



CEU

*Universidad
Cardenal Herrera*

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

GRADO EN PERIODISMO

**EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE
LA MÚSICA EN LOS DIARIOS DE
INFORMACIÓN GENERAL DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

TERESA DÍAZ MORA



CEU

*Universidad
Cardenal Herrera*

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO

**EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA MÚSICA
EN LOS DIARIOS DE INFORMACIÓN GENERAL DE
LA COMUNIDAD VALENCIANA**

ESTUDIANTE: TERESA DÍAZ MORA

TUTOR: VICENT GARCÍA PERALES

TIPOLOGÍA: ANÁLISIS

ALFARA DEL PATRIARCA, 28 DE JUNIO DE 2013

ÍNDICE

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	5
ABSTRACT AND KEY WORDS.....	5
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Objeto de la investigación.....	6
1.2 Justificación.....	6
1.3 Objetivos.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 El contexto cultural y musical en la Comunidad Valenciana.....	8
2.2 La influencia de los medios en el público.....	11
2.3 El periodismo musical en España y en la Comunidad Valenciana.....	12
3. METODOLOGÍA.....	19
3.1 Metodología general.....	19
3.2 Corpus de análisis.....	20
3.3 Instrumento de análisis.....	21
3.4 Procedimiento.....	23
4. RESULTADOS.....	24
4.1 Descripción de resultados.....	24
4.2 Interpretación de los resultados.....	29
5. CONCLUSIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES.....	35
6. AGRADECIMIENTOS.....	36
7. BIBLIOGRAFÍA.....	37
8. ANEXOS.....	39

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El trabajo desarrollado tiene por objeto observar las tendencias informativas de la música en los dos principales medios generalistas de la Comunidad Valenciana, como son *Las Provincias* y *Levante-EMV*.

Para ello elaboraremos una tabla bajo cuyas variables llevaremos a cabo nuestro análisis para hacer un estudio aproximado sobre el tratamiento informativo que se le da a la música en las versiones web de estos dos diarios. Esta tabla la confeccionaremos utilizando las piezas publicadas durante el mes de abril de 2013, por lo que acotaremos el estudio para que las conclusiones puedan verse claramente.

Además, también adjuntaremos un breve contexto histórico del periodismo musical en España, y en la Comunidad Valenciana para situar el tema que vamos a analizar.

Música, periodismo, Las Provincias, Levante-EMV, Comunidad Valenciana, abril 2013.

ABSTRACT AND KEY WORDS

This work's aim is to observe the music informative trends in the main two mass media in the valencian community. These are *Las Provincias* and *Levante-EMV*. In order to do this, we have created a table in which the informative treatment music is given in the websites of these two newspapers is represented and analyzed. The table has been drawn up by using articles published during April 2013, and this is why we've limited our analysis period, so that results can be seen clearly. We have also included some information that offers the historical context of musical journalism in Spain and in Valencia with the aim to place this work in a time-space frame.

Music, journalism, Las Provincias, Levante-EMV, Valencian Community, April 2013.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objeto de la investigación

La finalidad de este trabajo es realizar una primera aproximación al tratamiento periodístico que recibe la música en los diarios de información general. Para ello, nos hemos centrado en los dos principales diarios de información general de la Comunidad Valenciana, *Las Provincias* y *Levante-EMV*, y, más concretamente, en sus versiones web y hemos analizado cómo tratan la música en las piezas publicadas en el mes de abril de 2013.

En este análisis nos fijaremos en la frecuencia con la que se publican piezas periodísticas sobre música, en qué días de la semana se publican, qué tipo de música es la que más aparece en estos diarios, qué género periodístico se utiliza, cómo es el acompañamiento gráfico de los textos y qué repercusión tienen estas informaciones en el público, ya que nos detendremos en estudiar el número de comentarios de cada pieza y cuántas veces se ha compartido la información en Facebook y Twitter.

Con todo esto queremos ver, aunque sea de una forma solo aproximada, qué importancia se concede a la música en los diarios de información general estudiados, de qué manera se informa y qué reacciones se despiertan en el público lector.

1.2 Justificación

Hemos elegido el tema del periodismo musical porque consideramos que es muy interesante, que no se le ha dado tanta importancia como otros tipos de periodismo especializado y que además no cuenta con demasiados estudios sobre el tema. En este sentido, podemos afirmar que, por ejemplo, en el portal académico Dialnet utilizando en el criterio de búsqueda las palabras “música” y “periodismo” no encontramos nada relacionado con el tratamiento periodístico de la información musical.

Así pues, aunque existan algunos estudios sobre esta vertiente periodística no son abundantes, es por ello que hemos creído interesante

analizar este tipo de información.

Además, los diarios regionales tienen unas particularidades que no poseen los diarios a nivel nacional, por ello hemos creído conveniente acotar nuestro análisis a una región, en este caso la valenciana. De este modo, podremos extraer las conclusiones dentro de un contexto regional, mucho más específico.

En último lugar, aunque también hay que tenerlo en cuenta, debemos indicar que hemos elegido este ámbito de estudio porque la música es una de las pasiones de la autora de esta investigación y saber más sobre cómo se informa sobre ella en los medios de comunicación siempre es un incentivo.

1.3 Objetivos

El objetivo general que nos planteamos en esta investigación es saber cómo informan los diarios *Las Provincias* y *Levante-EMV* en sus versiones web sobre la música y qué nivel de interacción despiertan estas informaciones en los lectores. Para poder alcanzar este objetivo general, debemos definir algunos objetivos específicos:

1. Analizar la frecuencia de aparición de las piezas periodísticas sobre música en las versiones web de los diarios *Las Provincias* y *Levante-EMV*.
2. Analizar qué días de la semana es más frecuente que aparezcan estas informaciones.
3. Saber qué tipo de música es la que más aparece en estos medios.
4. Averiguar qué temáticas son las que más destacan en el tratamiento periodístico de la música.
5. Saber qué informaciones consiguen despertar más el interés del público lector.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 El contexto cultural y musical en la Comunidad Valenciana

Para realizar un análisis completo del tratamiento de la información musical en la prensa generalista valenciana será necesario ubicarnos dentro de un contexto determinado y situarnos en unos antecedentes.

La música en España, aunque ha gozado de una evolución permanente, no ha estado tan ligada a las crisis y revoluciones como sí que lo han estado otras formas artísticas. Es por eso que en la década de 1960 muchos compositores comienzan a abogar por una mayor conexión con el público, “un deseo bastante difícil de conseguir habida cuenta de que en aquel momento las infraestructuras de difusión musical (intérpretes, orquestas, salas de concierto) son muy reducidas”¹.

No obstante, a partir de finales de los años setenta, diversos compositores valencianos (Rafael Mira, Ramón Ramos, José Antonio Orts, Enrique Sanz, César Cano, Joan Cerveró o Ramón Pastor entre otros) comienzan a tomar conciencia de su condición profesional y del papel que ejercen en la sociedad. Esto sucede debido a ese deseo de conectar con el público que tan complicado resultaba sin los organismos pertinentes. Será a partir de entonces cuando estos músicos intenten buscar fórmulas que consoliden la música valenciana, a diferencia de generaciones anteriores que pretendían buscar la posición alternativa dentro de la creación musical. Así pues, será durante estos años cuando no solo se compondrá música en la Comunidad Valenciana, sino que se empezarán a crear una serie de plataformas que acojan y consoliden la producción musical valenciana. “En tal sentido, este grupo de compositores crea la Asociación Valenciana de Música Contemporánea Ensembles en el año 1979, funda el Grup Contemporani de València, que posteriormente ha dado lugar al ya institucional Grupo Instrumental de Valencia, y contribuye a la consolidación del Festival de Música

1 RUVIRA, Josep. “La música desde 1950 hasta la actualidad. Las nuevas tendencias musicales”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 21. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A . Pág. 401.

Contemporánea Ensembles”².

Cabe destacar que esta generación de músicos que surge comparte las mismas preocupaciones en cuanto a institucionalizar la música valenciana, pero no constituye un grupo homogéneo. Es decir, cada compositor cuenta con su propia formación, influencias o personalidad. No obstante, a partir de este momento la Comunidad Valenciana se va dirigiendo hacia una mayor difusión de su música, reforzado en gran medida con la creación del Palau de la Música de Valencia y el Instituto Valenciano de las Artes Escénicas, Cinematografía y Música en el año 1987.

Otro movimiento musical importante en la Comunidad Valenciana es el coral. Este tipo de música empieza a desarrollarse en nuestra comunidad a principios del siglo XX, pero será en la década de 1970 cuando se consolide definitivamente. Esto ocurre por “la incorporación de la juventud al canto coral, el desarrollo de escuelas corales, los intercambios entre coros de diversas comarcas o la llegada de nuevos directores que cuentan con la experiencia adquirida en los coros y la formación académica recibida desde la Cátedra de Dirección de Coros en el Conservatorio Superior de Música de Valencia”³. Cabe destacar que los movimientos corales tienen una relevancia más acusada dentro del ámbito comarcal, como por ejemplo en el Baix Maestrat, L'Horta, Marina Alta o Vinalopó. Así pues, uno de los coros más importantes es el Cor de València, que fundado en 1987 ha participado en muchas de las actividades musicales de la Comunidad Valenciana.

Por su parte, el mundo de las bandas de música también ha tenido una importancia reseñable en la Comunidad Valenciana, ya que se han convertido en protagonistas del acervo cultural del medio rural valenciano. Por ello, como son conscientes de lo que representan para los pueblos valencianos, “tratan de actualizarse día a día, para no descuidar, y si es

2 *Ibidem*. Pág 411.

3 TOMÁS, Inmaculada. “El movimiento coral valenciano”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 23. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A . Pág. 456.

posible acrecentar, su relevante aportación social”⁴.

Otro de los fenómenos musicales que ha representado el contexto cultural valenciano ha sido *La Cançó*. Este fenómeno empieza durante el franquismo y se constituye como un movimiento socio-cultural en el que los integrantes usaban un lenguaje común de ideología izquierdista para reivindicar la lengua valenciana. *La Cançó* tendrá su máximo esplendor durante la década 1970, a medida que va decayendo el régimen franquista y avanza el proceso de democratización.

No obstante, y aunque este fenómeno esté más adscrito al pasado, todavía sigue existiendo: “Cantar en valenciano es ahora suficiente para adscribir a un autor en este movimiento”⁵.

