

Análisis educativo-musical del medio televisión

Oswaldo Lorenzo Quiles y Lucía Herrera Torres
Melilla

Se ofrece en esta colaboración el resultado de un trabajo de investigación que estudia el tipo de educación musical no formal que lleva a cabo la televisión en nuestra sociedad. Este medio de comunicación capitaliza lo que conocemos por escuela paralela, suponiendo un innegable vehículo de transmisión educativa y realizando una labor de divulgación sonora que, aun sin pretenderlo, determina y conforma desde la imagen la cultura musical de la población.

Aunque las características que definen la música y su utilización en los *medios* son básicamente coincidentes en los principales agentes incluidos en este término –televisión, cine, radio, etc.–, sólo nos ocupamos aquí de lo relativo al primero de éstos agentes, la televisión, al entender que ésta es hoy el vehículo de mayor importancia educativo-no formal con que cuenta la sociedad.

Si bien la presencia de la música en los medios de comunicación, en general, y en la televisión, en particular, supone la existencia potencial de una parcela de estudio con enormes posibilidades de desarrollo conceptual, ha sido ésta frecuentemente soslayada en favor del análisis casi exclusivo de la imagen y sus distintas implicaciones: sociológicas, semióticas, morales, etc. A pesar de lo paradójico de

este hecho, pues lo sonoro-musical ocupa gran parte del contenido de los mensajes audiovisuales que los medios nos hacen llegar, no ha sido hasta comienzos de la anterior década, al menos en nuestro país, que se ha producido un significativo avance en la investigación acerca del ropaje musical que suele revestir la imagen televisiva.

La explicación al porqué de esta situación, como ponen de manifiesto diferentes autores (Tur, 1992; del Río, 1995; Palacios, 1997), la encontramos en el lamentable estado institucional, académico y social que ha padecido la música en España durante los decenios anteriores a los años noventa. Mientras que otras materias con respaldo universitario dedicaron parte de su actividad al estudio del componente icónico y visual del ámbito televisivo, como

ocurría en las Facultades de Bellas Artes, Ciencias de la Información y Sociología, entre otras, en el caso de la música únicamente encontramos presencia universitaria en las actividades de extensión cultural que con mejor o peor fortuna se daban, de forma poco normalizada y casi aleatoria, en algunas Universidades nacionales. Apenas existía investigación musical en el estamento de enseñanza superior por antonomasia, y cuando ésta aparecía lo hacía tímidamente y siempre supeditada a aspectos «para» o perimusicales, pero no de contenido cualitativamente musical. De esta forma, era ciertamente difícil que se produjese la relación imagen-sonido musical en el contexto universitario y que en éste se llevasen a cabo estudios que conectaran ambas áreas.

En el presente, la implantación efectiva de las directrices sobre música contenidas en la LOGSE (Ley de Ordenación General del Sistema Educativo) en la educación obligatoria, así como la dinamización de la cultura musical universitaria, que ha supuesto la creación de la Diplomatura de Magisterio en Educación Musical y la licenciatura de Historia y Ciencias de la Música, han propiciado que por fin se comience a abordar el estudio de lo musical bajo criterios de investigación universitaria y, lo que aquí más nos interesa, que en este mismo marco se estén materializando trabajos que interrelacionen directa o tangencialmente lo musical con lo mediático.

Desde los parámetros que configuran este entorno se construye el trabajo de investigación que fundamenta este artículo.

El deseo de conocer cómo se educa musicalmente la sociedad española a partir del

contexto educativo no formal capitaneado principalmente por la televisión surgió de la observación intuitiva de tres líneas-fuerza:

1) La población española, en general, no ha sido musicalmente educada en el contexto de aprendizaje formal –los centros educativos

de enseñanza reglada como la Escuela, el Instituto y la Universidad–, debido a equivocadas políticas educativas y deficiencias estructurales en los sistemas educativos nacionales anteriores a la LOGSE.

2) La televisión es hoy un catalizador educativo-no formal de primer orden en la mayoría de áreas del conocimiento humano, incluida la música.

3) La predisposición hacia lo musical en la referida población no está bien fundamentada e incluso es, a veces, inexistente, lo que determina que la valoración que de la música hará esta población estará fuertemente condicionada por el modo en que ha sido y es educada musicalmente por la televisión.

