



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

ANÁLISIS HISTÓRICO DEL USO DE LA MÚSICA EN PROGRAMAS DE
TELEVISIÓN ECUATORIANOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Periodismo

Profesor guía

Msc. Andrea Paola Miño Viteri

Autor

Juan Francisco Espinosa Hidalgo

Año

2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrea Paola Miño Viteri', is written over a solid black horizontal line.

Andrea Paola Miño Viteri

171299418-3

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Eduardo Varas Carvajal

Eduardo Javier Varas Carvajal

091068019-8

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes."



Juan Francisco Espinosa Hidalgo

171781651-4

AGRADECIMIENTOS

A todos quienes, bien o mal, han contribuido con ideas, consejos y demás. Especialmente a la Lic. Andrea Aguirre por su valioso tiempo y al Sr. Aaron Heredia por su solidaridad al facilitarme el equipo técnico.

También a todas las personas que vieron relevante mi estudio y me ayudaron para que se desarrolle con mayor fluidez este proyecto: Javier Arano, Isabel Riofrío, Andrea Miño, Eduardo Varas y por último, a todos los entrevistados.

DEDICATORIA

Para todos quienes intrínsecamente han
formado parte de mi vida

ÍNDICE

1. Tema del reportaje	1
2. Objetivo del reportaje multimedia	2
3. Justificación de selección del tema	3
4.- Antecedentes y contextualización	4
5. Marco teórico.....	9
La música cómo herramienta narrativa	9
Palabra, música e imagen	11
6. Fuentes utilizadas	15
Fuentes documentales.....	15
Fuentes Personales	17
7. Principales hallazgos de la investigación	20
Herramienta narrativa	20
Música y TV	22
Lenguaje televisivo	22
LA TV	26
DÍA A DÍA.....	28
VISIÓN 360.....	29
8. Conclusiones de la investigación	31
9. Estructura del reportaje multimedia y segmentos	33
SEGMENTO 1: Inicio	33
SEGMENTO 2: Herramienta Narrativa	33
SEGMENTO 3: Música y TV.....	33
SEGMENTO 4: Protagonistas	34

SEGMENTO 4.1: “La televisión”.....	34
SEGMENTO 4.2: “Día a Día”	34
SEGMENTO 4.3: “Visión 360”	35
Visualización de la Web.....	36
Referencias	43
Anexos	47

1. Tema del reportaje

La música en los reportajes de televisión: ¿cuáles son las dinámicas y criterios en la construcción del discurso musical en los programas, “La Televisión”, “Día a día”, “Visión 360” de la televisión ecuatoriana?

2. Objetivo del reportaje multimedia

Esta investigación tiene como propósito analizar cuáles son las dinámicas y criterios en la construcción del discurso musical en tres programas de televisión ecuatoriana. Se busca indagar cambios y permanencias en cuanto al modo de utilización de la música en dichos magazines periodísticos, además de explicar cómo la música puede ser utilizada como una herramienta narrativa para el periodismo y para entender la importancia de la musicalización en los reportajes de televisión. Además, se analizará el lenguaje televisivo, es decir, la relación convergente del uso de imagen, palabra y música en reportajes audiovisuales.

3. Justificación de selección del tema

Uno de los factores que intervienen en la producción de un reportaje de televisión es la música, elemento que también se debe analizar desde la perspectiva de un discurso periodístico junto con la imagen. Además, uno de los complementos que forman parte de los magazines periodísticos es la música, como dice Sara Badenes es “un elemento clave para este tipo de programas”(Badenes, 2015, p. 56). Por esto, en este estudio se busca plantear la importancia que debe tener la producción musical en productos periodísticos ecuatorianos. Mediante el trabajo investigativo con base en definiciones, aspectos cronológicos, estilísticos y periodísticos de tres programas íconos de la parrilla televisiva ecuatoriana. Estos fueron escogidos debido a que dentro de su formato se utiliza la música como herramienta narrativa, y además, por su tiempo al aire, dos de ellos con mayor permanencia que otros programas magazines. Este es el caso de “La Televisión” con 25 años, “Día a día” con 18 años y por último con una vigencia de más de dos años al aire, “Visión 360”. Este proyecto permitirá la creación de una fuente de información para generaciones futuras, con el objetivo de entender la relevancia del discurso musical dentro del periodismo.

4.- Antecedentes y contextualización

El tema de la música es poco estudiado en una carrera de comunicación, así lo afirma Jorge Fabila (2015) en su investigación “Una aproximación a cómo musicalizar”. Incluso él, entre sus conclusiones, no espera que un estudiante pueda crear completamente “la música para un ente audiovisual” (Fabila, 2015, p. 168) Sin embargo, la musicalización en reportajes televisivos es una temática que se ha comenzado a tratar en otros países, pues se descubrió el aporte que puede generar este elemento narrativo. Alejandro Navarro escribió acerca de la “VIII Jornadas Internacionales de Periodismo de España”, en esta nota se mencionó a un profesor de la Universidad Politécnica de Valencia, David Roldán, quien recalcó el protagonismo que tiene la música dentro de los reportajes y también como en muchas ocasiones es usada como un recurso “meramente decorativa” sin pensar que “puede llegar a ser un elemento emocional que conmueva al espectador” (Navarro, 2013).

Para Manuel Gértrudix (2002), el protagonismo de la música tiene una propuesta de valor en los medios de comunicación, ya que al ser una herramienta narrativa “su valor se manifiesta en la percepción como interpretación de la sensación según elementos referenciales” (2002, p. 38). Gértrudix propone entender el marco audiovisual de método narrativo en texto, imagen y sonido, los cuales son primordiales para un adecuado mensaje comunicacional dentro de la producción televisiva.

Pero, ¿hasta dónde puede llegar esta propuesta de valor, en la reciente Ley Orgánica de Comunicación (LOC)? En el artículo 10 sobre normas deontológicas del ejercicio profesional, se indica que el periodista debe “abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas” (Ley N°22, 2013, p.4). En ese sentido, uno de los componentes que puede llegar a tergiversar el contenido de un reportaje es la música, así como dice Constanza Mujica y Ingrid Bachmann, en su

estudio “Noticias y melodrama en Chile: efectos sobre la atención, retención y comprensión informativa”, donde afirman que la música es utilizada como un recurso retórico para la “exacerbación de la emocionalidad” (Mujica y Bachmann, 2014, p. 31)

Uno de los casos, en donde la herramienta musical puede llegar a alterar la información, se visualiza en un artículo de Clases de Periodismo, “10 cosas que los periodistas peruanos hicieron mal al informar sobre los LTGB” en esta nota se mencionó algunos errores comunes de los medios de comunicación cuando tratan de este tema, uno de ellos se encontró en los reportajes televisivos ya que para musicalizar se “recurre únicamente a Raffaella Carrá, ABBA y similares (...) a pesar que el tema no tenga nada que ver.” (Clases de Periodismo, 2011) Este error, y otros se indicaron, en el escrito, con el fin de que los medios peruanos tomen conciencia y no solo ellos, sino todos los países que conforman América Latina.

En ese sentido, en el libro “Periodismo Investigativo” publicado por la Asociación DOSES (2004), se sugiere que para trabajar en “radio o televisión es importante que se piense en segmentos y recursos audiovisuales como efectos de sonido, de imagen, musicalización, etcétera” (Alvarado, 2004, p.34). Por ello, es de suma importancia que los periodistas, editores, productores sepan sobre musicalización, pues son ellos los que elaboran el contenido para su difusión, en donde la música es un recurso narrativo que forma parte del mensaje que se quiere transmitir.

En Ecuador, según la Ley Orgánica de Comunicación en el artículo 42, “las actividades en comunicación serán desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación” (Ley N°22, 2013, p.9). Por eso, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), lanzó

el “Plan de Profesionalización” a través de este se quiere “garantizar mejores condiciones laborales y aumentar el nivel de calificación técnica de las personas que se desempeñan en el área de la comunicación” (CORDICOM, 2014, 9 de diciembre) ya que, según una nota publicada sobre la encuesta que realizó la CORDICOM, en diciembre del 2014, “el 61% de los trabajadores de la comunicación no tiene estudios superiores y solo el 27.69% se formó profesionalmente en su área de acción.” (CORDICOM, 2014, 9 de diciembre).

Por tal motivo, para poder lograr el objetivo del plan, CORDICOM crea el “certificado de competencias laborales”, el cual “reconoce la experiencia laboral a través de un documento con validez internacional que se entrega tras la examinación de conocimientos, habilidades y destrezas del interesado” (CORDICOM, 2014, 9 de diciembre). Con respecto a esto, para obtener la “certificación de competencias laborales Perfil Locutor-Presentador de radio y televisión” se debe tener conocimientos en varios aspectos uno de ellos “musicalización” (CORDICOM, 2014, p. 1)

Ricardo Huerta (1999) concuerda con esto, ya que en su investigación “Imágenes que nos suenan. Aprender a conocer los sonidos del cine y la televisión” argumenta que todos los tipos de lenguajes que se generan en televisión deben constar en las mallas académicas. Este tipo de formación se garantiza en España con “la aprobación de la LOGSE, la normativa regula el estudio específico del lenguaje musical y el alumnado dispone de profesorado adecuado para investigar los dominios de la música” (Huerta,1999, p.65)

Uno de los requisitos para aprobar y obtener el certificado de competencias laborales en Ecuador, en el aspecto de perfil Locutor-Presentador de radio y televisión es tener conocimientos en musicalización (CORDICOM, 2014, p. 1) Con relación a esto, uno de los formatos periodísticos que usa la música de

fondo como una herramienta narrativa fundamental son los magazines. Así lo menciona Sara Badenes, en su estudio "Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo", en donde se demuestra con el análisis del tratamiento de la música en tres programas "Canal Sur incluye el uso de canciones en el 62 % de sus noticias. En los casos de Televisión Española, 89 % del total, y Canal 9, 77 % del total, la música acompaña la mayor parte de sus piezas informativas" (Badenes, 2015, p.52)

Bajo estos antecedentes se busca analizar a tres programas televisivos ecuatorianos, escogidos mediante variables de tiempo al aire y formato. El primer programa es "La Televisión", elegido por su vigencia de 25 años al aire en el mundo audiovisual. Su formato es de estilo revista, el cual aborda temas sociales, políticos, deportivos, etc. Este programa ganó reconocidos premios durante su trayectoria. Además, ha colaborado con diferentes productoras internacionales entre ellas Discovery Channel, asimismo, la productora almacena un banco de archivos audiovisuales desde 1979 (La Televisión, 2015).

