

Treball de Fi de Grau

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

Facultat de Ciències de la Comunicació

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autoria:

**Professorat
tutor:**

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Índice

1. Introducción	3
1.1 Presentación	3
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3 Objeto de estudio.....	5
1.4 Hipótesis.....	6
1.5. Estructura del trabajo	7
2. Marco teórico	9
2.1. La información	9
2.1.1. Los informativos televisivos.....	10
2.1.2. Composición de los informativos: géneros principales	12
2.1.3. Titularidad de las cadenas televisivas.....	14
2.1.3.1. La 1: Titularidad pública	14
2.1.3.2. Antena 3: Titularidad privada.....	15
2.1.4. Audiencias televisivas	16
2.1.5. La importancia del ‘cuándo’: Prime Time en España	18
2.1.6. Espectacularización en televisión.....	19
2.2. Sonido e informativos: dos conceptos indivisibles	20
2.2.1. La ‘audiovisión’	20
2.2.2. Dialéctica entre los niveles visuales y auditivos	22
2.2.3. El lenguaje de la banda sonora	23
2.2.3.1. Voces	23
2.2.3.2. Efectos sonoros.....	24
2.2.3.3. Música	24
2.3. La música: uno de los elementos del lenguaje sonoro.....	25
2.3.1. Géneros musicales	26
2.1.1.1 Música clásica	28
2.3.1.2 Música popular	28
2.1.1.3 Música folk.....	29

2.3.2. Recursos musicales.....	29
2.3.2.1. Leitmotiv	29
2.3.2.2. Empatía o anempatía	29
2.3.2.3. Contraste.....	30
2.3.2.4. Diégesis	30
2.3.3. Funciones musicales.....	31
3. Metodología.....	33
3.1 Técnica de análisis	33
3.2 Criterios de selección de muestra.....	34
3.3 Ficha de análisis y sistema de codificación.....	35
3.3.1. Identificación.....	36
3.3.2. El papel del sonido	39
3.3.3. Elementos musicales	40
4. Exposición de los resultados.....	45
4.1 Agenda de los informativos.....	45
4.1.1. Géneros informativos recurrentes.....	46
4.2. Tipología del sonido	48
4.2.1. Análisis general	49
4.2.2. Análisis por cadenas	51
4.3. El papel de la música en los informativos televisivos.....	53
4.3.1. Función de las piezas musicales	54
4.3.1.1 Presencia de diégesis	56
4.3.1.2 Planos musicales.....	57
4.3.2 Espectacularización a través de la música.....	57
4.4 El papel del sonido ambiente en los informativos televisivos.....	58
4.4.1. Plano del sonido ambiente.....	58
4.4.2 Espectacularización a través del sonido ambiente.....	59
5. Conclusiones	62
6. Bibliografía	66
7. Anexos.....	69

1. Introducción

1.1 Presentación

Los telenoticias se han constituido, desde el inicio de sus emisiones, como una de las fuentes principales de información para la sociedad. Ya sea por el dinamismo inherente del formato, el carisma del presentador o presentadora que conduce el programa o por exponer los principales hechos noticiales del día en apenas media hora, los informativos televisivos reúnen cada día a millones de espectadores frente al televisor.

Para encontrar los antecedentes de los telenoticias en España, debemos remontarnos al año 1956. Una semana después de comenzar las emisiones de Televisión Española, primera cadena que realizó transmisiones regulares en España, un redactor entró al despacho del director y exigió que la cadena montara un servicio de informativos. El autor de la propuesta era David Cubedo, primer redactor jefe de Televisión Española. En unas horas, se creó el noticiario, en el que se leían recortes del periódico del día bajo el rótulo ‘Últimas noticias’. Repetían también los partes radiofónicos que se habían transmitido pocos minutos antes en Radio Nacional Española, sin apenas recursos gráficos (RTVE lab, 2021)

Este formato precario acabó por convertirse en la antesala del primer telenoticias en España. Jesús Álvarez, junto con Blanca Álvarez y David Cubedo se consolidaron como los primeros presentadores del país.

De esta manera se presentaba el Telediario de Televisión Española, emitido por primera vez el 15 de septiembre de 1957 y considerado como el precursor del formato telenoticias en España.

Con mapas, gráficos y dibujos acompañando a las noticias facilitadas por el presentador en imagen o sobreimpresionadas con el cine, les ofreceremos telediario a las 21:00 horas. Hechos acaecidos en el mismo día en cualquier parte del mundo los ven ustedes en telediario. (RTVE lab, 2021).

Esta presentación parece bastante fiel al concepto de informativo actual, aunque se ha realizado un gran recorrido a lo largo de los últimos 64 años. Los informativos han evolucionado en estética, decorados, tecnología, cabeceras y un largo etcétera, incluyendo el escaso análisis de papel del sonido como constructor de significado.

Con los telenoticias se produce un caso muy similar al del cine, y es que tratamos de separar la imagen visual del acompañamiento acústico, siendo dos elementos indivisibles. No solo eso, sino que además acostumbramos a menospreciar el papel que desempeña este último en la construcción de la pieza.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Cuando un espectador acude al cine o se sitúa delante de la televisión para consumir un programa determinado, se acostumbra a decir que está “viendo” esa película o ese programa. Sin embargo, la realidad es que el sonido juega un papel igual de determinante que la imagen en la construcción del mensaje audiovisual. Partiendo de esta premisa, el objetivo principal de este trabajo de investigación es determinar la importancia del sonido en la construcción de los informativos televisivos, mostrando el papel que desempeña en el momento de dotar de significado a la pieza visual. Con este análisis se pretende demostrar que visión y sonido son dos conceptos indivisibles.

1.2.2. Objetivos específicos

Una vez establecido el objetivo general de la investigación, es necesario incidir en algunos aspectos más específicos.

1. Demostrar si el sonido y la imagen son conceptos indivisibles en la construcción de los informativos televisivos. Para ello, se realizará un análisis profundo del total de piezas que aparecen en los dos informativos que conforman la muestra, extrayendo datos porcentuales de cada variable contemplada en la tipología del sonido.
2. Identificar la tipología del sonido más utilizada en las piezas informativas analizadas. En este caso se contemplarán cuatro variables, música, efectos sonoros, sonido ambiente y piezas que no presenten ninguna de las tipologías anteriores.

3. Comparar las diferencias existentes entre los dos telenoticias analizados en función de su titularidad. En este caso se contemplarán dos variables, Telediario 2 -programa emitido en una cadena de titularidad pública-, y Antena 3 Noticias 2 -programa emitido en una cadena de titularidad privada-.
4. Comprobar si el uso de los recursos sonoros influye directamente en la espectacularización de la información. Para ello, se estudiará la forma en la que estos recursos aparecen en la pieza informativa.

1.3 Objeto de estudio

En primer lugar, para escoger la muestra se tendrá en cuenta la titularidad de cada medio. Dentro del marco de la televisión digital terrestre (TDT), las cadenas televisivas se dividen en función de su titularidad, ya sea pública o privada. A la televisión pública se le presupone un compromiso con el ciudadano, por lo que sus informativos deben responder al interés general y deberán transmitir la información de manera objetiva, sin condicionantes de ningún tipo. La televisión privada, por su parte, no responde a este interés general, por lo que está dotada de más libertad en el momento de construir los informativos.

En segundo lugar, las cadenas se han escogido según los índices de audiencias. El informativo de La 1 es el más visto en el marco de la televisión pública, mientras que el informativo de Antena 3 es el más visto en el marco de la televisión privada. (EGM, abril 2021).

El marco en el que se desarrollará este análisis comparativo será en el ‘prime time’ español. En el caso de La 1, se tomará como muestra el Telediario 2, mientras que en el caso de Antena 3 se tomará como muestra Antena 3 Noticias 2.

El objetivo principal que persigue este análisis es determinar el papel que desempeña el sonido en la creación y en el desarrollo de los informativos. A lo largo del análisis, se tratarán temas como la correspondencia entre imagen y sonido, el ritmo y los segundos de duración, el género de la pieza musical y la inclusión de efectos sonoros.

1.4 Hipótesis

La hipótesis que se plantea en el presente trabajo de investigación pasa por demostrar cómo los telenoticias hacen uso de diferentes piezas sonoras para dotar a sus programas de un sentido determinado. Este planteamiento inicial asume que el sentido de las piezas musicales variará en función de la titularidad de la cadena en la que se emita, que puede ser pública o privada.

La hipótesis inicial presupone que Antena 3 Noticias 2 cuenta con más recursos sonoros, ya que al no desempeñar un servicio público tiene más libertad en el momento de construir los informativos. Sin embargo, el hecho de que Telediario 2 sea más extenso podría llegar a equilibrar la balanza.

Partiendo de esta premisa, el análisis comparativo de los diferentes telediarios contemplará el papel del sonido como constructor de significado. Para ello se analizará diferentes variables, como la correspondencia imagen-sonido de cada pieza informativa, el ritmo y los segundos de duración, el género musical de la pieza en cuestión y, en última instancia, la inclusión de efectos sonoros.

Una vez determinada esta primera hipótesis, será inevitable que surja una pregunta en la mente del lector: ¿por qué solo hablamos de ver un programa y no de oírlo? El concepto de audiovisión acuñado por Michael Chion pone en relieve la importancia de la música como elemento constructor de mensajes, y será una de las teorías sobre las que girará el presente trabajo de investigación. La teoría de Chion contempla especialmente el papel de la música, pero en este caso se ampliará al papel del sonido.

También será importante determinar la importancia del cuándo. Cada programa de televisión adecúa su contenido a la franja horaria en la que se emite, siendo el prime time el espacio del entretenimiento por excelencia. La primera etapa del prime time (21:00-23:00) suele estar ocupada por programas informativos y de infoentretenimiento.

1.5. Estructura del trabajo

El presente trabajo de investigación intentará realizar un recorrido transversal a través del papel del sonido en los informativos televisivos, yendo de lo general a lo particular. Su estructura presenta un total de siete apartados: Introducción, Marco Teórico, Metodología, Resultados, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

La introducción consiste en una explicación de los inicios de los telenoticias en España. Es importante destacar que nacen de la actividad radiofónica, en la que la música juega un papel fundamental, y bebe directamente de la influencia del cine. A pesar de estos condicionantes, no se suele tener en cuenta el papel del sonido en el momento de construir los informativos televisivos.

Una vez destacado este problema, se ahondará en el marco teórico. Este apartado es vital para entender los conceptos sobre los que se estructura la investigación: la información, el papel del sonido en la comunicación audiovisual y la música. Es imprescindible conocer con profundidad estos conceptos para establecer la tesis principal, es decir, que sonido e imagen son indivisibles. Para demostrarlo, se realizará un recorrido a través de las diferentes teorías que sustentan la hipótesis, además de revisar la literatura científica sobre el tema.

La metodología y los resultados de análisis constituyen el grueso del trabajo en sí mismo: el análisis de los dos telenoticias emitidos durante el prime time en dos cadenas españolas, una de titularidad pública y otra de titularidad privada. Se analizará la composición de estas piezas informativas durante un periodo una semanas, es decir, el equivalente a 10 programas.

Finalmente, con los datos extraídos a lo largo del análisis, se sintetizarán los resultados obtenidos en gráficos y tablas. Estos datos contendrán el número de piezas informativas que responden a las diferentes variables.

Por último, la conclusión determinará si la hipótesis inicial y es correcta o no. El cierre definitivo del trabajo pasará por la bibliografía y los anexos.

Primer Bloque

MARCO
TEÓRICO

2. Marco teórico

En el presente apartado se realizará un recorrido a través de los aspectos más relevantes relacionados con el estudio en cuestión: la información, el papel del sonido en la comunicación audiovisual y la música. Estos conceptos han servido como base tanto para preparar la metodología de investigación como para comprender los resultados obtenidos.

El marco teórico está basado en dos pilares fundamentales: los elementos sonoros y la información. En primer lugar, se tratarán aquellos aspectos relacionados con la información, como la construcción de los informativos, su titularidad, la importancia del cuándo o la espectacularización.

Una vez tratados estos conceptos, el apartado *Sonido e informativos: dos conceptos indivisibles*, analizará la forma en que estos dos temas se mezclan para construir la pieza final de los informativos televisivos.

Por último, se profundizará en uno de los elementos sonoros: la música. Para ello, se tratarán aspectos como los géneros musicales o las funciones de la música

2.1. La información

La información constituye uno de los pilares fundamentales del ejercicio periodístico. Entendemos como información al conjunto de datos, ya procesados y ordenados para su transmisión, que aportan nuevos conocimientos a un individuo o sistema sobre un asunto, materia, fenómeno o ente determinado.

Cuando se traslada al campo del periodismo, según define García de Castro (2014) en su obra *Información audiovisual en el entorno digital: La televisión y la radio informativa*, la información se entiende como “un mensaje público sin intención persuasiva” (p.15). Por lo tanto, debe actuar como una fuente de conocimiento y proporcionar el significado estricto de la realidad.

Otros autores han definido la información como:

Un conjunto de datos con un significado, es decir, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. La información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones. (Chiavenato, 2006, p.110)

Si bien es cierto que la definición de Chiavenato (2006) no es la más precisa en el ámbito periodístico, introduce dos conceptos clave para entender la información: significado y contexto.

Si trasladamos el mensaje informativo al ámbito televisivo, es necesario hablar de la información periodística audiovisual. Esta contiene un mensaje de actualidad y tiene como finalidad primordial la notificación de un suceso o idea que transmite una versión fiel a la realidad. Si queremos precisar la definición conceptual de la información audiovisual, debemos caracterizarla a través de su identidad diferenciadora, que no es otra que el uso de sonidos e imágenes para elaborar noticias y difundirlas (García de Castro, 2014).

2.1.1. Los informativos televisivos

El formato del telediario constituye la ejemplificación perfecta de lo que supone adaptar el concepto de información a un programa televisivo. En España, los informativos televisivos ocupan gran parte de la parrilla programática, puesto que se emiten diariamente tres veces al día, durante las franjas horarias de mañana (despertador), mediodía (mediodía) y noche (prime time).

La información de los telediarios se estructura a partir de una estructura narrativa clásica: en primer lugar, la cabecera presenta las noticias principales del día. Posteriormente, el presentador o presentadora se encarga de introducir la noticia y finalmente se procede a emitir la pieza informativa.

Las noticias se dividen en diversos bloques temáticos como pueden ser política, economía, sociedad, cultura y deportes. Dentro de estos bloques, se desarrollan diversos géneros periodísticos como la noticia, el reportaje, la crónica o la entrevista.

Inmaculada Gordillo (2009, p. 58-60), en su obra *La hipertelevisión: géneros y formatos*, organiza de manera estructural los elementos que componen un informativo televisivo:

Cabecera

La cabecera suele ser breve y con escasos títulos de crédito (apenas una denominación del programa y el logo del canal) con una banda sonora original.

