el aparato de fonación humano. A la emisión consciente de estos sonidos se la conoce como canto, único instrumento capaz de integrar las palabras en la línea musical. La voz tiene un papel fundamental¹ en la banda sonora de cualquier producción audiovisual.

A) **Voz hablada:** se diferencian dos grandes grupos de diálogos: las locuciones (que pueden ser con presencia de imagen, *loc-in*, o sin que aparezca la imagen, *loc-off* o *voice-over*) y los diálogos propiamente dichos (Abbate, 2005; Zunzunegui, 1998).

B) **Voz cantada:** la voz cantada representa el instrumento musical más complejo, mucho más que todos los contruidos por el hombre. El hecho de integrar las palabras en la línea melódica lo convierte en un elemento fundamental para comprender elementos de la trama del relato audiovisual.

MÉTRICA:

___Patrón jerárquico de agrupamiento como alternancia periódica invariante entre tiempos fuertes y débiles. Lerdaahl y Jackendoff (1983) consideran que en la percepción de la métrica inciden otros tipos de acentos: a) **el acento fenomenológico:** dado por el énfasis de eventos de la superficie musical en un segmento de la obra; b) **el estructural:** acento producido por la incidencia del movimiento interválico en fase con el ritmo armónico a nivel de frase. Por tanto, la métrica es una construcción mental inferida de los esquemas de acentuación de la superficie musical como actividad cognitiva del sujeto

METRO:

___Nivel de pulso que se distribuye en el lapso más amplio, que contiene al **tiempo perceptivo**, al **pie o división** y características del discurso musical tales como: **segmentaciones melódicas** correspondientes al fraseo de la melodía; **ritmo armónico** (frecuencia con la que cambia la armonía).

1. Vococentrismo, según Chion (1993)

Generalmente, la jerarquía de divisiones, pulsaciones y compases que mantienen los intérpretes cuando hacen música y que infieren los oyentes. Tiene la función de servir como un marco temporal dinámico para la producción y audición de las duraciones musicales. Es más un aspecto conductual de intérpretes y oyentes que un aspecto musical (London, 2001a).

En la actualidad, se conciben los conceptos de metro y ritmo en dominios analíticos y ontológicos separados. Sin embargo, algunos autores prefieren hablar de conceptos más generales (*ritmo de frase*) mientras que otros critican la separación mencionada por la imposibilidad de establecer una base en la que el ritmo y el metro puedan interactuar (London, 2001b).

RÍTMICA:

___De modo general, el ritmo implica el patrón de duraciones presente en la música mientras que el metro implica la percepción y anticipación de tales patrones. Malbrán (2007) lo define de manera muy genérica como distribución de sonidos en el continuo temporal.

A) Rítmica binaria: en la que el *tactus* o *tiempo perceptivo* es susceptible de ser dividido de manera binaria.

B) Rítmica ternaria: en la que el *tactus* o *tiempo perceptivo* es susceptible de ser dividido de manera ternaria.

C) Rítmica mixta: combina *tactus* o *tiempo perceptivo* binario y ternario, generando asimetría temporal (no isocronía), propio de los compases por adición, por ejemplo, el flamenco.

D) Ritmo libre: carece de pulsación regular.

E) Rítmica proporcional: configurada por el uso de patrones de pulso isócronos que se relacionan como múltiplos integrales. También denominada rítmica divisiva, rítmica de metros simétricos o rítmica con divisiones alícuotas (proporcional) (Malbrán, 2007).

F) Rítmica no proporcional: también denominada rítmica balcánica (o *de pie cojo*) porque su notación se debe a las transcripciones realizadas por Bartók y Kodaly de la música de los Balcanes. No obstante, está presente en la música folklórica de diversos países.

G) Ritmo armónico: frecuencia con la que se cambia de armonía.

H) Ritmo de superficie: ritmo que se configura como resultado de la superposición de todas las voces, estratos o elementos en un momento de la obra.

TIPO DE COMIENZO (INICIO RÍTMICO):

___Modo y lugar de inicio del discurso musical respecto a la estructura métrica. En música los tipos de comienzo pueden ser:

A) **Tético:** cuando el primer evento sonoro coincide con el acento del compás.

B) **Anacrúsico:** cuando el primer evento sonoro ocurre en la última mitad del compás.

C) **Acéfalo:** cuando el primer evento sonoro ocurre después del primer pulso de compás, pero antes que la segunda mitad del compás.

DINÁMICA:

___Parámetro musical que tiene relación con la intensidad (sonoridad). La intensidad sonora es determinada por la amplitud del movimiento ondulatorio (vibración), por lo que a mayor vibración, se percibe mayor sonoridad, y al contrario.

AGÓGICA:

___Parámetro musical relacionado con los cambios de velocidad (tempo) de la música. Existen cambios puntuales (normalmente indicados con expresiones numéricas de velocidad, es decir, número de figuras que entran en un minuto) y cambios progresivos (denominados con términos italianos como *rubato*, *acelerando*, *ritardando* o *rallentando*).

GÉNERO:

___Una clase, tipo o categoría sancionada por una convención. Un género está basado en el principio de la repetición, y está más cercano a un «tipo ideal», en el sentido que le da Max Weber (1904-05), que al concepto platónico de «forma ideal» (Hamson, 2001). En música es un término ciertamente vago con el que se designa tanto un estilo, como una técnica (tonal, serial), una forma (fuga, sonata, vals), una música con una finalidad determinada (sinfónica, teatral, religiosa) o grupos contrapuestos según su formación (vocal, coral, instrumental). También se aplica al ordenamiento de las obras según su forma y contenido. Se ha empleado para designar:

- a) Modos de ejecución: género vocal o instrumental.
- b) Sistemas de representación: género operístico, sinfónico, de cámara.
- c) Estructuras: sonata, *suite*, concierto.
- d) Función de la obra: descriptivo, programático, dramático, lírico.

Se reconocen algunas categorías generales de géneros como:

- 1.- **Género escénico:** también llamado audiovisual, comprende la música compuesta para obras que se interpretan en directo o se realizan para ser vistas o escuchadas en grabaciones por medios audiovisuales y que van asociadas a otras artes (literatura, fotografía, pintura, arquitectura).
- 2.- **Género no escénico:** música sin representación o no visual. La música es la única protagonista sin la presencia de otras artes.
- 3.- **Género sacro:** clase que engloba la música destinada a una función religiosa.
- 4.- **Género profano:** clase que agrupa la música sin función religiosa, de tipo secular.
- 5.- **Género instrumental:** clase que agrupa toda música interpretada con instrumentos sea cual fuere su formación: orquestas, bandas, solistas, grupo de cámara...
- 6.- **Género vocal:** clase que agrupa la música cantada, con acompañamiento instrumental o sin él, a una o varias voces.