Tras esta primera aproximación al problema a investigar se establecieron cuatro

objetivos básicos:

- Examinar el tipo de información-educación musical que llevan a cabo las cadenas de televisión con mayor número de espectadores en este país.

- Analizar el contenido de los *mensajes* musicales del medio citado.

- Observar a qué intereses responde este contenido: informativos, educativos, comerciales, etc.

- Estudiar la capacidad crítica del *target* (público objetivo) para descodificar la información recibida.

La música presente en la parrilla televisiva estudiada es hija del modelo efectista de televisión que impera en los programas más vistos. Existe en todas las cadenas un claro predominio de la música moderna de corte anglosajón, fácilmente identificable por la audiencia con las imágenes vistas y adocenada en sus elementos compositivos más básicos.

1. Metodología de la investigación

1.1. La muestra¹

La elección de las cadenas de televisión estudiadas se debe a cuatro principios:

- La posibilidad de acceso de toda la población española a la *cadena* en condiciones de gratuidad, sin pago directo.

- Amplio contenido dirigido al público en general –cadenas cuya emisión global no es temática– e igualdad de emisión horaria entre las cadenas –todas emiten diariamente un número similar de horas y en las mismas franjas de tiempo–.

- Los valores absolutos de audiencia en miles de personas-espectadores de cada medio, lo que determina que sean los más vistos-óidos.

- La audiencia de cada cadena en función de los bloques horarios u horarios de emisión.

De acuerdo con los principios expuestos, las cadenas de televisión objeto de estudio son: TVE1 (primera cadena de televisión del grupo empresarial público Radiotelevisión Española), Antena 3 (cadena privada), Tele 5 (cadena privada) y La 2 (segunda cadena de televisión de Radiotelevisión Española), contando cada una de ellas con la audiencia que se muestra en la siguiente tabla:

Audiencia de televisión en España en porcentajes					
Cadenas	TVE1	Antena3	Tele5	La2	Otras
Total muestra de audiencia: 33.982 personas	25,1%	22,7%	21,5%	8,9%	21,8%

Tabla 1. Audiencia de la televisión en España. Fuente: Estudio General de Medios, 1998; adaptado de «Anuario de El Mundo» (1998)

Por otro lado, el análisis de las músicas presentes en estas cadenas se hizo a partir de la clasificación anual de los programas de televisión más vistos (EGM, 1997), en la que se enumeran 180 programas en función de los miles de espectadores que los siguieron.

Partiendo de esta clasificación, en la que no se tiene en cuenta los espacios destinados a

la publicidad, se elaboró una subclasificación de programas más vistos, en relación con cada una de las cadenas estudiadas, eliminando aquellos programas repetidos, con lo que el número de programas se redujo a 104. Debido a obvias razones de limitación en la descripción de los pormenores del trabajo de investigación en cuestión, no es posible mostrar aquí las citadas clasificaciones.

1.2. Instrumentos

En la recogida de la información a analizar se utilizaron un televisor en color común, un vídeo grabador/reproductor estéreo y videocintas y cassetes para grabar los programas seleccionados.

1.3. Procedimiento

Una vez determinados los programas de televisión con mayor audiencia, se grabaron en soporte magnético para, posteriormente, proceder a su análisis sonoro-visual, basado en el llamado análisis de contenido y fundamentalmente cualitativo.

1.4. Resultados

Tras el análisis de los programas elegidos se establecieron dos categorías:

1) Tipo genérico del programa, categoría que presenta siete niveles principales: cine y series de televisión; deportes; teatro-comedia; humor; información; juegos/espectáculos; magazines. Tanto las categorías como sus niveles fueron apareciendo de forma

emergentes; o sea, a medida que se iba analizando el contenido de los programas.

2) Ambientación y contenido específico musical del programa, en relación éste último con las imágenes que lo acompañan. Éstos dos conceptos se analizaron en función del estilo musical y los principios constructivos de la música: ritmo, melodía, armonía, forma y timbre.