También la música de carácter más comercial ha tenido un desarrollo en la Comunidad Valenciana a lo largo de las últimas décadas. Tanto es así que existen una cantidad de grupos de música *pop* que cosecharon éxitos durante la década de 1990 gracias a los movimientos culturales desarrollados en la década anterior. Nombres como Presuntos Implicados o Seguridad Social representan una parte de la música comercial de finales del siglo XX. El primero de ellos está más próximo al *funky* y al *soul* que al *rock* desde que empezara ganando el concurso “Don Domingo” de RNE en 1983. Por su parte, Seguridad Social, “un grupo que se nutrió del lenguaje *punkye*, consiguió, tras varias grabaciones de escaso impacto, interesar a las discográficas nacionales con su álbum *Vino, tabaco y caramelos*”⁶.

Con todo esto podemos afirmar que la Comunidad Valenciana cuenta con un contexto musical y cultural amplio de manera suficiente como para contar con un espacio en los medios de comunicación que quieran hacerse eco de ello.

4 SEGUÍ, Salvador. “El mundo de las bandas de música”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 24. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A . Pág. 480.

5 ABASOLO, Víctor. “La Cançó”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 25. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A . Pág. 489.

6 JATIVA, Juan Manuel. “El *pop* valenciano”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 25. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A . Pág. 500.

2.2 La influencia de los medios en el público

A lo largo de los años, los teóricos de la comunicación han configurado diversas teorías que versan sobre la influencia de los medios en el público. Una de las más representativas es la Agenda Setting, que afirma que los medios de comunicación seleccionan los temas que consideran de mayor importancia ejerciendo así una función de *gatekeeper*. Así pues, esta teoría defiende que los medios de comunicación llevan a cabo una “tematización de la realidad”⁷.

De este modo, la teoría de la Agenda Setting contempla tres tipos de agendas que se relacionan entre sí en el proceso de comunicación⁸:

1. La agenda de los medios. La audiencia dará una relevancia al tema en función de la cobertura que haya tenido el mismo en los medios.
2. La agenda pública, que es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo.
3. La agenda política, también denominada institucional, que mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde se incluirán tanto en la agenda de los medios como en la agenda pública.

Con todo esto, la teoría de la Agenda Setting sostiene que los temas que se incluyen en las agendas de los medios no reciben el mismo tratamiento por parte de ellos. Esa importancia que se les concede o no a los temas se transmite a la sociedad, quien considera que determinados temas carecen de cierta relevancia únicamente por su discriminación en los medios de comunicación. Y de igual manera ocurre con los temas que reciben mayor atención en los medios, pues según esta teoría el interés del público en ellos será mayor también.

También existe otra teoría que versa sobre la influencia de los medios en el público. La Espiral del Silencio defiende que hay una influencia mediática en la percepción individual de lo que se puede o no se puede decir sin correr el peligro de ser aislado socialmente. Para evitar el riesgo

⁷ McCOMBS, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Hurope S.L, 2006.

⁸ RODRÍGUEZ, Raquel. *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Alicante, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004.

de quedar desplazado en la sociedad, el individuo tiende a ajustar su propia agenda a la agenda mediática, privilegiando los temas a los que los medios de comunicación les dedican también un mayor espacio. Sin embargo, la teoría de la Espiral del Silencio, acuñada por Elisabeth Noelle-Neumann, no defiende que la totalidad de la sociedad asuma el punto de vista marcado por los medios de comunicación en sus agendas por el hecho de considerarse fuente principal de conocimiento, sino que apunta, más bien, hacia el silencio guardarán las voces individuales que están en contra⁹.

Estas teorías, que acabamos de explicar de una manera breve, son las que ilustran el tipo de influencia que la información seleccionada y publicada por los medios de comunicación causan en el público. Así pues, justifican que mediante un análisis pertinente se puede intuir qué clase de información intentan transmitir los medios como más o menos relevante.

2.3 El periodismo musical en España y en la Comunidad Valenciana

Una vez tratados los movimientos culturales que se han sucedido en nuestra Comunidad a lo largo de los años y hasta la actualidad, y haber explicado dos teorías sobre la influencia de los medios en el público vamos a ahondar en el contexto del tratamiento de la información musical. Para ello, será necesario que nos remontemos algunos años atrás de manera breve y observemos cómo este tipo de periodismo especializado ha ido avanzando hasta la actualidad en sus distintos soportes: radio, televisión y prensa escrita.

Comenzaremos por la radio, que desde la aparición de la Frecuencia Modulada (FM) en España en el año 1960 ha acogido a la música y a la particular forma de realizar periodismo.

Al principio de instalarse la FM *Radio Nacional de España* emitía por sus ondas música clásica, pero será en 1966 cuando la *Cadena SER* cree un programa llamado “Los 40 Principales” que va a acoger todos los éxitos

⁹ NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. “La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación”, en *Comunicación y Sociedad*. Nº 6. 1993. Pág 9-28.

pop del momento. Comenzó adoptando el sistema norteamericano *top forty* en el que los oyentes confeccionaban una lista de éxitos. No obstante, en cuanto la cadena probó su éxito “pasó a estar en manos de intereses comerciales de las discográficas, que buscaban ampliar el mercado”¹⁰.

Pero no solo la música estrictamente comercial ocupará un lugar privilegiado en las emisoras españolas, a partir de la década de 1970 proliferan una gran cantidad de emisoras jóvenes que incorporan el *pop* como un elemento más de la cultura. Será el caso de *Radio Popular FM*, *Onda 2* o el “Tercer Programa” de *Radio Nacional de España*, que daría lugar en 1979 a *Radio 3*. Por ejemplo, *Radio Popular FM* logró reunir a cambio de una ridícula remuneración económica, a quienes años después serán considerados como los mejores especialistas en sus respectivos géneros musicales. Es el caso de Julio Ruiz, director del programa “Disco Grande” de *Radio 3*, quien afirma: “empecé a hacer radio ante los micrófonos de la emisora *Radio Popular Madrid*, allí nos reunimos un montón de gente que no teníamos ni idea de colocarnos delante del micrófono pero sí mucha ilusión y no nos gustaba lo que había en los demás canales comerciales”¹¹.

Será a partir de las décadas de 1970 y 1980 cuando las radios musicales comiencen a acoger todos aquellos movimientos culturales que empezaban a florecer como el *underground* (entendido como contracultura) o *La Movida Madrileña*, que nacida del esfuerzo y entusiasmo de unos aficionados “va adquiriendo popularidad y reconocimiento social al mismo tiempo que va ganando interés como fenómeno de masas de los poderes establecidos, económico y político”¹². En el caso de *Radio 3*, el tratamiento de la información musical ha seguido siendo riguroso y no ha caído, a pesar de los años y las presiones, bajo el yugo de la radio fórmula. Esto es así debido al carácter

10 FOUCE, Héctor. “El futuro ya está aquí. Música *pop* y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985”, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, 2002. Pág 86.

11 Anexo 1. Entrevista realizada por la alumna a Julio Ruiz el 22 de abril de 2013.

12 FOUCE. Héctor. “El futuro...” *Op. cit.* 91.

público de la emisora, que al no estar sujeta a exigencias del mercado no se ve obligada a realizar un producto barato, fácil y que guste a las masas. No obstante, no ocurre esto con las demás emisoras musicales en la actualidad, ya que a partir de la década de 1990 las radios comienzan a especializarse en distintos géneros musicales para poner los éxitos más sonados de cada estilo. Dejando de lado así la profundidad, el análisis o el contenido que sí que estuvo presente durante las décadas anteriores en las que las ondas acogían a todo tipo de expresiones culturales¹³. Algunos de los géneros en los que se especializan estas nuevas radios musicales son la copla, el flamenco o las sevillanas bajo la marca de *Radiolé* (1991), la música *dance* dentro de la fórmula *TOP Radio España* (1996), el *soft rock* con *Cadena 100* (1992) o *Europa FM* (1993), o los ritmos caribeños, el *soul* o el *funk* de la mano de *Hit Radio* (1997) y *Loca FM* (1998). Además, a raíz de la creciente digitalización han surgido diversas radios *online* que de manera más o menos profesional realizan un periodismo que responde a determinadas exigencias del público quizá con una mayor libertad que las grandes cadenas.

Por otra parte, el periodismo musical en la televisión no ha gozado del mismo desarrollo que ha tenido la radio. Gran parte de los programas musicales realizados en la televisión generalista corrían a cargo de la televisión pública española, es por ello que “la mayoría de los programas estaban a cargo de profesionales de la radio ligados por contrato a *TVE* y que se esforzaban por abrir espacios al rock que no exigían demasiados recursos al ente público”¹⁴.

Sin embargo, en los inicios de *Televisión Española* la música sí que gozaba de una consideración destacable dentro del entretenimiento televisivo. En sus inicios “la programación experimental recurrió a la emisión de números musicales interpretados por las grandes figuras del momento que actuaban para *TVE* de forma totalmente gratuita”¹⁵.

13 PEDRERO, Luis Miguel. *La radio musical en España: historia y análisis*. Madrid, Instituto Oficial de la Radio y la Televisión, 2000.

14 FOUCE. Héctor. “El futuro...” *Op. cit.* 92.

15 GUERRERO, Enrique. *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Barcelona, CIEC- Deusto, 2010. Pág 15-16.

De todas formas, hasta 1990 en España no había una ley de televisión, así que será a partir de entonces cuando este medio llegue a todos los hogares españoles, por tanto, antes de esa fecha solo existían dos canales dentro del ente de *TVE* que ofrecían pocas posibilidades al mundo cultural comparado con las posibilidades tecnológicas de las que gozamos hoy en día. Es por ello que, gracias a la presencia de canales temáticos, el periodismo musical a partir de la década de los noventa encontró algo más de espacio ya que fue entonces cuando “las emisoras utilizaron los programas musicales como gancho para intentar captar a la audiencia más juvenil. Con horarios situados en mañanas del fin de semana, tardes o madrugadas, los canales estatales se lanzaron a producir espacios de estudio que rellenaban con pequeños *skeches*, reportajes, entrevistas y, mayoritariamente, vídeos musicales de promoción de las multinacionales discográficas”¹⁶.

Una de las razones por las que puede estar justificado la escasa presencia actual del periodismo musical en televisión se puede deber a los altos costes que realizar un producto de estas características conlleva. Estos costes son mayores en televisión por cuestiones técnicas, lo que ha llevado a reducirlos de manera considerable. “No se hacen programas musicales hoy en día porque *Televisión Española*, que es la que hacía más ese tipo de programas de *pop*, de *rock*, de *jazz*, de *folk*... ya no los hace porque tienen poca audiencia y salen caros. Y antes sí que había dinero para producir esos contenidos en *TVE 2* ya que no importaba que no tuvieran audiencia, porque eran programas culturales, pero ahora *TVE* ya no tiene dinero para hacerlos”¹⁷.

Así pues, una vez analizadas las distintas situaciones de la radio y la televisión musical en España durante las últimas décadas y actualmente nos queda ilustrar la situación de la prensa musical¹⁸. Este tipo de medios

16 MATEOS-PÉREZ, Javier. “La programación infantil y juvenil en el cambio de ciclo televisivo español (1990-1994)”, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, 2012. Pág 540.