ESTILO:

—El término estilo musical denota una forma de discurso o modo de expresión y, particularmente, la forma en la que se interpreta una obra de música. Este término origina ciertas dificultades debido a que la música está más orientada hacia las relaciones que a los significados. Puede denotar la característica musical de un compositor particular, de un período, de un área geográfica, de una sociedad o de una función social (Pascall, 2001). También se puede conceptualizar como sistemas más o menos complejos de relaciones entre los sonidos entendidos y usados en común por un grupo de individuos (Meyer, 1956).

En el lenguaje musical, cuya capacidad de significación semántica es ciertamente controvertida y ha sido ampliamente discutida, las características de cada estilo deben buscarse en dos direcciones:

- a) Analizando la disposición y combinación de los elementos musicales (voces, instrumentos, formulaciones rítmicas, invención melódica, trama contrapuntística, evolución armónica y tonal) y la estructuración en cuanto a extensión, motivos, relaciones y contrastes.
- b) Observando la capacidad de respuesta a la situación cultural e histórica que el creador de la música ofrece y teniendo en cuenta no solamente la disposición de los elementos, sino también la combinación de estos con las intenciones más o menos explícitas que presiden aquellas. De esta forma, puede alcanzarse cierta claridad en algunas clasificaciones delicadas o confusas, como las de música religiosa o profana, música popular o música para el pueblo (Meyer, 1956).

ORGANIZACIÓN SONORA:

___Se refiere a las formas de organización de las alturas e intervalos en los discursos musicales:

1.- Tonalidad: es una de las principales categorías del pensamiento musical occidental y constituye un conjunto de reglas que gobierna la música tonal. El término se refiere a la orientación de las melodías y armonías en relación con una altura que actúa de referencia (denominada nota *tónica*). En un sentido más amplio, se refiere a ordenamientos sistemáticos de alturas y sus relaciones (Hyer, 2001). La referencialidad de la tónica viene determinada por relaciones tales como: a) la manera en que las alturas juegan en torno a la central; b) la sucesión interválica; c) la armonía implícita; d) el énfasis métrico en los ritmos de algunas alturas en relación con otras. Las alturas tonalmente importantes se ubican en posiciones rítmicamente significativas, lo cual implica una interrelación entre jeraquías tonales y métricas. La estructura de la música tonal exhibe tres niveles: notas, acordes y tonalidades. «Existen relaciones estructurales entre los elementos de igual nivel: notas, acordes, tonalidades. Asimismo, existen relaciones entre elementos de diferentes niveles: notas-acordes, notas-tonalidades, acordes-tonalidades» (Händel, 1991: 379). Cada tonalidad se denomina de acuerdo a la altura tónica.

Tonalidad (*según la acepción argentina*): organización de las alturas de manera jerárquica en la que una de ellas –la tónica– se percibe como central y gravitatoria. Constituye un sistema de reglas que gobiernan la música tonal occidental. Asimismo refiere a ordenamientos sistemáticos de alturas y sus relaciones (Hyer, 2001). La centralidad tonal está determinada por la organización interválica y el soporte armónico (Hershman, 1995). Cada tonalidad mayor comparte el conjunto de alturas y armadura de clave con una escala menor: do Mayor-la menor. Se denominan «tonalidades relativas».

2.- Tonomodal: esta denominación remite a la conjunción entre tonalidad y modalidad como conceptos que conforman un todo contextual. Ej.: la diferencia entre do Mayor y sol Mayor es de tonalidad; y entre do Mayor y la menor, de tonomodalidad (Malbrán, 2007).

3.- Tónica: desde un punto de vista perceptivo-psicológico, es la altura que suena más estable. Técnicamente, constituye el primer grado en la escala en la música occidental. También se denomina así a la función armónica del acorde construido sobre el primer grado de la escala en la música occidental.

4.- Tono emocional: alude al modo de manifestar estados anímicos, características emotivas o que contienen peculiaridades emocionales.

5.- Atonalidad: este término puede ser utilizado en tres sentidos: 1) para describir toda la música que no es tonal; 2) para describir aquella música que no es tonal ni serial; y 3) para describir específicamente la música postonal y predodecafonía de Berg, Webern y Schoenberg. Delimita dos tipos de música: a) aquella en que no hay referencias contextuales a un acorde, escala o tonalidad, pero en la que, sin embargo, existen diferencias jerárquicas entre las alturas; b) aquella en la que tales diferencias jerárquicas no son tan explícitas, aunque están presentes (Lansky, Perle y Headlam, 2001).

6.- Modalidad: del latín *modus*. Este término tiene tres diferentes acepciones, todas ellas relacionadas con los significados que la palabra *modus* tenía en la Antigüedad: 1) la relación entre valores de nota (*longa* y *brevis* en la notación musical tardía); 2) intervalo (en la teoría medieval temprana) y 3) la más difundida modernamente, un concepto que implica tipo de escala y tipo de melodía (Powers y Wiering, 2001). El término *modo* ha sido siempre utilizado para designar clases de melodías y, desde el siglo xx, para nombrar ciertos tipos de norma o modelo de composición o improvisación. Ciertos fenómenos de la canción folklórica y de la música no occidental están relacionados con este último significado.

Designa toda música basada en el conjunto de modos eclesiásticos que consiste en ocho escalas de siete sonidos de tipo diatónico en la que se basaron las melodías gregorianas (s. ix).

Manera de ser de una tonalidad (mayor o menor) según la disposición de los intervalos sobre la escala de alturas (Pernon, 1992).

6.1- Modo mayor: organización de la escala diatónica que se estructura con un particular ordenamiento de tonos (T) y semitonos (S): T-T-S-T-T-T-S. Nombre del modo de una pieza o parte de la misma que tenga como base melódica una escala mayor.

6.2-Modo menor: organización de la escala diatónica que se estructura con un particular ordenamiento de tonos (T) y semitonos (S): T-S-T-T-S-T-T.

CADENCIA:

—Proviene del latín *cadere* (caer); *cadenza* (caída). . Proceso de orientación melódica hacia una función o centro tonal. El efecto de cadencia en el discurso musical es análogo al de la puntuación en la gramática. La cadencia cierra un pensamiento musical y siempre se configura con la melodía. El término también remite a la parte improvisada, a menudo virtuosística, que precede el final de algún movimiento de una obra musical, generalmente, un concierto (Abromont y Montalembert, 2005: 539, 540).

Las principales tipos de cadencia son:

- A) Suspensiva:** semicadencia (es una corta detención). La progresión es: II7-V7.
- B) Conclusiva:** simple (dos acordes) y dentro de ella: a) auténtica: dominante-tónica (V-I), o b) plagal: subdominante-tónica. La progresión es: (IV-I).
- C) Compuesta:** utiliza tres o más acordes. La progresión es: II7-V7-I.
- D) Evitada:** también denominada deceptiva, rota, de engaño, interrumpida. La progresión es: V7-VI; V7-IV.