Por otro lado, el espacio de "Día a Día" es un programa "con formato de revista que se transmite por Teamazonas, todos los domingos" (Día a Día, 2016). Se mantiene al aire por 18 años y es el único con estilo revista que se transmite a nivel nacional actualmente. "Día a Día" tiene como eje mostrar "historias y testimonios sorprendentes" Además, su contenido es acerca de temas comunes que le interesan a la población ecuatoriana y como ellos mismo lo dicen en su eslogan "es otra manera de hacer televisión" (Día a Día, 2016). De igual forma, es un programa para ser visto en familia.

Por último, se escogió "Visión 360" , que a pesar de su corto tiempo al aire, comparado con los demás, ya ha ganado premios a nivel internacional por

“mejor trabajo informativo y nacional”, por “mejor programa investigativo”, ambos en 2015 (La República, 2015). Además, la producción de este programa llegó a la parrilla televisiva ecuatoriana con un nuevo concepto de formato. El formato documental (Visión 360, 2015), es a lo que apuesta esta producción de Ecuavisa con 2 años y medio al aire. Sus temáticas son “salud, política y educación con un formato periodístico de vanguardia” (El Universo, 2014).

5. Marco teórico

La música cómo herramienta narrativa

Para Manuel Gértrudix, en su investigación “Música, narración y medios audiovisuales”, la música “por su carácter expresivo y comunicativo, tiene una dimensión de utilidad, planteada históricamente, como residencia en sí misma, sin necesidad de buscar ese valor absoluto o relacionado de uso fuera de ella” (Gértrudix, 2002, p. 13), también se conceptualiza algunas funciones que posee este elemento narrativo, la más relevante que se debe acotar para este proyecto es la “función cultural” (Gértrudix, 2002, p. 14), la que permite analizar los componentes “discursivas y descriptivas de la música” que constituyen aspectos “expresivos, narrativos y espectaculares” (Gértrudix, 2002, p. 14).

En este sentido, a la música también se la puede estudiar desde la semiótica musical, la cual “definen la aplicación de la teoría del lenguaje y sus usos a los distintos conjuntos significantes” (Gértrudix, 2002, p. 28). Dentro de esta perspectiva se encuentran tres elementos “semántica, sintaxis y pragmática” (Gértrudix, 2002, p. 28), cada una de ellas analiza diferentes aspectos. La que está más relacionada a este proyecto es la ‘semántica’, pues analiza exclusivamente aspectos de expresión (Gértrudix, 2002).

En este análisis, Gértrudix menciona que el concepto musical también se piensa el “signo musical” el cual cumple, “la triple función de todo signo (...) referencial, deíctica- conectora, anafórica” (Gértrudix, 2002, p. 33). Las tres funciones ayudan en el discurso narrativo. Por un lado, la función referencial permite un “reconocimiento cognitivo del sonido en una primera fase, y anclaje de sentido” (Gértrudix, 2002, p. 33). La función deíctica – conectora “anuncia y marca el punto de vista y la focalización del discurso narrativo” (Gértrudix, 2002, p. 34). Por último, la anafórica “cumple una función estructurante, gestativa de los textos.” (Gértrudix, 2002, p. 34).

Con respecto a la música en el aspecto audiovisual, esta se caracteriza desde la parte “estética y poética que definen las formas y criterios de su uso.” Después de tratar algunos aspectos semióticos y funciones, Manuel Gértrudix (2002), propone nueve relaciones que puede tener la música con el discurso audiovisual que son “sintética, analítica, contextual, parafrástica, diegética, dramática, mágica, poética, pragmática” entre ellas, un concepto importante que se debe tomar en cuenta es la dramática, la misma que genera “potenciar la capacidad emotiva de la historia, contribuyendo al «pacto de complicidad y verosimilitud» en el que participa el espectador” (Gértrudix, 2002, p. 164).

Otro concepto que se debe tomar en cuenta es sobre la “música extradiegética” (Gértrudix, 2002, p. 171), es decir, el sonido que no cumple la actividad narrativa en la historia audiovisual. Para Manuel Gértrudix (2002) esta es “una fuente imaginaria no presente en la acción. Su función se enmarca, por tanto, más en el campo de lo descriptivo que de lo narrativo”, además, él cita a García Jiménez, quien manifiesta cinco aspectos en donde la “música extradiegética” puede participar en un producto audiovisual como “de modo impredecible, impositivo, discontinuo, al final del proceso productivo y con un sentido no realista” (Gértrudix, 2002, p. 172). Por otra parte, Michel Chion en su libro “La audiovisión” plantea la idea de “sonidos diegéticos (voces, música, ruidos)” los que permiten una “función realista y narrativa” (Chion, 1993, p. 90).

Un aspecto relevante es cómo la música puede ser interpretada por el ser humano, frente a esto Josefa Lacárcel en el artículo “Psicología de la música y emoción musical”, manifiesta que las personas conciben una “dimensión biológica, otra psicológico-emocional y su inserción en un entorno o medio social” (Lacárcel, 2003, p. 214- 215). Por esto, el individuo puede entender a la música por diferentes vías a través del “cuerpo, la mente, la emoción y el espíritu, y cómo se relaciona este individuo con la naturaleza y el medio social.” (Lacárcel, 2003, p. 215).

Con respecto a esto nace el concepto de cliché musical, el cual es concebido a través de la vida de una persona. El cliché para la Real Academia Española, es un “lugar común, idea o expresión demasiado repetida o formularia” (RAE, 2016). Frente a esto, para José Palomares, los sonidos que cada persona puede distinguir suceden por un proceso de significación, el cual dependerá de “según nuestra experiencia, lo reconoce y asimila como propio cuando se acerca a su sensibilidad a través de la audición” (Palomares, 2004, p. 15).

Palabra, música e imagen

La producción audiovisual está constituida por elementos que se relacionan entre sí, que permiten desarrollar con plenitud un lenguaje televisivo, estos son: “imagen, música y palabras”. Según Elena Bandrés (2010), en su artículo “Mejorar la información: uso del lenguaje publicitario en las noticias audiovisuales”. Además de estos recursos, se debe añadir el sonido ambiente y gráficos (Bandrés, 2010).

Asimismo, Elena Bandrés aclara que esta triada de imagen, música y palabras no debe ser utilizada en el periodismo informativo como en los noticieros, puesto que puede ocurrir que “el periodismo desaparezca para dar paso al espectáculo” (Bandrés, 2010, p. 180). En ese sentido, “la recepción de los informativos asegura que el espectador sólo recuerda uno de cada tres datos emitidos en condiciones ideales de percepción” (Bandrés, 2010, p. 176), es decir, cuando esta triada está perfectamente estructurada.

El recurso de la música, como dice Gértrudix, “comunica una imagen del mundo” (Gértrudix, 2002, p. 14). Este elemento muchas veces tiene diferentes significados durante el proceso de crear un producto artístico, pero al mismo tiempo sirve “como medio de expresión y comunicación, y por ello, de conocimiento.” (Gértrudix, 2002, p.15). Asimismo, para Bandrés (2010) la

música es una “sucesión de sonidos, aporta al reportaje un complemento sensorial que ayuda a que la narrativa tanto visual como textual y sonora se manifiesten de manera mucho más armónica” (Bandrés, 2010, p. 190).

En este sentido, otro elemento importante es el sonido ambiente, el cual según Gértrudix (2002), “marca un espacio, un territorio” (Gértrudix, 2002, p. 153). También para Michel Chion es el “sonido ambiental envolvente que rodea una escena y habita su espacio, sin que provoque la pregunta obsesiva de la localización y visualización de su fuente” (Chion, 1993, p. 65). Además, el sonido ambiente puede llamar la atención de la audiencia, ya que al momento de “utilizar todo ruido identificable pueda ayudar a fijar la atención del espectador” (Bandrés, 2010, p. 187).

Otro elemento es la locución, para Jorge Fabila en su investigación “Una aproximación a cómo musicalizar”, “la palabra nos proporciona la información explícita mientras que el resto de los elementos del lenguaje... especialmente la música, actúan en un nivel más inconsciente” (Rodero en Fabila, 2015, p. 42). Por otro lado, la inserción del texto debe tener el fin de suprimir ideas connotativas y manifestar lo concreto (Bandrés, 2010).

Estos tres elementos se juntan en el proceso comunicativo, el cual siempre dependerá de un emisor, canal, mensaje y finalmente un receptor (Gértrudix, 2002; Fabila, 2015). En este caso, el canal va hacer la televisión, pues mediante este medio se difunde el formato periodístico, es decir, reportajes audiovisuales los cuales están constituidos de información, música, imagen, voz en off, recursos gráficos, silencios y en muchos casos sensaciones.

La música en los formatos periodísticos

La primera idea en este apartado es el concepto de magazines en el periodismo televisivo. Ante esto Sara Badenes, en su artículo "Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo", manifiesta que el tratamiento de la información ha cambiado en el transcurso del tiempo, en donde, las noticias blandas son difundidas con más frecuencias y estas tienen relación con temas "sociales, sucesos o deportes que consiguen despertar emociones en la audiencia" (Badenes, 2015, p. 46).

Por otro lado, las noticias duras han cambiado, en el aspecto de difusión. Estas noticias tienen características coyunturales, lo cual atrae al espectador, de igual forma estas tienen relación con "la política o la economía, que cada vez más frecuentemente se narran desde una perspectiva más sensacionalista que recuerda al estilo de las noticias suaves" (Badenes, 2015, p. 46).

En estos programas con formato magazine o también conocido como revista, la utilización de los tres factores (música, imagen, palabra) es importantes para el tratamiento de la información, con respecto al lenguaje audiovisual y su difusión. Badenes indica algunas características de este tipo de formato en la actualidad, en el aspecto de imagen "los encuadres estáticos se sustituyen por planos con movimiento grabados con cámara al hombro para aportar dinamismo." (Badenes, 2015, p. 48) Con relación a la posproducción, el ritmo de los productos son más ágiles, ya que "los planos tienen una duración menor, e incluso se utilizan efectos de montaje para marcar las transiciones entre planos" (Badenes, 2015, p. 48).

De igual forma, una de las conclusiones de la investigación de Sara Badenes es que la música es un recurso fundamental para los magazine (2015, p. 48-

53). Este formato utiliza desde un efecto sonoro o música, para dar más “dinamismo a la pieza” (Badenes, 2015, p. 56). Sin embargo, desde el aspecto noticioso con relación a la música, Bandrés manifiesta que puede ser un elemento que se caracteriza por ser dramático en los productos televisivos, pero este en noticias escasea, porque su participación es mínima, además este puede ayudar a la difusión de un contenido apelando a la emocionalidad (2010, p. 89-190).

6. Fuentes utilizadas

Fuentes documentales

Gértrudix, M. (2002). "Música, Narración y Medios Audiovisuales". Recuperado el 15 de Octubre de 2016 en

https://www.researchgate.net/publication/259742141_Musica_narracion_y_medios_audiovisuales

- Con respecto a esta investigación se pudo conocer la importancia de "la música en los medios de comunicación, a partir del estudio de fundamentos artísticos, científicos y comunicativos" (Gértrudix, 2002, p.9)

Fabila, J. (2015). Una aproximación a cómo musicalizar. Recuperado el 20 de septiembre de 2016 de

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/33293/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Con esta investigación, se puede conocer los diferentes tipos de musicalización en un reportaje de producción audiovisual.