17 Anexo 2. Entrevista realizada por la alumna a Jesús Ordovás el 19 de abril de 2013.

18 Toda la información desarrollada sobre la prensa musical está extraída de la siguiente tesis doctoral: FOUCE, Héctor. “El futuro ya está aquí. Música *pop* y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985”, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, 2002.

de comunicación se ha movido durante las décadas de los años ochenta y noventa casi al mismo ritmo que la radio. Así pues, podemos destacar que durante los años ochenta, la prensa musical continúa con la ola de cultura *underground* que comenzaba en la década anterior. Características de la década de 1980 son las revistas *Star* o *Vibraciones* que contenían en sus páginas periodismo musical que versaba sobre el *rock* y el *pop*.

Otro fenómeno que irrumpe de lleno durante la característica *Movida Madrileña* de los años ochenta son los *fanzines*. Del inglés *fan's magazine*, son revistas hechas por y para *fans* de un determinado movimiento cultural. Durante esos años surgieron multitud de ellas que versaban tanto sobre cómics o humor como sobre música. Lo más singular de estas publicaciones es que no pertenecían a ningún grupo mediático, y que al estar realizadas y editadas por jóvenes conocedores de los diferentes movimientos contenían una información más fidedigna y específica que algunos de los medios de la época. Muchas de estas publicaciones estaban íntimamente ligados a ciertos grupos (*Lollipop* con Los Nikis, *La pluma eléctrica* con Glutamato ye-yé) y, llevados por su entusiasmo, también fueron gérmenes de discográficas.

Serían estos *fanzines* los que prepararían el camino a una prensa musical que eclosionaría a partir de esta década. Revistas como *La Luna de Madrid* o *Madrid me mata* se encargaban de dar visibilidad a *La Movida*.

Cabe destacar que este movimiento no se quedó alejado de las páginas culturales de los diarios generalistas como *Diario 16*, *El País* o *ABC* que buscaban conectar con una audiencia más joven y mostrar un país que experimentaba un cambio. Pero no será hasta mediados de la década de los noventa cuando la prensa generalista comience a adjuntar suplementos musicales a raíz del éxito de *El País de las Tentaciones*, aunque no se logrará crear unas publicaciones a caballo entre la prensa establecida y la especializada.

En este sentido, el crítico musical Diego. A. Manrique comentaba durante una entrevista a *El País* que la crítica de música *pop* en España “ha fracasado: No hemos sabido articular un discurso capaz de llegar a las

pequeñas minorías que conforman una mayoría, no conectamos con gente que no tiene tanto tiempo como nosotros para seguir novedades y artistas. Algo ha fracasado en nuestra capacidad de comunicación cara al público”¹⁹.

Por su parte, la Comunidad Valenciana ha acogido todos los medios y características destacados anteriormente. No obstante, hoy en día existen medios específicos que han proliferado gracias a la creciente digitalización. En prensa escrita podemos encontrar diversas revistas musicales *online* pertenecientes al ámbito de la Comunidad Valenciana como por ejemplo *RedacciónAtómica.com*, una publicación hermanada con la sección de música del diario *Levante EMV* en la que se ofrece información musical del ámbito de la Comunidad Valenciana. También *beatvalencia.com* ofrece información musical y de servicios relacionada con el mundo cultural de la capital valenciana. *LaNFlotante.com* también es uno de los portales destacables en la Comunidad que realiza un periodismo musical enfocado a lo regional.

Estos son algunas de las cabeceras específicas de la Comunidad, que se caracterizan sobre todo por acoger un tipo de música cercana al *pop*, al *rock*, al *indie*, al *folk* o a la música electrónica, estilos muy cercanos al público joven que es quien consume información en Internet. Esto podemos observarlo en la *Figura 1* que muestra la progresión del perfil por edad de los usuarios de Internet del último año. Aquí podemos comprobar que es la franja de edad de 25 a 34 corresponde a los usuarios más activos de Internet.

19 JATIVA, Juan Manuel. “La crítica musical como fracaso de público”, disponible en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/04/25/valencia/1366918489_315813.html consultado el: 13/06/13.

Figura 1. Perfil de edad de los usuarios de Internet del último año

Franjas de edad	Febrero-Marzo 2012	Abril-Mayo 2012	Octubre-Noviembre 2012	Febrero-Marzo 2013
14-19	10,70%	10,30%	10,40%	10,10%
20-24	9,80%	9,90%	9,70%	9,40%
25-34	25,50%	25,10%	25,40%	24,10%
35-44	24,60%	24,40%	23,90%	24,70%
45-54	15,00%	15,40%	15,70%	15,90%
55-64	8,40%	8,40%	8,30%	8,70%
65 y más	6,00%	6,50%	6,70%	7,10%

Fuente: Oleada Febrero-Marzo 2013 del Estudio General de Medios²⁰.

Con todo esto, el periodista José Miguel López, director del programa “Discópolis” en *Radio 3* afirma sobre el desarrollo del periodismo musical en España que tiene que “evolucionar mucho. Aunque la nueva generación sí que son periodistas y podrán encontrar más fácilmente formas de mejorar, renovar y avanzar en el periodismo musical actual, que deja mucho que desear”²¹.

²⁰ Figura 1. Datos extraídos de la oleada Febrero-Marzo 2013 del Estudio General de Medios. <http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html> consultado el 12/06/13

²¹ Anexo 3. Entrevista realizada por la alumna a José. M López el 29 de abril de 2013.

3. METODOLOGÍA

3.1 Metodología general

La metodología utilizada para este análisis será cuantitativa y cualitativa²². La primera de ellas se perfila como la más adecuada ya que facilita el hecho de poder contrastar hipótesis referentes a relaciones entre variables y éste es, precisamente, el objetivo que se pretende perseguir en el presente estudio.

Este método se basa en la reducción de la realidad social a números, haciéndolo a partir de la cuantificación de las características observables y expresando los datos recogidos en magnitudes aritméticas. La metodología cuantitativa constituye así una forma razonable para realizar nuestro análisis, ya que en nuestro trabajo deductivo la recogida de información se realiza a partir de un conocimiento preciso de lo que se pretende cuantificar.

No obstante, la única cuantificación de la frecuencia de los contenidos a analizar no es suficiente para extraer unas conclusiones completas en el objeto de nuestro estudio. Por ello, también es necesario realizar ciertas inferencias que nos sitúan ante un método de carácter cualitativo. Así pues, el método cualitativo nos va a ayudar a clarificar las características propias de los contenidos como las veces que aparecen ciertos temas, la importancia que los medios conceden a los temas (el espacio que les dedican y los elementos gráficos que les acompañan), qué días de la semana se publican temas relacionados con la música y qué nivel de interacción causan en los públicos a través de las redes sociales.

Por su parte, el análisis de contenido es una de las técnicas de investigación más consolidadas en el campo de la comunicación. Si concebimos la comunicación como un proceso con cinco elementos principales (emisor, mensaje, receptor, canal y efectos), el análisis de contenido centra su atención en el mensaje²³. En este trabajo nos vamos

22 BLANCO, María del Mar. *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa*. Madrid, Eiuinsa S.A, 2008.

23 SHOEMAKER, P. , REESE, D. *Mediating the message. Theories of influence on mass media content*. Nueva York, Longman, 1991.

a basar en el análisis categorial de Bardin²⁴, que propone que se elaboren una serie de variables con sus correspondientes categorías de acuerdo con el tema de estudio concreto.

Así pues, hemos creído conveniente utilizar esta metodología para llevar a cabo nuestro estudio del tratamiento de la información musical en los dos principales periódicos generalistas de la Comunidad Valenciana.

3.2 Corpus de análisis

Para aplicar la metodología anteriormente descrita a nuestro análisis deberemos tener en cuenta los objetivos que deseamos cumplir y cómo vamos a estudiarlos usando esta metodología basada tanto en la cuantificación como en la cualificación.

En primer lugar debemos indicar que hemos elegido para nuestro análisis las cabeceras *Las Provincias* y *Levante-EMV* por ser las más representativas de la prensa regional de la Comunidad Valenciana y por tener el índice de audiencia más alto en el EGM de los diarios de información general que se distribuyen en la Comunidad Valenciana²⁵. Además, nos hemos decantado por las versiones digitales de los diarios porque son las que nos permiten medir la interacción con el público de una manera más sencilla.

Para recabar las piezas periodísticas que iban a ser analizadas, hemos utilizado la base de datos *My News*, disponible desde la página web de la Biblioteca-CRAI de la Universidad CEU Cardenal Herrera, y hemos buscado aquellas piezas que contengan en su título o subtítulo la palabra “música”. Nos parece un método adecuado de cuantificación ya que así nos aseguramos que el tema versa sobre nuestro objeto de estudio. Se hizo una exploración previa para que el número de piezas periodísticas que había que analizar fuese abarcable y finalmente se decidió centrarnos en las publicadas en abril de 2013 por ser el mes más próximo a la elaboración de este TFG y por evitar marzo que, por efecto de las Fallas,

24 BARDIN, Laurence. *El análisis de contenido*. Madrid, Ediciones Akal, 1986.

25 En la oleada abril 2012- marzo 2013 del EGM *Las Provincias* cuenta con 141.000 lectores/día mientras que *Levante-EMV* cuenta con 282.000 lectores/día.

podría tener más noticias de lo normal.

3.3 Instrumento de análisis

Para analizar los distintos objetivos anteriormente expuestos nos valdremos de una ficha compuesta con diferentes variables.

- ⌚ N° de pieza. es un número identificativo único para cada noticia en cada cabecera para poder identificar las piezas con facilidad.
- ⌚ Cabecera. Es el nombre del periódico donde se publica la pieza objeto de estudio.
- ⌚ Titular. El titular de la pieza periodística a analizar. Recordemos que en ese titular, o en defecto en su subtítulo, deberá aparecer la palabra “música” para ser considerada relevante en nuestro análisis.
- ⌚ Fecha de publicación.
- ⌚ Día de la semana. Hemos anotado qué día de la semana se publicaron las piezas porque uno de nuestros objetivos es saber qué días de la semana se publican más piezas sobre música.
- ⌚ Sección. Es la sección donde se publica la pieza. Cada periódico tiene secciones específicas, pero hemos realizado una limpieza para agrupar en secciones genéricas las piezas periodísticas de ambos diarios. Es por ello que en este apartado contaremos con dos columnas, la primera de ellas indicará la sección específica del periódico en la que se ha encontrado la información y la segunda indicará la sección genérica en la que englobaremos ambos diarios. A saber: Agenda, Cultura, Economía, Investigación, Local, Mundo, Ocio, Opinión, Regional, Sociedad, Tecnología y Televisión.
- ⌚ Autor. Es el autor de la pieza. Nos parece relevante saber si la pieza periodística es una información de agencia o si, por otra parte, se trata de una información redactada por un profesional perteneciente al medio de comunicación.