MODULACIÓN:

___La tonalidad de una obra puede presentar cambios hacia otras tonalidades (modulación). Cada cambio a una tonalidad diferente, sea definitivo o pasajero, se denomina modulación y es un procedimiento habitual en la música tonal. Los cambios no son arbitrarios, reflejan relaciones específicas de la nueva tónica con la tónica de origen. La modulación puede ser analizada dependiendo del grado de cercanía entre la tonalidad de origen y la de destino. La distancia tonal entre ellas se mide por tres procedimientos: 1) número de alturas idénticas compartidas; 2) distancia que separa ambas tonalidades en número de quintas 3) diferencia en sostenidos o bemoles entre ambas armaduras de clave (Händel, 1991: 369).

TEXTURA SONORA:

___Este concepto de textura se origina en el campo táctil. El vocablo designa la disposición de las partes integrantes de un todo. Se puede aplicar tanto a los aspectos verticales de un pasaje u obra (por ejemplo: la forma en la que las partes individuales o voces están agrupadas) como a atributos complementarios como mayor o menor condensación sonora en pasajes de la obra, entre otros.

Este término está relacionado con los aspectos sonoros de una estructura musical. Se puede aplicar tanto a los aspectos verticales de un pasaje u obra (por ejemplo: la forma en la que las partes individuales o voces están agrupadas) como a atributos (por ejemplo: color o ritmo), o bien a características de la interpretación (por ejemplo: articulación y dinámica). En general, en lo que se refiere a textura, se produce una distinción entre homofonía y polifonía. En la homofonía todas las partes son rítmicamente dependientes unas de otras o bien, hay una clara distinción entre la parte melódica y las partes de acompañamiento que ejecutan la armonía (por ejemplo: las canciones con acompañamiento de piano). En la polifonía, las partes se mueven independientemente o bien, imitándose (por ejemplo: la fuga y el canon). El espaciamiento entre acordes puede ser considerado también un aspecto de la textura.

En música, la textura alude a tres aspectos interdependientes:

- 1) Cantidad de elementos o «planos» (aspecto cuantitativo, densidad).
- 2) Relaciones entre los planos (aspecto cualitativo, jerarquía relativa).
- 3) Distribución de los elementos: horizontal (sucesivo, diacrónico) y vertical (si-

multáneo, sincrónico). Se entiende por horizontal el orden sucesivo (diacrónico), y por vertical, la simultaneidad sonora u orden sincrónico; a su vez, lo horizontal y lo vertical son anverso y reverso de una misma moneda, por lo que no constituyen entidades separadas.

Aparte de la distinción arriba mencionada, y analizando de una manera particular, las clases de textura son:

- 1.- **Monodía:** una sola línea melódica sin acompañamiento armónico.
- 2.- **Polifonía:** dos o más líneas melódicas de la misma importancia.
- 3.- **Polifonía horizontal o textura contrapuntística:** dos o más líneas melódicas con ritmos diferentes.
- 4.- **Polifonía vertical:** textura en la que las voces proceden con el mismo ritmo pero con independencia en su dirección melódica.
- 5.- **Melodía acompañada:** una línea melódica que destaca sobre otros elementos del discurso musical. El acompañamiento puede constituirse como: a) ostinato; b) acordes; c) por un sonido prolongado denominado «pedal» o bordón.
- 6.- **Homofonía:** polifonía vertical en la que la percepción advierte que las líneas, además de tener el mismo ritmo, tienen la misma dirección melódica, ascendiendo o descendiendo en bloque, separadas entre sí por intervalos constantes.
- 7.- **Heterofonía:** dos o más fuentes sonoras que ejecutan simultáneamente una misma melodía pero con diversos grados de ornamentación.

PLANO SONORO:

—Este concepto alude a la situación de los distintos sonidos. Este concepto puede analizarse desde dos enfoques: a) desde lo técnico, el cual se logra por la variación del nivel sonoro de cada elemento con respecto a los demás componentes de la banda sonora (la cercanía es directamente proporcional al nivel); b) desde lo perceptivo, que tiene que ver con la presencia o importancia de cada sonido en relación con la narración.

Según Chion (1993), Adame (1991) y Abbate (2005), se distinguen cuatro planos:

- 1.- **Primer plano:** es cuando un efecto sonoro o la música denotan una presencia inminente. Generalmente, este plano se utiliza durante todo el tiempo de una narración con la voz del locutor o los diálogos. Sin embargo, hay momentos en que la música o algún efecto sonoro ocupan un plano sobresaliente al texto.
- 2.- **Segundo plano:** se advierte cierta lejanía con respecto al plano anterior, pero también se escucha de forma destacada.
- 3.- **Tercer plano o ambiente:** como su nombre indica, es el plano que ocupan los sonidos o músicas ambientales.
- 4.- **Cuarto plano:** es un plano sonoro compuesto por varios sonidos de modo

que unos suenan siempre en la lejanía con respecto a otros situados en primer término; por ello, se llama también **plano de fondo** y acentúa la sensación de profundidad con respecto al primer plano.

FUENTES DEL GLOSARIO

- ABBATE, E. (2005): «La banda sonora en los productos audiovisuales», en *Escritos sobre audiovisión*, volumen I (compilación Susana Espinosa). Buenos Aires: Ediciones de la UNLa.
- ABROMONT, C. y MONTALEMBERT, E. DE, (2005): *Teoría de la música. Una guía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ADDAME, L. (1991): *Guionismo*. México: Diana.
- AGUILAR, M. (2002): *Aprender a escuchar música*. Madrid: Machado Libros.
- ALSINA, P. et ál. (1994): *La música y su evolución*. Barcelona: Graó.
- AROM, S. (2001): «Modelización y modelos en las músicas de tradición oral», en: CRUCES, F. et ál. (eds.): *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología*. Madrid: Trotta.
- BASSO, G. (2001): *Análisis espectral*. Buenos Aires: Al Margen.
- BHARUCHA, J. (1984): «Event Hierarchies, tonal hierarchies and assimilation. A replan to Deutsch and Dowling», *Journal of Experimental Psychology: General*, 113: 421-425.
- CHION, M. (1993): *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.
- ESPINOSA, S. y ABBATE, E. (2005): *La producción de video en el aula*. Buenos Aires: Colihue.
- ESPINOSA, S.; FURNÓ, S. y MALBRÁN, S. (1992-1994): «Coleccionables n.º 3 y n.º 7» en *Notas al margen del pentagrama*, 3 a 7
- HÄNDEL, S. (1991): *Listening: an introduction to the perception of auditory events*. Cambridge: MIT Press.
- HERSHMAN, D. (1995): «Rhythmic Factors in Tonality». *Psychomusicology*, 14: 4-19.
- HODEIR, A. (1978): *Les formes de la musique*. París: Presses Universitaires de France.
- HYER, B. (2001): «Tonality», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- HORBOSTEL, E. y SACHS, C. (1914): «Systematik der Musikinstrumente: ein Versuch», en *Zeitschrift für Ethnologie* (xlvi, pp. 553-590).
- LANSKY, P., PERLE, G. y HEADLAM, D. (2001): «Atonality», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- LERDAHL, F y JACKENDOFF, J. (1983): *A generative Theory of Tonal Music*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- LOCATELLI DE PÉRGAMO, A. M. (1980): *La música tribal, oriental y de las Antiguas Culturas mediterráneas* (tomo I). Buenos Aires: Ricordi.