Lacárcel, J. (2003). Psicología de la música y emoción musical. En revista *Educatio*, 20-21, pp.213-226. Recuperado el 16 de octubre de 2016 en

<http://revistas.um.es/educatio/article/viewFile/138/122>

- Mediante este artículo se puede entender la influencia de la música en las emociones de las personas. Esta investigación trata específicamente desde el punto de la psicología, pues la autora menciona que el campo musical con referencia a lo psicológico es muy enriquecedor, pues se derivan muchos conceptos. (Lacárcel,2003).

Bandrés, E. (2010): "Mejorar la información: uso del lenguaje publicitario en las noticias audiovisuales", en Revista Mediterránea de comunicación, 1, pp. 173-194. Recuperado el 17 de diciembre del 2015 en <http://www.mediterranea-comunicacion.org/Mediterranea/article/view/24/28>

- Por medio de este proyecto, se plasma cómo “el lenguaje televisivo resulta el más complejo de todos los usados por los medios modernos, debido a la conjunción en una sola expresión del triángulo palabra-música-imagen”, (Bandrés, 2010, p. 179). A esto Bandrés, añade el sonido ambiente y los planos para las diferentes gráficas.

Mujica, C., & Bachmann, I. (2014). Noticias y melodrama en Chile: efectos sobre la atención, retención y comprensión informativa. La comunicación y la información frente a los desafíos del país: investigación y aportes, pp. 30. Recuperado el 26 de enero de 2016 en <http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/243/incom14f15.pdf>

- Constanza Mujica y Ingrid Bachmann, en su investigación, se cuestionan sobre los recursos melodramáticos en el periodismo televisivo: uno de ellos es la música. Ellas manifiestan que el uso de la música puede llegar a hacer un recurso melodramático de exacerbación de la emocionalidad.

Huerta, R. (1999). Imágenes que nos suenan. Aprender a conocer los sonidos del cine y la televisión. *Eufonía*, 16, 65-71.

- La importancia de este artículo se deriva por el aporte sobre lo necesario que es la educación musical para los medios audiovisuales.

Palomares, J. (2004). Comunicar la música. Comunicar, . 13-16. Recuperado el 20 de Octubre de 2016 en <http://www.redalyc.org/pdf/158/15802303.pdf>

- En este artículo se puede analizar aspectos de cómo la música se puede percibir a través de la experiencia de cada persona y como esta influye en la persona.

Badenes, S. (2015). Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. Signo y Pensamiento, 34(66), 44-61. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016 en <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/13361/10668>

- En esta investigación se obtuvo las características que tienen en la actualidad los programas magazines televisivos y el rol que ocupa la música en ellos.

Fuentes Personales

Orozco, A. (2016). Entrevista de profundidad a Alexander Orozco. Guayaquil, Ecuador.

- Alexander Orozco, musicalizador de “Visión 360”. Por medio de esta entrevista se evidencia la importancia de un experto en música para los reportajes de televisión. Además, se conoce los factores que intervienen en el proceso del área de producción de “Visión 360”.

Ehlers, C. (2016). Entrevista de profundidad a Carolina Ehlers. Quito, Ecuador.

- Carolina Ehlers, presentadora y realizadora de “La Televisión” por más de 20 años. En esta entrevista se obtuvo la perspectiva del realizador acerca de la musicalización en “La Televisión”. Además, con sus respuestas se pudo crear el segmento del reportaje sobre “La Televisión”, el cual abarca historia, procesos y cambios de la música en el programa.

Aguirre, X. (2016). Entrevista de profundidad a Xavier Aguirre, Quito, Ecuador.

- Xavier Aguirre, director de producción de “Día a Día”. A través del conversatorio con él, se conoció la perspectiva del director sobre la música con respecto a la musicalización de los reportajes, dentro de esto se plantearon temas como: clichés musicales, relación entre imagen, sonido y locución. También se buscó indagar sobre la historia, cambios y procesos de la musicalización de este programa.

Santos, C. (2016). Entrevista de profundidad a César Santos, Quito, Ecuador.

- César Santos, músico con estudios en musicología en España y profesor en la Universidad de las Américas. Mediante esta entrevista se conoció la relación que existe entre la música y el ser humano. Además, se evidenció los conceptos de música y sonido, lo cual permitió dar un conocimiento general para dar inicio a la investigación.

Osorio, G. (2016). Entrevista de profundidad a Gabriela Osorio, Quito, Ecuador.

- Gabriela Osorio, directora periodística de “Día a Día”. Con la información obtenida por ella, se conoció la importancia que tiene el realizador con

respecto a la música, la posproducción de un reportaje periodístico. De igual forma, se indago en los lineamientos que tiene “Día a Día”.

Ciuffardi, T. (2016). Entrevista de profundidad a Tomás Ciuffardi, Quito, Ecuador.

- Tomás Ciuffardi, realizador del programa “Visión 360”. Mediante esta entrevista se pudo comprender cambios y procesos de la musicalización del programa durante su tiempo al aire. Además, de conocer su perspectiva con relación a su experiencia laboral en el programa “Día a Día”, y en su actual trabajo como realizador de “Visión 360”.

Yáñez, G. (2016). Entrevista de profundidad a Gabriela Yáñez, Quito, Ecuador.

- Gabriela Yáñez, diseñadora de sonido. Fue una de las fuentes primordiales para conocer específicamente la historia del uso de la música en el campo televisivo. Así se entendió la actualidad del lenguaje musical como herramienta narrativa en los productos audiovisuales.

Cosoy, N. (2016). Entrevista de profundidad a Natalio Cosoy, Bogotá, Colombia.

- Natalio Cosoy, corresponsal de la BBC en Colombia. En esta entrevista se pudieron conocer aspectos netamente periodísticos para el uso de la musicalización en reportajes. Él comentó su punto de vista e indicó formas en las que la música es una herramienta narrativa.

7. Principales hallazgos de la investigación

En esta investigación se pudo conocer cómo es el tratamiento de la musicalización en los programas íconos, “La Televisión”, “Día a Día” y “Visión 360”, de la parrilla televisiva ecuatoriana. Esto se logró mediante entrevistas de profundidad que permitieron indagar en ideas específicas, cómo la música fue el eje central de cada tema, de esta forma se planteó tres segmentos que engloban este proyecto y son la música como: “Herramienta narrativa”, “Música y TV” y “Protagonistas” los cuales se explicaran a continuación.

Herramienta narrativa

César Santos, músico y musicólogo, docente de la Universidad de Las Américas, contribuyó en contextualizar el ámbito musical dentro del reportaje y en nuestra perspectiva cultural. Él explicó cómo esta herramienta puede afectar en la narrativa de productos audiovisuales, además, mencionó que el concepto de la música es algo creado por los seres humanos y no se la debe considerar como un “lenguaje universal”. Para el caso de Ecuador, debido a que existe una construcción occidentalizada y andina, se tiene ciertas interpretaciones de códigos y significados sonoros distintos a las demás culturas “Todos tenemos apreciaciones diferentes porque las culturas son distintas”, dice Santos en la entrevista plasmada en el reportaje.

Con respecto a la musicalización Santos aclaró la diferencia que hay entre esta y la banda sonora. La primera se refiere al uso de una pista musical ya existente, y la segunda a una composición creada para el producto, ambas acompañan la imagen, sin embargo el significado que le dan al reportaje puede ser diferente. Santos comenta que, “la banda sonora, por ser una composición más elaborada, tiene un mensaje y puede transmitir un discurso, mientras que la musicalización es un accesorio de la imagen”.

Además, añadió que la música puede manipular las emociones de las personas, lo cual fue clave para desarrollar otro de los temas, “La construcción del cliché en la sociedad”. Los directores de producción, directores periodísticos, sonidistas y realizadores de los tres programas, concordaron en que los clichés musicales son inevitables al momento de contar un historia. Tomás Ciuffardi ejemplificó un cliché muy común. “A mí me ha tocado hacer reportajes del mundo indígena, y aunque sea un poco cliché, me llama a usar todo lo que me remita al viento y las montañas. Entonces por ahí tiene que haber una flauta, guitarra y charango”.

En este sentido, se logró comprobar que el cliché musical nace desde edades tempranas en el ser humano, ya que al ser individuos sociales estamos impregnados a gustos, normas y estereotipos de grupos a los que pertenecemos intrínsecamente (Palomares, 2004 ; Lacárcel, 2003). En otras palabras, como diría Josefa Lacárcel, en un estudio sobre ‘Psicología de la música y emoción musical’, “el individuo comprende una dimensión biológica, otra psicológico-emocional y su inserción en un entorno o medio social. Por lo tanto ha de contemplar la influencia que representa la música en su totalidad para el cuerpo, la mente, la emoción y el espíritu”. (Lacárcel, 2003, p. 214-215).

Para comprobar qué tan relevante es el cliché musical, al momento de musicalizar y transmitir sensaciones a las personas, se hizo una pregunta a cuatro generaciones distintas, las mismas que debían responder a “cómo musicalizarían un reportaje”. Para esto, se tomó cuatro videos de los programas estudiados, (dos de “La Televisión”, uno de “Día a Día” y uno de “Visión 360”), a los mismos se les quitó el audio. Además se planteó cuatro nuevos temas musicales, los cuales se asemejan a la música de fondo elegida por los programas. Luego a las personas escogidas se les pidió que sugieran la pista musical que mejor acompañe a las tomas. Es aquí, donde se evidenció que los cuatro individuos musicalizaban un reportaje con la misma pista

musical debido a los tópicos del contenido, los que fueron: Jefferson Pérez, Terremoto de Haití, Deportes extremos y Comida típica.

Música y TV

Para poder entender lo que en la actualidad se vive con relación a la música en la televisión, se realizó una entrevista a Gabriela Yáñez, diseñadora de sonido y profesora de la Universidad de Las Américas, quien explica los eventos relevantes que llevó a la música a ser parte de la televisión. Este elemento musical comenzó a ser usado como una herramienta narrativa 10 años después de la creación de este canal de difusión. Además, ella menciona 4 periodos importantes: la década de exploración (1940 a 1950), integración (1960 a 1970), explotación (1980 a 1990) y finalmente, consumo (los años 2000 en adelante). Aquí se ilustra, la evolución y los cambios de cada época, lo cuales marcan un antes y después en relación a la música y la televisión , todo esto a través de un timeline dentro de la plataforma.