- ⌚ Extensión. Es el número de palabras de la pieza sin contar titular ni subtítulo. Con esta variable pretendemos analizar la importancia que los medios conceden a determinadas informaciones.
- ⌚ Género periodístico. Consideramos interesante saber cómo se ha redactado esa información y qué género se ha usado para ello, ya que los géneros más complejos (como reportaje o entrevista) también indican mayor importancia otorgada al tema.
- ⌚ Acompañamiento gráfico. Se responde sí si lleva o no si no lleva.
- ⌚ Tipo de acompañamiento gráfico. Analizaremos qué tipo de acompañamiento gráfico lleva la pieza. Se podrá elegir entre fotografía, vídeo o gráfico. Esta variable aparece tres veces para poder indicar los tipos de acompañamiento gráfico de una pieza que lleve tres acompañamientos como máximo.
- ⌚ Tipo de música. También existen muchos tipos de música, por ello hemos decidido agruparlas por un sistema de categorías más generales para que los grupos de géneros musicales gocen de una mayor consistencia y sean más sencillos de analizar. En los casos en los que la pieza acoja a varios tipos de música, usaremos en nuestra calificación aquella que más espacio tenga dentro de la pieza.
- ⌚ Categoría temática. Esta variable ha sido categorizada en “Certámenes”, para las piezas que traten de festivales, “Política Cultural”, para las piezas que versen sobre la gestión cultural por parte de las autoridades, “Artistas”, para aquellas informaciones que traten sobre un artista en particular, “Conciertos”, para las informaciones que versen sobre actividades concretas como son los conciertos, “Investigación y Didáctica”, para piezas periodísticas que cuenten investigaciones o formas de aprendizaje relacionadas con la música, y “Concursos y Premios”, para las informaciones que versen sobre distintos concursos celebrados en el ámbito musical.

- ⌚ N° de veces compartido en Twitter. Se registrará un número que servirá para estudiar la interacción del público con el medio de comunicación y será una variable a analizar para comprobar qué grado de interés suscitan estas piezas en los lectores de prensa generalista.
- ⌚ N° de veces compartido en Facebook. Igual que la anterior.
- ⌚ N° de comentarios. Igual que la anterior.

3.4 Procedimiento

Primero realizaremos una búsqueda general en *My News* y dependiendo del número de noticias que encontremos bajo los criterios anteriormente explicados acotaremos el tiempo para que sea abarcable (abril 2013). Después realizaremos la ficha de análisis, cuyas variables ya hemos explicado anteriormente.

Una vez realizada la ficha de análisis la limpiaremos utilizando la herramienta *Google Refine* y procederemos a comparar ambos diarios siguiendo las variables de la tabla anteriormente explicada.

Realizaremos este estudio utilizando tablas dinámicas de *Excel* e ilustrándolo con diferentes gráficos que ayuden a las comprensión del análisis realizado.

Una vez hecho esto procederemos a analizar los datos y así poder extraer los resultados pertinentes.

4. RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados

Basándonos en la ficha anteriormente explicada, podemos afirmar que durante el período analizado (abril de 2013) el periódico *Levante-EMV* cuenta con un menor número de noticias que el diario *Las Provincias*. En el primero de ellos hemos encontrado 16 resultados utilizando el criterio de búsqueda de la palabra “música” en el título o subtítulo en la base de datos *My News*. Una cifra más elevada tenía *Las Provincias*, que contaba con 50 resultados utilizando el mismo criterio de búsqueda. Cabe destacar que hemos tenido que descartar algunas de las piezas encontradas con este criterio porque la palabra “música” en su titular era un mero recurso lingüístico para hacer más atractiva la noticia pero no tenía relación con el tema a analizar en nuestro estudio.

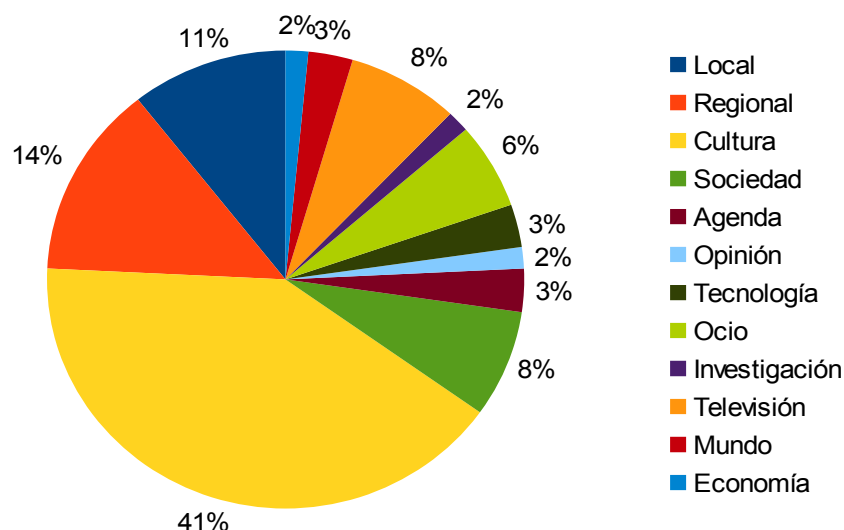
Además, también hemos estudiado qué días de la semana son los más utilizados para publicar este tipo de información, de este modo hemos constatado que el día más frecuente es el viernes, con un total de 12 piezas durante el periodo analizado (10 en *Las Provincias* y 2 en el *Levante-EMV*). Le siguen muy de cerca los sábados con 11 resultados (9 en *Las Provincias* y 2 en el *Levante-EMV*) y los miércoles con el mismo número de resultado (7 en *Las Provincias* y 4 en el *Levante-EMV*). Por otro lado los lunes se perfilan como el día en el que menos se publica con 5 resultados (4 en *Las Provincias* y 1 en el *Levante-EMV*).

También hemos analizado el número de piezas que se encuentran en cada sección. Para ello en una primera columna apuntamos las diferentes secciones en las que encontrábamos las informaciones, pero como cada periódico tiene una forma diferente de nombrar su noticias hicimos posteriormente una segunda columna referida a la sección en la que agrupábamos las secciones de una manera genérica para ambos diarios. A saber: Agenda, Cultura, Economía, Investigación, Local, Mundo, Ocio, Opinión, Regional, Sociedad, Tecnología y Televisión. Estas 12 secciones genéricas son las que hemos utilizado para agrupar las 66 piezas

informativas resultantes del estudio.

Así pues, hemos podido observar que la sección en la que más encontramos este tipo de informaciones es en la de Cultura, ya que tenemos como resultado 27 de 66 informaciones (41%). Seguidamente encontramos la sección la sección Regional con 9 piezas (14%) y la sección Local, con 7 piezas (11%). Sociedad con 5 piezas (8%), Televisión con 5 piezas también (8%) y Ocio con 4 piezas (6%) son las siguientes en la lista, mientras que el resto de secciones cuentan con cifras muy similares con pocas piezas en su interior: Agenda (3%), Economía (2%), Investigación (2%), Mundo (3%), Opinión (2%) y Tecnología (3%).

Figura 2. Distribución de piezas analizadas por secciones



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la distribución de las piezas periodísticas en las secciones de los distintos periódicos observamos que Cultura engloba 18 piezas del diario *Las Provincias*, y 9 piezas del diario *Levante-EMV*. Otro de los aspectos a destacar dentro de este criterio es la ausencia de piezas en las secciones de Ocio, Investigación, Televisión, Mundo y Economía en el diario *Levante-EMV*, mientras que en el diario *Las Provincias* hay una destacada ausencia de piezas sobre música en las secciones de Agenda y Opinión.

La autoría de las piezas la hemos dividido entre redacción, agencias y el

portal de vídeos *YouTube* en el caso de las vídeo-noticias. En este aspecto hemos encontrado el mismo número de piezas realizadas por personal de la redacción del diario que por las agencias de información. Así pues hacen un total de 31 piezas informativas relacionadas con la música y que están escritas por la redacción (22 de *Las Provincias* y 9 del *Levante-EMV*) y 31 piezas informativas que provienen de agencias (25 de *Las Provincias* y 6 del *Levante-EMV*). Además, hay 3 vídeo-noticias publicadas en *Las Provincias* cuyo autor es el portal *YouTube*.

También hemos tenido en cuenta la extensión con la que cuentan este tipo de informaciones, por ello, hemos constatado que de 0 a 100 palabras existen 13 piezas, 12 en *Las Provincias* y 1 en el *Levante-EMV*. De 100 a 200 palabras encontramos 8 piezas, 6 en *Las Provincias* y 2 en el *Levante-EMV*. De 200 a 300 palabras hemos encontrado 17 piezas, 13 en *Las Provincias* y 4 en el *Levante-EMV*. De 300 a 400 palabras hemos encontrado 8 piezas, 7 en *Las Provincias* y 1 en el *Levante-EMV*. De 400 a 500 hay 12 piezas, 7 en *Las Provincias* y 5 en el *Levante-EMV*. Y por último, de más de 500 palabras hasta 700 hemos encontrado 6 resultados, 3 en *Las Provincias* y 3 en el *Levante-EMV*.

Otra variable dentro de nuestro análisis era el género periodístico de las piezas, en ese sentido hemos encontrado 55 noticias (44 en *Las Provincias* y 11 en el *Levante-EMV*), por tanto podemos afirmar que es el género más utilizado para este tipo de informaciones.

Otros géneros menos utilizados han sido el artículo de opinión (1 en el *Levante-EMV*), la crónica (2 en *Las Provincias*), la entrevista (1 en *Las Provincias* y 2 en el *Levante-EMV*), el obituario (1 en el *Levante-EMV*), el reportaje (1 en el *Levante-EMV*), y la vídeo-noticia (3 en *Las Provincias*).