- (1992): «Coleccionable Marcos para la reflexión: Textura Musical», *Notas al margen del pentagrama*, Año 1- n.º 3.
- LONDON, J. (2001a): «Metre», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- (2001b) «Rhythm», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- MEYER, L. (1956): *Emotion and Meaning in Music*. Chicago: The University of Chicago Press.
- MALBRÁN, S. (2007): *El oído de la mente*. Madrid: Akal.
- MICHELS, U. (1982): *Atlas de música*, I. Madrid: Alianza.
- PASCALL, R. (2001): «Style», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- FERNANDES, J.; PORTA, A. (coords.) (2008): *La banda sonora de la televisión infantil. Entre la globalización y la diversidad cultural*. Rio de Janeiro: UNIRIO/PPGM-CAPES.
- PERNON, G. (1992): *Dictionnaire de la musique*. París: Editions Quest France.
- PORTA, A. (2007): *Músicas públicas, escuchas privadas. Hacia una lectura de la música popular contemporánea*. Barcelona: Publicacions de la UAB. Colección Aldea Global.
- POWERS, H. y WIERING, F. (2001): «Mode», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- RANDEL, D. (1986): *The Harvard New Dictionary of Music*. Cambridge: Harvard University Press.
- SAMSON, J. (2001): «Genre», en SADIE, S. y TYRRELL, J. (eds.): *The New Grove. Dictionary of Music and Musicians*. Oxford: Oxford University Press.
- SCHÄEFFER, P. (1960): *Traité des objets musicaux*. París: Seuil.
- SCHOLES, P. (1984): *Diccionario Oxford de la música* (tomos I y II). Barcelona: Oxford University Press.
- SNYDER, B. (2000): *Music and memory*. London. MIT Press
- SOZIO, J. A. (2001): «Yo oigo, tú oyes, él oye..., una investigación acerca de las definiciones del sonido», en *Cuadernos de Investigación en Educación Musical*, 1, 2: 57-78.
- SUPPER, M. (2004): *Música electrónica y música con ordenador*. Madrid: Alianza.
- TEMPERLEY, D (2001): *The Cognition of Basic Musical Structures*. London. MIT Press.
- TRANCHEFORT, F. R. (2000-1985): *Los instrumentos musicales*. Madrid: Alianza.
- VV. AA. (1967): *Enciclopedia Salvat de la música*. Barcelona: Salvat.
- WALLACE, B. (1987): *Structural Functions in music*. Nueva York: Dover.
- WEBER, M. (1904-05): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* [en línea]. Disponible en: <<http://www.laeditorialvirtual.com.ar>> . Consultado 01/03/10.
- WUYTACK, J. et ál. (2000): *Audición musical activa*. Portugal: Associação Wuytack de pedagogía musical.
- XALABARDER, C. (1997): *Enciclopedia de las bandas sonoras*. Barcelona: Ediciones B.
- ZUNZUNEGUI, S. (1998): *Pensar la imagen*, Madrid: Cátedra.

GLOSARIO DE TÉRMINOS VISUALES APLICADOS A LA BANDA SONORA

Compilación:

Lic. Paloma Palau Pellicer

Universitat Jaume I. Castellón

AISLAMIENTO:

___Técnica para la creación de centros de coordinación por poner un objeto o la imagen sola.

ALTERNANDO RITMO:

___Repetición de motivos, pero cambiando la posición, el contenido o los espacios entre ellos.

ARMONÍA:

___Principio estético relacionado con la unidad de una obra artística. En las artes, este principio implica simetría, equilibrio y proporción. La adecuada interrelación de esos fundamentos procura un especial deleite en quien observa la obra, percibiéndola como todo un conjunto.

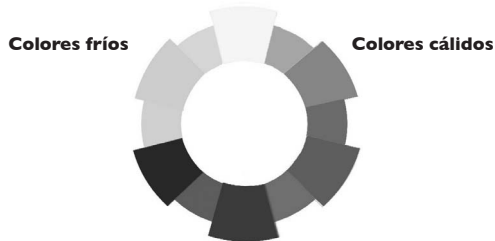
___Perfecta proporción y concordancia de las partes.

AVISTAMIENTO:

___Técnica utilizada en el diseño para determinar la relación proporcional de una parte de un objeto a otro.

CENTRO DE INTERÉS:

___ Punto o parte de la obra que concita mayor atención o atracción en el espectador. Este centro puede estar presente por color, forma, ausencia, posición, etc. Es el área más destacada que se debe diseñar y expresar con más dedicación en la obra. El centro de interés es muy importante en la composición. Es preferible que exista un único punto de interés en la imagen. Cuando en una escena hay dos o tres motivos con la misma fuerza que el principal, se establece una competencia entre ellos que genera confusión.

CÍRCULO CROMÁTICO:**CLAROSCURO:**

___ Equilibrio entre luces y sombras. Utiliza el contraste de luz y la oscuridad para crear la ilusión de la forma tridimensional sobre una superficie bidimensional.

COLLAGE:

___ Una obra de arte hecha de trozos de fotos, papel, materiales encontrados, etc., yuxtapuestas y pegadas a una superficie.

COLOR:

___ Impresión producida en la vista y en los centros cerebrales de la visión por las radiaciones cromáticas de los cuerpos o sustancias reflejantes. Es subjetivo y una experiencia sensorial que necesita energía, un medio y un receptor. Hay que diferenciar entre el color del prisma y el color de la paleta, que son el resultado de la diferencia entre la luz y la materia. El color contribuye a la creación del espacio plástico visual, crea distintos términos dentro del mismo espacio y ayuda a la creación de la perspectiva, crea ritmos de visualización dentro de la imagen

y crea sensación de movimiento. La memoria del color es muy frágil, resulta muy difícil recordar los diferentes colores y además la nomenclatura del color es muy limitada. Hay innumerables colores, tonos, matices, etc., pero el vocabulario cotidiano solo cuenta con unos treinta nombres para designarlos. Además, los colores se influyen entre sí y los percibimos de modos diferentes dependiendo del contexto y los colores próximos.

COLOR ANÁLOGO:

___Colores que están al lado de otro sobre la rueda de color.

COLOR ARBITRARIO:

___Los colores elegidos por el artista como símbolo de una idea o expresión de un sentimiento o estado de ánimo.

COLOR CÁLIDO:

___Rojo, amarillo y naranja. Sugieren lugares, cosas y sentimientos cálidos.

COLOR COMPLEMENTARIO:

___Un esquema de color basado en una tonalidad y el color en zonas opuestas de la rueda de color. Colores que están opuestos entre sí en la rueda de color (por ejemplo, azul y naranja). Estos colores son el contraste más fuerte entre sí. Cuando un matiz se mezcla con su complemento, su intensidad se reduce.