Para el análisis de esta segunda categoría—que no es posible mostrar por razones de necesaria sinopsis— se emplearon los métodos analíticos de Larue (1993), Meyer (1967) y Schenker (1990). Dicho análisis establece que las músicas más utilizadas en los programas estudiados se estructuran en cuatro niveles, que por orden de mayor a menor presencia son: pop-rock o similar; música *dance* o similar; música de *ambiente* con melodías pegadizas y textura anodina; *clásica* o similar.

Seguidamente mostramos el número (no porcentaje) de programas que aparece respecto a cada uno de los siete niveles pertenecientes a la primera categoría.

Por televisiones, la distribución de los niveles de la primera categoría es (cuando no aparece un nivel es porque éste no figura entre los programas más vistos):

predominio de la música moderna de corte anglosajón, fácilmente identificable por la audiencia con las imágenes vistas y adocenada en sus elementos compositivos más básicos.

Este hecho genera una estética de lo musical peyorativamente regresiva, ya que los patrones creativos y perceptivos de la música se van simplificando progresiva y alarmantemente, lo que ocasiona un efecto social de reacción en cadena que desemboca en la incomprensión y el desinterés hacia las músicas de mayor calidad: como demuestra la psicología social, a medida que la sociedad asume la estética musical descrita, aumenta el número de personas que considera como mejor opción la música que *escucha* en televisión y que cada vez tolera menos la que es diferente.

Así, los individuos ineducados musicalmente, para no distinguirse, aceptan la opinión

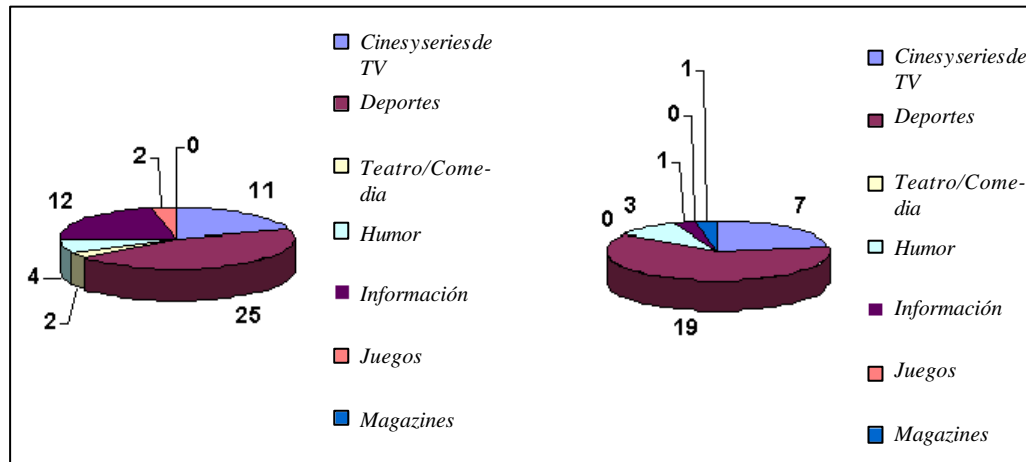


Gráfico 2. Tipo y número de programas más vistos, entre los 104 analizados, en TVE1 y Antena 3, adaptado del EGM publicado en el «Anuario del diario El Mundo» (1998)

3. Conclusiones

A partir del análisis de contenido realizado con los métodos citados de Larue, Meyer y Schenker y la relación de sus resultados con los programas categorizados, podemos inferir que la música presente en la *parrilla* televisiva estudiada aquí es hija del modelo efectista de televisión que impera en los programas más vistos. Existe en todas las cadenas un claro

de la mayoría en favor de la confortable sensación de pertenecer al *grupo*.

Dentro de la homogeneización musical que se da en todas las televisiones que analizamos (Porta, 1998), nos es posible distinguir contenidos musicales en relación con el tipo de programa visto.

En función de la clase de *espacio*, la ambientación musical es formalmente distinta,

aunque sustancialmente similar en los patrones estéticos y mecánico-simplistas que fundamentan las músicas empleadas. A la vista del gráfico antes mostrado, observamos que:

1) En el cine y las series de televisión el ropaje musical es sumamente importante para la imagen y bien diferente del que escuchamos, por ejemplo, en los informativos. En este nivel predominan los largometrajes de procedencia norteamericana, en los que se hace un uso incidental de músicas que presentan calidad en su composición pero que plagian abusivamente fragmentos de partituras de finales del siglo XIX y principios de XX.