Saludos del presentador

El conductor del telediario mira a cámara, y saluda en directo a los espectadores.

Sumario o titulares

Más que un índice que muestra las principales noticias, el sumario del informativo constituye un mecanismo para provocar interés, atención y suspense por parte del espectador.

Noticia de portada

La información más importante abre el informativo, tras los saludos por parte del presentador y los titulares.

Bloques temáticos de noticias

Toda la parte central del noticiario se compone de diferentes bloques temáticos de noticias se condensa en este espacio, organizados a partir de la actualidad de la jornada.

Noticia final

Esta pieza no debe ser elegida al azar, sino que debe responder a una de las cualidades esenciales del telediario: la espectacularidad o la narratividad. Así se puede elegir una noticia impactante y sugestiva por su espectacularidad, o bien optar por el final tradicional en la narrativa clásica, escogiendo una noticia ligera, simpática o de carácter cultural para concluir el noticiario con final feliz.

Despedida del presentador

El conductor del programa se despide en directo de los espectadores, dando por finalizado este espacio informativo

Cabecera de salida

La cabecera de salida del informativo televisivo posee algunos elementos comunes con la cabecera de entrada, aunque al final suelen incluirse algunos elementos de la autoría del noticiario.

2.1.2. Composición de los informativos: géneros principales

Una vez explicada la construcción de los informativos televisivos, es necesario destacar que, a lo largo de su retransmisión, existen una serie de géneros periodísticos recurrentes.

La noticia

La noticia es la unidad narrativa menor de la información audiovisual que informa de un hecho reciente y que se compone de los elementos más básicos de toda narración. Los protagonistas o sucesos agentes o pacientes, la acción o el acontecimiento en sí y las circunstancias de lugar y tiempo en el que ocurre (García Jiménez, 1999).

La noticia será así la forma más escueta de reflejar la realidad, con imágenes y sonidos, sin juicios de valor y con el máximo grado de objetividad posible (Cebrián Herreros, 1992).

La crónica

La crónica es el relato noticioso de los hechos ocurridos, contados según la vivencia y el testimonio del autor periodista, quien introduce recursos expresivos personales, se acude a la crónica en las diferentes conexiones en directo que se realizan en el transcurso del informativo o entre diferentes ediciones, aportando actualidad al ir añadiendo en el tiempo novedades que se producen sobre una misma información (García de Castro, 2014).

El reportaje

El reportaje es un género típico de la televisión que aporta un desarrollo y una mayor profundización del sentido de la información, y que también puede ser una simple ampliación de la noticia. Las imágenes captadas en el lugar mismo de los hechos son un ingrediente esencial del reportaje audiovisual, igual que la palabra del reportero y la locución, que las dota de sentido. (Cebrián Herreros, 1992).

La entrevista

La entrevista es un instrumento clave para obtener información y presentar los testimonios de las fuentes. Como la noticia que trata de ser una narración objetiva, este es el género previsto para obtener la versión que una persona tiene de los hechos y se utiliza como interpretación que los protagonistas hacen de estos hechos (García de Castro, 2014).

La editorial

La editorial es un relato colectivo que defiende la ideología y filosofía de la cadena, representando tanto a su dirección como a sus trabajadores. El presentador es el encargado de formular este discurso, siempre mirando hacia cámara.

El sumario

El sumario se trata de la información más relevante de una noticia expresada de manera sintética, en una o dos frases. Sirve como apertura del telediario y presenta los temas más noticiosos del día. Suelen estar compuestos por imágenes y una voz en off, que se escucha por encima de la música corporativa del telenoticias.

El off conductor

El off conductor consiste en piezas informativas muy cortas que no suelen ir acompañadas de imágenes. Estos dos factores, la brevedad y la falta de imagen, provocan la sensación de que el asunto sobre el que tratan es de menor importancia que otras noticias más desarrolladas visualmente. No obstante, esta falta de apoyo visual puede ser originada por la no disponibilidad de las imágenes necesarias para acompañar la pieza informativa (Ferrer Rodríguez, 2011).

La conexión en directo

La conexión en directo hace referencia a la transmisión de la información por parte del reportero o enviado especial que se encuentra en el lugar de los hechos para relatar lo que está sucediendo en ese preciso instante.

2.1.3. Titularidad de las cadenas televisivas

La titularidad de la cadena televisiva en la que se emite el informativo condiciona inevitablemente el contenido del mismo.

La finalidad de la Ley 17/2006, del 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal no es otra que:

Dotar a la radio y a la televisión de titularidad estatal de un régimen jurídico que garantice su independencia, neutralidad y objetividad y que establezca estructuras organizativas y un modelo de financiación que les permita cumplir su tarea de servicio público con eficacia, calidad y reconocimiento público. (BOE n. 134, 06/06/2006).

A pesar de esta definición, el contenido emitido en las cadenas de titularidad pública suele estar marcado por las autoridades que presidan el gobierno en ese momento.

El contenido de las televisiones de titularidad privada, por su parte, está condicionado por los conglomerados económicos, y su autonomía puede verse comprometida ya que el mayor porcentaje de sus ingresos provienen de la publicidad.

Este trabajo de investigación se centrará en dos cadenas televisivas españolas, una de titularidad estatal o pública, La 1 (TVE) y otra de titularidad privada, Antena 3 (Atresmedia).

2.1.3.1. La 1: Titularidad pública

Fundada como Televisión Española, comenzó sus emisiones el 28 de octubre de 1956 como el primer canal de televisión existente en España. Con la fundación de una segunda cadena (actualmente conocida como La 2) en 1966, fue genéricamente conocida como VHF, Programa nacional, Primer programa, Cadena 1 (a partir de la década de los 79) y Primera Cadena (a partir de la década de los 80).

Con la llegada de las televisiones privadas, la cadena se vio obligada a adoptar un nombre más comercial. En primera estancia, entre 1990 y 1991, fue conocida como TVE-1. Posteriormente, adoptó el nombre de La Primera hasta el año 2008. En la actualidad, esta cadena televisiva es denominada como La 1.

La 1 ha sido líder de audiencia en España durante dos etapas: desde 1956 hasta 2004 y desde 2009 hasta 2012 (Wikipedia).

En el marco de los servicios informativos, el telenoticias propio de La 1 es el Telediario, que se emite desde el 15 de septiembre de 1957. En 2021, cuenta con tres ediciones diarias de lunes a viernes y dos emisiones diarias durante los fines de semana.

- **Telediario Matinal:** Presentado por Sirún Demirjián en información general, con Rubén Briones en el bloque de Deportes.
- **Telediario 1:** Presentado por Ana Blanco en información general, con Lourdes García Campos en el bloque de Deportes
- **Telediario 2:** Presentado por Carlos Franganillo en información general, con Arsenio Cañada en el bloque de Deportes
- **Telediario Fin de Semana:** Presentado por Lara Siscar en información general, con Marcos López en el bloque de Deportes

2.1.3.2. Antena 3: Titularidad privada

Antena 3 es un canal de televisión digital terrestre que pertenece al grupo Atresmedia. Su presencia en el panorama televisivo comenzó a gestarse cuando el Gobierno de España anunció el concurso que otorgaría tres licencias de televisión privada bajo el amparo de la recién aprobada Ley de Televisión Privada. Para presentarse a este concurso, se creó la sociedad Antena 3 de Televisión (actualmente Atresmedia Televisión), presidida por Javier de Godó y con un capital social de 10.000 millones de pesetas.

Tras obtener una de las tres licencias otorgadas el 25 de agosto de 1989, se creó Antena 3. El canal comenzó sus emisiones de pruebas el 25 de diciembre de 1989, convirtiéndose en el primer canal de titularidad privada en España. Durante este periodo de prueba, Antena 3 eligió al periodista Miguel Ángel Nieto como rostro visible para anunciar el inicio de sus emisiones regulares. El 25 de enero de 1990 comenzaron sus transmisiones.

En el marco de los servicios informativos, el noticiero propio de la cadena es Antena 3 Noticias, que lleva en emisión desde el 25 de enero de 1990. En 2021, cuenta con tres ediciones diarias de lunes a viernes y dos emisiones diarias durante los fines de semana.

- **Las Noticias de la Mañana:** Presentado por Manu Sánchez y María José Sáez en información general, sin bloque de deportes
- **Antena 3 Noticias 1:** Presentado por Sandra Golpe en información general, con Rocío Martínez, Alba dueñas y Angie Rigueiro en el bloque de Deportes
- **Antena 3 Noticias 2:** Presentado por Vicente Vallés y Esther Vaquero en información general, con Rocío Martínez, Alba dueñas y Angie Rigueiro en el bloque de Deportes
- **Antena 3 Noticias Fin de Semana:** Presentado por Matías Prats y Mónica Carrillo en información general, con Marcos López en el bloque de Deportes.

2.1.4. Audiencias televisivas

Las audiencias televisivas se han consolidado como una herramienta eficaz no solo para medir el éxito de un programa, sino para determinar hasta qué punto es rentable para las grandes marcas realizar inversiones publicitarias en ciertos espacios.

La producción informativa televisiva está destinada tanto al público como a los anunciantes. Los segundos, a través de un análisis de porcentajes, determinan la rentabilidad y el valor comercial del producto emitido, y valoran si vale la pena o no publicitarse durante su espacio. Por lo tanto, la fidelidad de un espectador hacia un informativo determinado se traduce en rentabilidad para las cadenas televisivas.

El afán de las televisiones por destacar por encima de sus competidores, ofreciendo un producto diferente con tal de ganar adeptos y, de paso, sacar beneficio de sus buenos números en audiencia, puede condicionar el contenido de los programas. En el caso de los informativos, un mercado que se caracteriza por intentar destacar por encima del resto puede distorsionar el mensaje imparcial que se presupone en sus programas, ya que si todos los programas ofreciesen la misma visión, ninguno destacaría.

Según los datos extraídos del EGM¹ (2021), la televisión es el medio con mayor porcentaje de penetración en audiencia (85,2%), superando a Internet (84,7%), la radio (54'4%) y la prensa (13,5%). Este estudio demuestra que la televisión es el medio más atractivo para que las agencias de publicidad dediquen sus esfuerzos económicos.

Antena 3 (18,6%) y La 1 (9'8%) son los canales televisivos más consumidos en España. No obstante, es importante destacar que el EGM no recoge los datos del Mediaset, puesto que rompieron sus relaciones debido a una discrepancia sobre el sistema de audiometría.

El dominio de los canales anteriormente mencionados también se traslada a sus respectivos informativos. Según recoge el estudio realizado por VerTele durante abril de 2021, los informativos de Antena 3 (2.577.000 y 18,8%) son líderes a nivel nacional, seguidos de Telecinco (1.980.000 y 14,5%) y La 1 (1.496.000 y 10,7%).

Tabla 1: Principales informativos diarios en España según los criterios de audiencia.

TOTAL >10 ⁴			
L-D SOBREM. - NOCHE	MILES	%	nº
	2.577	18,8	60
	1.980	14,5	60
	1.496	10,7	60
	961	8,6	60

Fuente: VerTele, Abril 2021

¹ 10 EGM: Estudio General de Medios, S.A. EGM es un estudio sobre el consumo de los medios de comunicación en España realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Es un estudio poblacional, no se trata de representar a los lectores, o a los oyentes, o a los espectadores, sino que busca una representación adecuada de la población, mediante una muestra a la que se interroga, entre otras cosas, acerca de su comportamiento en relación al consumo de medios. En su modelo actual es un estudio que combina distintas fuentes de información (multimedia-monomedias), aportando al mercado un “dato único” que, al final del proceso, contempla para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. Es un estudio anual que posteriormente se divide en tres partes.

2.1.5. La importancia del ‘cuándo’: Prime Time en España

El éxito de un determinado programa televisivo no se basa únicamente en la calidad de la pieza o en el interés que pueda suscitar a un público determinado. La adecuación a una franja horaria determinada es clave para absorber el máximo de audiencia posible.

La franja horaria es clave para entender el éxito de determinadas programas. En España, una gran parte de los espectadores se sientan delante del televisor desde las 21:00 hasta las 00:00, franja horaria conocida como ‘Prime Time’. Conocedoras de esta circunstancia, las productoras intentan ocupar este espacio, accediendo a la mayor concentración de audiencia y publicidad posible.

Sin embargo, los informativos han podido hacerse un hueco en el ‘Prime Time’, concretamente a partir de las 21:00. Según recoge Enric Violan en *Com fer un programa per a televisió* (2008, p. 73), las franjas horarias en España son las siguientes:

- Despertador: De 7:30 a 9:00
- Matinal: De 9:00 a 13:00
- Acceso al mediodía: De 13:00 a 14:30
- Mediodía: De 14:30 a 15:30
- Sobremesa: De 15:30 a 18:00
- Tarde: De 18:00 a 19:30
- Acceso al Prime Time: De 19:30 a 21:00
- Prime Time: De 21:00 a 23:00
- Segundo Prime Time: De 23:00 a 00:00
- Late Night: De 00:00 a 1:30

Al tratarse de programas de las mismas características, las cadenas de televisión deben buscar un distintivo que ensalce a su informativo por encima del resto, ya sea a través de la figura del presentador, de los detalles visuales o de la música.

En la obra de Enric Violan (2008, p. 74-75) quedan recogidas las principales técnicas de programación utilizadas por las cadenas de televisión. En el caso particular de los telediarios, podemos identificar las técnicas más utilizadas.

- Bridging: Iniciar la emisión de un programa antes que la competencia con el objetivo de capturar al espectador.
- Stripping: Emitir a la misma hora cada día de la semana con el objetivo de fidelizar a la audiencia. Todos los programas de información lo utilizan.

2.1.6. Espectacularización en televisión

Aunque los anteriores apartados han determinado que la transmisión del mensaje informativo no debe contener ningún tipo de finalidad persuasiva, la realidad es que los medios de comunicación pueden llegar a transmitir una versión manipulada de la realidad.

Si bien es cierto que la espectacularización de la información suele ser atribuida a la aparición de los medios de masas, el filósofo francés Guy Debord ya realizó una aproximación al concepto en el año 1967:

Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación. Su apreciación del espectáculo consiste en una inversión concreta de la vida, en el movimiento autónomo de lo no viviente, para él, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes. (Maldeojo, 1998, p.3.

Traducción del texto de Debord, 1967)

Los informativos televisivos parten de la premisa de ofrecer una imagen real del mundo que nos rodea, comprometiéndose a transmitir acontecimientos noticiosos de interés general tratados desde un punto de vista neutral. Sin embargo, la realidad imperante en los últimos tiempos se aleja de esa premisa inicial.