Lenguaje televisivo

En el transcurso de la investigación varios protagonistas emplearon el termino “lenguaje televisivo”, por esto se buscó indagar más sobre este tema y se descubrió que este tipo de lenguaje tenía tres elementos clave: palabra, música e imagen. Es así que se empezó a clarificar los conceptos de cómo ayudan estos componentes en la producción audiovisual.

Este es uno de los texto más teóricos que se escribió en la plataforma, pues esta investigación define estas tres ideas de forma precisa para el entendimiento del lector. En este apartado, el texto de Elena Bandrés, "Mejorar la información: uso del lenguaje publicitario en las noticias audiovisuales", fue

el más analizado para poder sintetizar conceptos con la ayuda del testimonio de Natalio Cosoy, con esto se logró contrastar e incrementar argumentos para realizar un ejercicio periodístico completo. Elena Bandrés, manifiesta que existe una forma correcta de difusión de contenidos audiovisuales, esto dependerá de los “tres datos emitidos en condiciones ideales de percepción” (Bandrés, 2010, p. 173), es decir, “palabra, música e imagen”. (Bandrés, 2010, p. 179).

En este sentido, Tomás Ciuffardi, realizador del programa de “Visión 360”, indicó que el lenguaje televisivo es complejo, en donde no se debe pensar en elementos únicos, sino en un complemento, por eso se debe formar periodistas con especialidad para televisión pensando en este formato. Por otro lado, él mencionó que “la imagen y el sonido no son gratuitos”, pero que existen noticieros de televisión que aún no entienden la importancia del lenguaje televisivo, ya que a algunos se los pasa por radios (lenguaje netamente radiofónico) y es ahí donde los informativos no se deberían entender, porque son lenguajes totalmente distintos.

Con respecto a la imagen, se debe tomar en cuenta que esta “carece de la sintaxis compleja que se requiere para elaborar el pensamiento superior y abstracto. La imagen ilustra, transmite (o sugiere) representaciones sensoriales; llega a describir, en el mejor de los casos; pero carece de poder argumentativo” (Bandrés, 2010, p. 175). Por otro lado, para Sara Badenes, la música es “un elemento estructural de la noticia, que en ocasiones tan solo acompaña el texto, y en otras, marca el estilo de toda la pieza informativa” (Badenes, 2015, p.58). Además, este recurso da a los reportajes un sentido de dramatismo (Bandrés, 2010), Asimismo, Manuel Gértrudix en su investigación “Música, Narración y Medios Audiovisuales”, da a conocer ocho funciones de la música en la televisión.

Las 8 funciones de la música recabadas en la investigación son:

- Identificación inmediata de un programa
- Identificación de un personaje
- Provocación de un recuerdo
- Aclaración de un diálogo
- Contrapunto de la imagen
- Definir un ambiente
- Efecto de cambio de plano
- Creación de una atmósfera dramática

Tomado de Gértrudix, 2002, p. 131. Estas se nombran en la plataforma por medio de una infografía.

Por último, la palabra que se entiende por locución o también conocida como voz en off, es uno de los factores que acompañan a la imagen, en palabras de Bandrés es la que “elimina lo abstracto para plasmar lo concreto” (Bandrés, 2010, p. 188). El adecuado manejo de los elementos permitirá una lectura idónea del telespectador para así poder captar el mensaje sin ningún ruido comunicacional.

En este sentido, Natalio Cosoy, corresponsal de la BBC en Colombia, explica su forma de estructurar a estos elementos en productos audiovisuales. Con su testimonio, se pudo comprender que en los diferentes formatos periodísticos de televisión deben existir lineamientos a los que se debe regir un reportaje. Por esto, se tomó específicamente el aspecto periodístico del lenguaje televisivo para su respectivo análisis.

El uso de la música en el periodismo

En este apartado se pudo obtener conceptos relevantes de la música con respecto al periodismo. Para esto se entrevistó a Natalio Cosoy, argentino y corresponsal de la BBC en Colombia. Él con su vasta experiencia le permitió responder la pregunta de ¿cómo se debe utilizar a la música en reportajes audiovisuales? A esta él manifestó que la música dependerá mucho de los formatos y estilos, que son lineamientos importantes para decidir si musicalizar un proyecto. Por otro lado, la música y locución para Cosoy son elementos extradieгéticos, es decir, que son acoplados en la postproducción del reportaje. Michel Chion en el libro “La audiovisión” manifiesta que los “sonidos dieгéticos (voces, música, ruidos)” (Chion, 1993, p. 90), en otras palabras son los testimonios y el sonido ambiente del campo los que generan en el reportaje un “función realista y narrativa” (Chion, 1993, p. 90), dando identidad y cercanía con el reportaje, lo que concuerda con Cosoy.

Cosoy sugirió que para formatos con duración de 1 a 2 minutos o formatos extremadamente periodísticos como notas informativas, la música no debe ser utilizada, ya que puede tergiversar lo que se manifiesta en la imagen. Pero, en formatos de género interpretativo, con una narrativa más compleja, se puede usar para alivianar la narración uniendo fragmentos y transiciones, así la audiencia no se cansará dando ritmo al reportaje. Además que los sonidos son espacios que le da oxigenación al producto.

En la investigación de Jorge Fabila, “Una aproximación a cómo musicalizar” se indican tres maneras de obtener música de fondo para la realización de un producto audiovisual.

Tabla 1

Cómo obtener música para la producción audiovisual

Música original	Componer una melodía exclusiva	1.- Con instrumentos en un estudio musical 2.- Con una computadora y conocimientos de teorías musicales
Música creada por autor	Pagar regalías por la música usada	Asesoría Legal
Música en stock	Descargar o comprar música con derechos libres	Páginas web

Tomado de Fabila, 2015, p. 86. Esta misma se la reproduce como una infografía para la comprensión del lector.

En esta nota, también, se discute la objetividad con referencia a la música, debido a que este recurso está cargado de la subjetividad del realizador. Para argumentar este aspecto, en la entrevista realizada a Gabriela Yáñez, diseñadora de sonido, comentó que el simple hecho que el reportaje es construido a través de los ojos del periodista, ya lo hace subjetivo pues es un ser humano, el que elige cómo y qué hacer con el producto. Por eso, es vital que el realizador cuente los hechos lo más acercado a la realidad.

LA TV

“La Televisión” transmitió sus producciones en tres canales diferentes. Pese a eso siempre fueron independientes, por lo que ninguno de estos cambios afectaron sus conceptos de musicalización a lo largo de sus 25 años al aire.

La estructura de cada reportaje era creada por el realizador y el director. Cada uno de ellos, argumentaban sobre el manejo musical como narrativa del producto. El realizador, mediante su experiencia en la cobertura del tema, era quien concebía la música, pues esta melodía debía generar identidad en el reportaje y cercanía con la audiencia. Después pasaba al director donde se visualizaba si toda la sincronización del reportaje era lo que se quería comunicar. En estos casos, Carolina Ehlers menciona que “muchas veces la música era demasiada o era muy triste y ahí había que corregir”. De igual forma, el realizador tenía mucha libertad al momento de musicalizar cualquier reportaje.

Al ser pioneros en este formato, Ehlers siente que los primeros trabajos de “La Televisión” fueron llenos de invención. Al inicio, cuando se trataban temáticas de otros países, el realizador compraba un par de CD’s con música propia del lugar para así musicalizar el reportaje. Esto cambió cuando la industria comenzó a normar los copyright. Desde ahí se usa una biblioteca musical comprada por los canales o en ciertas ocasiones composiciones creadas para la ocasión.

“La Televisión” manejaba la música como un aspecto vital, pues con esta se podía elevar el contenido. Ehlers menciona que no siempre se debe musicalizar, por ejemplo en entrevistas, porque se puede afectar de cierta manera al testimonio. Para ella, en esos casos, es mejor que no exista elementos externos que afecten el producto final. Uno de los aspectos claves dentro del programa es que la música de fondo tenga una integración homogénea y así se pueda fortalecer la temática, se debe considerar el contenido y la intencionalidad. Para “La Televisión” es importante utilizar, en reportajes, música sin letra, sonidos ambientales y mientras menos protagonismo se le dé a la música, la historia será mejor contada.

Dentro de la narrativa audiovisual, la música es un recurso creativo lo que permite que formatos revista lo coloquen dentro de sus producciones, ya que trata temas sociales y vivenciales . La música de fondo puede crear un reportaje muy emocional y es ahí donde hay que tener cuidado, la intencionalidad del realizador es primordial en ese sentido.

DÍA A DÍA

En “Día a Día” los conocimientos previos del tema a realizarse son una prioridad. Para su Director de producción es imposible premeditar la música del reportaje antes de tener el concepto del mismo, pues la banda sonora, pasa a formar parte de un proceso complementario en el armado del producto.

Cuando se escoge una temática se piensa en la globalidad del reportaje, es decir, que existe un ejercicio de verificación y contrastación del contenido que se registra. Después de pensarlo así, Xavier Aguirre, Director de producción de “Día a Día” comenta que se empieza a considerar que elementos del mismo se debe potencializar. “Siempre habrá un momento de clímax el cual, debe ser musicalizado. Pero esto dependerá del mensaje que se quiere transmitir a la audiencia”, dice él.

Para elegir la música de fondo, “Día a Día” toma en cuenta la opinión de sus editores, ya que ellos son concebidos más como postproductores. Ellos deben poseer un amplio bagaje cultural para manejar un criterio musical dentro del programa. Luego pasa por un proceso de supervisión, donde Xavier y Gabriela Osorio, directora periodística, se encargan de pulir detalles para la difusión correcta del producto final.

Dentro del proceso de musicalización, el realizador cumple con una función extremadamente importante, incluso Xavier Aguirre los nombra como “pequeños directores” porque tiene la versatilidad para cumplir todas las

labores de preproducción, producción y postproducción. “Muchas veces influyen muy fuerte en el editor”, ya que ellos conciben la idea del reportaje debido al proceso vivencial obtenido dentro de la realización del mismo.

Para Gabriela Osorio, el proceso de musicalización, no es sencillo porque la función de la música es transmitir sensaciones y hay que tener mucho cuidado con la objetividad que debe tener un producto periodístico. “La música sirve para muchas cosas como: para romper momentos y para acompañar a la historia. Además, es quien da ritmo a la edición” dice Osorio. Sin embargo, para “Día a Día” se evita el uso en temas dramáticos o cuando hay mucha información conectada entre sí, que no necesita ser potencializada por una herramienta narrativa externa al contenido, que en estos casos es la música.

VISIÓN 360

Para empezar a construir un reportaje musicalmente, “Visión 360” incorporó un musicalizador, Alexander Orozco, quien añade la herramienta sonora durante la edición del producto. Él no solo se encarga de musicalizar “Visión 360”, también ha contribuido en la postproducción de series en Ecuavisa como son: Combo Amarillo y la Trinity.