COLOR DEL PRISMA:

___Es una síntesis aditiva de diferentes proporciones de azul, rojo o verde. El rayo de luz se descompone en el espectro cromático: bermellón, naranja, amarillo, verde, cian (azul), añil (violeta), carmín y en otros cuyas radiaciones no percibimos cromáticamente. Los objetos tienen la propiedad de absorber o reflejar ciertas cualidades cromáticas de la luz. Cuando la luz incide sobre un objeto, este absorbe la radiación luminosa y rechaza la correspondiente al color que vemos.

COLOR NEUTRO:

___Negro, blanco y gris. No objetivo.

COLOR PIGMENTO:

___Los colores pigmento se obtienen por sustracción a partir del azul, amarillo y rojo. Los colores de la paleta o pigmentarios se pueden agrupar y/o comparar del siguiente modo: primarios y secundarios; armónicos y complementarios; fríos y cálidos. La propiedad del color pigmento es la reflexión de la luz por la absorción selectiva del color (la luz reflejada crea la apariencia del color). Por ejemplo, un pigmento rojo lo es porque refleja luz roja y absorbe los demás colores.

COMPOSICIÓN:

___Elementos en una obra de arte. Los elementos fundamentales de la composición son el color, el movimiento, el orden, la simetría, la unidad, la variedad, etc. Las leyes compositivas son una serie de pautas usadas por los artistas que son de utilidad en cualquier tipo de imagen y consiste en la disposición de las formas que intervienen en una representación. Cómo se agrupan entre sí las distintas partes que integran el campo gráfico, depende de múltiples influencias. Según la teoría de la Gestalt, la relación entre las partes depende de la estructura del todo, por lo que las leyes de agrupación tienden a explicar las relaciones que tienen las partes entre sí. La agrupación de dichas partes se puede producir por múltiples incidencias que pasamos a enumerar: relación fondo y figura, tamaño, orientación, peso visual, ubicación, equilibrio, ritmo y color.

CONTINUACIÓN O CONTINUIDAD:

___En el diseño, la organización de formas para que la línea o el borde de una forma conduzca a otra (creación de la unidad).

CONTRASTE:

___Un principio de diseño utilizado para destacar, ofrecer variedad e interés, o para crear un cierto sentimiento en la obra. El contraste lumínico induce a la percepción de puntos clave.

CONVERGENCIA:

___Creación de centros de coordinación para la organización de elementos visuales.

CRÍTICA DE ARTE:

___El proceso y el resultado de la reflexión crítica sobre el arte. Por lo general, implica la descripción, análisis e interpretación del arte, así como de algún tipo de sentencia.

DESPUÉS DE LA IMAGEN:

___Débil imagen de los complementos de color creados por el cerebro como una reacción a la prolongación de ver un color. (Después de ver el rojo, la imagen es de color verde).

DIFERENCIACIÓN FIGURA/FONDO:

___Destaca puntos clave e induce al itinerario visual.

DIFUMINAR:

___Esfumado, desvanecer, disipar, extender un trazo del lápiz o una pincelada. Esfumado de los contornos de las figuras, asemejándolas en tonalidad o profundidad al fondo.

DIRECCIÓN SUBJETIVA:

___ Su percepción depende de múltiples influencias, determina el equilibrio y está directamente influida por la ubicación y la agrupación de las formas. La dirección posee una fuerza que atrae a los objetos próximos y les impone su propia dirección. Cuando situamos una forma en una zona periférica del campo gráfico, sus límites se sitúan, por un lado, en el marco del plano y, por el otro, hacia la zona central del campo, con lo que la fuerza de la dirección se orientará hacia donde esté el espacio libre y en contra del marco. También una posición angular produce una tensión que indica la dirección de esa estructura y que generalmente la dirección angular tiene tendencia a identificarse con alguna de las diagonales del campo gráfico. El lugar por donde se empieza la observación o la representación de la obra gráfica, influye en la dirección a causa de la trayectoria que sigue la mirada.

DIRECCIÓN VISUAL:

___ El camino que la mirada recorre de una parte de una obra de arte a otra. Los estímulos visuales no proporcionan por sí solos la percepción de la dirección, esta queda determinada por el lugar de inicio de la trayectoria e influida por la distribución de formas y por la tendencia personal en el orden de la lectura, siguiendo el camino de las diagonales del campo. Es en la corteza visual donde ya existe el predominio de una dirección, que es la vertical, alternando las informaciones de forma paralela. De este modo, la vertical se constituye en la base que sirve de referencia para las otras direcciones. Estos datos transferidos al campo gráfico nos proporcionan la dirección inicial y a partir de esta se sitúan las demás direcciones que están influidas por múltiples variables. Tenemos que tener en cuenta la direccionalidad de las figuras, que por ser particular, pueden tener entre ellas direcciones opuestas, aunque estén integradas en la dirección general de la composición. También hay que considerar la actitud personal ante el campo gráfico, que es subjetiva como la propia dirección, estando marcada por la atención e influyendo en la distribución figura-fondo. Estos condicionantes previos, pueden matizar la dirección principal predominante e incluso si esta no es muy evidente, pueden incluso cambiarla, aunque no es frecuente que esto ocurra.

DISTORSIÓN:

___ Cambio de un objeto en la forma habitual de comunicar ideas y sentimientos.

ELEMENTO DOMINANTE:

___ Elemento en una obra de arte que se advierte en primer lugar (observando más tarde los elementos subordinados).

ELEMENTO SUBORDINADO:

___ Elemento en una obra de arte después del elemento dominante.

ELEMENTOS DE ARTE:

___ Color, línea, textura y forma.

ELEMENTOS PLÁSTICOS:

___ Son los fundamentos o principios de las artes visuales. Entre otros, se mencionan los siguientes conceptos: armonía, color, composición, espacio, forma, geometría, perspectiva, textura y volumen, además de los términos técnicos de elaboración de cada una de las áreas artísticas visuales: el dibujo, la pintura, el grabado, la escultura, etc.

ÉNFASIS:

___ Principio de diseño que hace hincapié en un elemento o zona para atraer la atención del espectador en primer lugar.

ENFRIAR COLORES:

___ Verde, azul y púrpura. Se asocian a menudo con colores, lugares, cosas o sentimientos fríos.

ENSAMBLE:

___ Objetos y materiales que han sido agrupados.

ENTONACIÓN:

___ Es el grado de oscuridad o de iluminación. La ordenación de la gama cromática es lo que se denomina en términos artísticos entonación.

EQUILIBRIO ASIMÉTRICO:

___ Equilibrio informal en el que el contrapeso de los centros de interés de una obra compensa unos componentes con otros.