Los programas informativos televisivos en general y los telediarios en particular han sufrido una clara transformación en el producto ofrecido. La pieza visual que recibe el espectador no cumple un papel puramente informativo, sino que contiene un componente de espectáculo que contribuye a distorsionar la realidad. Este hecho fue expuesto por José Ramón Fabelo Corzo:

Las imágenes que por doquier se distribuyen a través de los medios masivos de comunicación, más que acercarnos al conocimiento de nuestro mundo, la mayor parte de veces tiene la misión de alejarnos de él, recreando espectacularmente una realidad que por esa misma razón y por mucho que en verdad nos afecte, parece alejarse cada vez más de nuestro alcance hasta ya no ser nuestra. (Fabelo Corzo, 2006, p. 64)

Esta espectacularización de la realidad se encuentra inevitablemente ligada a la ‘tabloidización’. Este término, que proviene del vocablo inglés ‘tabloidization’, hace referencia a la transformación de las noticias, la literatura o el arte en una forma popularizada, espeluznante y sensacionalista (Valdez, Romero y Hernando, 2020). Este concepto es utilizado para definir la reciente tendencia que han adoptado los medios de comunicación de masas.

2.2. Sonido e informativos: dos conceptos indivisibles

Hasta este punto, se han definido por separado diversos conceptos relacionados con el sonido y con el mensaje informativo. Sin embargo, uno de los objetivos del trabajo no es otro que demostrar que ambos conceptos son indivisibles en el momento de la construcción del telediario televisivo.

El sonido, especialmente la música y el sonido ambiente desempeñan una función fundamental en la construcción de los informativos, interviniendo de múltiples formas y otorgando diversos significados. Ya sea en la creación de una cabecera, dentro de una noticia o en una cortinilla de transición, cada nota musical o efecto introducido persigue un objetivo concreto.

2.2.1. La ‘audiovisión’

Desde los inicios de las proyecciones audiovisuales, siempre se ha tendido a discriminar el papel del sonido en general y de la música en cualquiera de sus formas como constructor de significado. El presente trabajo analizará el caso concreto de los informativos televisivos, pero para entender la problemática, es necesario remontarse a los orígenes del cine.

El cine primitivo no permitía la existencia de la banda sonora, es decir, que la imagen se sincronizase con palabras, sonido ambiente o música a través de una banda impresionada “enganchada” a la película. Tendrían que transcurrir treinta años desde el nacimiento oficial del cine en 1895 para que este pasase a ser sonoro. Sin embargo, este concepto es algo engañoso, ya que el cine siempre ha sido sonoro. Desde sus inicios, las películas han estado acompañadas de música interpretada en directo o reproducida con medios fonográficos. Por este motivo, la música *audiovisualizada* siempre ha buscado la interacción entre aquello que se percibe con la vista y aquello que se percibe con el oído (Radigales, 2007).

Las últimas tendencias artísticas, la tecnología y la propia evolución de la mirada han dado preferencia a la imagen por encima del sonido. El ejemplo más claro lo encontramos cuando nos situamos delante del televisor. Pese a que siempre ha existido una vinculación entre la imagen y la música, cuando nos referimos a la acción de sentarnos frente al televisor, hablamos de “ver” un programa o una película (Radigales, 2007).

Entonces, ¿por qué no hablamos de ver y oír un programa o una película? La teoría de la audiovisión, acuñada por el compositor musical Michel Chion (1993), establece que las películas, la televisión y los medios audiovisuales en general no se dirigen solo a la vista, sino que suscitan una actitud perceptiva específica en el espectador gracias al sonido. En este caso, no estamos hablando de espectador, sino de audio-espectador.

En la obra *La audiovisión: Sonido e imagen en el cine*, Michael Chion (1993) utiliza el concepto de valor añadido para explicar su término de audiovisión.

Por valor añadido designamos el valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que de ella se tiene o el recuerdo que de ella se conserva, que esta información o esta expresión se desprende de modo «natural» de lo que se ve, y está ya contenida en la sola imagen. Y hasta procurar la impresión, eminentemente injusta, de que el sonido es inútil, y que reduplica la función de un sentido que en realidad aporta y crea, sea íntegramente, sea por su diferencia misma con respecto a lo que se ve. (p.13).

Este fenómeno explica fundamentalmente la sincronía inherente que existe entre el sonido y la imagen, y cómo la primera es capaz de enriquecer y dotar de un significado concreto a la segunda.

2.2.2. Dialéctica entre los niveles visuales y auditivos

La musicóloga polaca Zofia Lissa (1965) desarrolló un concepto teórico que definía la asignación entre la imagen y el sonido en las piezas audiovisuales. A lo largo del desarrollo de su trabajo, divide tanto los elementos visuales como los elementos sonoros en cuatro esferas básicas.

Durante una proyección audiovisual se puede realizar una distinción entre cuatro esferas visuales que serán citadas a continuación.

- 1- Esfera del punto de vista. Define todas las posibles configuraciones y perspectivas de la cámara durante la proyección de la pieza audiovisual.
- 2- Esfera de los objetos representados. Define los objetos y las personas que forman parte de una escena.
- 3- Esfera de la acción representada. Define el nivel dramatúrgico de la pieza audiovisual.
- 4- Esfera de las experiencias psíquicas e imaginativas. Define todos los medios visuales para la representación de impresiones subjetivas de los personajes.

Ninguna de las cuatro esferas puede separarse completamente del resto, puesto que se retroalimentan y construyen el conjunto de la pieza audiovisual. Asimismo, la autora contrasta las cuatro esferas visuales con las cuatro esferas sonoras, que serán citadas a continuación.

- 1- Música
- 2- Ruido
- 3- Habla
- 4- Silencio

Según concluye la autora, cualquiera de las cuatro esferas sonoras puede ser combinada con cualquiera de las cuatro esferas visuales. Las piezas sonoras se integran en el mensaje visual mediante la banda sonora.

2.2.3. El lenguaje de la banda sonora

El término banda sonora nace en una época en la que el cine se exhibía en soporte foto fílmico, es decir, las imágenes impresas en fotogramas y el sonido en una banda de transferencia óptica que recorría transversalmente el negativo. Este sistema siguió vigente hasta la llegada del cine digital. El universo cinematográfico ha sufrido grandes cambios desde sus inicios, pero el concepto de banda sonora sigue vigente a día de hoy.

A pesar de todos los cambios y de que el cine ya se distribuye mediante archivos DPC, el término banda sonora quedó grabado en el acervo popular y se sigue utilizando en la actualidad. Mucha gente lo hace para referirse únicamente a la música incidental que acompaña a un producto audiovisual. No obstante, este uso del término es erróneo: si hablamos con propiedad, debemos utilizar el término banda sonora para referirnos a todo sonido que integra una obra audiovisual. (García, Godás, Mulero y Santos, 2020)

Para entender a qué se refiere el concepto de banda sonora, antes es necesario exponer las tres categorías sonoras que lo conforman: las voces, los efectos sonoros y la música. Estas categorías, que responden a conceptos ya definidos a lo largo del presente trabajo de investigación, han sido definidas en el libro *Sonido para audiovisuales*.

2.2.3.1. Voces

Las voces de los personajes que aparecen en pantalla constituyen la columna vertebral de la banda sonora. Para que el mensaje transmitido sea eficaz, tiene que ser transmitido a la audiencia de manera clara e inteligible.

La voz predominante en las piezas audiovisuales suele ser aquella de carácter diegético, es decir, los diálogos o intervenciones de las personas grabados en el set o en el exterior de forma simultánea a la imagen. Si por alguna razón el sonido en directo resulta inutilizable.

La voz de carácter extradiegético, por su parte, también tiene presencia en las piezas audiovisuales. En los informativos, la voz extradiegética más recurrente es la voz en off, utilizada como acompañante de las piezas visuales, mientras que en la narración se recurre al narrador personaje o al narrador omnisciente.

En ocasiones, también se puede producir una ausencia de voz para ensalzar el papel de la música o de los efectos sonoros.

2.2.3.2. Efectos sonoros

Durante los primeros años del cine, los efectos sonoros se grababan en el set junto con los actores. Si en la pieza audiovisual se escuchaban unas pisadas, estas eran grabadas por el equipo de sonido en directo. Con el paso del tiempo, la técnica del montaje sonoro evolucionó hasta la creación de un nuevo oficio: el editor el sonido. A partir de este momento, todo lo que se escuchaba no tenía por qué haber sido grabado en directo.

Dentro de la edición de los efectos sonoros, es necesario realizar una división en dos sub categorías, las cuales definen sonidos que acompañan a la acción representada en la imagen.

En primer lugar se encuentran los efectos Foley (o efectos de sala), efectos sonoros producidos por la interacción de personajes con su entorno. Se realiza en post producción, ya que durante la grabación el equipo de sonido se centra fundamentalmente en captar correctamente los diálogos.

En segundo lugar se encuentran los efectos SFX, que incluyen todos aquellos sonidos que no son ni voces de personas, ni música ni efectos Foley. A esta categoría pertenece el sonido ambiente, que ayuda a la audiencia a transportarse al lugar en el que se está desarrollando la acción.

2.2.3.3. Música

A lo largo del presente trabajo, la música ha sido definida como el conjunto de sucesiones rítmicas, estructuradas y organizadas de tonos elegidos en un repertorio limitado. La música de un producto audiovisual puede ser clasificada en dos tipos según su localización en el universo recreado.

La música diegética define a aquellas piezas que pertenecen al universo espacio-temporal de la historia narrada, es decir, aquella que puede ser escuchada tanto por los protagonistas del relato como por los espectadores. El emisor sonoro aparece en pantalla en todo momento, ya que forma parte del universo de la imagen.

La música extradiegética, por el contrario, es aquella cuya procedencia es desconocida pero puede ser escuchada perfectamente a lo largo de la reproducción de la pieza visual. Este tipo de música no forma parte del universo visual, por lo que solo puede ser percibida por el espectador.

Sin embargo, la ausencia deliberada de una pieza musical también puede desempeñar un papel fundamental. El silencio es un recurso realmente útil para construir un clima determinado en la pieza informativa. Utilizado sabiamente, puede ser más impactante que una determinada pieza musical.

En televisión, la música desempeña un papel fundamental en la construcción de cabeceras de programas, caretas o ráfagas que tienen como objetivo llamar la atención del espectador y construir la identidad de un programa determinado.

2.3. La música: uno de los elementos del lenguaje sonoro

La música es un lenguaje artístico sin significado e inexpresivo por sí mismo pero, paradójicamente, actúa como intermediario de las emociones y las voluntades expresivas del compositor. Entendida como lenguaje, es comunicativa y, por su capacidad de alterar o generar emociones, es también, según Jaume Radigales, “comunica (c) tiva” (p.9), porque actúa sobre la psique humana, calmándola o alterándola tanto positiva como negativamente. La música necesita de al menos un receptor que capte, entienda e interprete estas emociones.

Para entender el papel comunicativo que desempeña la música, es necesario retroceder y entender el propio lenguaje. Cuando hablamos, estamos transmitiendo mensajes concretos. El pensamiento transmitido puede ser abstracto, pero el contenido sonoro suministra información. Cuando escuchamos los sonidos que nos rodean, ya sea el tráfico en hora punta, el agua fluyendo o un trueno en medio de una tormenta primaveral, lo hacemos como respuesta a una tendencia innata a emplear todos nuestros sentidos para tomar conciencia de lo que nos rodea. El escuchar otorga una ventaja en la carrera por la supervivencia, pues la interpretación de la información acústica ofrecida por el lenguaje y el medio ambiente es de vital importancia para el ser humano (Roederer, 1997).

La música, por norma general, consiste en sucesiones rítmicas, estructuradas y organizadas de tonos elegidos en un repertorio limitado. No tienen ningún tipo de equivalente directo con los sonidos del medio ambiente, por lo que no transmite información biológicamente relevante. Sin embargo, las piezas musicales son capaces de hacernos sentir calma, ira, angustia y una larga sucesión de emociones (Roederer, 1997).

¿Por qué respondemos emocionalmente a mensajes musicales que no contienen información esencial para la supervivencia? El hecho de que la mayoría de las personas respondan a estos estímulos generados por la música indica, según recoge Roederer (1997), que “el cerebro humano está instintivamente motivado a entretenerte con operaciones de procesamiento sonoro aun cuando dicha actividad no sea requerida por las circunstancias ambientales de momento” (p.23). Puede no ser esencial para la supervivencia, pero la ausencia de percepción musical deriva en serias carencias para el ser humano.

2.3.1. Géneros musicales

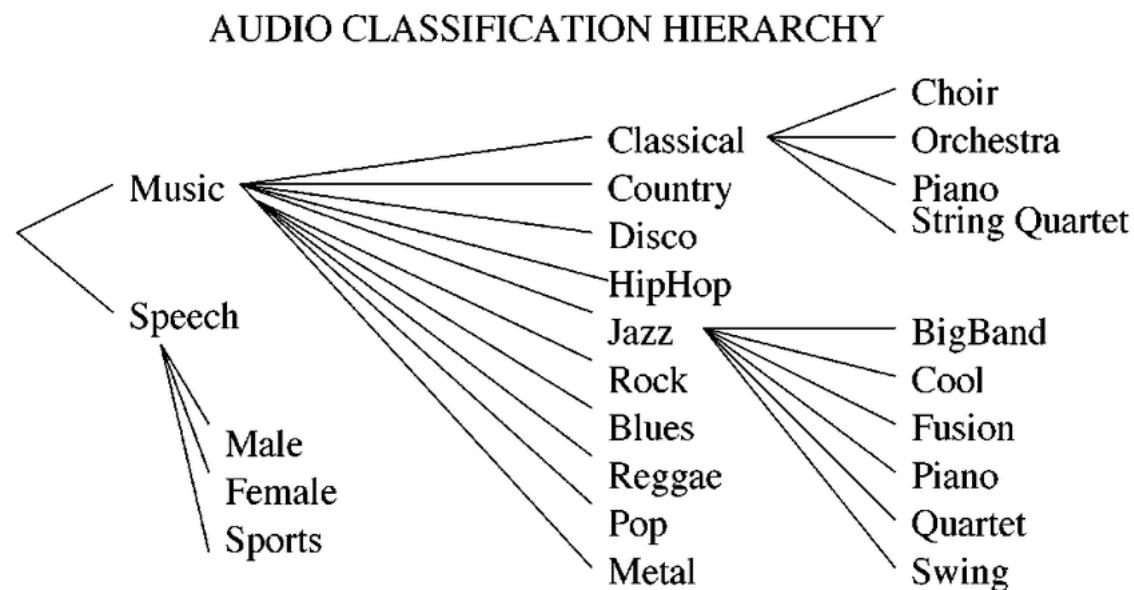
Como ha quedado demostrado a partir de la definición de Roederer (1997), la música es capaz de crear estímulos en la mente humana. Por ese motivo, en el momento de construir una pieza audiovisual, la elección de un género musical determinado es esencial, ya que puede modificar de manera sustancial el significado del mensaje.

