

FACULTAD DE ARTES

**MÚSICA, TELEVISIÓN Y AMÉRICA LATINA. VERDAD Y APARIENCIA EN EL PROGRAMA
TELEVISIVO DE TALENTOS**

Cannova, María Paula

Di Gregori, María Cristina (Dir.), Belinche, Daniel (Codir.)

Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano (IPEAL). Facultad de Artes, UNLP.

mpcgalactica@gmail.comPALABRAS CLAVE: Concurso Televisivo de Talentos, Música, Dependencia, Latinoamérica.**MUSIC, TELEVISION AND LATÍN AMERICA. TRUTH AND APPEARANCE IN THE TALENT SHOW**KEYWORDS: TV Talent Show, Music, Dependency, Latin America.

Resumen gráfico



Resumen

Los Talent Shows implican una de las principales estrategias de promoción de la industria fonográfica (Taylor Cvetkovski, 2015) desde la radiofonía. Con el desarrollo de la televisión se constituyen en un formato específico (Omar Rincón, 2011), definido por la participación activa y normada del público durante la performance (Simon Frith, 2014 [1996]) y la presencia de artistas consagrados en la industria musical. La asociación entre el directo realizado (Jérôme Bourdon, 1997) y la verdad como valor de la autenticidad musical (Keir Keightley, 2006 [2001]) es parte de las formulaciones habituales en este tipo de producción. La interpretación musical en vivo es instancia ineludible, que expone las capacidades del concursante, siendo el directo un garante de veracidad, aún en casos de escenificación o lip dub. Los concursos de talentos se organizan como scouting vía profesionales en acciones similares a las del Artists and repertoire (Alfonso Blanco Maldonado, 2017), asimismo, definen, exponen y argumentan sobre la música, su performance, los músicos y las formas de circulación musical.

La franquicia The Voice combina el talent show con el reality proponiéndose como <<la competencia de talento vocal más pura>> ya que la selección de los participantes se basaría únicamente en sus cualidades vocales. En este trabajo proponemos estudiar la reformulación de los conceptos operatorios: músico profesional, música nacional o

latinoamericana. Otra dimensión del estudio lo constituye las técnicas de canto y los recursos interpretativos del repertorio internacional (Negus, 2005). Estos aspectos serán investigados en su escenificación mediante el tratamiento audiovisual de la performance y añadiéndose las enunciaciones declarativas de los músicos entrenadores, productores ejecutivos y participantes. A tales fines se analizarán las músicas, los recursos audiovisuales y las estrategias de selección de repertorios. Asimismo estudiaremos las formas de comercialización de la producción musical a partir de la asociación entre industria discográfica, medios y turismo internacional. Se combinará la teoría económica de la industria fonográfica multinacional de Gerben Bakker (2006), la reformulación de las ideas mediante la televisión formal de Gustavo Bueno (2000) y los usos del belting y el twang como técnicas vocales predominantes en estrategias del marketing internacional (Keith Negus, 2005). A tales fines la muestra implica una selección de temporadas de The Voice en Argentina, Perú, Brasil, Ecuador, Colombia, México y Chile. La metodología incluye además del corpus sustancial antes expuesto la comparación analítica mediante matrices de datos y la entrevista focalizada a informantes expertos. Las fuentes primarias implican el uso de datos estadísticos de la Federación internacional de la Industria Fonográfica y la Recording Industry Association of America.

Multimedia

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/116030>