EQUILIBRIO RADIAL:

___ Tipo de equilibrio donde los elementos surgen a partir de una rama central.

EQUILIBRIO SIMÉTRICO:

___ Equilibrio formal, donde las dos caras de un diseño son idénticas.

EQUILIBRIO:

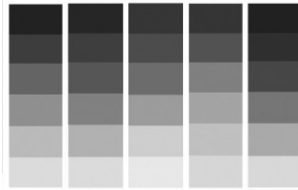
___ La forma de conseguir gráficamente dicho equilibrio puede ser por medio de la simetría o por medio de varios centros de interés que se relacionan a través de la estabilidad y el contrapeso, compensándose de este modo unos componentes con otros. La percepción tiende al orden y el equilibrio representa ese orden dentro del campo gráfico. La máxima sensación de equilibrio se obtiene en el centro del campo gráfico,

pero hay muchas otras formas de obtener esta sensación, consiguiendo igualmente el equilibrio con posiciones más dinámicas. Según el modo en que se presenten en el campo gráfico, las formas, los colores, los contrastes, los tamaños, etc., y la ubicación de los elementos que se representan, se obtendrá una impresión equilibrada si se compensan entre sí. Las tensiones que existen dentro del campo gráfico son las que dan dinamismo a la obra y estas tienen una dirección, una ubicación de elementos y otras sensaciones relacionadas con el peso que se aplican como si su representación estuviera sometida a las mismas leyes físicas que dominan el espacio. Los factores que más influyen en el equilibrio son el peso y la dirección, y cualquier cambio en estas cualidades repercute considerablemente en la composición.

ESBOZO:

___ Bocetos que el artista utiliza para elaborar las ideas.

___ Hace referencia al prepintado del lienzo o el soporte. Similar al croquis del diseño.

ESCALA DE VALOR:**ESCALA:**

___ La proporción entre dos conjuntos de dimensiones.

ESGRAFIADO:

___ Raspado de la capa superior de pintura para desvelar el color de la capa subyacente.

ESPACIO:

___ Crear la ilusión de tridimensionalidad en el espacio plano ha sido una preocupación constante desde los orígenes de la representación de la imagen, pero la representación de un espacio con apariencia de realidad fue un logro del Renacimiento con el uso de la perspectiva. Sin embargo, hay otras formas de crear la sensación de profundidad. La alteración de algunas cualidades de las formas, de los colores o las texturas puede producir diferentes sensaciones de profundidad. El tamaño y la ubicación, la definición o variables del color como saturación, luminosidad, valor

o calidez pueden contribuir a proporcionar profundidad a una imagen. Además, el espacio representado puede ser real (sujeto a leyes físicas), libre o sugerido (sujeto a la voluntad del autor).

ESPACIO NEGATIVO:

___El espacio alrededor de un objeto o forma.

ESQUEMA DE COLOR:

___Plan para la selección o la organización de color (monocromático, análogos, complementarios, tríada, caliente, frío o colores neutros).

ESTILO:

___Estilo del artista es la manera de presentar las cosas. El uso de materiales, métodos de trabajo, cualidades de diseño, elección de la materia, etc., refleja el individuo, la cultura o periodo de tiempo.

ESTRATEGIAS PLÁSTICAS:

___Las más comunes para crear direcciones son:

- 1) Formato: induce a un itinerario de la mirada a lo largo del eje más largo.
- 2) Perspectiva: crea direcciones hacia puntos de fuga. Las miradas de los personajes, la orientación, el tamaño, etc. producen itinerarios visuales.
- 3) La buena definición de objetos y/o elementos.
- 4) El color.

EXAGERAR:

___El aumento o la ampliación de un objeto o gráfico para comunicar ideas o sentimientos.

FIGURATIVO, ARTE:

___Representa a las figuras tal como se perciben, sin mediar interpretación artística alguna.

FONDO Y FIGURA:

___Dentro de la percepción de la forma, la articulación del campo en fondo y figura se relaciona, en primer lugar, con la atención y la observación selectiva de las cosas. Ante la acción de «mirar», la atención es captada por las formas más simples, considerando como tales aquellas figuras con más giros (cambio de orientación de las líneas), más simetría y mayores ángulos. Tienden a verse como figuras las áreas curvadas hacia fuera, las áreas más pequeñas y también las formas situadas en la vertical y en la horizontal tienen más posibilidades de verse como figuras. En la percepción de la forma, la figura cuyos bordes tengan mayor relevancia, se destacará

como figura, relegando sus alrededores a la función de fondo. Al percibir una figura, destacándola sobre las demás, se sigue un proceso de abajo-arriba. Por otra parte, la forma generalmente está descrita por un contorno que actúa como cierre, que la separa de los demás elementos y que, sobre todo, la separa del fondo. El fondo tiene una importancia decisiva a la hora de valorar el punto de interés y, por lo general, nunca debe competir con el motivo principal. En el dibujo infantil, la línea y los contornos son representados mucho antes que los demás elementos pictóricos. La línea y el contorno son instrumentos esenciales para representar la forma y tienen entidad por sí solos; son los elementos visuales por excelencia en el dibujo.

FONDO:

___Parte del plano del cuadro que parece estar más alejado del espectador.

FORMA:

___Está a medio camino entre lo percibido y la representación y debemos distinguir-la de la forma estructural. Permite el reconocimiento inmediato del objeto. La forma es un signo gráfico con una superficie limitada por sus contornos. En la medida en que la forma de un objeto representa una mayor coincidencia con la realidad, se dice que tiene mayor grado de iconicidad. La imagen en blanco y negro tiene menor grado de iconicidad que la imagen en color.

FORMATO:

___Es la forma del soporte en que está plasmada la imagen. Existe una amplia gama de formatos que se pueden variar según lo que vayamos a representar. Esta diversidad nos puede dar una idea de su importancia, puesto que influye en las cualidades de la imagen que contiene, tanto organizativas como expresivas.

FOTOMONTAJE:

___Recorte y pegado de imágenes fotográficas en una superficie común. Tipo de *collage*.

GESTO DE DIBUJO:

___Un dibujo hecho rápidamente para captar un movimiento.

GRADIENTE DE TAMAÑO:

___Induce a la percepción de la profundidad, junto con diferentes valores tonales.

HAZ DE LÍNEAS:

___Líneas rectas entrecruzadas, líneas rectas convergentes, estructuras de fugas. Es cuando la línea pierde su individualidad como elemento.

ILUSIÓN:

___ Una imagen engañosa.

INTENSIDAD:

___ Brillo o apatía de un color. La intensidad puede ser reducida mediante la adición del complemento del color.

INTERACCIÓN DEL COLOR:

___ Sensación óptica de que los colores cambian por su relación con otros colores.

LÍNEA:

___ Es polivalente y puede satisfacer un gran número de funciones en la representación. Tiene sentido cuando forma parte de un contorno y puede representar las características estructurales de cualquier objeto. En ocasiones representa los símbolos de determinados lenguajes: escritura, cómic, etc. Señala direcciones que resaltan el dinamismo de una imagen, separa planos, da volumen a los objetos y puede representar la tercera dimensión. Se pueden indicar varios tipos de líneas para conocer la gran variedad de usos de este elemento.

