



Programas musicales en la televisión **Musical and educational programmes on television**

Juan Bautista Romero Carmona
M^a Dolores Degrado Godoy
Huelva (España)

RESUMEN

La televisión es un gran medio, como de todos es sabido, de comunicación. A través de ella hacemos que nuestro mundo sea uno solo, esté al alcance de todos los lugares y culturas que no podríamos saber de ellas si no fuese por la televisión.

Entre los muchos objetivos de la misma destacan: entretener, educar e informar. Por ello, es importante exigir además de entretenimiento, una oferta educativa e informativa de calidad y objetiva, que se pueda aprender a través de este medio de comunicación.

La oferta educativa que ofrece la televisión puede considerarse muy variada a través de programas televisivos de todo tipo. Esta comunicación pretende realizar un análisis de los programas educativos, centrándonos en los musicales que actualmente se emiten en los diferentes canales de la televisión, estudiando el aspecto educativo y formativo de los mismos así como las posibles repercusiones que tiene en nuestros jóvenes.

Desde el punto de vista educativo, por medio de este tipo de programas musicales-educativos se debería aprovechar para fomentar en nuestros jóvenes, incluso a nivel escolar, la posibilidad de que sean críticos y compartan con sus compañeros, amigos, padres, etc., conversaciones y análisis de por qué un programa televisivo es bueno o no. Cada vez que se mire un programa se piensa en: 1. Si nos entretiene; 2. Si tiene un contenido que nos enseñe algo. 3. Si es un programa que nos aporte algo a nuestras vidas.

Hay que pensar y exigir que los consumidores y telespectadores de todos estos programas puedan participar en la manera de hacer televisión, siendo críticos y no recibiendo todo lo que se emite de manera pasiva, sin cuestionarse nada. Naturalmente para tener posibilidades de ser exigentes y críticos con los programas televisivos se debería estar formado y educado en medios, tarea que se debe comenzar desde las escuelas.

Esta formalización respecto a la educación en medios de comunicación, entre ellos evidentemente la televisión, debe regularse y recogerse en el currículum de una manera oficial, dándole así una exigencia, objetividad y protagonismo a los medios de comunicación de masas en las escuelas, algo que en la actualidad se carece totalmente de ello.

Los programas musicales pueden ser una posibilidad, entre otras muchas, de servir de reclamo para nuestros alumnos y poder trabajar con ellos el análisis crítico de la televisión en las escuelas, ya que últimamente las audiencias así lo demuestran, son programas muy seguidos por personas en edad escolar.

ABSTRACT

Television is a medium, as all people knows; of communication. The educational offer that TV offers can consider very varied through different types of TV programmes.

This communication tries to realize a short analysis of the educational programmes, centring us in the musical programmes which are broad casted at the moment in the different channels of TV. We study of these and the possible repercussion which have about our young people.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Programas musicales y educativos, televisión y música.
Musical and educational programmes, TV and music.

El siglo XX pasará a la historia de la Humanidad, entre otras cosas, por el siglo de las revoluciones en el campo de las telecomunicaciones. La radio, la televisión, el vídeo, los avances informáticos han provocado una auténtica convulsión en los usos y costumbres de la población de todo el planeta.

Entre las distintas innovaciones tecnológicas, la televisión, ha sido quizá la más importante, en términos cuantitativos. No puede olvidarse que su gran difusión ha contribuido a darle una preponderancia no alcanzada por ningún otro medio. La televisión es un objeto presente en casi todos los hogares de nuestro entorno. Llamativa es la sentencia de los tribunales italianos que la consideran un objeto inembargable.

La televisión es un gran medio, como de todos es sabido, de comunicación. En los países en los que la televisión es un servicio público gestionado por el estado se considera que debe servir a los designios del estado, especialmente en materia cultural e ideológica, de manera que se fortalezca la socialización y la integración, siendo en este caso el problema esencial la limitación o delimitación de las ingerencias del Gobierno en cuanto a la orientación de las emisiones, en particular las relacionadas con la información. Mediante disposiciones estatutarias se nombran diversos consejos o comités que ejercen controles en este sentido.

En los países en los que la televisión se confía a empresas privadas, la libre competencia otorga la primacía a las emisiones que son rentables para los anunciantes que patrocinan los programas. Por otro lado, el Estado ejerce un cierto control, mediante la aplicación de leyes generales o por medio de organismos específicos, para analizar y conceder las licencias de explotación y controlar el contenido de los programas en bien del interés público.