Orozco, con toda su vasta experiencia en colocar música en diferentes formatos dentro de productos audiovisuales, ha podido formar sus criterios musicales y cuenta cómo adoptar música de fondo a estos dos estilos diferentes, entretenimiento y periodísticos. “Cuando se trata de ficción, la música que se crea permite que esto sea más real y cercano con las personas, mientras que en los reportajes periodístico lo real ya se visualiza con la imagen, es decir, está añadido y simplemente hay que acompañar las sensaciones con música”, menciona él.

Los aspectos que son tomados por Orozco previo a la construcción del reportaje son: duración del producto, intencionalidad del reportero y el deadline, el más importante, pues el tiempo que tenga le permitirá construir más detalladamente el producto. Además, en cada principio de temporada, Orozco debe crear un manual de funciones para mejorar el aspecto sonoro del programa, pues se plantea un cronograma de temas features o atemporales, que funcionan a lo largo del año. Con esto, él puede trabajar más con la música mientras que con los temas de coyuntura su trabajo es más acelerado, ya que solo tiene de 1 a 2 semanas para entregar el producto.

“Uno de los criterios de “Visión 360” es no usar la música como herramienta para el sensacionalismo”, dice Orozco. Para él, esto se puede ejemplificar en el reportaje “Ecuador, Zona Cero” (Visión 360, 2016, 24 de abril), donde las imágenes ya eran dramáticas y no se apeló al amarillismo, para exacerbar las emociones del mismo. Asimismo, el programa trata de cuidar el aspecto sonoro, evolucionando temporada a temporada.

Los filtros que debe pasar un reportaje previo a la difusión son: el realizador que tiene una perspectiva física-tangible del lugar de los hechos; el musicalizador experto en el tema sonoro y el director general, que finalmente acepta o sugiere medidas de cambio.

Otra de los aspectos a tomar en cuenta es que, debido a que “Visión 360” tiene dos producciones en Costa y Sierra, los procedimientos en cuanto a la musicalización son distintos. Las diferencias están, en Guayaquil, los realizadores se reúnen siempre con Alexander Orozco, musicalizador, mientras que Tomás Ciuffardi, realizador que pertenece al grupo de Quito, comenta que esto no sucede, pues solo envía el reportaje ya sincronizado imagen, locución y música para que en Guayaquil, se realice un trabajo de postproducción.

8. Conclusiones de la investigación

- Musicalización y banda sonora son conceptos diferentes al momento de elegir una pista musical dentro de un reportaje periodístico, ya que los dos tienen una diferente función en el producto
- En un inicio la música fue el guión de las imágenes, ahora, la imagen será quien domine la elaboración de un reportaje, para que este sea idóneo.
- Para la acertada lectura del reportaje, el comunicador deberá utilizar el lenguaje televisivo (palabra, música e imagen) de manera precisa y sin redundar en la información de cada elemento.
- Los formatos extremadamente periodísticos como noticieros, opinión y editoriales, con duración de 1 a 2 minutos, no deben ser musicalizados. Mientras que los formatos interpretativos como crónicas, vivenciales, perfiles y reportajes la música debe usarse con referencia al contenido.
- El sonido ambiente dentro de los productos periodísticos, será más importante que la música, ya que este puede dar identidad al reportaje y mayor cercanía al telespectador con la historia.
- Desde los años 90 dentro de la producción nacional ecuatoriana, la musicalización no ha cambiado en el ámbito tecnológico. Pero sí en los términos prácticos de cómo extraer la música hacia el reportaje. Antes (CDs), ahora (Bancos musicales)
- Para “La Televisión”, “Día a Día” y “Visión 360”, las vivencias del realizador en la cobertura de un tema son importantes para la elaboración del reportaje, pues se lo considera un pequeño director.

- La música debe ser usada para potencializar el contenido del reportaje, salvo que este sea dramático.
- Para poder difundir un reportaje lo adecuado es pasar por al menos dos o tres filtros de producción. El realizador, director, productor y editor son algunos de estos cargos en donde se analizan el correcto uso del lenguaje televisivo
- En la producción de reportajes para televisión nacional, es complicado contratar a una persona especialidad en la elaboración de música de fondo (original), que aporte al programa, debido a los costos del personal y a los tiempos cortos de producción ya que, cada programa es semanal.

9. Estructura del reportaje multimedia y segmentos

Tema: Musicalización: El trabajo oculto de la TV

SEGMENTO 1: Inicio

Elemento 1: Musicalización a través del tiempo (a través de una fotografía)

Elemento 2: Explicación de la plataforma (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 3: Link a pestaña “Herramienta Narrativa” (a través de una fotografía)

Elemento 3.1: Sumario de pestaña “Herramienta Narrativa” (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 4: Link a pestaña “Música y TV” (a través de una fotografía)

Elemento 4.1: Sumario de pestaña “Música y TV” (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 5: Link a pestaña “Protagonistas” (a través de una fotografía)

Elemento 5.1: Sumario de pestaña “Protagonistas” (a través de texto con hipervínculos)

SEGMENTO 2: Herramienta Narrativa

Elemento 1: La música como concepto humano (a través de entrevista pregunta respuesta en texto con hipervínculos)

Elemento 1.1: Conocer al entrevistado (a través de fotografías)

Elemento 1.2: Frases del entrevistado (a través de destacados)

Elemento 2: Cliché musical (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 2.1: Preguntas a 4 personas de distintas generaciones sobre cómo musicalizaría un reportaje (a través de video)

SEGMENTO 3: Música y TV

Elemento 1: Desarrollo histórico de la música en la Televisión (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 1.1: Historia de la música desde 1940 hasta los 2000 (a través de una línea de tiempo)

Elemento 2: Análisis del lenguaje televisivo (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 2.1: Glosario sobre palabras del lenguaje audiovisual (a través de video powtoon)

Elemento 2.2: Las 8 funciones de la música en la TV (a través de una infografía)

Elemento 2.3: Puntos de vista de protagonistas acerca del lenguaje narrativo musical en un producto audiovisual (a través de video)

Elemento 3: Uso de la música en reportajes periodísticos (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 3.1: La reportería como vía para musicalizar (a través de audio)

Elemento 3.2: Formas para musicalizar un producto periodísticos (a través de infografía)

SEGMENTO 4: Protagonistas

Elemento 1: Opiniones de los protagonistas acerca de la musicalización (a través de un slideshow)

Elemento 2: Conocer la historia de los programas analizados (a través de una lista con fotografías para identificarlos)

SEGMENTO 4.1: “La televisión”

Elemento 4.1.1: Los procesos, cambios y aspectos periodísticos del programa “La Televisión” (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 4.1.2: Qué se toma en cuenta para musicalizar un reportaje en el programa “La Televisión” (a través de un video)

Elemento 4.1.3: Importancia del sonido ambiental dentro del programa “La Televisión” (a través de un audio)

SEGMENTO 4.2: “Día a Día”

Elemento 4.2.1: Los procesos, cambios y aspectos periodísticos del programa “Día a Día” (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 4.2.2: Explicación de la música como recurso necesario o creativo en “Día a Día” (a través de un audio)

Elemento 4.2.3: Cuándo se usa a la música como herramienta narrativa en “Día a Día” (a través de un video)

SEGMENTO 4.3: “Visión 360”

Elemento 4.3.1: Los procesos, cambios y aspectos periodísticos del programa “Visión 360” (a través de texto con hipervínculos)

Elemento 4.3.2: Subestimación de la música dentro de la televisión nacional y los cambios dentro de “Visión 360” (a través de un audio)

Elemento 4.3.3: La importancia del realizador en “Visión 360” para el armado de un reportaje (a través de un video)

Visualización de la Web

Machote

Pestaña de inicio

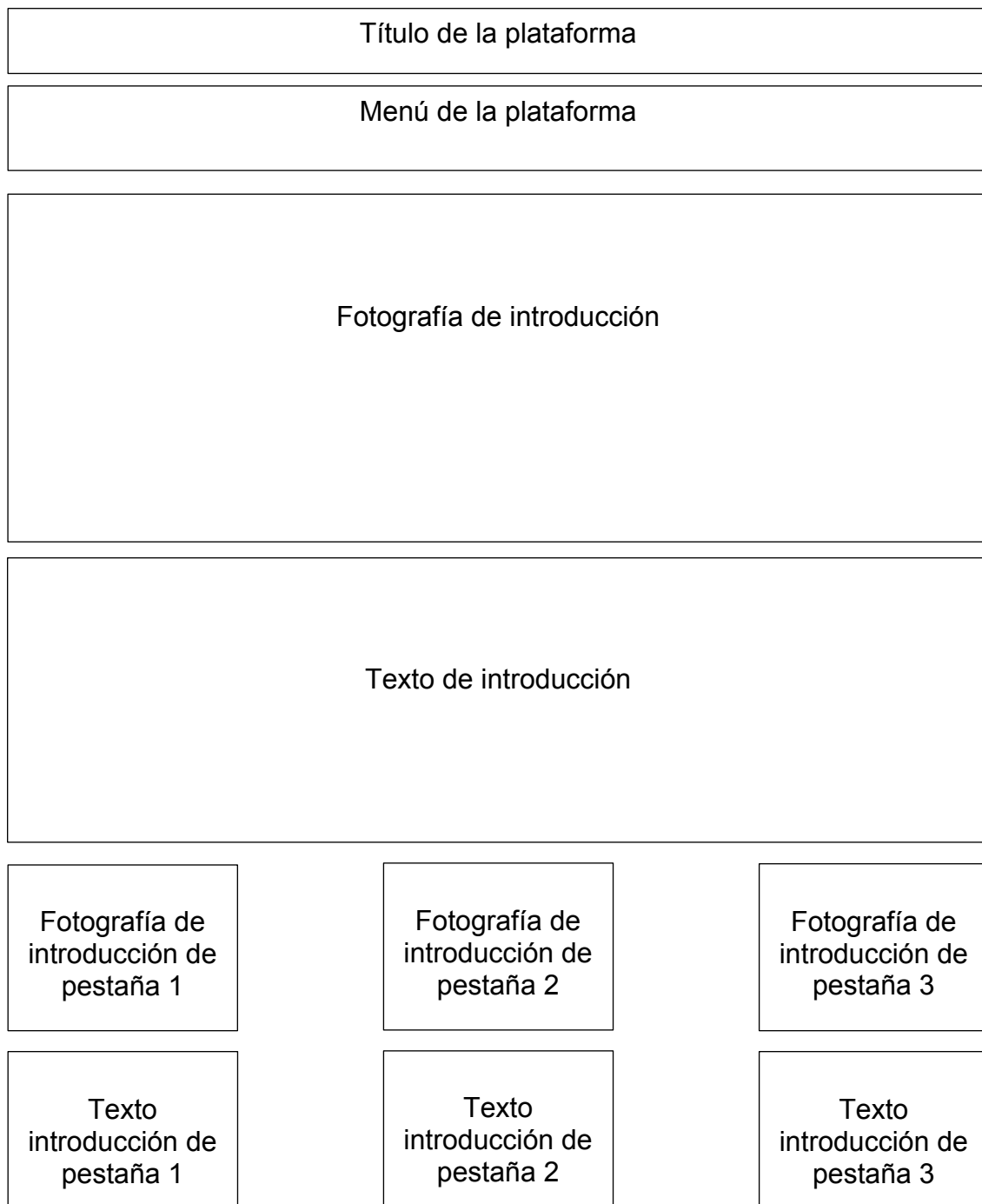


Figura 1. Machote. Pestaña de inicio.