LÍNEA AISLADA:

___ Línea recta: vertical, horizontal, oblicua, quebrada. Línea curva. Están asociadas al espacio del cuadro y le proporcionan dinamismo. La más dinámica es la oblicua y la más estática es la horizontal.

LÍNEA DE CONTORNO:

___ Las líneas de contorno definen los bordes, crestas o líneas generales de una forma.

LÍNEA FIGURAL:

___ Línea de contorno, línea de recorte. Es descriptiva. Cuando se representa con volumen se denomina línea de recorte.

LÍNEA IMPLÍCITA:

___ Intersección de planos, líneas geométricas del marco, líneas de asociación, etc.

LÍNEA OBJETUAL:

___ Es la que se percibe como un objeto unidimensional cuya simplicidad es mayor que la suma de las líneas que lo componen, por ejemplo, las señales o los pictogramas.

LÍNEA VERTICAL Y DIAGONAL:

___ Dan dinamismo a la escena y conducen al espectador hacia un determinado elemento de la imagen. Por ejemplo, las líneas horizontales dan sensación de tran-

quilidad, estabilidad e inmovilismo, al igual que está comprobado que las líneas diagonales son mucho más interesante que las líneas paralelas. En una composición, las líneas pueden actuar: haciendo penetrar nuestra visión en la representación, guiando nuestra mirada por la imagen hasta el centro de interés, o haciendo salir nuestra mirada lo más suavemente posible.

MATIZ O TONO:

___Es el nombre específico que se da a un color y que coincide con cierto valor de la longitud de onda.

MATIZ:

___Valor de luz de un hecho mediante la adición de color blanco.

MEDIO:

___Influye en la percepción individual, de modo que las normas establecidas proporcionan un marco de referencia que también influye en la dirección percibida. La influencia más clara como ya apuntábamos anteriormente, consiste en la dirección establecida de izquierda a derecha, asumida y potenciada de tal forma que es difícil escapar a su influencia. Los hábitos en la lectura los transferimos inconscientemente al campo gráfico, de forma que hay mayor disponibilidad a abordar el cuadro desde la izquierda, sea cual sea su contenido, ganando esta parte en importancia. El centro subjetivo izquierdo, por ser favorecido, soporta más peso compositivo que el derecho y esto influye en los demás componentes de la composición. La secuencia de lectura de izquierda a derecha en la obra gráfica es una consecuencia directa del aprendizaje sistemático que se ha tenido durante muchos años, de la lectura y la escritura, aunque el proceso no siempre es coincidente cuando se trata de lectura y representación gráfica.

MONOCROMÁTICA COLOR:

___Esquema de color que utiliza un tono y todos sus tonos y matices de un efecto unificador.

OPACO:

___Calidad de un material que no deja pasar a través de él cualquier luz.

ORDEN TEMPORAL Y FUNCIÓN REPRESENTATIVA:

___Espacio y tiempo son las dos dimensiones que definen la noción de realidad. El concepto de temporalidad en el espacio del cuadro, se define como una ordenación y significación determinada, tal y como hemos visto en los apartados anteriores. El tiempo en la imagen, a diferencia del real, es discontinuo, permite transgresiones y puede presentarse como simultáneo. La tensión y el ritmo son elementos que potencian la acción en el cuadro y, por tanto, la temporalidad. Ambos son muy difíciles

de definir. Según sea la organización de un cuadro, nos proporcionará diferentes sensaciones de temporalidad.

ORIENTACIÓN:

___La orientación existe gracias al marco que le impone el espacio en dos dimensiones. En el campo gráfico la orientación de sus elementos depende de los ejes más importantes, como son la vertical y la horizontal, en cuyas referencias se apoyan las demás direcciones. La vertical es constante, pero la horizontal, según que su orientación se decante hacia la izquierda o hacia la derecha, cambiará totalmente las demás relaciones del campo gráfico.

PATRÓN:

___Líneas, colores o formas repetidas de manera planificada.

PERSPECTIVA LINEAL:

___Técnica para crear la ilusión de profundidad en una superficie plana. Las líneas de los edificios y otros objetos convergen a un punto de fuga en una línea de horizonte (la altura de los ojos del espectador).

PERSPECTIVA:

___Método utilizado para crear la ilusión de espacio y volumen en una superficie bidimensional. Puede ser creado por la superposición, la colocación, los detalles, la intensidad del color o el valor, la convergencia de líneas y variaciones de los tamaños. Es la representación de la imagen desde un punto de vista seleccionado haciendo referencia a la posición del espectador.

- **Definición o precisión de detalles.** Las formas más definidas y con muchos detalles producen la sensación de estar más cercanas.
- **Tamaño.** Las formas grandes producen sensación de cercanía, mientras que las formas con tamaños reducidos se alejan.
- **Ubicación.** Las formas solapadas o tapadas parcialmente unas por otras, inducen a la sensación de profundidad; se entiende que cuando una forma se oculta parcialmente, se sitúa detrás.
- **Color.** La luminosidad produce sensación de cercanía y dirige la atención hacia el objeto más luminoso. Los colores cálidos producen sensación de aumento de tamaño y cercanía, mientras que los colores fríos inducen al efecto contrario. Cuanto más saturado y luminoso es un color, más sensación de cercanía nos produce.

PESO VISUAL:

___El interés o la atracción que ciertos elementos de una obra de arte tienen en el espectador. Puede ser afectada por el tamaño, contorno, la intensidad de color, calor o frialdad de un color, el contraste en el valor, la textura y la posición, y todos ellos se relacionan e influyen entre sí. Según la teoría de la Géstalt, cuanto más cerca se encuentra un elemento del centro, menos peso tendrá, y cuanto más alejado, más peso tendrá. Cuando un objeto se sitúa en la parte superior, tiene más peso que cuando este mismo objeto se sitúa en la parte inferior del campo gráfico. Esto es debido a la influencia que la ley de la gravedad tiene en la percepción, como referencia física. Sin embargo, ante la ubicación periférica a la izquierda o a la derecha del campo gráfico, esta sensación se altera, cambiando las relaciones de los elementos gráficos. Según esta teoría, el ojo favorece la zona inferior izquierda de cualquier campo visual. El orden perceptual responde, en primer lugar, a las referencias vertical-horizontal y el segundo impulso perceptivo se orienta a la preferencia inferior izquierda. Esta preferencia secundaria se explica funcionalmente por la influencia ambiental que potencia la dirección izquierda-derecha en cualquier manifestación humana, incluida la representación gráfica, y por el predominio lateral hemisférico. Estas son algunos aspectos destacables sobre el peso visual.