Las emisiones de televisión se clasifican a menudo respecto de sus tres funciones principales: información, cultura y distracción. Una clasificación más elaborada establece distinciones entre los programas de variedades, los dramáticos, los folletines y las series, los noticiarios y programas de información general, los reportajes, los concursos y las emisiones para la juventud. También se pueden tener en cuenta las técnicas empleadas para el registro: cine, registro en vídeo con imagen móvil, etc.

La parrilla de los programas es el resultado del reparto de los diversos tipos de emisiones a lo largo del desarrollo de cada jornada. Normalmente, para su confección se tiene en cuenta el tipo de público que, a cada hora, va a presenciar la emisión. Por ejemplo, el periodo que sigue a la cena se considera que es el de mayor audiencia. Durante los días de descanso semanal de los colegios y las tardes que los proceden, los programas conceden grandes espacios a las emisiones para niños. En cambio, se reservan a menudo para la última hora de la noche los programas destinados a los adultos o a públicos especiales, también los que se juzgan poco accesibles para el gran público. Es necesario, de cualquier forma, conocer tan a fondo como sea posible las preferencias de las diversas categorías de telespectadores.

Para conseguirlo, la mayor parte de los organismos de difusión realizan sondeos para medir la audiencia y al mismo tiempo controlar el éxito de las diferentes emisiones. En cualquier caso, las consultas se realizan con muestras representativas de la población que se desea estudiar. A menudo, estas muestras reciben el nombre de panel, o sea, un cierto número de personas que previamente han indicado sus preferencias sobre los programas que más les interesan, registrándose sus escuchas automáticamente mediante un aparato adaptador al televisor.

Se ha podido establecer que, en conjunto, una cierta categoría de telespectadores localizados sobre todo en la clase media-baja y también entre los ancianos y los niños, está interesada en la mayoría de los programas, mientras que otra categoría, compuesta por la clase media-superior y los intelectuales, se caracteriza porque juzga más severamente la programación. Existe una tercera categoría, formada por personas de formación media y los habitantes de grandes urbes, que acepta la mayor parte de las emisiones, pero las escoge con ciertos criterios selectivos. Por último, existen ciertos tipos de emisiones: deportivas, musicales, de revistas, etc., que sólo gozan del favor de un determinado público. En este caso, en todos los países para esta categoría se encuentran los programas de ficción, dramáticos, películas y series, que son los que recogen el mayor número de telespectadores.

Es bastante difícil modificar los gustos y costumbres del público. Sin embargo, a la larga, se pueden notar algunas evoluciones. Las emisiones llamadas culturales, si están bien presentadas, pueden con el tiempo mejorar su acogida entre un público que al principio puede mostrarse reticente. Ello justifica una política de programas concebida con el deseo de mejorar el nivel intelectual del telespectador. Se nota que en los países cuya televisión está organizada según el principio de la competencia comercial, se otorga más importancia a las variedades y a los deportes que a los programas culturales y de información, al revés de los países cuya televisión es monopolio del Estado.

Se han realizado muchos trabajos sociológicos a los efectos morales, sociales, culturales y políticos de la televisión. Aunque a veces se ha pensado lo contrario, la televisión no determina, en conjunto, trastornos muy importantes; primero porque se producen fenómenos de habituación y saturación y también porque, en general y en virtud de los que se denomina atención selectiva, los telespectadores se interesan sobre todo por lo que está conforme a sus gustos y opiniones previamente establecidos, que de esta forma se encuentran más bien reforzados que modificados. Se ha podido verificar que la televisión no vuelve a la

gente uniformemente pasivos, que acrecienta en gran manera las tensiones familiares y que no contribuye por sí sola a aumentar o disminuir los éxitos escolares de los niños. Se ha reprochado a la pequeña pantalla el haber aumentado la violencia en la sociedad moderna. Pero, en realidad, aunque los programas de televisión dediquen mucho espacio a imágenes de violencia, ello no transforma en delincuentes a los individuos sin ninguna predisposición para serlo. En cambio, estos espectáculos crean efectos de hábito e insensibilización. Pero pueden también producir efectos de catarsis, ofreciendo una salida imaginaria a las tendencias agresivas, debido a procesos de identificación y proyección.