Pestaña 1

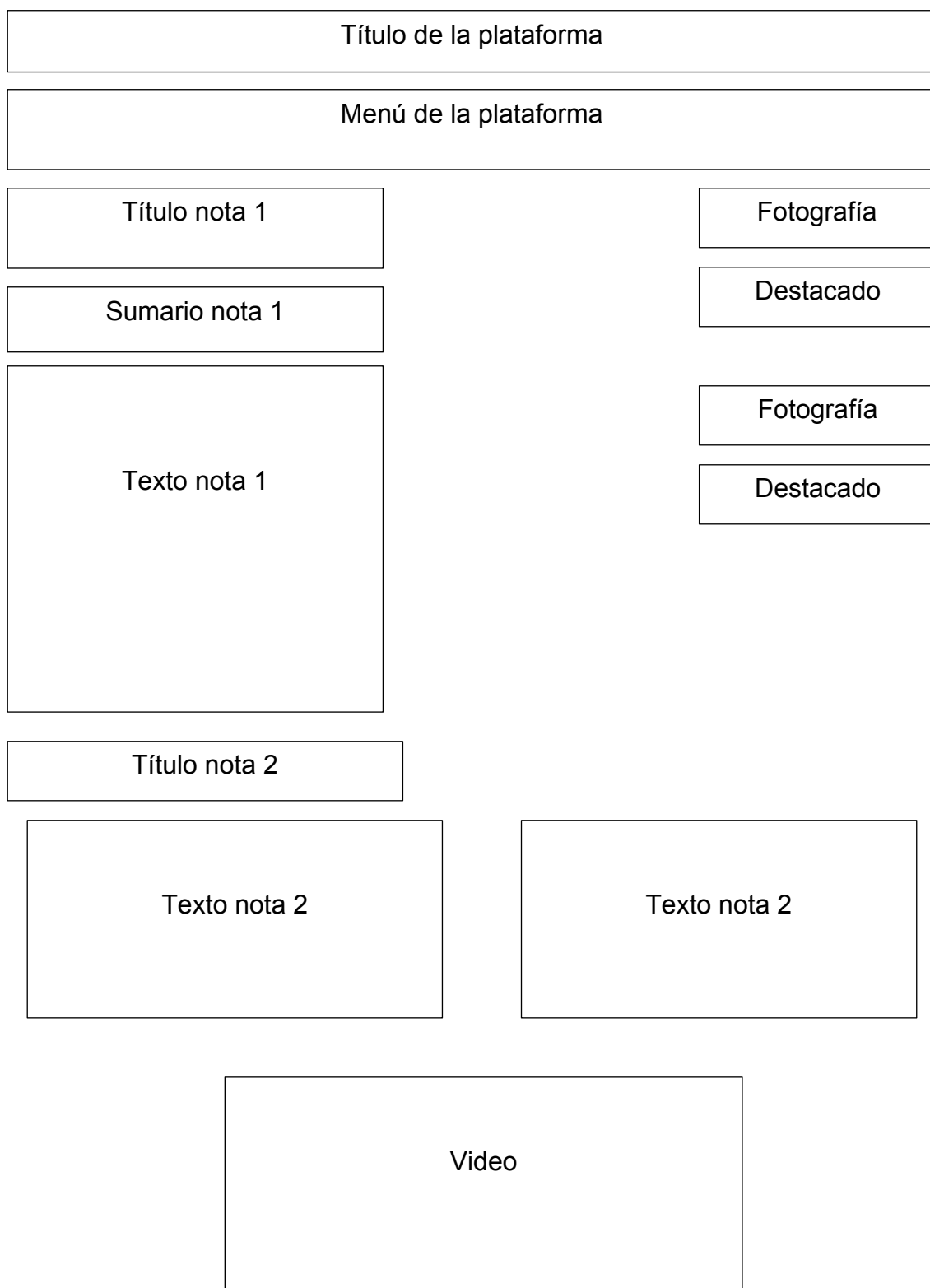


Figura 2. Machote. Pestaña uno, herramienta narrativa.

Pestaña 2

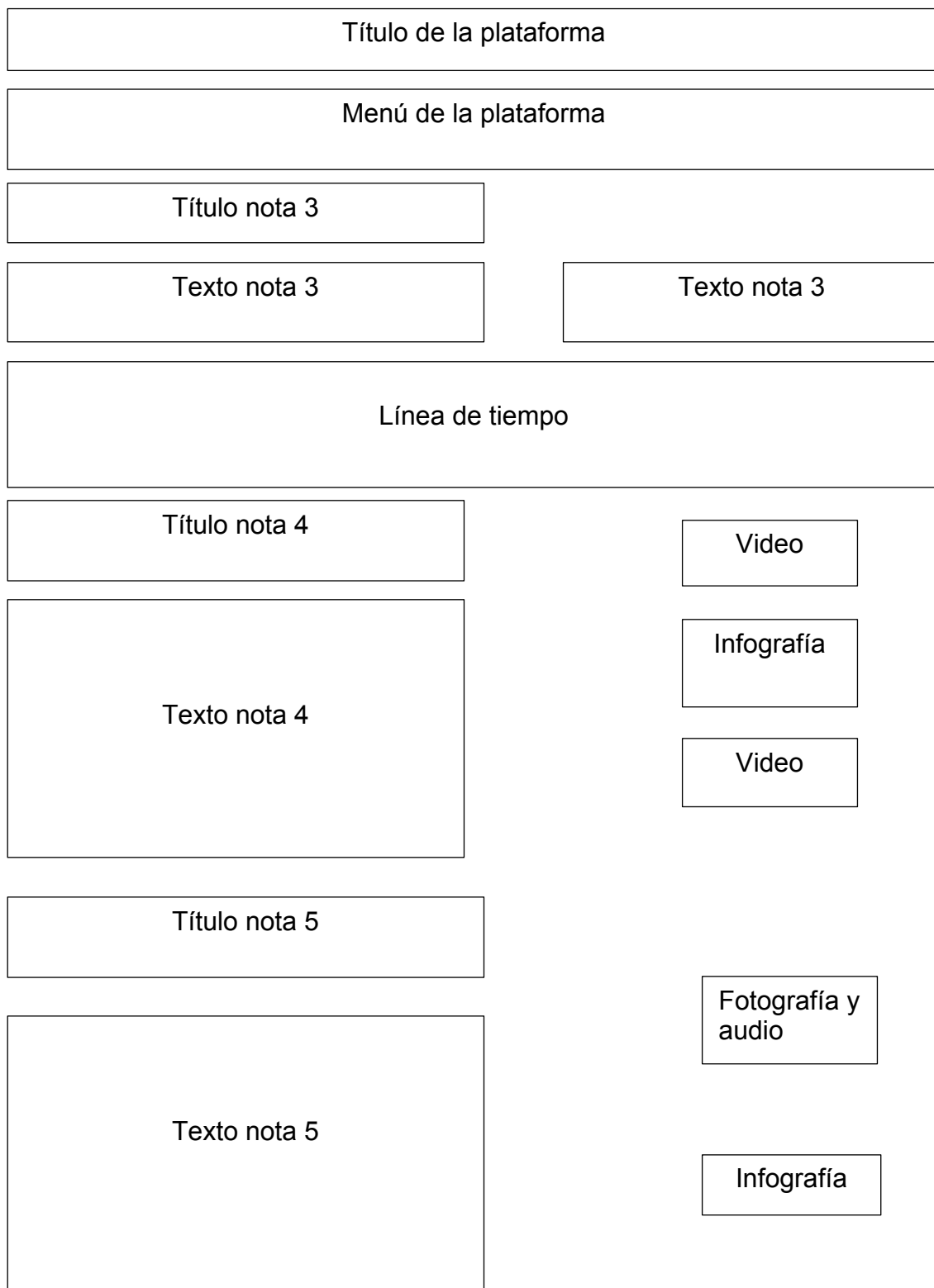


Figura 3. Machote. Pestaña dos, música y TV.