Los géneros musicales pueden definirse en relación a cinco reglas propuestas por Simon Frith basadas en los conceptos de Fabbri (1998, citado en Gómez Díaz, 2012):

- Reglas formales y técnicas, relacionadas con las formas musicales y las convenciones a la hora de tocar.
- Reglas semióticas, relacionadas con la comunicación, con el nivel retórico y semántico de la música.
- Reglas de comportamiento, referidas a los rituales (por parte del/la músico y del público) y la puesta en escena.
- Reglas sociales e ideológicas, hacen referencia a la imagen que existe a nivel social sobre la visión la visión del/la músico de la realidad y del mundo que lo/a rodea.
- Reglas comerciales y jurídicas.

En el campo de la música, no existe una clasificación exacta de lo que se considera género musical. Esta ambigüedad inevitablemente se traslada a una amplia discusión sobre lo que se considera género y lo que se considera subgénero, pasando por mutaciones, hibridaciones y derivaciones de los mismos. Para seleccionar los géneros musicales abordados en este trabajo de investigación, se ha tenido en cuenta la clasificación utilizada por Gómez Díaz (2012), autora que realiza una distinción entre tres grandes tipos de música.

Gráfica 1: Audio Classification Hierarchy



Fuente: TZANETAKIS, G.; COOK, P.R. (2002): *Musical genre classification of audio signals*. IEEE Transactions on Speech and Audio Processing 10(5): 293-302.

2.1.1.1 Música clásica

El concepto de música clásica abarca un sentido amplio y diverso. Toynbee (2000) define como “el arte musical de la clase media occidental” (XVIII), es decir, arraigada a las tradiciones occidentales. Esta definición incluye la música religiosa y secular, y abarca el periodo comprendido entre el s. XVII y el s. XXI.

El término música clásica no fue recogido por un diccionario -el Oxford English Dictionary- hasta principios del s. XIX. La inclusión de este concepto responde a la voluntad de canonizar un periodo musical que empieza con Johann Sebastian Bach y termina en Beethoven, periodo considerado como la edad de oro de la música.

Los instrumentos utilizados en la música clásica, según la clasificación de Tzanetakis y Cook (2002), son los que conforman una orquesta sinfónica (violín, viola, violonchelo, contrabajo, arpa), el piano, el clavecín y el órgano.

En cuanto a la ejecución, la música clásica puede tomar forma de concierto, sinfonía, ópera, música de baile, suite, estudio y poema sinfónico, entre otros.

2.3.1.2 Música popular

La música popular, igual que la música clásica, ha sido determinada por diversos factores socioeconómicos durante su nacimiento y difusión. Esta corriente musical, también conocida como música ‘pop’, se ha desarrollado históricamente “en y a través de los medios de comunicación de masas (mass media)” (Toynbee, 2000, p. XIX).

La principal diferencia entre la música clásica y la música popular radica en que la segunda es un producto del mercado capitalista, por lo que “sus canciones están estandarizadas y son intercambiables unas por otras e incluso sus partes integradoras entre sí” (Adorno, 2000). La música clásica, por su parte, adquiere su significado de la obra en conjunto, en la cual operan tanto la estructura como los detalles, ninguno de los cuales es prescindible o vano (Gómez Díaz, 2012).

La música pop abarca un abanico de géneros musicales, por lo que se antoja complicado englobarlos a todos. Sin embargo, según el esquema de Tzanetakis y Cook (2002), los géneros principales de la industria musical son el country, la música disco, el hip-hop, el rock, el blues, el reggae, el pop, el metal y, en última instancia, el jazz.

2.1.1.3 Música folk

La última distinción entre los macro géneros musicales es la música tradicional, a la que suele referirse como ‘folk music’ y a la que se le suelen atribuir valores rituales.

Esta corriente musical “florece en las sociedades pre industriales y perdura en las sociedades económicamente desarrolladas” (Toynbee, 2000, p. XVIII).

A diferencia de la música popular, la música folk se desmarca de la industria cultural y no depende de los medios de comunicación ni de las tecnologías afines a ellos. Es, en definitiva, una manifestación cultural musical que, pese a convivir con la industria musical, se mantiene al margen, forma parte de la tradición popular de cada región (Toynbee, 2000).

Sin embargo, es importante puntualizar que el término folk también ha sido utilizado en la industria cultural. Varios elementos de la música tradicional son indispensables para la composición de ciertas piezas del género pop por lo que, inevitablemente, cae en la mercantilización. Esta corriente es conocida como folk de masas (Gómez Díaz, 2012).

2.3.2. Recursos musicales

Cuando hablamos de la música en una pieza visual, no nos podemos limitar a analizar única y exclusivamente el género de esta, sino también las funciones que desempeña. Las células rítmicas de la música tienen la capacidad de identificarse con un personaje, una situación o un objeto determinado (Radigales, 2007).

2.3.2.1. Leitmotiv

El término Leitmotiv, cuya traducción más exacta es motivo conductor, proviene del alemán y designa a una pequeña célula rítmica y melódica que va asociada a un significado concreto (objeto o personaje) o abstracto (emoción, sentimiento o situación). Mediante su uso, la música adquiere el significado de un personaje a lo largo de la pieza. Es un elemento fácilmente reconocible para el espectador debido a su corta duración y su objetivo principal es asociar esta pequeña pieza musical a un motivo concreto (Radigales, 2007).

2.3.2.2. Empatía o anempatía

En una secuencia, la música produce efectos diferentes dependiendo de la manera en que se presenta. En función de su empatía o anempatía, la música puede condicionar el significado de la imagen visual que recibimos.

Una pieza musical será empática cuando sea acorde al carácter narrativo de las imágenes y de su contenido. A través de la empatía, subrayamos y ayudamos a condicionar la emoción de las imágenes en movimiento.

Por el contrario, la música anempática es la que toma distancia respecto de lo que vemos en la pantalla, en forma de contrapartida sonora, y la que produce una emoción contraria a lo que quieren representar las imágenes (Radigales, 2007).

2.3.2.3. Contraste

Este recurso, relacionado con la empatía y con la anempatía, no se utiliza para contraponer las emociones, sino el ritmo de las imágenes respecto a la música. Se diferencian dos tipos de contraste:

- 1- Contraste interno: Las imágenes son rápidas y el ritmo lento (o viceversa)
- 2- Contraste externo: Se establece entre el montaje, que dispone el ritmo de las imágenes, y la banda sonora musical

Un montaje rápido y trepidante con una música lenta (o viceversa) produce un efecto de contraste entre lo que vemos y lo que escuchamos. (Radigales, 2007).

2.3.2.4. Diégesis

La música diegética es aquella que forma parte de un elemento narrativo y nos permite ver al agente sonoro en la pantalla, es decir, pertenece al universo recreado. La palabra o el canto serán diegéticos cuando el emisor sonoro se encuentre en el campo visual.

Existe una variante de la música diegética llamada música diegética elidida. Este recurso forma parte del entorno sonoro aunque no veamos al agente, ya sea porque se nos ha presentado anteriormente o porque el objeto sonoro se encuentra fuera de campo.

La música extradiegética es aquella que no forma parte del universo de la imagen pero que la condiciona inevitablemente. Únicamente puede ser escuchada por el receptor, no por los que participan en el desarrollo de la pieza (Radigales, 2007).

2.3.3. Funciones musicales

El papel de la música en productos audiovisuales no se reduce exclusivamente a un carácter recursivo, sino que cumple una serie de funciones, incluso más de una al mismo tiempo. A pesar de que no se ha llegado a un consenso respecto a las funciones de la música, unas de las más populares fueron las establecidas por Aaron Copland, en un artículo del New York Times publicado el 6 de noviembre de 1949 (citado en Radigales, 2007), como se describe a continuación:

- La función estructural es aquella que aporta una equivalencia rítmica entre lo que vemos y escuchamos, permitiendo alterar la percepción del paso del tiempo por parte del espectador.
- La función emocional expresiva es aquella que lleva al espectador a sentir una emoción relacionada con lo que se está mostrando en pantalla, ya sea risa, miedo, ilusión o angustia. Este efecto se consigue gracias a una correcta consonancia entre la música y la imagen.
- La función significativa es aquella que se asocia metafóricamente a un significado real. No presenta un significado explícito, pero la música quedará connotada en su contexto en función del uso que se quiera hacer de ella. Esta función está estrechamente relacionada con el recurso del leitmotiv
- La función narrativa es aquella que se utiliza para acompañar una acción dramática. Este tipo de composición permite cierta percepción de continuidad, con un estilo compositivo poco fragmentario y que sirva como acompañante de la imagen.
- La función estética es aquella que tiene como finalidad reflejar o recrear el ambiente sonoro de la escena.

Segundo Bloque

METODOLOGÍA

3. Metodología

En el presente apartado se expondrán las técnicas utilizadas para desarrollar el estudio, así como la hoja de ruta que ha derivado en el producto final. También quedarán definidos los criterios de selección de muestra, la estructura de la ficha de análisis y el sistema de codificación utilizado.

3.1 Técnica de análisis

Este estudio ha sido llevado a cabo a través de la técnica de investigación cuantitativa, el análisis de contenido. A partir del análisis de las piezas, fundamentado en los conceptos teóricos de Cebrián Herreros (1992), Chion (1993), Debord (1967), Radigales (2007) y Toynbee (2000), entre otros, la presente investigación se ha centrado en dos aspectos fundamentales.

En primer lugar, se identificarán los recursos musicales que intervienen en la construcción del informativo televisivo, así como los géneros musicales a los que pertenecen las diversas piezas. Esta primera parte supone la cuantificación y clasificación específica de los elementos. Para exemplificar esta identificación, se tomará como ejemplo una pieza audiovisual específica. No se tendrá en cuenta el aspecto visual, sino el sonoro. Por ejemplo, se determinará si la pieza musical reproducida pertenece a una de las tres grandes categorías musicales: música clásica, popular o folk.

En segundo lugar, se determinará la relación entre el fragmento musical y el fragmento musical que se produce en cada pieza. Para llevar a cabo este apartado, es imprescindible determinar la consonancia entre lo que el espectador ve y lo que escucha, así como las funciones que desarrolla cada pieza musical. Además de demostrar si realmente la música juega un papel fundamental en los informativos o no, se pretende demostrar como esta persigue un fin determinado, como puede ser la distorsión de la realidad o la espectacularización del mensaje informativo.

3.2 Criterios de selección de muestra

Como ya se ha mencionado anteriormente, la muestra seleccionada para el análisis está formada por los informativos de dos de las cadenas televisivas más importantes de España: La 1 (TVE) y Antena 3 (Atresmedia). Estas dos cadenas han sido escogidas según los siguientes criterios:

En primer lugar, el estudio pretende abordar un ejemplo de televisión de titularidad pública y un ejemplo de televisión de titularidad privada. Esta decisión es fundamental ya que, si bien es cierto que todas las cadenas deben transmitir la información de forma rigurosa, a la televisión pública se le presupone un compromiso mayor con el ciudadano. En esta diferenciación, se observará detenidamente qué papel juega el sonido en la construcción de cada informativo, y si este modifica de manera sustancial el contenido. Ambos informativos son de ámbito estatal, ya que la idea inicial es comparar diferente información dirigida a un mismo público. Por lo tanto, se ha descartado la selección de televisiones autonómicas para la muestra.

En segundo lugar, se han seguido unos criterios estrictos de audiencia. Según queda recogido en el EGM y en VerTele, los informativos de Antena 3 son los más vistos en el marco de la televisión privada, mientras que los de La 1 son los más vistos en el ámbito de la televisión pública. Las responsabilidades derivadas de estos números de audiencia, como por ejemplo los compromisos con los anunciantes en el caso de Antena 3, pueden determinar el carácter de la información transmitida.

La muestra, por lo tanto, ha quedado acotada al conjunto de informativos transmitidos por estas dos cadenas durante la franja de prime time emitidos entre el 13 de mayo de 2021 y el 19 de mayo de 2021. Los informativos del fin de semana no entran en este análisis.

Tabla 2: Muestra analizada

	Cadena	Día (año 2021)	Hora	Programa
1)	Antena 3	Jueves 13 de mayo	21 horas	Antena 3 Noticias 2
2)	La 1	Jueves 13 de mayo	21 horas	Telediario 2
3)	Antena 3	Viernes 14 de mayo	21 horas	Antena 3 Noticias 2
4)	La 1	Viernes 14 de mayo	21 horas	Telediario 2
5)	Antena 3	Lunes 17 de mayo	21 horas	Antena 3 Noticias 2
6)	La 1	Lunes 17 de mayo	21 horas	Telediario 2
7)	Antena 3	Martes 18 de mayo	21 horas	Antena 3 Noticias 2
8)	La 1	Martes 18 de mayo	21 horas	Telediario 2
9)	Antena 3	Miércoles 19 de mayo	21 horas	Antena 3 Noticias 2
10)	La 1	Miércoles 19 de mayo	21 horas	Telediario 2

Fuente: Elaboración propia

3.3 Ficha de análisis y sistema de codificación

Para proceder con el estudio, se desarrolló una ficha de análisis y un sistema de codificación que se expondrá a continuación. Durante el proceso de construcción de la ficha se tomaron como referencia algunos conceptos propuestos por Cebrián Herreros (1992), Radigales (2007), Toynbee (2000), entre otros, así como las bases teóricas de Chion (1993) y Debord (1967).

La unidad de análisis seleccionada fue la pieza informativa, ya sea noticia, crónica, reportaje, entrevista, editorial, sumario, off conductor o conexión en directo. Conforme avanzaba el análisis, estas 514 piezas han sido desgranadas a partir de diversas variables, siempre de lo general a lo particular.

En primer lugar se ha identificado la pieza, destacando variables como la cadena en la que se emite, su género periodístico y su duración. En segundo lugar se ha determinado el papel del sonido, ya sea música, efecto sonoro, sonido ambiente o ninguna de las tres anteriores. En el caso de que la pieza informativa contuviese música, se ha realizado un análisis particular, destacando entre otras variables su función y su género. Si la pieza informativa contenía sonido ambiente, ha determinado el plano en el que aparece.

Identificación de la pieza

1. Número de pieza
2. Cadena en que se emite
3. Titularidad del programa
4. Fecha de emisión
5. Género de la pieza
6. Duración de la pieza
7. Título de la pieza

El papel del sonido

8. Tipología del sonido
9. Número de piezas musicales

Elementos musicales

10. Música diegética o extradiegética
11. Género de la pieza musical
12. Función de la pieza musical
13. Plano en el que aparece la música
14. Consonancia o contraste entre música e imagen
15. Leitmotiv

3.3.1. Identificación

Todas las piezas utilizadas para el análisis han sido enumeradas según su orden de aparición. En primer lugar las piezas de La 1 y en segundo lugar las de Antena 3, sucediéndose conforme pasan los días.