En el ámbito cultural, la televisión no es, sin duda, la única responsable de una evolución, hacia lo audiovisual, que de todos modos, no parece que vaya a poner fin a la *galaxia Gutenberg* tal como a veces se ha vaticinado, sino más bien a preparar una especie de cultura diversificada. Ya ha dejado de ser exacto hablar de cultura de masas, si se tiene en cuenta que la televisión actúa directamente sobre un público en concreto, no estructurado. En realidad, los efectos de la televisión se ejercen sobre grupos sociales distintos y es probable que el conjunto de los telespectadores sea cada día más diversificado.

En cuanto a los efectos políticos, cada día son más complejos y, en general, modestos en lo que concierne al futuro inmediato. Por ejemplo, en las campañas electorales, las emisiones de televisión desplazan un porcentaje restringido de intenciones de voto. Mas exactamente, la pequeña pantalla amplifica las tendencias preexistentes, tanto si son de estabilidad como de cambio, pero sólo raramente las crea.

Por otra parte, se constatan efectos de bumerang cuando una propaganda excesiva intenta atacar de frente opiniones existentes entre los telespectadores. Los efectos a largo plazo son más difíciles de evaluar, pero quizá sean más importantes. Al oscilar entre el conformismo y la contestación, según los contextos políticos y las circunstancias, la televisión puede acrecentar la importancia otorgada a tendencias minoritarias o bien desarrollar un cierto apoliticismo. Por último, contribuye a la personalización del poder, concediendo una audiencia directa y preponderante a ciertas personalidades.

La televisión se ha convertido en un verdadero fenómeno social en todos los países en que se ha implantado, es decir en todos aquellos que han podido correr con los gastos de las instalaciones necesarias para su funcionamiento. La televisión es una ventana abierta al mundo para la que no existen barreras económicas ni de comprensión. Todos somos espectadores, lectores de imágenes y somos iguales a la hora de sentarnos ante un televisor. En términos generales, la televisión se convierte en la actividad ociosa de carácter individual más importante y reorganiza las conductas generales del comportamiento ocioso. La pequeña pantalla ocupa en efecto un lugar importante en la vida cotidiana de sus usuarios. Se ha calculado que un espectador medio europeo pasa entre tres y cuatro horas diarias delante de un televisor. En Estados Unidos, las estadísticas arrojan medias incluso superiores. Entre la televisión y el espectador se establece una interacción o intercambio que está condicionada por la formación del espectador, su pasado, su presente y que incluye también sus puntos de vista y esperanzas de futuro. Respecto al número de aparatos por familia la media está entre dos y tres. Todo ello induce a pensar que el límite de saturación será rápidamente alcanzado por los países más desarrollados. En 1935, la televisión era técnicamente una realidad; en 1919, hicieron su aparición los programas regulares en América. Pero los progresos se detuvieron con la II Guerra Mundial. A partir de 1945, los progresos fueron más rápidos en los países que, como Estados Unidos, optaron por la libre competencia entre emisoras que en los países que se decidieron por las emisiones estatales.

Está constatado que la expansión televisiva se produce, en general, casi simultáneamente, a través de los distintos estratos sociales, con un cierto retraso, sin embargo, para las categorías menos favorecidas económicamente, ya que el precio de los receptores les suponía una carga pesada, actualmente esto ha cambiado; entre las categorías más instruidas porque tienen otras formas de distraerse y reprochan a la pequeña pantalla la falta de nivel cultural en los programas que emiten y se lamentan de la fascinación que ejercen ellos mismos los espectáculos televisivos, haciéndoles perder un tiempo precioso. Respecto a las clases altas es a partir de 1970 cuando toman la delantera entre las familias provistas de receptores de televisión. Parece, que la televisión, estuvo y podemos afirmar que actualmente todavía persiste esta situación, se difunde en razón de una función social que cumple en el contexto de la sociedad y que consiste fundamentalmente en su capacidad para aportar distracción, sobre todo en los momentos que no existe otra forma de ocupar el ocio después del trabajo. A todo ello hay que unirle la capacidad de comunicación, que permite a diversas capas sociales una mejor integración en la comunidad urbana.

Dentro de toda esta programación existente en los diferentes canales de televisión, pretendemos analizar brevemente cómo está, qué se ofrece musicalmente a los telespectadores, vemos que este medio tan importante de comunicación puede ejercer una labor educadora a nivel musical. Al mismo tiempo se recogerán algunas opiniones de telespectadores sobre estos programas, sugerencias de los mismos, etc.