Pestaña 3

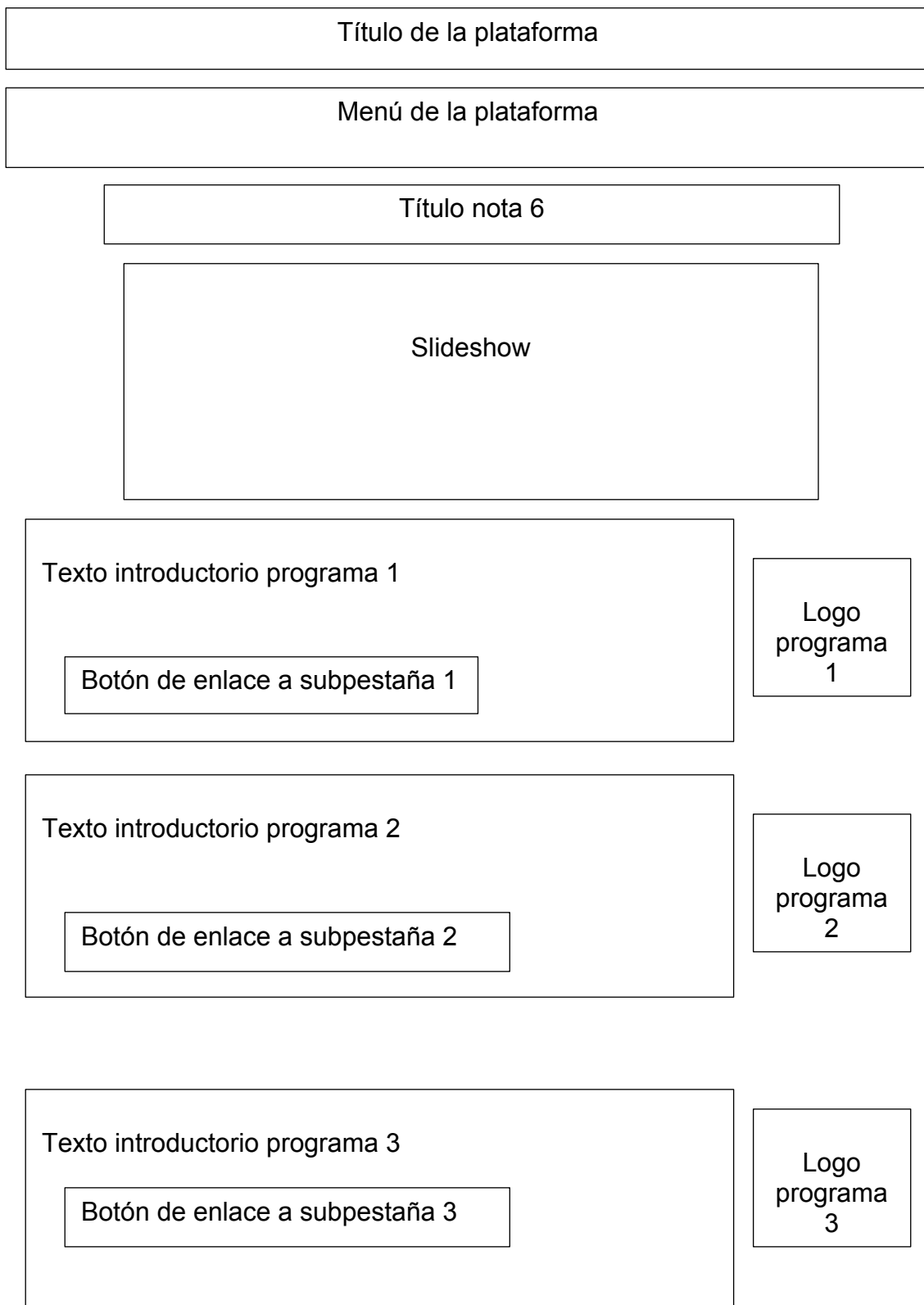


Figura 4. Machote. Pestaña tres, protagonistas.

Subpestaña 1

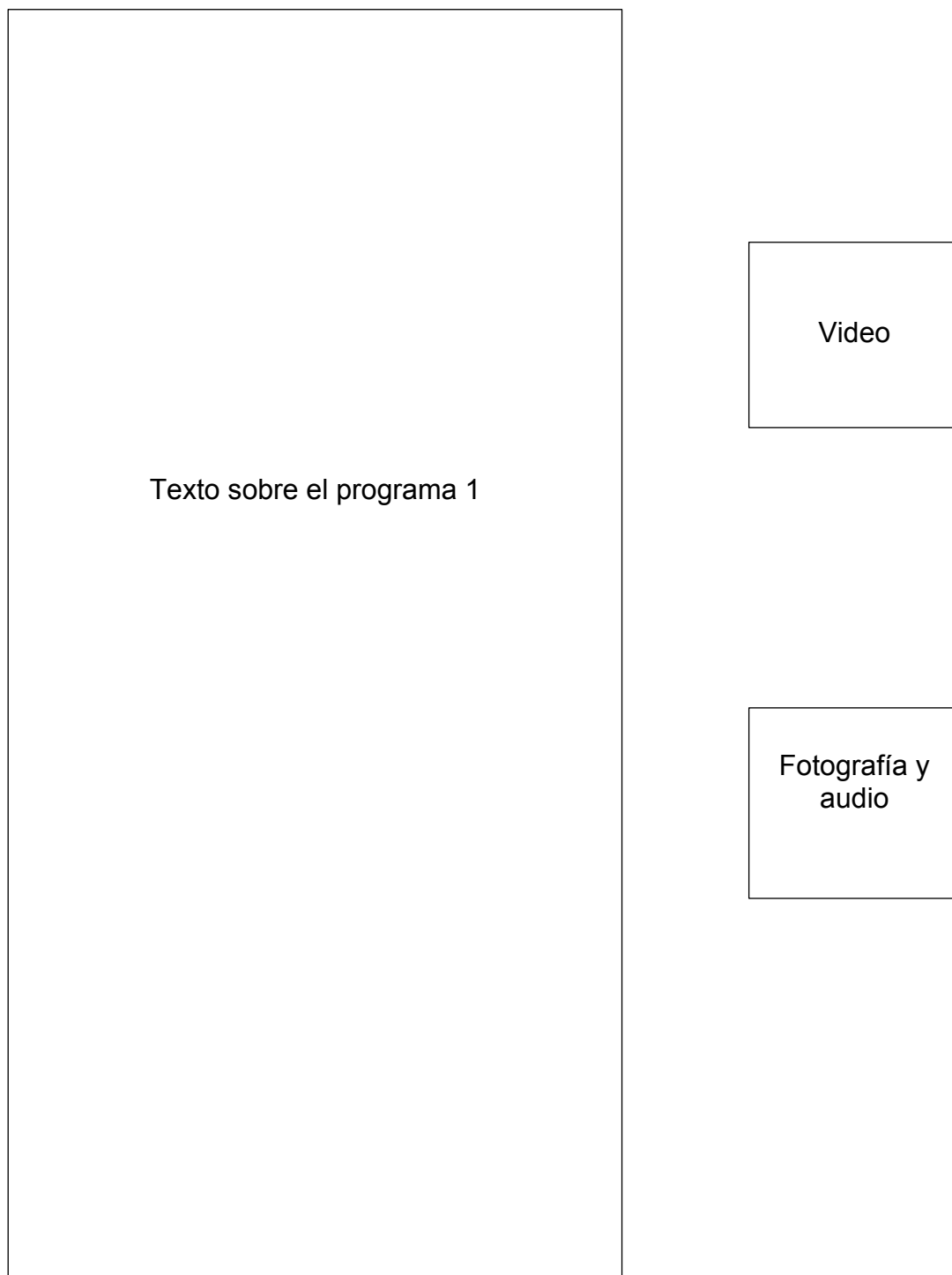


Figura 5. Machote. Subpestaña uno, La TV

Subpestaña 2

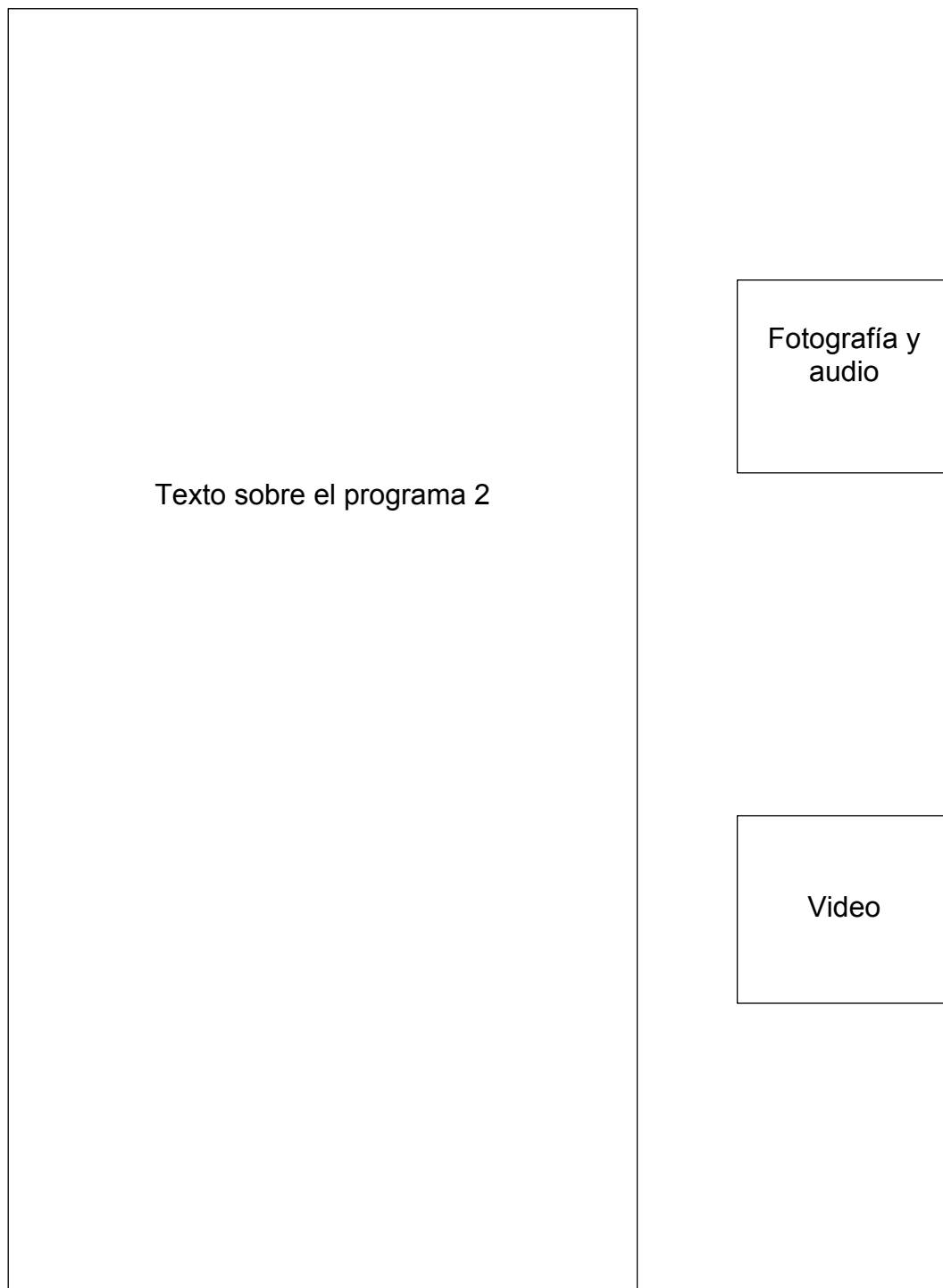


Figura 6. Machote. Subpestaña dos, Día a Día

Subpestaña 3



Figura 7. Machote. Subpestaña tres, Visión 360

Referencias

- Alvarado, O. (2004). Periodismo de investigación. <pp. 1-63>. Guatemala: Asociación DOSES. Recuperado el 7 de diciembre de 2016 en <http://www.dosesguatemala.org/wp-content/uploads/2012/03/Periodismo-de-investigacion-WEB.pdf>
- Badenes, S. (2015). Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. Signo y Pensamiento, 34(66), 44-61. <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/13361/10668>
- Bandrés, E. (2010): "Mejorar la información: uso del lenguaje publicitario en las noticias audiovisuales", en Revista Mediterránea de comunicación, 1, pp. 173-194. Recuperado el 17 de diciembre del 2015 en <http://www.mediterranea.comunicacion.org/Mediterranea/article/view/24/28>
- Chion, M. (1993). La audiovisión, Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Recuperado el 15 de Octubre de 2016 en https://monoskop.org/images/0/09/Chion_Michel_La_audiovision_Introduccion_a_un_analisis_conjunto_de_la_imagen_y_el_sonido.pdf
- CORDICOM (2014). Certificación de competencias laborales Perfil Locutor-Presentador de radio y televisión. Recuperado el 7 de diciembre de 2016 en http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Documento_tecnico_locutor_presentador.pdf
- CORDICOM (2014, 9 de diciembre). Locutores de radio y presentadores de tv obtienen los primeros certificados de competencias laborales en el área de la comunicación. Recuperado el 7 de diciembre de 2016 en <http://www.cordicom.gob.ec/locutores-de-radio-y-presentadores-de-tv->

obtienen-los-primeros-certificados-de-competencias-laborales-en-el-area-de-la-comunicacion/