1. Número de la pieza:

Esta variable pretende numerar de forma individual todas las noticias que forman parte del análisis. Cada pieza será apartada del conjunto del telenoticias y desgranada a partir de una serie de variables

2. Cadena en la que se emite

Se determina la cadena en la que se emite cada informativo, identificando cada una de ellas con un número.

- 1- La 1 (TVE)
- 2- Antena 3 (Atresmedia)

3. Titularidad del programa:

Se determina la titularidad de la cadena a la que pertenece cada pieza, identificando cada una de ellas con un número.

- 1- Titularidad pública
- 2- Titularidad privada

4. Fecha de emisión

Se indica el día en que se emitió el programa informativo analizado. La muestra abarca los informativos emitidos por La 1 y Antena 3 en horario de Prime Time del 13 de mayo de 2021 al 19 de mayo de 2021, excluyendo los informativos del fin de semana.

5. Género informativo

Se determinará el género informativo al que pertenece cada pieza informativa, otorgándole una numeración concreta para su correcta identificación.

- 1- Noticia

La noticia es la unidad narrativa menor de la información audiovisual que informa de un hecho reciente y que se compone de los elementos más básicos de toda narración. Los protagonistas o sucesos agentes o pacientes, la acción o el acontecimiento en sí y las circunstancias de lugar y tiempo en el que ocurre (García Jiménez, 1999).

La noticia será así la forma más escueta de reflejar la realidad, con imágenes y sonidos, sin juicios de valor y con el máximo grado de objetividad posible (Cebrián Herreros, 1992).

2- Crónica

La crónica es el relato noticioso de los hechos ocurridos, contados según la vivencia y el testimonio del autor periodista, quien introduce recursos expresivos personales, se acude a la crónica en las diferentes conexiones en directo que se realizan en el transcurso del informativo o entre diferentes ediciones, aportando actualidad al ir añadiendo en el tiempo novedades que se producen sobre una misma información (García de Castro, 2014).

3- Reportaje

El reportaje es un género típico de la televisión que aporta un desarrollo y una mayor profundización del sentido de la información, y que también puede ser una simple ampliación de la noticia. Las imágenes captadas en el lugar mismo de los hechos son un ingrediente esencial del reportaje audiovisual, igual que la palabra del reportero y la locución, que las dota de sentido. (Cebrián Herreros, 1992).

4- Entrevista

La entrevista es un instrumento clave para obtener información y presentar los testimonios de las fuentes. Como la noticia que trata de ser una narración objetiva, este es el género previsto para obtener la versión que una persona tiene de los hechos y se utiliza como interpretación que los protagonistas hacen de estos hechos (García de Castro, 2014).

5- Editorial

La editorial es un relato colectivo que defiende la ideología y filosofía de la cadena, representando tanto a su dirección como a sus trabajadores. El presentador es el encargado de formular este discurso, siempre mirando hacia cámara.

6- Sumario

El sumario se trata de la información más relevante de una noticia expresada de manera sintética, en una o dos frases. Sirve como apertura del telediario y presenta los temas más noticiosos del día. Suelen estar compuestos por imágenes y una voz en off, que se escucha por encima de la música corporativa del telenoticias.

7- Off conductor

El off conductor consiste en piezas informativas muy cortas que no suelen ir acompañadas de imágenes. Estos dos factores, la brevedad y la falta de imagen, provocan la sensación de que el asunto sobre el que tratan es de menor importancia que otras noticias más desarrolladas visualmente. No obstante, esta falta de apoyo visual puede ser originada por la no disponibilidad de las imágenes necesarias para acompañar la pieza informativa (Ferrer Rodríguez, 2011).

8- Conexión en directo

Conexión con el reportero o enviado especial que se encuentra en el lugar de los hechos para relatar lo que está sucediendo en ese preciso instante.

6. Duración de la pieza

El objetivo de este apartado es valorar la importancia que el telediario le otorga a cada pieza en función del tiempo dedicado a tratar el tema en cuestión. La duración de la pieza se medirá en segundos

7. Título de la pieza

Palabra clave o frase que sintetiza el contenido ofrecido por la pieza informativa analizada.

3.3.2. El papel del sonido

Una vez identificadas las variables generales del presente análisis, el próximo apartado presentará los elementos sonoros de lo general a lo particular.

8. Tipología del sonido

Este apartado trata de recoger las formas que adopta una determinada pieza sonora durante el transcurso del informativo televisivo. Solamente será analizada la tipología del sonido que intervenga directamente en la pieza noticiosa, descartando de este modo todos los elementos que aparezcan en la cabecera general y en las de transición entre secciones.

- 1- La pieza analizada corresponde a la categoría de música
- 2- La pieza analizada corresponde a la categoría de efecto sonoro
- 3- La pieza analizada corresponde a la categoría de sonido ambiente.
- 4- La pieza analizada no presenta ninguna de las variables anteriores

9. Número de piezas musicales

En esta variable se codificará el número de piezas musicales que aparezcan en las piezas informativas.

- 1- La noticia presenta una pieza musical
- 2- La noticia presenta dos piezas musicales
- 3- La noticia presenta tres piezas musicales
- 4- La noticia presenta más de tres piezas musicales

3.3.3. Elementos musicales

10. Música diegética o extradiegética

- 1- La música diegética es aquella que forma parte de un elemento narrativo y nos permite ver al agente sonoro en la pantalla. La palabra o el canto serán diegéticos cuando el emisor sonoro se encuentre en el campo visual.
- 2- La música extradiegética es aquella que no forma parte del universo de la imagen pero que la condiciona inevitablemente.
- 3- Combinación de música diegética y música extradiegética

11. Género de la pieza musical

Según queda recogido en el estudio de Gómez Díaz del año 2012, se puede distinguir entre tres grandes clasificaciones musicales en la programación televisiva. Estas clasificaciones constituyen unos macro géneros que engloban a los ya conocidos géneros musicales.

- 1- Música popular
- 2- Música clásica
- 3- Música folk

12. Función de la pieza musical

El papel de la música en productos audiovisuales no se reduce exclusivamente a un carácter recursivo, sino que cumple una serie de funciones. En este apartado se han seleccionado las funciones musicales más recurrentes en los informativos televisivos.

- 1- Función descriptivo-ubicativa (o estética): Definida por Radigales (2007) como aquella función que tiene como finalidad reflejar o recrear el ambiente sonoro de la escena.

Aparece cuando en la radio se hace uso de una música que, sin pertenecer al ambiente, traslada mentalmente al oyente a un lugar o a un espacio concreto.

Dicha traslación se origina porque, al escuchar una melodía, el receptor la asocia automáticamente, por pura convención sonoro-narrativa, con un determinado referente. Por ejemplo, la salsa con Cuba, la Sardana con Cataluña, un vals de Strauss con Austria o la música de carrusel con una feria.

La música descriptivo-ubicativa se utiliza con frecuencia en la radio, sobre todo en los reportajes y en los anuncios publicitarios. Su uso, no obstante, denota una marcada falta de creatividad, ya que, en verdad, es un recurso excesivamente fácil. Date cuenta de que casi siempre se cae en los mismos tópicos: las agencias de viajes anuncian ofertas a Brasil con una Samba, los restaurantes gallegos de Madrid utilizan una Muñeira como reclamo, en un reportaje sobre la afición a los toros se pinchan pasodobles, y así sucesivamente (Media Radio, 2021).

- 2- La función emocional expresiva (o descriptivo expresiva o dramática) es aquella que lleva al espectador a sentir una emoción relacionada con lo que se está mostrando en pantalla, ya sea risa, miedo, ilusión o angustia. Este efecto se consigue gracias a una correcta consonancia entre la música y la imagen.

- 3- La función narrativa es aquella que se utiliza para acompañar una acción dramática. Este tipo de composición permite cierta percepción de continuidad, con un estilo compositivo poco fragmentario y que sirva como acompañante de la imagen.

13. Plano en el que aparece la música

Esta variable tiene como objetivo identificar el papel protagónico o secundario de la pieza musical en cuestión. Se codificará el plano musical de mayor duración.

- 1- Primer plano
- 2- Segundo plano

14. Consonancia entre música e imagen

La unidad de la música con la pieza y su especificidad, no dependen de la sincronía exacta con el movimiento de la imagen, ni siquiera de la sincronía con el movimiento emotivo interno de la narración, sino que incluso la música que se mantiene continuamente en una relación contrapuntística con la imagen conserva la función estética de transmitir el carácter particular de todo un relato, lo que supone la mayor consonancia, la mayor pertenencia de la música a la imagen y viceversa (Fraile, 2004).

Esta variable establecerá si la correlación entre lo que el espectador escucha y lo que ve es adecuada. Para ello, se medirán dos variables.

- 1- Consonancia: La pieza musical guarda relación con la imagen mostrada
- 2- Disonancia: La pieza musical no guarda relación con la imagen mostrada

15. Leitmotiv

El término Leitmotiv, cuya traducción más exacta es motivo conductor, proviene del alemán y designa a una pequeña célula rítmica y melódica que va asociada a un significado concreto (objeto o personaje) o abstracto (emoción, sentimiento o situación). Mediante su uso, la música adquiere el significado de un personaje a lo largo de la pieza. Es un elemento fácilmente reconocible para el espectador debido a su corta duración y su objetivo principal es asociar esta pequeña pieza musical a un motivo concreto. Esta variable determinará si:

- 1- La pieza musical utilizada en el informativo está asociada a un significado concreto.
- 2- La pieza musical utilizada en el informativo no está asociada a un significado concreto.

Tercer Bloque

**EXPOSICIÓN
DE LOS
RESULTADOS**

4. Exposición de los resultados

En el presente apartado se exponen los resultados obtenidos a partir del análisis de contenido de los programas informativos de La 1 y Antena 3 emitidos en la franja horaria de Prime Time (a partir de las 21 horas) durante el siguiente periodo: jueves 13 de mayo de 2021, viernes 14 de mayo de 2021, lunes 17 de mayo de 2021, martes 18 de mayo de 2021 y viernes 19 de mayo de 2021. La presentación de los datos va de lo general a lo particular, es decir, todos los elementos que conforman la investigación serán analizados en primer lugar según su incidencia a nivel general y posteriormente según su incidencia en cada cadena.

El análisis está fundamentado principalmente en la caracterización del sonido en la construcción de los informativos televisivos en España. En este apartado se expondrá inicialmente de manera cuantitativa la presencia y la utilización de los elementos sonoros en las piezas periodísticas. Una vez determinada esta variable, los siguientes apartados estarán fundamentados en tres ejes: la tipología del sonido, la importancia del género musical utilizado -en el caso de la música- y la espectacularización de la información a partir del sonido.

Antes de comenzar a observar los resultados de la investigación, es relevante destacar los temas noticiosos a través de los cuales se han construido los 10 informativos televisivos analizados, puesto que pueden ser claves para entender el papel del sonido en las piezas noticiosas. A su vez, se mencionarán los géneros informativos más recurrentes.

4.1 Agenda de los informativos

El periodo comprendido entre el 13 y el 19 de mayo de 2021 ha estado marcado por tres grandes acontecimientos: las protestas en Colombia desencadenadas por un proyecto de reforma tributaria, los enfrentamientos entre Israel y Palestina y la llegada masiva de migrantes a Ceuta provenientes de Marruecos. Si bien es cierto que la presencia del conflicto colombiano en los telediarios se diluyó a partir del 17 de mayo, estos tres temas han sido sumamente relevantes en la agenda de los informativos televisivos españoles.

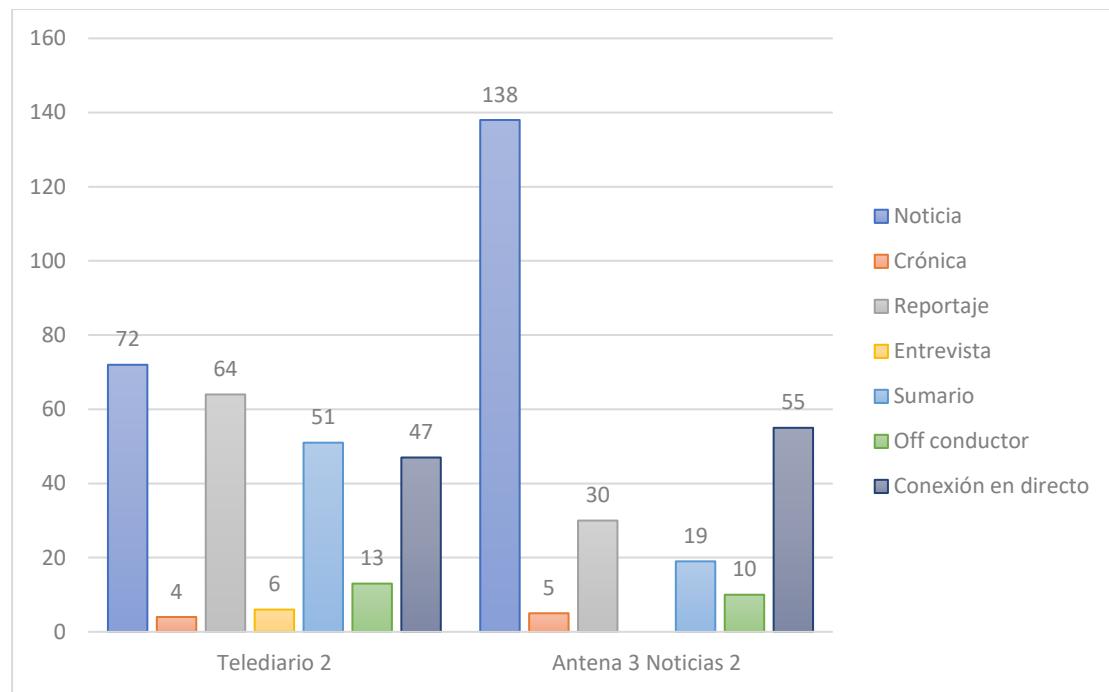
Una vez tratados estos tres grandes temas, algunas noticias de ámbito nacional han sido recurrentes en la construcción de los informativos: la planificación del curso escolar 2021/2022, la formación del gobierno en Cataluña, la oposición política en el ámbito nacional, entre otros.

Dejando de lado los temas recurrentes, existen una serie de noticias exclusivas de cada cadena. Al tratarse de un informativo más extenso, el Telediario 2 reserva una parte de su espacio a temas de cultura, en los que la música tiene un papel importante, mientras que Antena 3 Noticias 2 acostumbra a tratar únicamente los temas principales.