Estas músicas dicen poco en favor de los lenguajes musicales posteriores al Impresionismo, ya que casi todas las composiciones responden a una concepción musical inspirada en lo romántico o post-romántico y estereotipada en su difusión.

2) Las músicas que acompañan a los programas de humor, informativos, juegos-espectáculos y magazines son de diseño totalmente funcional y mecánico, consistiendo en ráfagas musicales y melodías pegadizas que ayudan a introducir y despedir el programa, subrayar momentos especiales y vender mejor el producto televisivo.

3) La música del teatro-comedia es parecida a la de las series de televisión, de menor calidad que la correspondiente a los largometrajes y con poca representatividad.

Cuando la ambientación musical no procede de músicas ya compuestas sino que se encarga a un compositor para un programa determinado, parece que éste no escribe pensando en su calidad, sino en la escasa capacidad de crítica musical en el destinatario final, la audiencia, y en unas características preestablecidas y uniformizadas por la mecanicidad y el simplismo, claramente deudoras de la relación comercial del compositor con la empresa de televisión para la que trabaja, sea por cuenta propia o ajena.

La única cadena televisiva con acceso libre de pago que programa música con criterios de calidad y no de rentabilidad económica es

TVE 2, pero, lamentablemente, tan sólo en una ocasión obtuvo la *cuota de pantalla* necesaria para figurar entre los 180 programas de televisión más vistos durante el año 1997, y no precisamente con motivo de un programa propio del perfil cultural que anima esta cadena, sino de la transmisión de la prórroga de un partido de fútbol entre los equipos Brøndby-Tenerife. Claro, que el grueso de la programación más vista de las cuatro cadenas es también deportivo, fútbol principalmente.

Finalmente, debemos mencionar el asunto de las conocidas adaptaciones de músicas consideradas cultas y de las que a menudo gusta la televisión: trastocar *Las cuatro estaciones* del compositor Antonio Vivaldi *modernizándolas* con el fin de aprovechar su popularidad para vender un programa, por citar un ejemplo ya manido, puede parecer musicalmente inocuo e incluso didáctico, pues según algunas personas «hace estas obras más asequibles», pero no es otra cosa que la perversión de una obra artística por motivaciones de *mercado*.

Notas

¹ Los datos estadísticos en relación con este apartado provienen de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), concretamente, el Estudio General de Medios (EGM) correspondiente el año 1997, realizado por esta Asociación y publicado en el *Anuario de El Mundo* en 1998.

Referencias

- BARTLETT, F.G. (1995): *Recordar*. Madrid, Alianza.
 FORTE, A. y GILBERT, S. (1992): *Introducción al análisis schenkeriano*. Barcelona, Labor.
 LARUE, J. (1993): *Análisis del estilo musical*. Barcelona, Labor.
 MEYER, L.B. (1967): *Music, the arts and ideas*. Chicago.
 MORALES, J.M. (Coord.) (1999): *Psicología social*. Madrid, McGraw-Hill.
 PALACIOS, F. (1997): *Escuchar, 20 reflexiones sobre música y educación musical*. Las Palmas de Gran Canaria, Fundación Orquesta Filarmónica de Gran Canaria.
 PORTA, A. (1998): «Cine, música y aprendizaje significativo», en *Comunicar*, 11; 106-113.
 RÍO SADORNIL, D. (1995): *Material específico del curso las aptitudes musicales y su diagnóstico*. Madrid, UNED.
 SCHENKER, H. (1990): *Tratado de armonía*. Madrid, Real Musical.

INVESTIGACIONES

TURMAYANS, P. (1992): *Reflexiones sobre educación musical*. Barcelona, Universitat de Barcelona.

VARIOS (1998): *Anuario El Mundo*, 1998. Madrid, El Mundo.

- **Oswaldo Lorenzo Quiles** es profesor del Departamento de Didáctica de la Expresión Musical en Melilla (Universidad de Granada). Correo electrónico: oswaldo@goliat.ugr.es
- **Lucía Herrera Torres** es profesora del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación en la Facultad de Humanidades de Melilla (Universidad de Granada).