PLANO:

___En su naturaleza plástica es un elemento de superficie y está ligado a la bidimensionalidad y a la forma. Está limitado por la línea o por otros planos sucesivos, sugiere la tercera dimensión mediante la superposición de espacios bidimensionales. Es decisivo en la compartimentación y organización del espacio gráfico.

PRIMER PLANO:

___Parte de una imagen que parece más cercana al espectador y, a menudo, es la parte inferior de la imagen.

PROPORCIÓN:

___Principio de diseño relacionado con la relación de un objeto a otro con respecto al tamaño, cantidad, número y grado.

PUNTEADO:

___Técnica de sombreado utilizando puntos.

PUNTO DE FUGA:

___Dibujo en perspectiva, un punto o puntos en el horizonte cuando retrocediendo líneas paralelas parecen encontrarse.

PUNTO DE VISTA:

___El ángulo desde el que se ve algo.

PUNTO FOCAL:

___Área de una obra de arte que atrae la atención del espectador en primer lugar. El contraste, la ubicación, el aislamiento y la convergencia se utilizan para crear puntos focales.

RAYADO:

___Efecto de sombreado que se consigue trazando líneas paralelas más o menos próximas. Cuando hay varios rayados superpuestos se le denomina «rayado cruzado».

REPETICIÓN:

___Técnica para la creación de la unidad y el ritmo mediante el uso de un solo elemento o un motivo, una y otra vez.

REPRODUCCIÓN:

___Copia de una obra de arte.

RITMO:

___Principio de diseño en el que se repiten elementos para crear la ilusión de movimiento. El ritmo puede ser aleatorio, regular, alternando, progresivo y fluido.

RITMO AL AZAR:

___Ritmo visual en el que un motivo se repite sin orden aparente.

RITMO QUE FLUYE:

___Ritmo visual que se crea por la repetición de líneas onduladas.

RITMO REGULAR:

___Ritmo visual creado a través de la repetición del mismo con motivo y/o de la misma distancia entre las repeticiones.

RITMO Y MOVIMIENTO:

___Indica movimiento con la repetición y la semejanza de elementos, da la sensación de acción e induce a un determinado recorrido visual.

RUEDA DE COLOR:

___Una herramienta para la organización del color (ver círculo cromático).

SATURACIÓN O INTENSIDAD:

___Es el grado de pureza que tiene un color. Los colores más saturados son los que más se aproximan a los colores básicos.

SÍMBOLOS:

___Objetos que están destinados a representar algo distinto de sí mismos.

SIMPLICIDAD:

___Técnica utilizada para crear la unidad, al limitar el número de variaciones de un elemento.

SINTAXIS VISUAL:

___Consiste en unos mecanismos de estructuración de los elementos que componen una imagen, son las pautas generales que se usan para la construcción de mensajes y composiciones visuales. De estas pautas depende, en gran medida, el modo de ver lo que vemos. En un mensaje visual, los elementos básicos se interrelacionan activamente buscando hacer más comprensible su significado. A esto es a lo que llamamos composición y es un proceso válido si logra ser comprendido por el receptor. Esta comprensión pasa por la habilidad del comunicador visual para organizar, jerarquizar y desarrollar estos elementos.

SINTAXIS VISUAL		
Relaciones entre los elementos		
Los límites o el formato	El espacio	La composición
Condiciona la información de la imagen.	Es el espacio que recoge la imagen.	Es la organización de los elementos que conforman la imagen.

SOMBRA:

___Valor de un color oscuro realizado por la adición de negro.

SUPERPOSICIÓN:

___De figuras u objetos, induce a seguir un itinerario visual.

TAMAÑO:

___Aunque las figuras cambien de tamaño, la orientación y la forma se mantienen estables. Según el tamaño que tenga un objeto, adquirirá su importancia en la composición. En la infancia no se considera la necesidad de la proporción real del tamaño hasta etapas muy avanzadas del desarrollo, ya que para él son más importantes

las relaciones cualitativas que las de medida. En lo que se refiere al tamaño de las figuras en los dibujos infantiles, está más relacionado con la afectividad. En las primeras etapas se aumenta aquello que para él tiene más significado; posteriormente, ya intenta mantener las proporciones reales, aunque la relación del tamaño con la distancia es un proceso bastante tardío.

TEMA:

___ Una idea representada en una obra de arte.

TEXTURA:

___ Es una agrupación de pautas situadas a igual o similar distancia unas de otras sobre un espacio plano. Está asociada al color y al plano. En ella confluyen cualidades ópticas y táctiles, y colabora en la construcción del espacio visual, puesto que es muy importante en la representación de la profundidad.

TRANSLÚCIDO:

___ Calidad de un material que permite pasar de luz difusa a través de él.

TRANSPARENTE:

___ Calidad de un material que permite que la luz pase a través de él.

TRÍADA DE COLOR:

___ Tres colores espaciados a igual distancia de separación en la rueda de color (por ejemplo: rojo, amarillo y azul).

UBICACIÓN:

___ Cuando se dibuja algo hay que ubicarlo en un lugar, siendo ese primer lugar el más auténtico y revelador de las preferencias de ubicación que se tienen dentro del campo gráfico. Esta preferencia se selecciona de forma instintiva e independiente con una tendencia natural a orientarnos hacia el centro. El centro siempre está presente, porque actúa como un foco hacia el que se proyectan las fuerzas dinámicas del campo. Existen otros centros que intentan imponer su influencia; el equilibrio de estos centros es el que determina la dinámica de toda la composición. Dentro de los diferentes centros que coexisten, el proceso de exploración y de representación potencia alguno de ellos de forma subjetiva, basándose en la actividad ocular y la experiencia motriz que tienden a una dirección de lectura o de acción gráfica.

UNIDAD:

___ Principio de diseño que da la sensación de que todas las partes están trabajando juntas.

VALOR O BRILLO:

___ Es la claridad del color, su grado de brillantez o proximidad al blanco.

VALOR:

___ La ligereza o la oscuridad de un color.

VARIEDADES:

___ Principio de diseño de uso habitual entre los artistas cuando quieren añadir interés a una obra de arte.

YUXTAPONER:

___ Para colocar objetos uno al lado del otro.

FUENTES DEL GLOSARIO

ALBERS, J. (1984): *La interacción del color*. Madrid: Alianza.

ALONSO, M. y MATILLA, L. (1980): *Imágenes en libertad I y II*. Madrid: Nuestra Cultura.

ARNHEIM, R. (1976): *Arte y Percepción Visual (Psicología de la Percepción)*. Buenos Aires: Universitaria.

DÓNDIS, D. (1981/2002): *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

PELLICER, C. (2000): *Los dibujos de los zurdos. Percepción y Lateralidad*. Castellón: Publicaciones de la Universidad Jaume I.

VILLAFañÉ, J. y MÍNGUEZ, N. (1996): *Principios de Teoría General de la imagen*. Madrid: Pirámide.

WUCIUS, W. (1995/1997): *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.



UNIVERSITAT
JAUME I



RIVERA EDITORES