

TEMA 1.- LA MÚSICA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Mass media= medios de comunicación de masas.

Los medios de comunicación tienen una influencia decisiva en la difusión de la música y en los hábitos de consumo

musical. Analizaremos cómo es la relación de la música con algunos de estos medios de comunicación y sus repercusiones en las modas y tendencias musicales.

1.- La música en la televisión.

Funciones de la música en la televisión:

- Aportar información
- Captar la atención del espectador
- Potenciar un determinado estado de ánimo
- Mantener la continuidad de la acción

Las **formas** de encontrar la música en la televisión

- **Sintonía:** melodía que caracteriza un programa, avisando de su inicio, final o cambio de sección.
- **Programas específicamente musicales:** de música actual (cantantes y grupos del momento), especializado en diferentes estilos musicales (música clásica, jazz,...), conciertos, festivales musicales en directo, concursos musicales (*La Voz*). También hay cadenas televisivas que sólo tienen contenidos musicales (*40 Latino*)
- **Música de fondo:** crea un determinado ambiente en programas de todo tipo.
- **Banda sonora:** su función es similar a la que desarrolla la música de cine: contribuye a crear una atmósfera determinada, explicar sentimientos de los personajes, recrear una época o lugar,...
- **Videoclips:** son vídeos musicales cuyo fin es la promoción comercial de un cantante o grupo musical.
- **Anuncios publicitarios:** la música tiene como función acercar un producto al consumidor.
- **Programas de variedades con actuaciones musicales:** estos programas (*El Hormiguero*) no son específicamente musicales, pero incluyen actuaciones en directo y *play-back* (cuando un artista parece que está actuando en directo, pero lo que realmente suena es una grabación)

2.- La música en la radio

Al igual que en la televisión, el medio radiofónico está lleno de muestras musicales.

Un elemento musical muy importante en el formato radiofónico es el **jingle** = efecto sonoro o fragmento melódico muy breve a modo de eslogan. Caracteriza a una emisora o programa. Debe ser pegadizo y fácilmente identificable.

En cuanto a la **Programación** musical radiofónica están:

- *Radio generalista*: con espacios muy variados (de información, entretenimiento,...) que incluye en su parrilla programas musicales.
- *Emisoras* que basan su programación en contenidos musicales (*Los 40 principales, Cadena Dial, Kiss FM, Radio 3,...*).

En ellas, los formatos que predominan son:

- la **radio-fórmula musical**, un formato basado en una *lista de éxitos* de actualidad, que están al servicio de las productoras para promocionar su música
- **programas especializados** (de flamenco, pop,...)
- y actualmente el combinar **éxitos de ayer y de hoy**
- **podcast**, es un archivo de audio grabado de un programa, al que te puedes suscribir y descargar para escucharlo en cualquier momento vía Internet.

Hay dos **tipos** de emisoras, dependiendo de su financiación:

- **emisoras privadas**, cuyo fin es comercial. Se financian con la publicidad y los ingresos de productoras discográficas para promocionar a sus artistas.
- **emisoras públicas**, cuyo fin es cultural. Gracias a ellas conocemos tendencias musicales menos comerciales: música étnica, alternativa,... (*Radio 3 y Radio 2 de música clásica*).

3.- La música en la prensa.

La música también está presente en la prensa en:

- **Secciones culturales de los periódicos**, para:
 - *Informar de eventos musicales* importantes (conciertos, festivales,...)
 - *Promocionar* nuevos productos discográficos
 - *Entrevistar a personajes* del mundo de la música
 - *Realizar críticas musicales*
- **Revistas especializadas** en:
 - Música clásica: *Scherzo, Melómano, Ópera Actual, Ritmo y Quodlibet*.
 - Actualidad musical: de estilos variados (*RollingStone, Rockdeluxe, Mondosonoro, EfeEme*), más específicas de un estilo musical concreto: rock (*Ruta 66, RockZone, y Heavy Rock*), hip hop (*Serie B, y Hip hop Nation*), música dance (*Deejay Dance*) o música alternativa (*IndyRock magazine*).
 - Jazz y blues: *Cuadernos de jazz y Más Jazz*.
 - Flamenco: *Flamenco, A compás y La Caña*.
 - Tecnología musical: *Future Music y Computer Music*.
- **Publicaciones más comerciales** dedicadas al panorama musical del momento y dirigidas a los adolescentes: *Super Pop* o *Bravo*.
- **Revistas asociadas a programas musicales de radio y televisión**: *La Revista 40* u *Operación Triunfo*.

4.- La música y otros medios audiovisuales.

El siglo XXI se caracteriza por la omnipresencia de los medios audiovisuales en la sociedad. La música tiene una relación directa con Internet, con lo que se conoce como "Web audiovisual".

En los videojuegos, la música tiene la **función** de:

- aplicar **efectos sonoros simples**: sucesión de *bips* o motivos melódicos cortos, más frecuentes en los videojuegos tipo *arcad*.

- aplicar **efectos que imitan sonidos reales**: armas, golpes,...
- **Música de fondo**, que acompaña los movimientos del protagonista.
- **Sintonía**
- empleo de **músicas conocidas**.

Las bandas sonoras de los videojuegos actuales tienden a imitar la música del cine.

5.- La música y la publicidad

La música juega un papel muy importante para transmitir el mensaje publicitario y reforzar el impacto visual de las imágenes.

Los medios de comunicación dedican una importante parte de su tiempo de emisión a la publicidad, porque es una suculenta fuente de financiación.

La elección del tipo de música más adecuado para un *spot*, depende de diversos **factores**:

- el tipo de producto
- el sector del público al que va dirigido (*target*)
- la franja horaria en que se emite

Los **recursos** más utilizados en publicidad son:

- empleo de **melodías conocidas**
- Utilización de **jingles originales**
- **Efectos sonoros** que refuercen el efecto visual.

6.- Los medios de comunicación: una plataforma para la promoción musical

Los medios de comunicación se han convertido en un importante canal de difusión y promoción comercial de la música. Para la industria discográfica, son un poderoso escaparate desde el que dar a conocer nuevos artistas y promocionar sus discos.

Pero los grandes medios de comunicación están bajo el control de las multinacionales de la industria musical, que:

- tienden a no arriesgarse en la producción de música original
- centran su promoción en nombres ya asentados o en los productos musicales que más venden.

Esta política implica que un artista sólo es rentable si alcanza ventas millonarias, y muy pocos pueden aspirar a ello, por lo que corremos el riesgo de que la música que escuchamos:

- se homogeneice
- se relegue a otras músicas minoritarias

En definitiva, los *mass media*:

- influyen en nuestros hábitos de consumo en general
- contribuyen a la formación de la industria cultural
- en gran medida son responsables de las modas y tendencias preponderantes en nuestra sociedad.