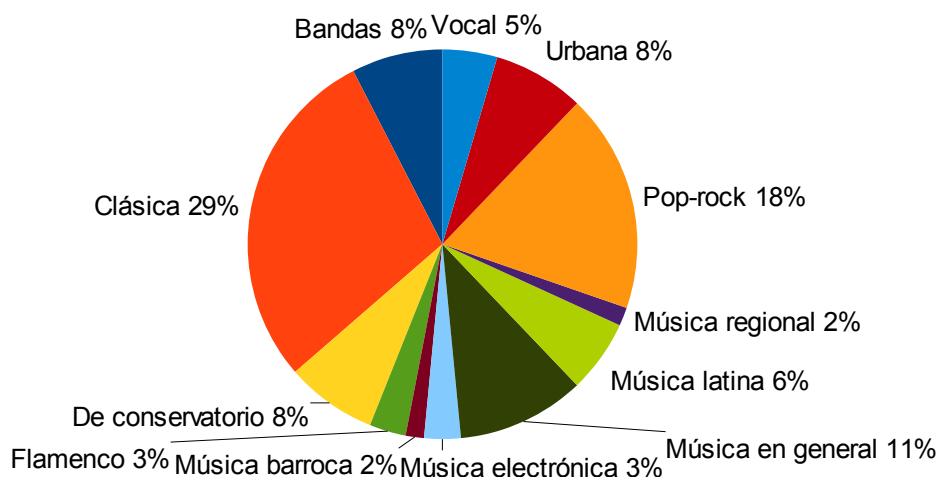
Por otra parte también cabe destacar los acompañamientos gráficos que tenían las piezas. De este modo hemos dividido nuestro análisis en si tiene algún acompañamiento y de qué tipo es. Con todo esto hemos observado que 45 piezas (68%) no tienen acompañamiento gráfico de ningún tipo, y que 21 piezas (32%) son las que tienen. En este caso las fotografías son lo más común, con 12 de ellas en estas 21 piezas. Las 9

restantes son vídeos.

Por otra parte, el tipo de música sobre el que versan las informaciones también es otro criterio que hemos analizado. Como podemos observar en la *Figura 3*, la música que goza de más espacio en estos dos diarios regionales es la música clásica, con un 29% del total de las piezas. Le siguen las piezas que versan sobre *pop-rock*, con un 18% del total.

Después de esos dos tipos de música que son los mayoritarios de nuestro estudio encontramos la música en general (11%), la de conservatorio, la urbana y la relativa a las bandas de música, con un 8% cada una, la música latina (6%), la vocal (5%), el flamenco y la música electrónica, con un 3% cada uno, y la música regional y la barroca que cuentan con un 2% del total cada una.

Figura 3. Distribución de piezas según tipo de música



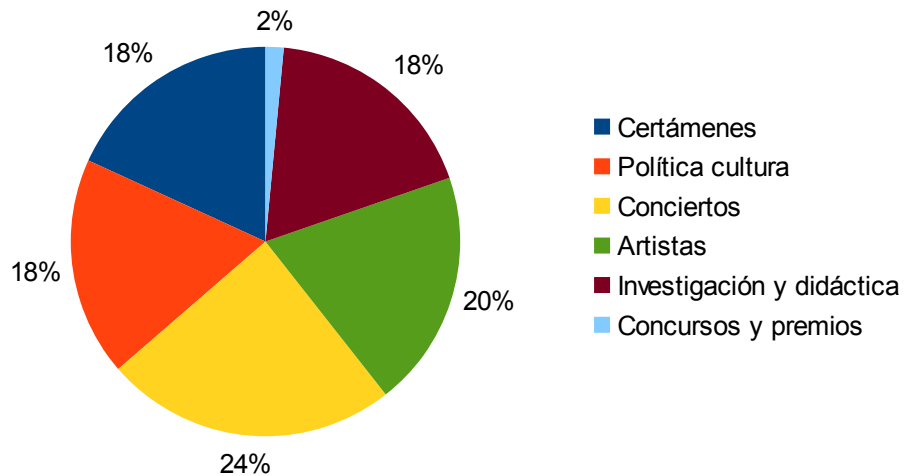
Fuente: elaboración propia.

También hemos analizado la categoría temática en la que clasificamos las distintas informaciones que respondían a nuestros criterios de selección. Éstas son: Artistas, Certámenes, Conciertos, Concursos y Premios, Investigación y Didáctica y Política Cultural.

De este modo, podemos observar en la *Figura 4* que la categoría más usada es la de Conciertos (24%) pero están muy seguidas las categorías de Artistas (20%), Certámenes (18%), Investigación y Didáctica (18%) y

Política Cultural (18%). Así pues, queda de manera más alejada la categoría de Concursos y Premios (2%), con solo una pieza de 66 analizadas.

Figura 4. Distribución de piezas según tipo de música



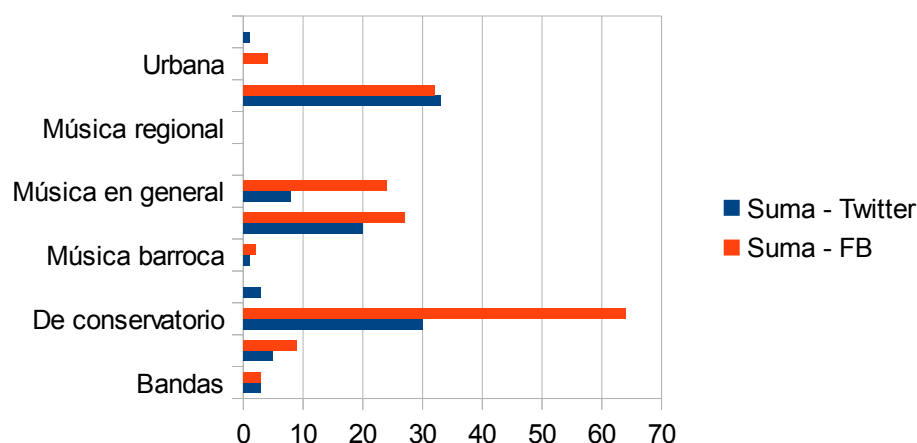
Fuente: elaboración propia.

Puesto que uno de nuestros objetivos era comprobar el nivel de interacción que estas piezas causaban en el público hemos analizado los *tweets* que recibe cada noticia, las veces que se comparte en Facebook, y los comentarios que tiene, ya que las redes sociales constituyen un buen indicador para comprobar el *feedback* de la información. En primer lugar observaremos el comportamiento del público dependiendo de la categoría temática de la información. En ese caso hemos concluido que la que más interés despierta en los usuarios es la Política Cultural, ya que representa el 38% de la acción en redes sociales con 40 *tweets* y 69 veces compartido en Facebook. Le sigue de cerca la categoría de Artistas, que tiene el 27% de las interacciones con 28 *tweets* y 28 veces compartido en Facebook y Concursos, con un 22% (23 *tweets* y 30 veces compartido en Facebook). Más alejadas quedan las categorías de Investigación y Didáctica (7%) y Certámenes (6%).

Por último, hemos querido ver las reacciones del público dependiendo del tipo de música del que trate la pieza. Como podemos observar en la

Figura 5, la música de conservatorio es la que más veces se ha compartido en Facebook (64 veces) y ha tenido 30 *tweets*. En este aspecto, es el *pop-rock* el que recibe más interacciones por Twitter, 33 en total y 32 veces compartido en Facebook. La música electrónica le sigue de cerca con 27 veces compartido en Facebook y 20 *tweets* y la música en general recoge 28 veces compartido en Facebook y 8 *tweets*. Cabe destacar que las demás categorías cuentan con cifras de interacción bastante más escasas tal como se puede observar en la Figura 5. Quizá el único tipo que destacaría sería la música clásica, con 9 veces compartido en Facebook y 5 *tweets*.

Figura 5. Número de veces que se comparte cada pieza en redes sociales según el tipo de música.



Fuente: elaboración propia.

4.2 Interpretación de resultados

Una vez analizados los resultados obtenidos en distintos aspectos de nuestro estudio, procederemos a interpretarlos conforme a los objetivos anteriormente fijados.

El primero de nuestros objetivos hacía referencia a la frecuencia de aparición de las piezas periodísticas de música. Así pues, después de nuestro análisis somos capaces de afirmar que hay una frecuencia mayor en *Las Provincias* que en el *Levante-EMV* durante el mes de abril del

presente año. Además, hemos constatado que los días más frecuentes para publicar información relacionada con la música son los viernes (12 piezas). Esto es así porque la información de música suele estar relacionada con actividades de fin de semana, es por eso que en el inicio de éste es donde encontramos más piezas que responden a nuestro criterio de estudio. Además, el lunes es el día en el que menos piezas sobre música hemos encontrado (5 piezas), lo que encajaría con nuestro supuesto de que este tipo de información está más enfocada hacia el fin de semana.

De este modo, hemos concluido con que la sección que acoge una amplia mayoría de la información relacionada con la música es la de Cultura, con un 41%. Podemos afirmar que gran parte de las piezas tenían que ver con temas que atañen específicamente a esa sección, por lo que resulta lógico este resultado. Además, la sección de Regional, con un 14%, es la siguiente en acoger este tipo de información analizada. Esto se debe a que muchas de las piezas que respondían a nuestro criterio son informaciones de carácter local y que, por tanto, encuentran su hueco en esta sección.

En cuanto a la autoría de las piezas analizadas el resultado ha estado igualado: 31 piezas escritas por profesionales que pertenecen a la redacción del diario y 31 piezas escritas por agencias de información. Este concepto nos sirve para averiguar la importancia que dan los medios a este tipo de noticias, si la mayoría son de agencias significa que no gozan de demasiado índice de atención por parte del medio. De este modo podemos concluir con que los medios estudiados utilizan las informaciones de agencia con la misma frecuencia con las que elaboran las suyas propias.

Por otra parte, la extensión de las informaciones es otra de las variables que hemos analizado. Así pues, hemos llegado a la conclusión de que la extensión más utilizada es de 200 a 300 palabras, ya que hemos encontrado bajo este criterio 17 piezas. Esto quiere decir que a las informaciones analizadas se les concede una extensión media en criterios

de lectura en web.

También hemos constatado que el género periodístico más usado es la noticia, con un 83% de las informaciones estudiadas. Le siguen la crónica y la vídeo-noticia con un 0,4%. Es curioso que en una especialidad que ofrece tantas posibilidades a la creación se utilice un género como la noticia y no hayan más crónicas o entrevistas. No obstante la noticia es el género más sencillo y rápido de hacer para informaciones que no cuentan con el absoluto protagonismo de un diario regional.

Otra variable que hemos analizado han sido los acompañamientos gráficos. Este tipo de elementos le dan a la pieza periodística más fuerza y la dotan de una mejor comprensión, sin embargo, hemos constatado que en la información analizada en nuestro estudio los acompañamientos gráficos no son muy frecuentes, ya que 21 piezas gozan de ellos frente a 45 que no lo hacen. Esto puede deberse a que la información musical dentro de los diarios generalistas no cuentan con tanta consideración como otras informaciones que no pueden prescindir de elementos gráficos como por ejemplo las de deportes.