4.1.1. Géneros informativos recurrentes

El presente análisis ha tomado como muestra un total de 514 piezas informativas, 257 de Telediario 2 y 257 de Antena 3 Noticias 2. Los géneros periodísticos que constituyen ambos informativos son la noticia (206), la crónica (9), el reportaje (94), la entrevista (10), el sumario (70), el off conductor (23) y las conexiones en directo (102). El análisis contemplaba también el género de la editorial, pero ninguna de las piezas analizadas ha respondido a estos criterios. La no aparición de la editorial confirma que Telediario 2 y Antena 3 Noticias 2 no manifiestan la ideología de la cadena en ninguna de las piezas emitidas durante el periodo comprendido entre el 13 y el 19 de mayo de 2021.

Gráfico 2: Géneros informativos utilizados por ambas cadenas

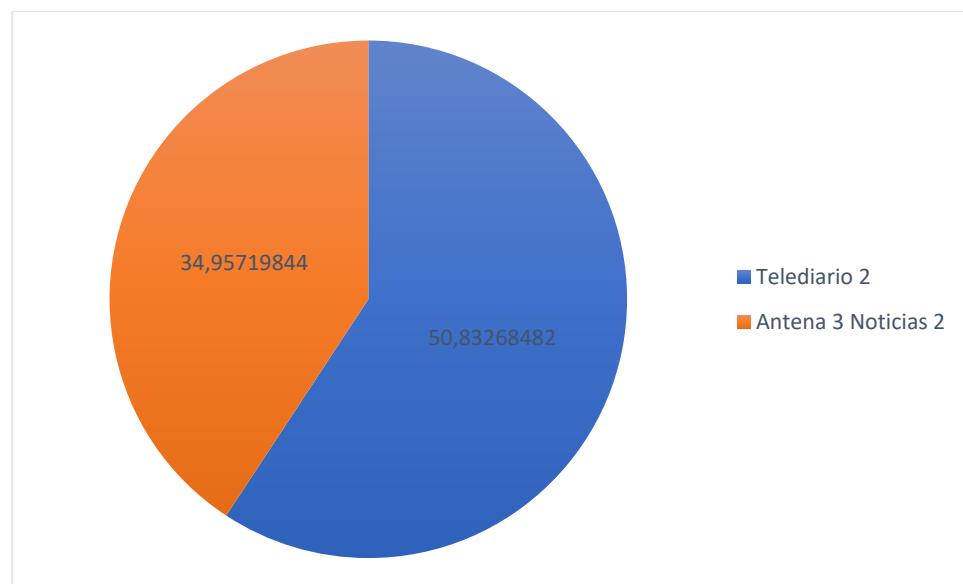


Fuente: Elaboración propia

El género periodístico predilecto de Telediario 2 es la noticia, puesto que 72 de las 257 piezas analizadas pertenecen a este género. Sin embargo, el reportaje también tiene un peso significativo en la construcción de los informativos, ya que 64 de las 257 piezas analizadas pertenecen a este género.

Por su parte, Antena 3 Noticias 2 destaca por el uso de la noticia, puesto que 134 de las 257 piezas analizadas pertenecen a este género. El reportaje también tiene cierta presencia, puesto que un total de 30 piezas pertenecen a este género, pero su impacto en la construcción del telenoticias es significativamente menor que en el caso de Telediario 2. Por último, a lo largo de la semana las conexiones en directo (55), especialmente en la cobertura de la llegada masiva de migrantes a Ceuta provenientes de Marruecos.

Gráfico 3: Promedio de duración de las piezas periodísticas (en segundos)



Fuente: Elaboración propia

El uso de determinados géneros periodísticos por parte de las cadenas analizadas responde, en parte, a la duración de cada telenoticias. Telediario 2 ocupa una media de 45 minutos en la parrilla televisiva de La 1, mientras que Antena 3 Noticias 2 ocupa una media de 30 minutos en la parrilla televisiva de Antena 3. Estos tiempos televisivos condicionan inevitablemente el contenido de ambos programas.

Tal como recoge el gráfico 2, el promedio de duración de una pieza noticiosa en Telediario 2 es de 50,83 segundos, mientras que el promedio de una pieza en Antena 3 Noticias 2 es de 34,96. Esta diferencia se verá reflejada no solo en los géneros periodísticos utilizados, sino en el dinamismo del propio programa. Por ese motivo, Antena 3 Noticias 2 tiende a encadenar noticias breves, mientras que Telediario 2 suele profundizar en los temas de actualidad y acoger temas como la cultura y la música, prácticamente inéditos en el informativo de titularidad privada.

Para exemplificar esta circunstancia, se tomará el caso del día 17 de mayo del 2021. Una vez tratados los temas principales de la jornada (los avances en la vacunación, el conflicto Israel-Palestina y la desaparición de las niñas de Tenerife, Ana y Olivia, entre otros), Antena 3 Noticias 2 presentó cuatro noticias breves en dos minutos (120 segundos): un trasplante de corazón pionero a una recién nacida, la visibilidad de la estación espacial esa misma noche y dos noticias de publicidad de la cadena (el spot de la cadena *Levanta la cabeza* y el programa musical *Mask Singer*). Telediario 2 también trató el tema del trasplante, pero le dedicó alrededor de 4 minutos (237 segundos). Además, se incluyeron cuatro reportajes, todos de una duración superior a los 100 segundos.

Al tratarse de una cadena de titularidad pública, La 1 no está sujeta al ritmo frenético marcado por el Prime Time, por lo que puede profundizar en temas que no tienen cabida en la parrilla televisiva de una cadena de titularidad privada. De este modo se explica que un mismo tema, véase el caso del trasplante de corazón, sea tratado de manera diferente en función de la cadena en que se emite.

4.2. Tipología del sonido

La premisa principal de la que parte este trabajo nace del concepto de “audiovisión” de Michael Chion (1993), es decir, de la indivisibilidad de imagen y sonido en las piezas audiovisuales. Hasta la fecha, se han realizado multitud de estudios sobre el papel que desempeña el sonido en el cine, incluso sobre los programas de infoentretenimiento, pero pocas veces se ha trasladado este debate al ámbito de los informativos televisivos.

Al contrario que en el cine o en los programas de infoentretenimiento, no se le suele otorgar un papel diferencial a la inclusión del sonido en los informativos televisivos. Esto se debe a que el principal protagonista de estos programas es la información estricta. Sin embargo, según queda demostrado en el presente análisis, no podemos obviar su papel en la construcción de significado de las piezas noticiosas.

A continuación, se analizará la incidencia del sonido en los 10 informativos televisivos que comprenden el análisis. El análisis se realizará en primer lugar a nivel general, profundizando posteriormente en los casos concretos de cada cadena.

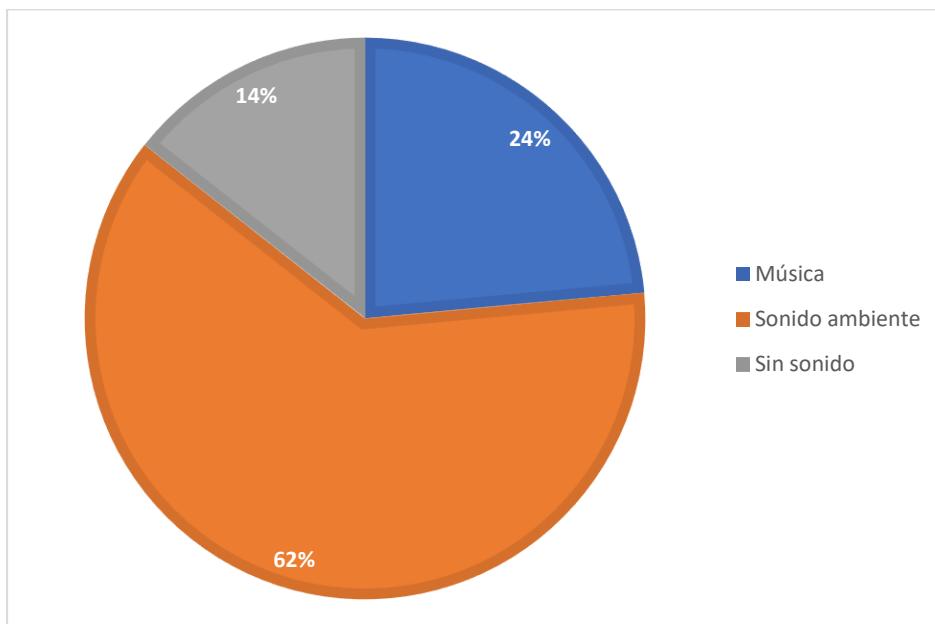
4.2.1. Análisis general

Según los datos obtenidos a través del análisis, el 86% (440) de las piezas analizadas presentan algún tratamiento sonoro, ya sea música, efectos sonoros o sonido ambiente, mientras que el 14% restante no presenta música, efectos sonoros o sonido ambiente.

Cabe destacar que ninguna de las 514 piezas analizadas utiliza efectos sonoros. Si bien es cierto que este dato resulta significativo, es necesario destacar que únicamente se han valorado las piezas informativas, por lo que elementos como las ráfagas sonoras o las transiciones entre bloques temáticos han sido excluidos del análisis.

Respecto a la tipología sonora, un 24% de las piezas analizadas contienen música, mientras que un 62% contienen sonido ambiente, ya sea en primer plano o en segundo plano. En el caso del sonido ambiente, se ha determinado en qué plano aparece, mientras que la música presenta un análisis más extenso, haciendo especial énfasis en su género, función y plano.

Gráfico 4: Tipología del sonido en las piezas de los informativos



Fuente: Elaboración propia

Del total de las 514 piezas analizadas, 121 son identificables como música, 321 son identificables como sonido ambiente y 72 no presenta música, efectos sonoros o sonido ambiente.

Tabla 3: Incidencia del sonido en los diferentes géneros periodísticos

Género periodístico	Tipología del sonido			
	Música	Efectos sonoros	Sonido ambiente	Sin sonido
Noticia	26	-	134	50
Crónica	-	-	9	-
Reportaje	10	-	84	-
Entrevista	3	-	3	-
Sumario	68	-	2	-
Off conductor	-	-	-	23
Conexión en directo	13	-	89	-

Fuente: Elaboración propia

El uso de determinados géneros periodísticos juega un papel fundamental en la distribución del sonido. La noticia, género al que pertenecen 210 de las 514 piezas analizadas, aparece sin tipología sonora hasta en 50 ocasiones. Esto se debe a que los telenoticias han decidido apostar por una serie de piezas que consisten en la presentación de datos de manera visual, como por ejemplo la incidencia COVID, y en estos casos el peso de la pieza recae en lo visual.

El off conductor (23), al tratarse de noticias una noticia breve narrada por el presentador sin soporte visual, tampoco utiliza ninguna de las variables de la tipología sonora.

El sumario constituye el género periodístico con más presencia de piezas musicales. De las 70 piezas que aparecen a lo largo del análisis, 68 contienen música, mientras que las dos restantes son identificables como sonido ambiente.

Por último, el sonido ambiente aparece mayoritariamente en las noticias (134), reportajes (84) y conexiones en directo (89).

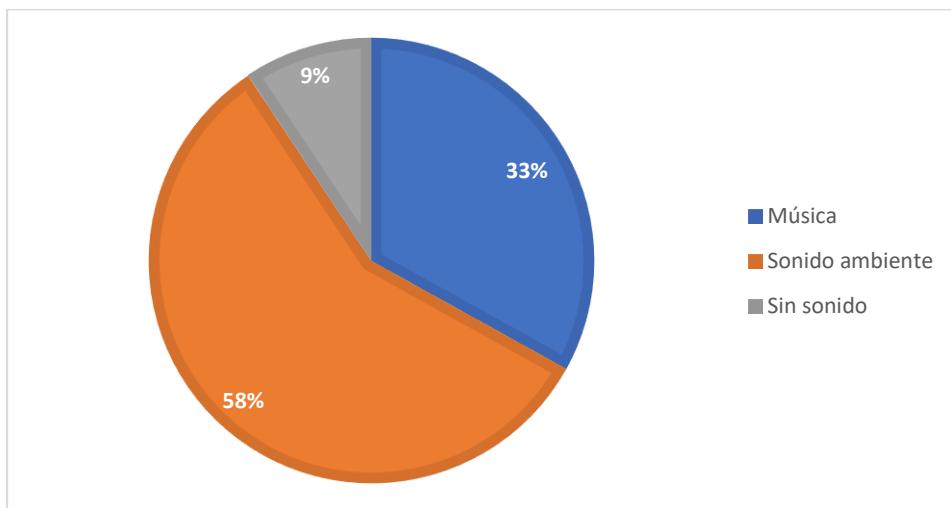
4.2.2. Análisis por cadenas

Una de las intenciones inicio del presente trabajo era determinar comparar el uso de los recursos sonoros por parte de ambas cadenas televisivas para evidenciar las posibles diferencias entre un modelo de informativos de titularidad pública y uno de titularidad privada. El presente apartado responderá a esta hipótesis secundaria.

Telediario 2

Según los datos obtenidos a partir del análisis, el número de piezas que incluyen recursos sonoros en el Telediario 2 es mayor al número de piezas que no incluyen efectos sonoros: El 33% de las piezas analizadas corresponde a la variable ‘música’, el 58% a la variable ‘sonido ambiente’; mientras que el 9 % no presenta música, efectos sonoros o sonido ambiente. Por lo tanto, se puede afirmar que el papel del sonido en la construcción del Telediario 2 es predominante, ya que el 91% de las piezas están sonorizadas.

Gráfico 5: Tipología del sonido Telediario 2



Fuente: Elaboración propia

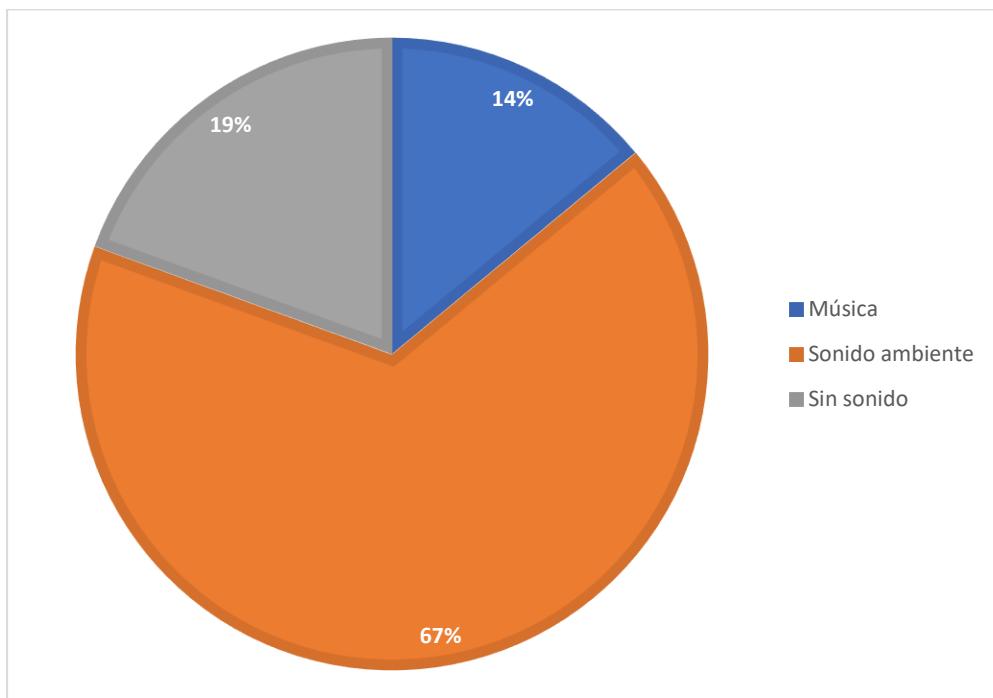
La mayoría de las piezas musicales encontradas corresponden al sumario y al bloque cultural del informativo. En el caso del sumario, la función musical es narrativa, mientras que en el bloque cultural tiende a ser emocional expresiva.