Entre la gran cantidad de programas de entretenimientos, culturales, etc., hemos resaltado algunos de los programas que se dedican exclusivamente a música, algunos de ellos han dejado de emitirse recientemente por su baja audiencia. Entre otros, destacar (ver cuadro 1).

Entre todos los programas musicales que se han emitido y que actualmente siguen en antena, y sin lugar a dudas de los de mayor éxito ha sido Operación Triunfo, generando opiniones para todos los gustos, tanto a favor como en contra, pero no cabe duda que ha conseguido introducirse en la mayoría de los

hogares como así lo demuestran las importantes audiencias conseguidas en sus diferentes ediciones.

Entre las muchas opiniones respecto al programa resaltamos aquéllas en las que destacan que Operación Triunfo es un programa que no pasa inadvertido, o lo amas, o lo ignoras. Para otros, las galas de emisión son muy largas y no les parece demasiado correcto haber bajado la edad de admisión de los concursantes ya que se necesita madurez para superar la presión del propio programa y no sólo respecto a las galas del concurso, sino a todo lo que genera el mismo como popularidad, conciertos, etc. También se reflejan opiniones como las que dicen que desde que Operación Triunfo salió a la palestra, en sus diferentes ediciones, los que no simpatizan especialmente con este tipo de programas, simplemente han sido bombardeados con toda clase de informaciones sobre OT que nada les importaba. Todo conlleva a comprar y escuchar esta música de artistas hechos a propósito. Y es que la tele hace milagros, desde vendernos estos subproductos de masas, hasta hacernos creer que Eurovisión, un concurso que hasta hace dos días la mayoría de telespectadores eurodespreciaban y nadie se molestaba en ver, es un programa impresionante porque cantaba Rosa, un muchacha formada y trabajada en este programa musical.

Lo cierto es que es increíble este fenómeno social generado por este programa televisivo-musical, ya que nunca antes un programa de música había tenido tanto éxito a nivel de audiencia y comercial, guste o no el tipo de música, pero bien es cierto y por supuesto innegable que la gente en sus primeras ediciones hablaba en todas partes de este programa. Unos lo ven como la oportunidad de su vida, otros como un puro negocio, otros como un enganche televisivo, etc.; pero lo único cierto es que la televisión ha conseguido que a través de un programa musical millones de telespectadores estén atentos al mimo y por qué no decirlo, se transmiten una serie de valores, de todo tipos, para muchos jóvenes que ven como personas de sus mismas edades alcanzan unas metas que pueden servir de ejemplo, tanto en los aspectos positivos como en los negativos.

Otros programas musicales como *Del 40 al 1* emitido por Canal + muestran opiniones muy favorables, a nivel general dentro de las emitidas, aunque también aparecen algunas desventajas. Resaltamos aquellas opiniones que expresan que es un programa ya clásico en las pantallas donde se muestra la música pop del momento, contando entre sus ventajas con el hecho que al emitirse en Canal + no se tiene que soportar tanta publicidad como en otras cadenas. Claro es que entre sus desventajas aparezca esta necesidad de ser abonado para poder ver este programa musical.

Entre los programas musicales que han tenido muy buena aceptación y al mismo tiempo han hecho conocer de manera amena y entretenida para los más jóvenes la música clásica ha sido el *Concierto* de Televisión Española. Con este programa se ha sabido popularizar la música clásica y sacarla del elitismo de unos pocos. Es un programa que se ha estado emitiendo y emite los sábados por la mañana, a horas donde no había ningún acontecimiento por ejemplo deportivo que pudiera quitar audiencia y con un propósito muy importante como es el que los niños descubran y amen la música clásica, presentándola de manera alegre e informal donde todos puedan participar. El programa está dividido en varias sesiones: 1. Construye un instrumento, donde los chavales presentan artilugios de donde sale música, desarrollándose la creatividad y la imaginación; 2. Discoteca, donde algunos chicos intentarán bailar algún ritmo clásico como un vals por ejemplo; 3. La obra del día, donde nos deleitamos con esas bellas melodías que a todos nos suenan, pero no sabemos de donde provienen.

En definitiva, un programa musical que puede calificarse a nivel general muy educativo y formativo, descubriendo y culturizando a los más jóvenes sobre un estilo musical como es la denominada música clásica.

Otros programas musicales televisivos mostrados en el cuadro no reciben buenas opiniones de los telespectadores, algunos son criticados por ser programas que son emitidos en canales de pago como MTV y otros por su poca sensibilidad y tratamiento dado a la música como es el programa *Nuestra mejor canción* emitido por Televisión Española, aunque hay que decir que las opiniones son muy variadas.