El tercer objetivo de nuestro estudio era saber qué tipo de música es la que más aparece en estos medios, y hemos constatado que la música clásica es la que más espacio ocupa con un 29% de las informaciones, muy seguida del *pop-rock* que cuenta con un 18% de las informaciones. Esto se debe a que la información cultural suele estar enfocada hacia la música clásica, que la consume un público de nivel cultural alto que es, en la mayoría de ocasiones, quien consume la información en estos diarios generalistas. No obstante, el *pop-rock* podría ocupar este lugar por un interés del público. Esto es, como hemos explicado anteriormente, los jóvenes son los que más visitan la versión web de los diarios, y también son estos los mayores fanáticos de la música *pop-rock*, por lo que tiene sentido pensar que este género musical va a ocupar un lugar importante en este tipo de informaciones.

Nuestro cuarto objetivo versaba sobre averiguar qué temáticas son las que destacan más en el tratamiento periodístico de la música. Así pues,

en este estudio hemos observado que el 38% de las informaciones que tratan sobre la música en estos dos diarios tienen que ver con la política cultural. De este modo podemos afirmar que el interés que estos medios tienen sobre la música es, en gran parte, sobre cómo las autoridades gestionan la manera de ayudarla y de promoverla en la sociedad. Algo cerca está la categoría de artistas, refiriéndose a los personajes protagonistas del mundo musical. Esta categoría cuenta con un 27% de las informaciones, ya que muchos de los lectores de prensa generalista también están interesados en saber sobre los artistas que están en el punto de mira de la información musical, por tanto los medios también estarán interesados en publicarlo.

Por otro lado, nuestro quinto y último objetivo era saber qué informaciones conseguían despertar más el interés del público lector. Para esto hemos utilizado como medidor las redes sociales y los comentarios que se adjuntaban debajo de las piezas. Cabe destacar que no hemos encontrado ningún comentario en las 66 piezas analizadas y que en muchas de las piezas ni siquiera había opción de adjuntar opiniones como usuarios. Sin embargo la actividad en las redes sociales Facebook y Twitter sí que se ha podido constatar.

En primer lugar interpretaremos los resultados conforme a la categoría temática de lo estudiado. En este sentido, la categoría que recibe más interacciones es la de Política Cultural, ya que la gestión de los recursos culturales es una de las preocupaciones del público. Así pues, encontramos que de las 69 veces que se ha compartido en Facebook información relacionada con este tema, 64 veces era en el diario *Levante-EMV*, que recordemos que tenía un número menor de noticias analizadas (16) mientras que en el diario *Las Provincias*, con 50 noticias analizadas, solo se ha compartido este tipo de categoría 5 veces. Y en el caso de Twitter es similar, ya que de 40 *tweets* que encontramos en esta temática 29 pertenecen a *Levante-EMV* mientras que 11 proceden de *Las Provincias*. Esta interacción del público puede deberse a que la audiencia de el *Levante-EMV* tiene un perfil más comprometido con la gestión de los

recursos culturales. Por otra parte, las categorías que también reciben una mayor interacción con el público son Artistas y Conciertos. La primera de ellas se ha compartido 28 veces en Facebook y tiene 28 *tweets*, ambas interacciones realizadas en su totalidad desde el diario *Levante-EMV*. Esto es algo a destacar ya que a pesar de que en *Las Provincias* hemos encontrado más resultados que encajaban en la metodología de nuestro estudio la interacción del público es bastante menor, quizá por el perfil de su audiencia. No obstante no ocurre así en la categoría de Conciertos, ya que en este caso las 30 veces que se ha compartido en Facebook ha sido desde *Las Provincias*, y 22 de los 23 *tweets* de esta categoría vienen del mismo diario. Por tanto podemos afirmar que la audiencia de este periódico está más interesada en actividades culturales y de ocio relacionadas con la música. Otra categoría que ha despertado el interés del público de manera más modesta es la Investigación y Didáctica, cuyas informaciones han sido compartidas en Facebook 13 veces desde *Las Provincias* y 11 desde *Levante-EMV*, mientras que cuenta con 2 *tweets* de *Las Provincias* y 5 del *Levante-EMV*. Con todo esto podemos decir que la investigación o formas de aprendizaje en el mundo de la música despierta el interés por parte de ambas audiencias de una manera moderada.

También hemos estudiado cómo se comporta el público ante este tipo de informaciones dependiendo del tipo de música. En ese aspecto la música de conservatorio es la que más interacciones recibe ya que se ha compartido 64 veces en Facebook desde el diario *Levante-EMV* y ha tenido 30 *tweets*, 28 desde el *Levante-EMV* y 2 desde *Las Provincias*. Así pues, podemos afirmar que la audiencia del primer diario tiene un destacable interés en la música de conservatorio, lo que no coincide con la importancia que le conceden los medios, ya que la música de conservatorio ocupa un 8% de las piezas analizadas. No obstante, la música clásica (que es la que más piezas analizadas ocupa con un 29%) solo ha sido compartida 9 veces en Facebook y tiene 5 *tweets*. Por tanto podemos afirmar que los medios generalistas en ocasiones no prestan

atención a lo que el público demanda. La música *pop-rock* por su parte cuenta con 33 *tweets* (26 de ellos del *Levante-EMV* y 7 de *Las Provincias*) y 32 veces compartida en Facebook. Cifras similares de interacción tiene la música electrónica que cuenta con 20 *tweets* (19 de ellos de *Las Provincias* y uno del *Levante-EMV*) y 27 veces compartida en Facebook (26 desde *Las Provincias* y uno desde el *Levante-EMV*). Con todo esto podemos afirmar que en cuanto a música de un cariz más juvenil como son el *pop-rock* o la electrónica no hay una audiencia predeterminada en uno de los diarios, ya que la audiencia del *Levante-EMV* está más próxima al primer tipo y la audiencia de *Las Provincias* está más próxima al segundo.

5. CONCLUSIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

En este estudio hemos obtenido diversas conclusiones:

1. La información musical en los diarios generalistas está más próxima a la sección cultural, que es donde más se publica, y a actividades de fin de semana, por esa razón su publicación está más próxima a esos días de la semana.
2. La música a la que más espacio se le dedica en los dos diarios analizados es la clásica, a pesar de que sea la música de conservatorio la que tenga más interacciones por parte del público.
3. La temática más tratada por estos periódicos en sus versiones web es la Política Cultural, y además coincide con los gustos de la audiencia porque es la más comentada en las redes sociales.
4. Las informaciones musicales en medios generalistas como estos dos diarios no generan ningún comentario en la propia página y en muchas ocasiones los propios diarios no facilitan herramientas para que estos se hagan.

Para futuras investigaciones sería interesante poder contemplar otros diarios además de los dos que hemos utilizado. Por otra parte, dado que estos diarios tienen sus propias secciones de música, se podrían analizar las mismas con los criterios que hemos usado para nuestro estudio.

También se podría ampliar el tiempo de análisis a más de un mes, para poder tener una visión más global del objeto del estudio.

6. AGRADECIMIENTOS

Este Trabajo de Fin de Grado no hubiera sido posible sin el asesoramiento de Francisco Nuñez-Romero, el apoyo de Anunciación Ramírez y los ánimos de Rocío Marco y José Ángel Cuadrado.
Muchas gracias a todos.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ABASOLO, Víctor. “La Cançó”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 25. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A .
- BARDIN, Laurence. *El análisis de contenido*. Madrid, Ediciones Akal, 1986.
- BLANCO, María del Mar. *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa*. Madrid, Eiunsa S.A, 2008.
- FOUCE, Héctor. “El futuro ya está aquí. Música *pop* y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985”, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, 2002.
- GUERRERO, Enrique. *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Barcelona, CIEC- Deusto, 2010.
- JATIVA, Juan Manuel. “El *pop* valenciano”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 25. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A .
- JATIVA, Juan Manuel. “La crítica musical como fracaso de público”, disponible en http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/04/25/valencia/1366918489_315813.html consultado el: 13/06/13.
- MATEOS-PÉREZ, Javier. “La programación infantil y juvenil en el cambio de ciclo televisivo español (1990-1994)”, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información, 2012.
- McCOMBS, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Hurope S.L, 2006.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. “La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación”, en *Comunicación y Sociedad*. Nº 6. 1993.
- PEDRERO, Luis Miguel. *La radio musical en España: historia y análisis*. Madrid, Instituto Oficial de la Radio y la Television, 2000.

- RODRÍGUEZ, Raquel. *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Alicante, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004.
- RUVIRA, Josep. “La música desde 1950 hasta la actualidad. Las nuevas tendencias musicales”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 21. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A .
- SEGUÍ, Salvador. “El mundo de las bandas de música”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 24. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A .
- SHOEMAKER, P. , REESE, D. *Mediating the message. Theories of influence on mass media content*. Nueva York, Longman, 1991.
- TOMÁS, Inmaculada. “El movimiento coral valenciano”, en *Historia de la música de la Comunidad Valenciana*. Nº. 23. 1992. Editorial Prensa Alicantina S.A y Editorial Prensa Valenciana S.A .

8. ANEXOS

Anexo1:

ENTREVISTA JULIO RUIZ (22-04-2013)

¿Cómo empezó su vocación?

Yo por contagio por mi madre, que era una gran oyente de radio. Recuerdo estar ella haciendo las labores de la casa, escuchando la radio con ella. Y ahí empecé a interesarme por la radio y por la música. Todo ello influye en que cuando tengo la primera oportunidad de escribir un artículo lo hago en prensa escrita, en *Disco Express* y en *Discóbolo*, que eran revistas de la época, estamos hablando de finales de los 60 y principios de los 70. Y da la casualidad que los que gestionaban la revista también llevaban la frecuencia modulada de *Radio Popular* en Madrid y entonces un montón de gente, que no tenemos ni idea de colocarnos delante de un micrófono, pero tenemos muchas ganas y nos gustaba otro tipo de música que no era la de los canales comerciales de la época, empezamos a hacer radio. Son 12 o 13 años de hacer un programa musical, el mismo que ahora, "Disco Grande", en *Radio Popular FM* solo a nivel local, hasta que surge la posibilidad de que hay un cambio de programación en esta emisora, no cuentan conmigo y casi sin solución de continuidad me llaman desde *Radio Cadena Española* y ya mi programa empieza a emitirse a nivel nacional. *Radio Cadena, Radio 4, Radio 3* y hasta la fecha. Por resumir, es mi madre la que me inculca involuntariamente la pasión por la radio y por la música. Le gustaba la radio como oyente, no procedo de familia radiofónica.

Y hablando del periodismo musical, uno de los más importantes en Europa ha sido el británico, ¿qué influencia cree que ha tenido en el periodismo musical español?

