

LA MÚSICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. LA MÚSICA EN LA TELEVISIÓN

Al igual que la radio, la televisión se transmite por ondas electromagnéticas que se transforman en imágenes a través del tubo catódico que, con el uso de los tres colores primarios, va recorriendo la pantalla en líneas. En España empezó a emitirse televisión en 1956, y en 1963 apareció un segundo canal conocido popularmente como UHF. En 1983 aparecieron las televisiones privadas.

La televisión tiene gran poder de atracción, y normalmente no permite hacer otras actividades mientras se mira porque absorbe al espectador. La música en la televisión reúne las características de la radio y el cine. Está presente en:

- **Cortinillas** son pequeños motivos musicales que sirven a las cadenas para avisar al espectador de un determinado programa antes y después de la publicidad
- **Sintonías**: de cabecera, intermedio y salida,
- **Teleseries**: la música no está tan sincronizada como en el cine, se compone al principio y se va adaptando a cada capítulo.
- **Dibujos animados**: refuerza la acción y tiene bastantes onomatopeyas.
- **Programas musicales** o con partes musicales y específicamente a través del
- **videoclip** (ver más abajo)

2. LA MÚSICA EN LA RADIO

La música está muy presente en la radio porque al ser un medio donde el sonido es el único estímulo, se necesita como elemento estructural que hace las veces de puntuación, separando diferentes programas, llamando nuestra atención o reforzando las palabras. Por ello los mensajes deben ser breves y repetitivos. El elemento principal de la puntuación radiofónica es el [jingle](#), un efecto sonoro muy corto que consiste solamente en un eslogan o una melodía.

En los inicios de la radio se hacía todo en directo y la música era un elemento complementario. Con el paso del tiempo la música se fue introduciendo a través de retransmisiones en directo y concursos de todos los estilos. Hoy día está presente a través de las radiofórmulas, emisoras fundamentalmente comerciales que influyen en

los gustos del público. La música en la radio se usa como:

- **Elemento estructural:** como la sintonía para presentar diferentes espacios, como fondo sonoro para llenar vacíos.
- **Ambientación sonora:** creando un ambiente que el oyente pueda imaginarse
- **Refuerzo emocional:** reforzando las ideas que se están emitiendo o invitando a pensar al oyente.

Las emisoras privadas se suelen financiar con la publicidad y los ingresos que les proporcionan las discográficas para promocionar a sus artistas por lo que suelen tener un fuerte tinte comercial.

Ejemplos en [Fonoteca de radio](#)

3. LA MÚSICA EN LA PUBLICIDAD

La presencia de la música en la publicidad es muy antigua. En el siglo XX se desarrolló una manera “científica” de su uso, basándose en investigaciones psicológicas y sociológicas para conseguir mejores estrategias para la venta. El “marketing” se define como el procedimiento de creación de una demanda. Todo anuncio busca llamar la atención del público y en gran medida es objetivo se consigue con la música utilizada. Creando un proceso de estímulo/respuesta se busca asociar la música al producto.

La música en la publicidad juega con una percepción poco consciente que podríamos denominar “accidental”. Sobre todo se utiliza por su gran influencia emocional, que puede llegar a crear verdaderos reflejos condicionados que se emplearán para conseguir una actitud positiva respecto al producto, despertar el interés por él, crear el deseo de poseerlo y promover la acción de comprarlo

Funciones de la música en la publicidad:

- **Sintáctica:** permite dar un significado especial al producto.
- **Cinética:** cuando estimula (mueve) al receptor hacia el producto.
- **Ornamental:** cuando pretende crear un ambiente, marcar una situación.
- **Poética o evocativa:** busca una seducción o fascinación hacia el producto.
- **Asociación tipificada:** por género, edades, clases sociales, ambientes culturales o regionales.

[ejemplos](#)

El videoclip

El videoclip es un cortometraje destinado a la publicidad de una canción y/o intérprete. El primer videoclip fue de Queen, Bohemian Rhapsody en 1973. En un principio los videoclips se usaban en las televisiones para llenar espacios vacíos, cuando había problemas en las retransmisiones, después empezaron a incluirse en los programas musicales entre las actuaciones en directo e incluso nacieron programas dedicados a dar a conocer los nuevos videoclips. Poco después se crearon cadenas de televisión dedicadas sólo a emitir videoclips como la MTV o 40 latino. Pero hoy en día gracias a la popularidad de Internet, las redes sociales y sobre todo, Youtube y otros canales de video online su ámbito natural es Internet.

A partir de la popularización de los videoclips con Thriller de Michael Jackson en 1984, la imagen de un músico es tan o más importante que su música o su voz. La consecuencia más positiva del videoclip es que sirve de instrumento de publicidad para los artistas y, con la imagen, se abre un campo mucho más amplio de expresión.

Las características de un videoclip son:

- Es una forma de publicidad.
- Une técnicas de la fotografía, el cine, la infografía, los dibujos animados...
- Las imágenes se suceden rápidamente mediante cortes o fundidos.
- Hay muchos efectos especiales como transparencias o incrustaciones.
- Suelen tener tres formas de narración: dramática, musical o conceptual.

Para saber más del videoclip haz click en este [enlace](#)

[TRABAJO DE CLASE](#)