Entre algunas opiniones destacamos las que se pronuncian en que los programas de música son uno de los recursos más frecuentes a los que acuden las cadenas para rellenar espacios televisivos. Otros programas como MTV tienen en la música el único recurso para completar su programación. Por eso hay que intentar que la gente no se canse de los programas musicales innovando contenidos, presentadores y formas de presentar. Así nace MTV Hot una idea muy innovadora en todo el mundo que nació en MTV España. En este espacio se pretendía hacer un programa de música donde un presentador diera paso a los diferentes videos musicales pero además mezclado con cotilleos de cantantes y famosos en general. También de lo más innovador del programa fue la presentadora Deborah Ombres. Es una drag-queen que presenta este programa de manera muy picante. La clave del éxito de esta presentadora era su humor ácido y sarcástico para hablar de la gente, no se cortaba un pelo y no dejaba titere con cabeza. Su estilismo también llama la atención, mucha modernidad y clase, que hacía de esta presentadora una mujer con mucho poder de atención. Este programa se emite por las tardes en MTV. Se emiten vídeos muy buenos, tanto de plena actualidad como algunos otros que siempre estarán en nuestro recuerdo. También de vez en cuando se hacen entrevistas a cantantes famosos.

Como puede comprobarse en todos los programas televisivos, de cualquier tipo, se emiten opiniones de todos los gustos, programas que para algunos son muy buenos para otros son nefastos e insoportables;

con presentadores y cantantes de completa actualidad y que saben conectar perfectamente con la audiencia a la cual va destinada el programa y otros presentadores y cantantes que dejan mucho que desear, estando desconectados por completo de las exigencias y demandas de los diferentes tipos de público.

Pero lo que hay que dejar claro es que la televisión es un medio de comunicación muy importante, el cual influye en muchas personas, por lo que puede y debe ser aprovechado para la transmisión de valores educativos y culturales, en este caso con los programas musicales.

Los niños y adolescentes aprenden de la televisión y así se relacionan y tienen conocimiento de aspectos del mundo con el que no tienen contacto directo, aprenden sobre diferentes situaciones de carácter accidental, obtienen ideas para su repertorio de comportamiento potencial, de cómo hacer las cosas, etc. También aprenden de la televisión actitudes, valores e incluso nociones incorrectas y estereotipos sobre la vida y sobre otras gentes y grupos. Ante todas estas situaciones se ha llegado en nuestro país a firmar un código deontológico entre las diversas cadenas de televisión y el Ministerio de Educación para proteger los derechos de la infancia y de la juventud en ese medio.

Referencias

- ABERASTURY, A. y KNOBEL, M. (1991): *La adolescencia normal*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED GÓMEZ, J.I. (1998): «Educación para la competencia televisiva». *Tesis Doctoral*. Huelva, Universidad de Huelva.
- AVENDAÑO, C. (2.000): *Comunicación: la Televisión desde los Niños*. Chile, Universidad Diego Portales.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (1995): *Influencia de la televisión en la infancia y adolescencia andaluza*. Sevilla, Consejería de Trabajo y Asuntos Sociales. Dirección General de Atención al Niño.
- MARCO, T. (2004): «Creación musical y medios de comunicación» en *Comunicar 23*, Octubre. Huelva, Grupo Comunicar; 49-55.

Cuadro 1

NOMBRE DEL PROGRAMA	CANAL DE EMISIÓN
Operación Triunfo	Tele5
Música sí	TVE1
Del 40 al 1	Canal +
Nosolomúsica	Tele5
Los 40 principales	Canal +
Los conciertos de Radio 3	TVE2
El concierto	TVE1
Pop star	Tele5
Los conciertos de la 2	TVE2
Nuestra mejor canción	TVE1
MTV hot	Digital plus
Desesperado club social	Antena 3

Juan Bautista Romero es doctor en Psicopedagogía, Licenciado en Pedagogía y Diplomado en Magisterio. Asesor del CEP Bollullos/Valverde (Huelva-España) y profesor asociado de la Universidad de Huelva. Miembro del Grupo Comunicar y @gora (jbniebla@telefonica.net). **M^a Dolores Degrado** es maestra del CEIP Francisco Alcalá de Villalba (Huelva-España). Licenciada en Psicopedagogía. Doctoranda en el Departamento de Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Huelva. Miembro del Grupo Comunicar (loliniebla@telefonica.net).