Las piezas que contienen sonido ambiente, por su parte, están divididas en dos bloques determinados por el plano en el que aparece. Las conexiones en directo, noticias y reportajes tienden a presentar el sonido ambiente en segundo plano, aunque algunas noticias y reportajes también presentan el sonido ambiente en primer plano.

Antena 3 Noticias 2

Según los datos obtenidos a partir del análisis, el número de piezas que incluyen recursos sonoros en Antena 3 Noticias 2 es mayor al número de piezas que no incluyen efectos sonoros: El 14% de las piezas analizadas corresponde a la variable ‘música’, el 67% a la variable ‘sonido ambiente’ y el 19% no responde a las variables de música, efectos sonoros o sonido ambiente. Por lo tanto, en el caso de Antena 3 Noticias 2 también se puede afirmar que el uso del sonido es predominante, ya que el 81% de las piezas están sonorizadas.

Gráfico 6: Tipología del sonido Antena 3 Noticias 2



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las piezas musicales corresponden al sumario, asumiendo una función narrativa. Al apostar por sumarios breves con un máximo de tres o cuatro noticias y no contar con un bloque de información cultural definido, el impacto de la música en las piezas periodísticas es significativamente menor al de su contraparte en la televisión pública.

Las piezas sonorizadas con sonido ambiente, por su parte, están divididas en dos bloques determinados por el plano en el que aparece. Las conexiones en directo, noticias y reportajes tienden a presentar el sonido ambiente en segundo plano, aunque algunas noticias y reportajes también presentan el sonido ambiente en primer plano.

4.3. El papel de la música en los informativos televisivos

Una vez observada la incidencia del sonido en la construcción de los informativos televisivos, en los siguientes apartados se analizarán de manera individual las diferentes tipologías sonoras. Debido a la exclusión de los efectos sonoros, se dedicará un apartado para tratar la incidencia de la música y otro apartado para tratar la incidencia del sonido ambiente.

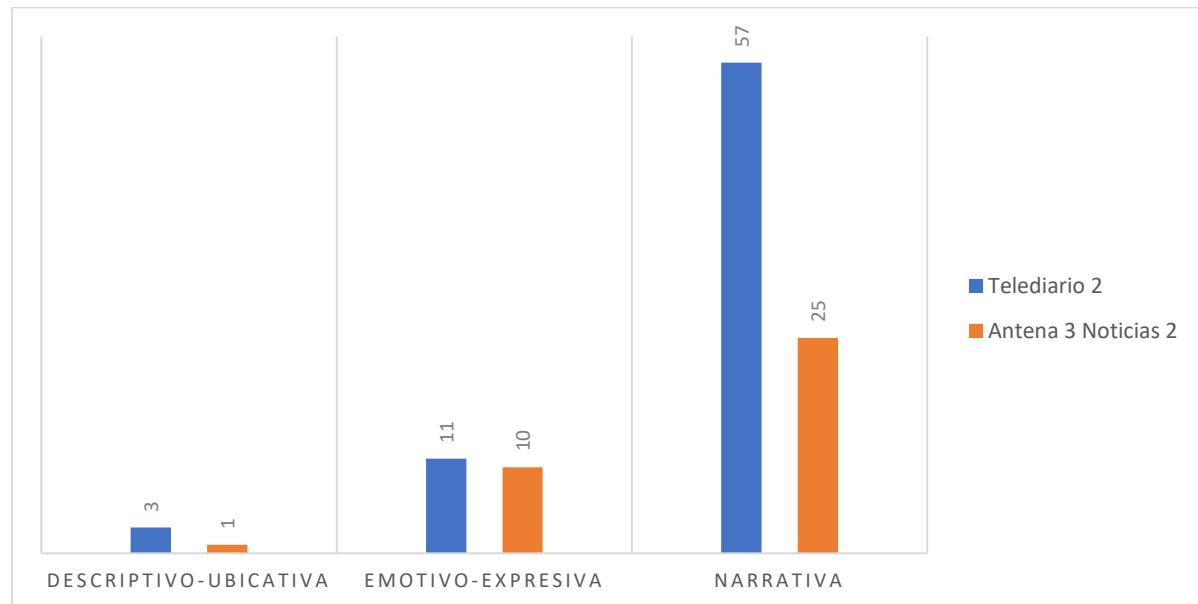
De todas las variables establecidas a lo largo del análisis, para cuantificar la presencia de la música se tendrán en cuenta la función de la música, el género musical, la diégesis, y el plano en el que aparece. Respecto a los aspectos no cuantificables, se expondrán algunos ejemplos de espectacularización utilizados por ambos telenoticias.

4.3.1. Función de las piezas musicales

De las 121 piezas que contienen música, 14 de ellas presentan más de una pista musical, por lo que finalmente no han sido presentadas en los resultados. Las 107 piezas restantes están divididas según la función que desempeñan en la construcción de los informativos: descriptivo-ubicativa, emotivo-expresiva y narrativa.

A modo de recordatorio, la función descriptivo ubicativa es aquella que tiene como finalidad reflejar o recrear el ambiente sonoro de la escena, la función emotivo expresiva es aquella que persigue la finalidad de generar una emoción en el espectador, y la función narrativa es aquella que crea una percepción de continuidad.

Gráfico 7: Función de las piezas musicales en los telenoticias analizados



Fuente: Elaboración propia

El número de piezas informativas que contienen música descriptivo-ubicativa es muy reducido: tres por parte de Telenoticias 2, y una por parte de Antena 3 Noticias 2. Según recoge la tabla 3, las piezas descriptivo-ubicativas en Telenoticias 2 pertenecen al género del folklore, mientras que la tabla 4 muestra que las piezas que aparecen en Antena 3 Noticias 2 pertenecen al género popular.

El impacto de las piezas musicales que desempeñan la función emocional-expresiva, sin ser mayoritario, es realmente significativo en la construcción de los informativos televisivos: 11 por parte de Telenoticias 2, y 10 por parte de Antena 3 Noticias 2. En el caso de Telediario 2, ocho piezas pertenecen al género popular, y las tres restantes pertenecen al género clásico. En el caso de Antena 3 Noticias 2, nueve piezas pertenecen al género popular, y la pieza restante pertenece al género clásico.

La mayoría de las piezas musicales utilizadas en la construcción de los informativos televisivos desempeñan una función narrativa. Tanto en Telediario 2 como en Antena 3 Noticias 2, la totalidad de las piezas narrativas se clasifican en el género popular.

La función narrativa aparece especialmente en el sumario, única sección del telediario en la que todas las piezas están musicalizadas. La melodía siempre es la misma, es decir, la cabecera del programa, y su función es crear en el espectador una sensación de continuidad.

Tabla 4: Relación entre el género musical y la función desempeñada en Telediario 2

Género musical	Función musical		
	Descriptivo ubicativa	Emocional expresiva	Narrativa
Popular	-	8	57
Clásico	-	3	-
Folk	3	-	-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Relación entre el género musical y la función desempeñada en Antena 3 Noticias 2

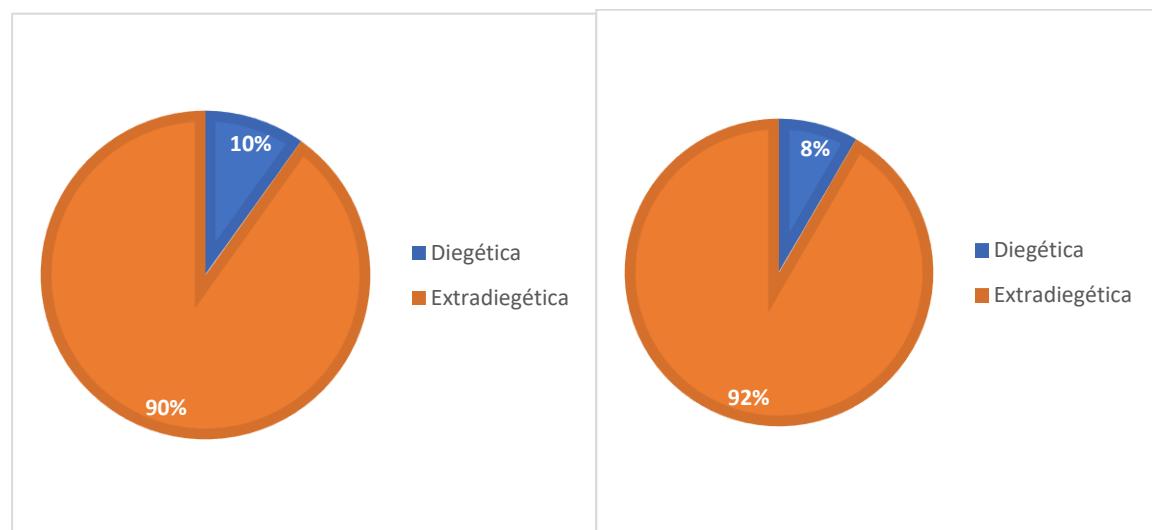
Género musical	Función musical		
	Descriptivo ubicativa	Emocional expresiva	Narrativa
Popular	1	9	25
Clásico	-	1	-
Folk	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.1 Presencia de diégesis

Del porcentaje total de piezas musicales analizadas en Telediario 2, únicamente el 10% son diegéticas, es decir, el sonido pertenece al universo narrado. Algo similar sucede en Antena 3 Noticias 2, dónde el 8% de las piezas analizadas son diegéticas. De este modo, el presente análisis determina que la mayoría de las piezas musicales no pertenecen al universo narrado y no pueden ser escuchadas por los personajes que intervienen, es decir, son extradiegéticas.

Gráfico 8: Diégesis en las piezas musicales de los informativos televisivos



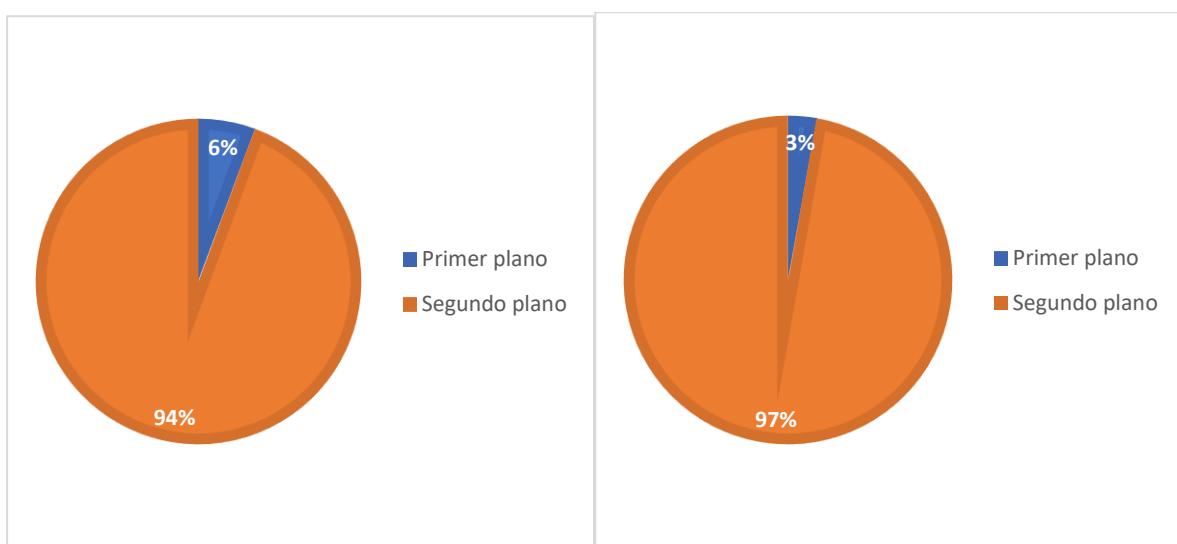
Izquierda: Telediario 2. Derecha: Antena 3 Noticias 2

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.2 Planos musicales

En el análisis de los planos musicales se produce el mismo caso que en el apartado de la diégesis, no se encuentran diferencias entre los dos telenoticias. En el caso de Telediario 2, el 6% de las piezas musicales aparecen en primer plano y el 94% aparecen en segundo plano, mientras que en Antena 3 Noticias 2 el 3% de las piezas musicales aparecen en primer plano y el 97% aparecen en segundo plano.

Gráfico 9: Planos musicales en los informativos televisivos



Izquierda: Telediario 2. Derecha: Antena 3 Noticias 2

Fuente: Elaboración propia

De este modo, el análisis demuestra que las piezas musicales no adquieren un rol protagónico en los informativos televisivos, sino que acompañan al mensaje visual para construir el sentido total de la noticia.

4.3.2 Espectacularización a través de la música

La función emocional expresiva, combinada con el género musical popular, es la variable analizada en el campo de la música que mejor se corresponde con el concepto de espectacularización informativa. A continuación se detallan dos ejemplos para demostrar esta afirmación: la pieza 354, emitida en Antena 3 Noticias 2 el 18 de mayo de 2021, y la pieza 478, emitida en Telediario 2 el 19 de mayo de 2021.

En ambos casos, se trata de noticias relacionadas con la crisis migratoria de Ceuta. En Antena 3 Noticias 2, la pieza está compuesta por una sucesión de imágenes que ilustran la tragedia a través de casos individuales (véase anexo 1), mientras que en Telediario 2 la pieza está compuesta por una sucesión de videos breves que ilustran la tragedia a través de casos individuales y colectivos (véase anexo 2). La música reproducida por los dos informativos tiene un claro carácter emotivo-expresivo.

La intención perseguida por las dos piezas es clara: provocar una emoción en el espectador. Si las imágenes que componen la pieza ya son conmovedoras por sí mismas, el hecho de incluir música de claro carácter emotivo acrecienta aún más el sentimiento provocado en el espectador. Esta práctica vulnera uno de los principios de la noticia, que es transmitir la información de manera estricta, y constituye un claro caso de espectacularización.