Siempre ha tenido influencia. En otros tiempos con más motivo porque no había tanto alcance para enterarnos de las noticias cada "x" tiempo, o al

minuto. Pero en ese momento la forma de enterarse era ir a tu librería o a tu kiosko y comprarse el *New Musical Express* o el *Melody Maker* que eran los dos periódicos semanarios de información musical que había en el Reino Unido. Evidentemente si los grupos de toda la vida, los de los 70, 80 y 90 han mirado siempre a Inglaterra y Estados Unidos para hacer su música influenciados por lo que se hacía allí, nosotros, hasta cierto punto, pues también. Hombre, luego todo esto ha venido con el tiempo. Los que tenemos una determinada edad siempre hemos mirado a los grandes maestros de aquí pero también a los grandes maestros de fuera. Y hay un nombre inevitable en la radio pública del Reino Unido, en la *BBC*, que es el fallecido John Peel que era una referencia para muchos de nosotros. Pero evidentemente sería ridículo no decir que la mayor fuente de influencia y de contagio es precisamente lo que se hace en la *BBC* o el que se hace en la radio y prensa musical que se hace en el Reino Unido. Y con el añadido de que, por otro lado, nos da envidia lo bien tratado que está el periodismo musical allá y lo mal tratado que está aquí. Que de hecho yo creo que la modalidad del periodismo musical aquí ni existe. Puede ser periodismo informativo, deportivo (un campo que también he tocado porque había que comer), y del periodismo musical nada. En Francia por ejemplo el periodismo musical está muchísimo mejor tratado que el de aquí. En España la gente que practica el periodismo musical tiene que hacer otra cosa a parte, de esto no se vive. De hecho ahí están las revistas que sobreviven, que los colaboradores lo hacen por puro amor al arte porque. Y la cantidad de cabeceras de papel que han aparecido y desaparecido porque no es llamativo, la gente no suele comprar prensa musical, solo los que están apasionados por la música. Ese el titular: Está mal tratado aquí en España.

Entonces, ¿cree que el periodismo musical español está evolucionado o que está anclado en el pasado?

Claro que ha evolucionado. Hay distintos tipos de periodismo, el informativo que puede darse en un programa de radio en el que puedo

contar que viene Deep Purple a tocar o que hay nuevos nombres para el cartel del FIB y luego también existe el periodismo más sesudo, más elaborado que ofrecen medios de información musical más establecidos, que eso sería otra historia, hasta qué punto la música le dan cancha las páginas de cultura en la prensa musical establecida. No voy a mencionar auténticos especialistas y compañeros de profesión que han hecho artículos que son casi como libros en pequeño. ¿Que en el periodismo musical hay gente capaz de hacer una analítica y artículos de fondo y de opinión? Por supuesto que lo hay, otra cosa es que pueda resultar interesante a la gente más allá de la anécdota, pero el periodismo musical claro que admite la profundidad.

¿Qué diferencias encuentra entre la radio de los años 80 y la radio actual?

Sobre todo, en la parte que me toca (teniendo en cuenta que yo soy alguien que sigue dándole cancha a los grupos maqueteros y que empiezan) en su momento me daban una bobina de núcleo abierta, después un cassette, luego un CD y ahora ya ni siquiera hay un formato físico. Ahora me dan un enlace para ver si me gusta. En su momento tenías que estar pendiente del correo si había un grupo de Santander, de Alicante, de Valencia o de Sevilla que te había dicho que tenía una maqueta y te la mandaba y ahora inmediatamente puedes establecer tu veredicto y ver si te interesa o no te interesa la oferta. Y por supuesto, en su momento nosotros (y cuando digo nosotros digo la gente de *Radio 3* que siempre nos hemos convertido en prescriptores) yo creo que seguimos yendo por delante pero con una particularidad. La gente a lo mejor antes necesitaba determinados canales para informarse, ahora ya lo puede hacer de una forma directa y no necesita ese prescriptor, bien entendido que siempre seguirá existiendo la figura de ese periodista del que se piensa: “Mira, este ha puesto este grupo, debe estar bien porque si lo recomienda...” Claro que han cambiado las cosas. Antes no estaba el autoservicio a disposición de la gente para que se enterara de las

novedades y necesitaba esa intermediación de la radio. Aún así, la gente de las radios pequeñas musicales nos siguen utilizando y nosotros tan orgullosos como punto de referencia.

Entonces, ¿cree que las nuevas tecnologías matan al periodismo musical o que lo refuerzan?

Lo refuerzan. Yo hace 6 años, desde 2007, que soy trabajador de *RTVE* y en consecuencia hago mi programa en *Radio 3* y hago distintas cosas para ser una persona que vive de su trabajo de periodista. Yo he estado...42 años lleva el programa, pues mucho tiempo en el que no cobraba nada, lo hacía como hobby, por amor al arte tenía una especie de “mini compensación” hasta que hace poco he podido vivir de ello.

Así que sí, lo refuerzan, pero nunca se ve en una sección de cultura de un periódico que haya uno que se encargue de la información musical, si hay un periodista musical seguro que escribe desde su casa, que es colaborador, y que manda la crónica de cualquier concierto. Las nuevas tecnologías lo refuerzan desde el punto de vista de la información pero no tengo yo fichado nadie que se dedique a noticias de música en un periódico generalista, porque es siempre una información de la que se prescinde.

Y dentro del mundo de la radio, ¿piensa que la radio fórmula ha matado al periodismo musical?

No, lo bueno que tiene esto es que cada vez la brecha es más grande. Está la radio fórmula que por supuesto fue la que en su momento imprimió *Los 40 Principales*, y luego para otras radios la alternativa que tienen es seguir al compás de esa lista de éxitos, esas canciones que se machacan una y otra vez. Afortunadamente pasa el tiempo y se conoce que esto solo lo podemos hacer desde la radio pública, y no hay nadie que nos haga sombra, estamos solos. Y como estamos solos, pues la gente cuando se cansa de navegar por el dial y de encontrarse prácticamente lo mismo en las emisoras de radio fórmula, cuando el

personal adquiere un cierto punto de especialización en su gusto, acaba por aterrizar en *Radio 3* que siempre es la emisora distinta. Nosotros encantados, o no, porque a lo mejor estaría muy bien tener una competencia, pero lamentablemente la competencia son emisoras *online*, emisoras pequeñitas que copian el esquema de lo que hacemos aquí en *Radio 3*. Música de todos los colores pero que siempre serán emisoras locales o provinciales que llegan a la centésima parte de los que llegamos nosotros. Eso no quiere decir que haya gente que en emisoras pequeñas a lo mejor estén haciendo un programa de radio maravilloso y que quizá podrían tener un hueco en *Radio 3*. Para mí no hay programa grande o pequeño, hay la ilusión la entrega y lo que la gente quiera poner de su parte para hacer lo mejor posible.

En este tipo de programas, al no seguir la línea del mercado probablemente no salgan rentables y por eso no hay tantos.

Claro, eso de toda la vida. Yo en su momento cuando voy con un proyecto de un programa que se llamaba “Disco Grande” y no tenía un sitio donde empezar el programa yo me fui a empresas de pantalones vaqueros, de tabaco, Coca-Cola o Pepsi vendiendo mi producto. Porque cuando yo iba por ahí a decir a *Radio Madrid, Radio Popular, Radio España, Radio Intercontinental*, todas las radios que habían en Madrid normales (porque ni siquiera había empezado a funcionar la FM) lo primero que te decían era que qué bonito el proyecto pero que necesitaba un patrocinio, que si no lo había ya podías llevar la gran propuesta para revolucionar la radio musical que no te iban a coger. *El País* en su momento tuvo una emisora que se llamaba *Radio El País*, que está sí que era más o menos prima hermana de los contenidos de *Radio 3*, pero como era una emisora de radio de un medio privado al final acabó muriéndose. Osea que está claro, lo que nosotros hacemos, tenemos la suerte de hacerlo dentro de una radio pública, que como tal tenemos esa absoluta libertad para hacer, programar, pinchar y darle cancha a toda esa música que no tiene su hueco en las radios comerciales.

¿Cuál cree que puede ser el siguiente paso para el periodismo musical?

El siguiente paso será seguir hacia delante en ese camino en que el potencial consumidor lo tiene todo al alcance de su mano en un *click* y quien quiera más profundidad tiene ahí otra forma de poder investigar y de poder saber algo más. Desde aquella frase famosa de que el vídeo mató a la estrella de la radio...anda que no ha pasado tiempo y la radio ahí sigue. Con la radio no han podido acabar. Y el periodismo musical habrá quien tenga una posibilidad de acceder a lo más inmediato y habrá quien quiera un poco más de profundidad y podrá buscar otros medios para saber un poco más de lo que le interesa.

Anexo 2.

ENTREVISTA JESÚS ORDOVÁS (19-04-2013)

Su carrera en el periodismo musical es muy extensa, querría saber cómo fueron sus comienzos y cuándo empezó su vocación.

Empezó cuando yo estudiaba en la Universidad, tendría yo 17 o 18 años y escribía en la revista *Triunfo*, una revista que hubo en la dictadura donde escribían los intelectuales de izquierdas, sobre cultura, noticias y música y entonces me ofrecía hacer artículos de música. Y después ya viajé fuera de España a partir del año 1970 estuve en Francia, Holanda, Inglaterra, Estados Unidos y enviaba crónicas de conciertos desde esos lugares. Luego ya me establecí en Madrid y empecé a escribir en la revista musical *Disco Express*.

Yo me dediqué a buscar la información, a ir a los conciertos, me especialicé en música *pop* y entonces iba a las compañías de discos a pedir los discos, asistía a los conciertos y hacía las crónicas. Lo enviaba a la revista y me lo iban publicando y pagando.

¿Qué influencia cree que ha tenido el periodismo musical británico en el español?

Ellos han sido los primeros en música *pop*, en todo; en hacer periodismo musical, en crear una industria musical muy potente con Los Beatles y muchísimos otros grupos, y han conquistado el mundo con su música. Pero también es muy importante Estados Unidos. El periodismo musical yo lo aprendí más de revistas como *Rolling Stone* que empezó a publicarse a mediados de los años 60 en San Francisco. A partir de entonces es cuando yo intenté hacer ese tipo de periodismo.

¿Qué diferencias puede encontrar usted entre la radio musical de los años 80 y la actual?

La radio de los años 80 era una radio que estábamos creando desde unas bases en las que no se había hecho antes ese tipo de radio. Hacíamos radio muy improvisada, sin guiones, entrevistando a la gente que estaba en grupos, o que pinchaba o que hacía cine como Almodóvar o Alaska. Y hacíamos una radio que antes no se hacía, era un modelo de radio muy libre, sin que nadie nos dijera lo que teníamos que hacer.

Las radios en las que yo trabajé, una radio local de Madrid que se llamaba *Onda Dos* y luego ya a partir de 1979 fui fundador, con otros compañeros míos, de *Radio 3*, de *Radio Nacional de España*. Y ese tipo de emisora es una emisora que siempre nos ha dejado libertad para hacer los programas que hemos querido hacer. Así que ha sido una forma de hacer periodismo muy libre, mientras que en otros medios, en otras emisoras, te obligaban a hacer los que ellos querían. En *Radio 3* hemos tenido libertad para hacer lo que nosotros queríamos.