Clases de Periodismo (2011). 10 cosas que los periodistas peruanos hicieron mal al informar sobre los LTGB. Recuperado el 7 de diciembre de 2016 en

<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/22/10-cosas-que-los-periodistas-peruanos-hicieron-mal-al-informar-sobre-los-ltgb/>

Día a Día (1998). Información. Recuperado el 3 de Noviembre de 2016 de https://www.facebook.com/pg/diaadiaecuador/about/?ref=page_internal

Ecuavisa (2015). "Premios IRIS 2015 reconoció al periodismo televisivo en Latinoamérica". Recuperado el 3 de Noviembre de 2016 de <http://www.ecuavisa.com/articulo/9na-ail/noticias/103222-premios-iris-2015-reconocio-al-periodismo-televisivo-latinoamerica>

El Universo (2014). Una 'Visión 360' llega a Ecuavisa. Recuperado el 3 de Noviembre de 2016 de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/03/30/nota/2518841/vision-360-llega-ecuavisa>

Fabila, J. (2015). Una aproximación a cómo musicalizar. Recuperado el 20 de septiembre de 2016 de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/33293/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gértrudix, M. (2002). "Música, Narración y Medios Audiovisuales". Recuperado el 15 de Octubre de 2016 en https://www.researchgate.net/publication/259742141_Musica_narracion_y_medios_audiovisuales

Huerta, R. (1999). Imágenes que nos suenan. Aprender a conocer los sonidos del cine y la televisión. *Eufonía*, 16, 65-71.

- Inec, 2012. Proceso de implementación de la televisión digital en el Ecuador. Recuperado 26 de noviembre de 2016 en http://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/PRESENTACION%CC%81N_TDT_MINTEL-Febrero-2015.pdf
- Lacárcel, J. (2003). Psicología de la música y emoción musical. En revista *Educatio*, 20-21, pp.213-226. Recuperado el 16 de Octubre de 2016 en <http://revistas.um.es/educatio/article/viewFile/138/122>
- La televisión (2015). Quienes somos. Recuperado el 3 de Noviembre de 2016 de <http://tvecuador.com/quienes-somos/>
- La República (2015). "Visión 360", el mejor programa de investigación de la TV ecuatoriana. Recuperado el 3 de Noviembre de 2016 de <http://www.larepublica.ec/blog/entretenimiento/2015/11/17/vision-360-mejor-programa-investigacion-tv-ecuatoriana/>
- Ley Orgánica, N° 22/2013, de Comunicación. Registro Oficial, de 25 de julio de 2013.
- Mujica, C., & Bachmann, I. (2014). Noticias y melodrama en Chile: efectos sobre la atención, retención y comprensión informativa. La comunicación y la información frente a los desafíos del país: investigación y aportes, pp. 30 Recuperado el 26 de enero de 2016 en <http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/243/incom14f15.pdf>
- Navarro, A. (2013). Teoría y práctica del reportaje. Recuperado el 7 de diciembre de 2016 en <http://periodismo.umh.es/2013/04/24/teoria-y-practica-del-reportaje/>
- Palomares, J. (2004). Comunicar la música. *Comunicar*. <pp. 13-16>. Recuperado el 20 de Octubre de 2016 en <http://www.redalyc.org/pdf/158/15802303.pdf>

Visión 360 (2015). Video promocional de Visión 360. Recuperado el 3 de
Noviembre de 2016 de
<https://www.youtube.com/watch?v=8sfkeXoeRS4>

Visión 360 (2016, 24 de abril). Ecuador, Zona Cero. Recuperado el 2 de
diciembre de 2016 de <https://www.youtube.com/watch?v=vHbECtVz1gl>

Anexos


Quito, 18 de octubre 2016

Por medio de la presente:

Yo, XAVIER AGUIRRE....., CI. 1710655713 autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
ENTREVISTA EN VIDEO..... a la/el señorita/señor
FRANCISCO ESPINOZA..... con número de matrícula,
1777816514 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante FRANCISCO ESPINOZA utilizará este material en el
 contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización
 como parte de su trabajo de la asignatura de
TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: XAVIER AGUIRRE
 Cargo: PRODUCTOR
 Empresa: TELEAMAZONAS
 Número de cédula: 1710655713
 Teléfono celular: 0992050212
 Correo electrónico: XAGUIRRE@TELEAMAZONAS.COM.

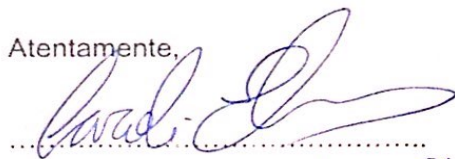
Quito, 25 de Octubre 2016

Por medio de la presente:

Yo, Carolina Ehler, CI. 1706032131 autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
Entrevista en Video a la/el señorita/señor
Francisco Espinoza con número de matrícula,
601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante FRANCISCO ESPINOZA utilizará este material en el
 contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización
 como parte de su trabajo de la asignatura de
TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: Carolina Ehler

Cargo: realizadora LCV

Empresa: Productora Independiente

Número de cédula: 170603213-1

Teléfono celular: 0999 239 885

Correo electrónico: carolina.ehler@gmail.com

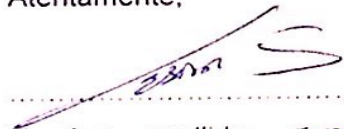
Quito, Octubre 28, 2016

Por medio de la presente:

Yo, CESAR SANTOS, CI 0601901093 autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
ENTREVISTA a la/el señorita/señor
Francisco Espinoza con número de matrícula,
601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante Francisco Espinoza utilizará este material en el
 contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización
 como parte de su trabajo de la asignatura de
TIP

Atentamente,


 Nombre y apellido: CESAR SANTOS
 Cargo: DOCENTE
 Empresa: UDLA
 Número de cédula: 0601901093
 Teléfono celular: 0995882993
 Correo electrónico: csantosstejada@yahoo.com


Boogtá, 8 de noviembre de 2016

Por medio de la presente:

Yo, Natalio Cosoy , CE. De Colombia N 522497 autorizo el uso de entrevista de audio a la/el señorita/señor Francisco Espinoza con número de matrícula, 601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

El/ La estudiante Francisco Espinoza utilizará este material en el contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización en reportajes de la tv ecuatoriana como parte de su trabajo de la asignatura de TIP.

Atentamente,



.....
Nombre y apellido: Natalio Cosoy
Cargo: Corresponsal en Colombia
Empresa: BBC
Número de cédula: 522497
Teléfono celular: +57 310 698 6546
Correo electrónico: Natalio.cosoy@bbc.co.uk

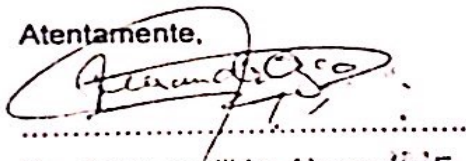
Quito, 8 NOV, 2016

Por medio de la presente:

Yo Alexander Enmanuel Orozco Reyna CI. 0931309553 autorizo el uso de (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc) ENTREVISTA DE AUDIO a la/el señorita/señor FRANCISCO ESPINOZA con número de matrícula, 601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

El/ La estudiante FRANCISCO ESPINOZA utilizará este material en el contexto del reportaje MULTIMEDIA DEL ANALISIS HISTÓRICO DE LA MUSICALIZACIÓN EN REPORTAJES DE LA TV ECUATORIANA como parte de su trabajo de la asignatura de TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: Alexander E. Orozco R.
Cargo: Pos Productor de audio en visión 360
Empresa: Ecuavisa
Número de cédula: 0931309553
Teléfono celular: 0981075623
Correo electrónico: alexanderorozco1993@gmail.com

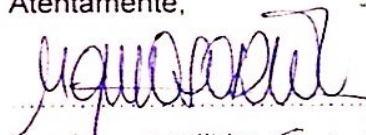
Quito, 14 de Noviembre 2016

Por medio de la presente:

Yo, Gabriela Osorio, CI 1715655047, autorizo el uso de
 (Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
 Entrevista en video a la/el señorita/señor
 FRANCISCO ESPINOZA con número de matrícula,
 60303 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante FRANCISCO Espinoza utilizará este material en el
 contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización
 como parte de su trabajo de la asignatura de
 TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: Gabriela Osorio
 Cargo: Directora periodística - Día a Día
 Empresa: Teleamazonas
 Número de cédula: 0992001245 / 1715655047
 Teléfono celular:
 Correo electrónico: gosorio@teleamazonas.com

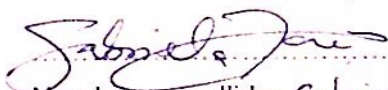
Quito, 23 de Noviembre 2016

Por medio de la presente

Yo, Gabriela Yáñez, CI. 1721606703 autorizo el uso de
(Especificar entrevista, fotos, videos, audio, datos, base de datos, etc)
 a la/el señorita/señor
Juan Francisco Espinoza con número de matrícula,
601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las
 Américas.

El/ La estudiante FRANCISCO ESPINOZA utilizará este material en el
 contexto del reportaje multimedia del análisis histórico de la musicalización
 como parte de su trabajo de la asignatura de
TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: Gabriela Yáñez

Cargo: Docente

Empresa: UCLA

Número de cédula: 1721606703

Teléfono celular: 099 545 3545

Correo electrónico: ana.yanez@udla.net.ec

Quito, 24 DE NOVIEMBRE 2016

Por medio de la presente:

Yo, Tomás Ciuffardi , CI. 1706743018 autorizo el uso de mi entrevista en video al señor Francisco Espinoza con número de matrícula, 601363 estudiante de Periodismo de la Universidad de Las Américas.

El estudiante Francisco Espinoza utilizará este material en el contexto del reportaje multimedia acerca de Análisis histórico del uso de la música en programas de televisión ecuatorianos como parte de su trabajo de la asignatura de TIP

Atentamente,



Nombre y apellido: Tomás Ciuffardi

Cargo: Realizador

Empresa: Ecuavisa

Número de cédula: 1706743018

Teléfono celular: 0967994394

Correo electrónico: tciuffardi@ecuavisa.com

Link del reportaje multimedia

<http://sphidalgojuan.wixsite.com/musicaenelperiodismo>