Si bien es cierto que son los casos más evidentes, la espectacularización en los informativos a lo largo de la semana analizada no se limita a estos dos ejemplos. En mayor o menor medida, toda pieza que presenta música emotivo-expresiva busca generar algún tipo de emoción en el espectador, ya sea subiendo una canción al primer plano musical o utilizándola como acompañante en una noticia o un reportaje de carácter emotivo.

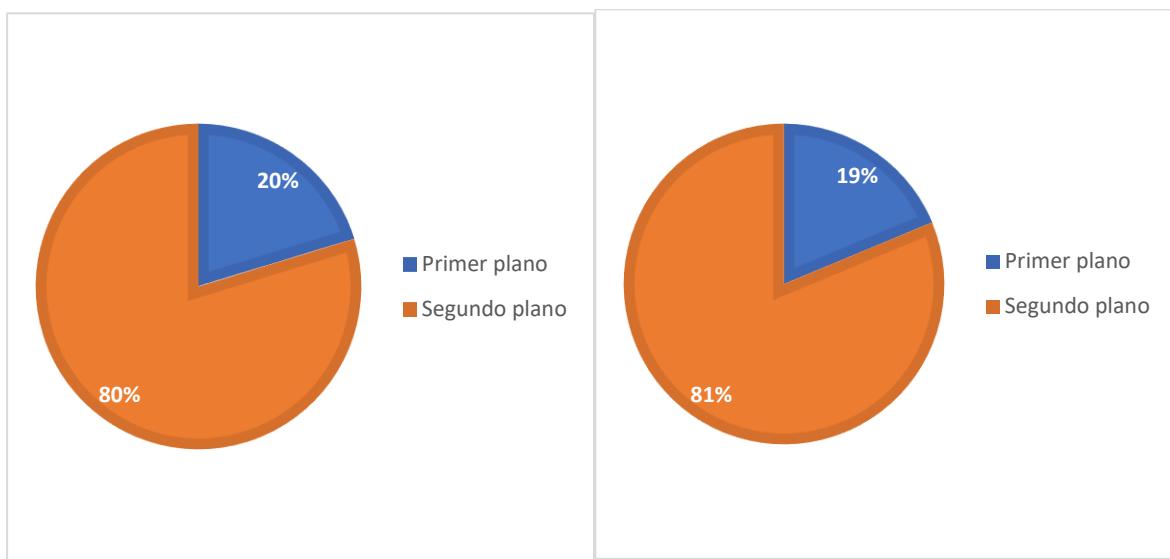
4.4 El papel del sonido ambiente en los informativos televisivos

Las variables que se tendrán en cuenta para cuantificar el impacto del sonido ambiente en la construcción serán su presencia, es decir, el número de piezas cuantificadas bajo esta variable y el plano en el que aparece. Respecto a los aspectos no cuantificables, se expondrán algunos ejemplos de espectacularización utilizados por ambos telenoticias.

4.4.1. Plano del sonido ambiente

De las 442 piezas que presentan alguno de los elementos de la tipología sonora analizada, 321 contienen sonido ambiente. Esta tipología es utilizada indistintamente por ambos telenoticias, con 148 piezas en Telediario 2, y 171 piezas en Antena 3 Noticias 2.

Gráfico 10: Planos del sonido ambiente en los informativos televisivos



Fuente: Elaboración propia

Si bien es cierto que apenas existen diferencias en la aparición de piezas con sonido ambiente, estas se evidencian en el momento de utilizar los planos sonoros. En el caso de Telediario 2, el 20% de las piezas que utilizan el sonido ambiente aparecen en primer plano y el 80% aparecen en segundo plano, mientras que en Antena 3 Noticias 2 el 19% de las piezas que utilizan sonido ambiente aparecen en primer plano y el 81% aparecen en segundo plano.

Por norma general, el uso del sonido ambiente en segundo plano aparece en las conexiones en directo. Al tratarse de piezas que no pasan por el sistema de edición, su uso está obligado por las circunstancias y no condiciona de ninguna manera a la pieza periodística. Sin embargo, cuando se toma la decisión de subir el sonido ambiente al primer plano sí que se persigue un objetivo concreto: destacar el elemento sonoro.

4.4.2 Espectacularización a través del sonido ambiente

Tanto Telediario 2 como Antena 3 Noticias 2 siguen una hoja de ruta similar en el uso del sonido ambiente en primer plano: impactar al espectador. De las 62 piezas analizadas, la mayoría son utilizadas en la noticia (30) y en el reportaje (26). El uso del sonido ambiente en primer plano en estos dos géneros periodísticos, los más recurrentes durante el desarrollo del informativo televisivo, responden a la finalidad de espectacularizar el mensaje informativo.

Tabla 6: Relación entre el género periodístico y el plano del sonido ambiente

Plano del sonido ambiente		
Género periodístico	Primer plano	Segundo plano
Noticia	30	104
Crónica	3	6
Reportaje	26	56
Entrevista	1	2
Sumario	2	-
Off conductor	-	-
Conexión en directo	-	89

Fuente: Elaboración propia

Del total de 514 piezas analizadas, 210 corresponden al género de la noticia y 94 corresponden al género del reportaje. Por norma general, estas piezas informan del hecho noticioso y lo amplían, respectivamente, pero su función se ve alterada cuando interviene el sonido ambiente en primer plano.

Las 30 noticias y 26 reportajes que responden a esta variable comparten una temática concreta: la catástrofe. Según queda recogido en el análisis, el primer plano sonoro se ha utilizado para destacar explosiones y disparos en el conflicto entre Israel y Palestina, disparos y protestas en las manifestaciones de Colombia y gritos desesperados en la crisis de Ceuta. El hecho de destacar estos sonidos posicionándolos en el primer plano condiciona inevitablemente al espectador y, por lo tanto, responden al concepto de espectacularización

Cuarto Bloque

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

5. Conclusiones

Una vez analizado el papel del sonido en la construcción de las piezas informativas de los telediarios generalistas españoles, se pueden extraer una serie de conclusiones que tratarán de dar respuesta a las preguntas planteadas en el inicio de este estudio, así como se confirmarán o desmentirán las hipótesis formuladas.

La primera cuestión que abarcaba la investigación era determinar la importancia el sonido en la construcción de los informativos televisivos españoles. Las tipologías contempladas en un primer momento eran música, efectos sonoros y sonido ambiente. Los efectos sonoros, al no formar parte de ninguna de las 514 piezas analizadas, no han sido incluidos en los resultados. Los dos noticiarios que forman parte de la muestra son Telediario 2 (La 1) y Antena 3 Noticias 2 (Antena 3).

Según los datos obtenidos a través del análisis, el 86% (440) de las piezas analizadas presentan algún tratamiento sonoro, ya sea música (121 piezas, 24% del total) o sonido ambiente (62%). En el caso de Telediario 2, el 91% de las piezas analizadas presentan algún tratamiento sonoro, ya sea música (33%) o sonido ambiente (58%), mientras que en el caso de Antena 3 Noticias 2 el 81% de las piezas analizadas presentan algún tratamiento sonoro, ya sea música (14%) o sonido ambiente (67%). Una vez analizadas estas piezas, se ha podido afirmar que la hipótesis inicial de este trabajo, que pretendía demostrar poner en relieve la importancia de las piezas sonoras en la construcción de los informativos, es cierta. A su vez, también ha quedado confirmado que el término de audiovisión utilizado por Michael Chion (1993), una de las bases teóricas del trabajo, es correcta.

Del mismo modo, estos datos han demostrado que una de las hipótesis secundarias no se ha cumplido: el papel del sonido y su relación con la titularidad de la cadena. El planteamiento inicial contemplaba que Antena 3 Noticias 2, al no estar sujeta a los criterios de servicio público con los que debe cumplir Telediario 2. Este planteamiento finalmente no se ha cumplido, ya que la incidencia de la música en el informativo de titularidad pública es más elevada de lo que cabía esperar en un principio.

Una vez demostrada la hipótesis inicial, se puso el foco sobre las dos tipologías sonoras utilizadas con el objetivo de demostrar su incidencia individual en los informativos televisivos: música y sonido ambiente.

En lo referente a la música, uno de los objetivos fundamentales del presente trabajo era determinar el modo en el que condiciona al mensaje de la pieza informativa. Respecto a los planos, el dominio del segundo plano musical en las piezas periodísticas es evidente. En el caso de Telediario 2, el 6% de las piezas musicales aparecen en primer plano y el 94% aparecen en segundo plano, mientras que en Antena 3 Noticias 2 el 3% de las piezas musicales aparecen en primer plano y el 97% aparecen en segundo plano. Estos datos han sido utilizados para demostrar que las piezas musicales no adquieren un rol protagónico en los informativos televisivos, sino que acompañan al mensaje visual para construir el sentido de la noticia.

Una vez tratado el uso de los planos musicales, es relevante destacar el uso de una de las funciones musicales definidas en el análisis: la función emotivo-expresiva. En mayor o menor medida, toda pieza que presenta esta función musical busca generar algún tipo de emoción en el espectador, ya sea subiendo una pista al primer plano sonoro o utilizándola como acompañante en una noticia o reportaje del carácter emotivo, como en el caso de las noticias anteriormente mencionadas sobre la situación de Ceuta. Por lo tanto, queda demostrado que la función emotivo-expresiva tiene cumplido con el concepto de espectacularización informativa.

En lo referente al sonido ambiente, se ha podido determinar que su uso en las piezas informativas es mayoritario. Es importante destacar que cumple dos funciones completamente diferentes según en plano en el que aparece. A lo largo del análisis, ha quedado demostrado que el segundo plano es el que presenta un uso más recurrente. En el caso de Telediario 2, el 20% de las piezas que utilizan el sonido ambiente aparecen en primer plano y el 80% aparecen en segundo plano, mientras que en Antena 3 Noticias 2 el 19% de las piezas que utilizan sonido ambiente aparecen en primer plano y el 81% aparecen en segundo plano.

Cuando se toma la decisión de pasar el sonido ambiente al primer plano, por norma general se busca impactar al espectador. De las 62 piezas que presentan el sonido ambiente en primer plano, la mayoría responden al género de noticia (30) y reportaje (26).

Según queda recogido en el análisis, el primer plano sonoro ha sido utilizado en estos géneros periodísticos cuando la pieza mostraba una catástrofe: explosiones y disparos en el conflicto entre Israel y Palestina, disparos y protestas en las manifestaciones de Colombia y gritos de desesperación en la crisis migratoria de Ceuta. Por lo tanto, queda demostrado que el uso del primer plano sonoro en piezas que presentan sonido ambiente cumple con el concepto de espectacularización informativa.

Quinto Bloque

BIBLIOGRAFÍA

Y

ANÁLISIS

6.Bibliografía

- ADORNO, T (1941). *On popular music*. Studies in Philosophy and Social Science
- BALAGUÉ, C.; MIRET, R. (2009). *Películas clave del cine musical*. Publicado en Ediciones Robin Book.
- CALDERÓN, D.; FAURE, A.; GUSTEMS, J (2021). *Lo siniestro en el audiovisual: Caracterizaciones sonoras*. Publicado en Mhjournal, Vol. 12 (1), artículo nº10.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Editorial Ciencia 3. Distribución, S.A.
- CHIAVENATO, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGrawHill
- CHION, M. (1993). *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Publicado en PAIDOS Comunicación, Nº53.
- DEBORD, Guy (1967). *La sociedad del espectáculo*. Trad. revisada por Maldeojo para el Archivo Situacionista (1998).
- FABELO CORZO, J. R. (2006). *La vida humana ante los desafíos del capital (III): la sociedad del espectáculo*. Revista Cubana de Filosofía, Vol. 5.
- FERRER RODRÍGUEZ, I. (2011). *Análisis de la espectacularización de la información en los informativos televisivos de actualidad diaria y en su incidencia en el espectador*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- FRAILE PRIETO, T. (2004). *Funciones de la música en el cine. Apuntes para el estudio de sus teorías y funciones*. Universidad de Salamanca.
- GARCÍA AVILÉS, J.A. (2007). *El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*. Publicado en Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, Núm. 35, p. 47-63
- GARCÍA DE CASTRO, M. (2014). *Información audiovisual en el entorno digital: La televisión y la radio informativa*. Publicado en Editorial Tecnos.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1999). *Información audiovisual*. Paraninfo, Madrid.

- GARCÍA TORRES, M.A; GODAS IBÁÑEZ, R; MULERO GARCÍA, J.J; SANTOS CUESTA, O. (2020). *Sonido para audiovisuales*. Publicaciones Altaria
- GÓMEZ DÍAZ, X. (2012). *Contenidos musicales en programación televisiva cultural. Un análisis de la representación del género en BBC, PBS y RTVE*. Universidad Autónoma de Barcelona
- HUMANES, M.L. (2001). *El encuadre mediático de la realidad social: Un análisis de los contenidos informativos en televisión*. Colecciones Zer. Volumen 06. Número 11.
- LISSA, Z. (1965). *Ästhetik der Filmmusik*. Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung, 2, 2008 / 18
- MARÍN, C. (2017). *El Informativo de Televisión: producción, guion y edición audiovisuales*. Publicado en Editorial Gedisa.
- MCKAY, C. FUJINAGA, I. (2006). *Musical genre classification. It is worth pursuing and how can it be improved?* International Conference on Music Information Retrieval. Victoria, Canada
- MIYARA, F. *Introducción a la psicoacústica*.
- OLARTE, M. (2005). *La música en los medios audiovisuales*. Publicado en Plaza Universitaria Ediciones.
- RADIGALES, J. (2007). *La música en el cinema*. Publicado en Editorial UOC
- ROEDERER, J.G. (1997). *Acústica y psicoacústica de la música*. Publicado en Editorial Melos.
- ROMÁN, A. (2008). *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*. Publicado en Editorial Visión Libros.
- TZANETAKIS, G.; COOK, P.R. (2002): *Musical genre classification of audio signals*. IEEE Transactions on Speech and Audio Processing 10(5): 293-302.
- TOYNBEE, J. (2000). *Making popular music. Musicians, creativity, and institutions*. Londres: Arnold.

VALDEZ LÓPEZ, O; ROMERO RODRÍGUEZ, L.M; HERNANDO GÓMEZ, A (2020). *La tabloidización y espectacularización mediática: discusión conceptual y aproximaciones empíricas*. Comunicación y hombre, nº 16

VIOLAN, E. (2008). *Com fer un programa de televisió*. Publicado en Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

7. Anexos

Anexo 1: Imágenes de la crisis migratoria en Ceuta (Antena 3)





HD Noticias



HD Noticias

Anexo 2: Imágenes de la crisis migratoria en Ceuta (RTVE)





rtve

Calma tensa en Ceuta
Imágenes que resumen la crisis



Calma tensa en Ceuta
Imágenes que resumen la crisis