¿Por qué hay emisoras que sí que dan más libertad a sus redactores y otras que no? ¿Sólo por exigencias del mercado?

Puede ser por un lado porque se pretende hacer un tipo de emisora como las emisoras musicales que tienen contratos con las compañías discográficas para poner unos discos que la compañía quiere. Pero como nosotros éramos una emisora pública no teníamos ese tipo de cortapisa ni de contrato y podíamos poner la música que quisiéramos. Y por otro lado

también hay emisoras que son de un signo político religioso, y está por ejemplo la *COPE*, que es de la Iglesia, y está a lo mejor otra que es de un signo político de derechas, o de izquierdas. Entonces no puedes hacer una crítica contra los presupuestos religiosos o políticos de los que son dueños los propietarios, o criticar la línea ideológica de la emisora. *Radio Nacional* es la única emisora en principio, aunque también ha habido directrices ideológicas según el gobierno de turno, en las que hemos tenido libertad de hacer lo que quisiéramos.

¿Cómo cree que ha evolucionado el periodismo musical en España?

El periodismo musical en los 60 era algo que tenías que conseguir la información de revistas extranjeras, o viajar a Inglaterra u otros países para enterarte de cómo estaban las cosas. Y a partir de la llegada de Internet tienes todas las noticias ahí al momento, puedes escuchar nuevos grupos y música y toda la información que necesites la tienes en Internet. Entonces es un tipo de periodismo muy distintos, ahora se hace todo con Internet, mientras que en los años 60 y 70 había que salir a la calle, había que buscar las cosas, había que comprar los discos, las revistas, había que viajar al extranjero...y ahora todo se puede hacer desde casa.

Entonces, ¿usted cree que las nuevas tecnologías matan al periodismo musical o lo refuerzan?

Es una manera distinta de hacer periodismo. Evidentemente si tienes que hacer la crítica de un concierto tienes que asistir a ese concierto, eso sí que no ha cambiado. Pero si necesitas información sobre un grupo la tienes toda en Internet, entonces muchas veces las entrevistas están basadas en la información que se tú consigues en Internet sobre una persona, sobre un grupo...y ya tienes ahí muchísimos datos para hacer la entrevista, mientras que antes no los tenías. Osea que ahora lo que hace Internet es facilitarte el trabajo.

¿Entonces cree que este tipo de periodismo está suficientemente desarrollado o que le falta todavía evolucionar?

El periodismo ahora sobre todo es a través de Internet. Prácticamente ahora todo el mundo escribe en Internet, en *blogs*, en periódicos digitales, y poco a poco van desapareciendo las revistas y los periódicos de papel. En el futuro yo creo que habrá mucho menos periodismo en papel y la mayoría será periodismo en la radio, la televisión e Internet. Pero el papel de aquí a 10 años habrá desaparecido casi todo.

Usted también ha estado presente en la televisión musical, pero ahora no hay muchos programas que se centren en periodismo musical, ¿cree que puede ser por herramientas como YouTube o por otro cambio de exigencias que ha tenido el mercado?

No se hacen programas musicales porque *Televisión Española*, que es la que hacía más ese tipo de programas de *pop*, de *rock*, de *jazz*, de *folk*... ya no los hace porque tienen poca audiencia y salen caros. Y *TVE* tenía dinero antes para hacer ese tipo de programas en *TVE 2* porque no le importaba que no tuviera audiencia, porque eran programas culturales, pero ahora *TVE* ya no tiene dinero para hacer ese tipo de programas.

Pero también me ha extrañado a mí que no haya ninguna, o casi ninguna famosa, televisión de música que haga programas y no ponga solo videoclips.

Eso se hace porque es más barato. Porque si lo único que tienen que hacer es poner videoclips pues eso es muy barato, los cogen de las compañías discográficas que se los dan gratis y los ponen y ya está. Yo hice un programa de televisión en *TVE 2* que se llamaba "Ipop" en 2007, y era un programa en el que trabajábamos 100 personas, era carísimo. Hacíamos conciertos, grabaciones, reportajes, viajábamos a los festivales con cámaras... y todo eso es muy caro. Entonces prefieren ahorrar dinero poniendo videoclips.

¿Y cree que la radio fórmula ha matado al periodismo musical? Porque exceptuando *Radio 3* todas las emisoras se limitan a hacer radio fórmula.

Evidentemente sale más barato hacer radio fórmula, ya que se puede hacer con tres personas. Pones a una persona por la mañana, otra por la tarde y otra por la noche poniendo las canciones que han contratado con las compañías discográficas y eso es todo el gasto que tienes. Mientras que una emisora como *Radio 3* tiene muchos programas y mucha gente trabajando, entrevistando, gente que va a los conciertos, grabaciones en los estudios... y eso es muy caro para una emisora comercial que lo tiene más fácil haciendo contratos con las compañías discográficas.

De todas formas, yo sí que he escuchado que la gente echa de menos otro tipo de periodismo musical, el que tenía más contenido.

Claro, se echa de menos la calidad. Pero ahora con la crisis todo lo que se hace es más sencillo, lo que antes lo hacían cinco personas ahora lo hace una. No hay contraste de pareceres, no hay trabajo de campo, no hay entrevistas...todo eso se abarata y pierde calidad. Y o cierran las emisoras, como ha ocurrido en muchas cadenas de televisión que han cerrado, o despiden a la mitad del personal... y entonces todo eso hace que el periodismo musical, y no solo ese sino también el informativo, vaya a peor con la crisis.

Pero por ejemplo, hay muchas emisoras musicales que están subiendo su audiencia ahora mismo, ¿no sería una posible solución que el contenido se pusiera en las emisoras musicales y no tanto en las generalistas?

Las empresas que tienen emisoras con radio fórmula buscan tener el máximo beneficio posible. Entonces, si ven que solo poniendo música en la radio, y vídeos en televisión y consiguen con eso altas cuotas de audiencia, ¿para qué se van a molestar en hacer programas mejores si lo que les interesa es el dinero? No les interesa.

¿Y usted entonces cuál piensa que es el siguiente paso del periodismo musical español?

Se va a reducir mucho el trabajo de los periodistas, únicamente se va a intentar que haya personas que sepan cómo funciona el mercado discográfico y que estén al tanto de lo que ocurre a través de Internet y lo den a conocer. La crítica va a desaparecer prácticamente y todo lo que sea trabajo de campo también. Todo se va a hacer por vía de Internet.

Pero eso es una pena, porque hay mucha audiencia que echa de menos lo que era antes.

Pero la audiencia se va acostumbrando a ese tipo de cosas, es ir domesticando a la audiencia de alguna manera. Los que hemos conocido otra forma de hacer radio o televisión o prensa sí que lo echamos de menos, pero alguien nuevo o más joven que solo conoce lo que existe actualmente acepta lo que ocurre. Entonces la única alternativa es crear radios o *blogs* a través de Internet. Porque te permite, sin gasto alguno, hacer este tipo de cosas. Yo por ejemplo, estoy trabajando ahora en una radio *online*, en *Radio Gladys Palmera*, y entonces es una radio muy sencilla de hacer y muy barata, *Radio 3* es mucho más cara.

Y otra pregunta que le quería hacer; Usted es especialista en *pop* español y me llama la atención que se ha exportado muy poco, ¿por qué cree que es eso?

Se exporta poco exceptuando los cantantes melódicos del estilo de Julio Iglesias, que eso sí que tiene muchísimo éxito fuera de España, en Latinoamérica y en todo el mundo. Pero lo que son grupos de otros estilos lo tienen más difícil, porque lo que es la industria discográfica española no tiene suficiente capacidad ni dinero para darlos a conocer. Porque dar a conocer un artista exige mucho dinero, y eso solo lo pueden hacer industrias muy potentes como por ejemplo la británica o la americana.

¿Cree que ahora con Internet sí que sería más fácil exportar? Porque

eso no cuesta tanto dinero.

Lo que ocurre con Internet es que hay muchos millones de grupos y artistas. Que tú pongas tu disco en Internet no asegura nada porque es uno entre mil millones, hay que hacer publicidad y eso cuesta dinero, Internet para eso sí que no vale.

Anexo 3:

ENTREVISTA JOSÉ MIGUEL LÓPEZ (29-04-2013)

¿Cómo empezó su vocación, cómo se introdujo en el mundo del periodismo musical?

Mi vocación de periodista viene desde que me acuerdo, desde que era niño. Yo recuerdo que con 7 años ya quería ser periodista. Incluso hacía mis propios periódicos con octavillas dobladas, de cualquier forma me hacía mis propios periódicos, tengo una pasión muy temprana. E incluso tenía una tía que era limpiadora en un periódico de Bilbao, del periódico *Hierro* y yo lo que quería era visitar a mi tía para ir al periódico y ver cómo funcionaba todo aquello. Entonces la pasión por el periodismo me viene desde muy crío. Obviamente hice periodismo, me licencié y junto al periodismo me gustaba también mucho la música, por eso hice mis estudios de música porque quería saber de lo que iba a hablar. Cuando yo terminé la facultad me metí en el periódico *Informaciones* de Madrid y empecé a trabajar ahí haciendo de todo. Luego salieron unas oposiciones para *Radio Nacional* en aquel momento y me cogieron. Ahí ya me dediqué a ser periodista para radio. Y como me gustaba la música y destacaba en esto, poco a poco me iban llamando más para el tema musical y al final me especialicé en periodismo musical. Pero tardé en hacerlo. “Discópolis” es del año 1987, pero yo entré en esta casa en 1977 y en esos 10 años hice de todo, lo que hace un periodista, y luego ya me encargaron un programa de música que simultaneaba con redacción y luego ya como “Discópolis” ha tenido éxito me he dedicado a eso.

Se dice que el periodismo musical británico ha tenido mucha influencia en el periodismo musical español, ¿cómo cree que ha afectado esa influencia en esta modalidad en España?

Yo soy muy crítico con esto. Los periodistas musicales españoles, en general, ninguno de ellos está licenciado. Quizá media docena. Entonces hay mucho intrusismo en esta profesión y si eres rico es muy fácil comprarte periódicos ingleses y traducirlos y colocarlos en la prensa española. Ese es el periodismo musical que se ha hecho. Traducción de prensa británica sobre todo. Yo, evidentemente, estoy contra eso, los periodistas somos otra cosa, buscamos la noticia. Yo tengo agenda propia, yo voy a por la noticia, no acepto lo que me dicen las modas inglesas del *Melody Maker* o del *New Musical Express*, yo tengo mi propio criterio que se forma de diferentes lugares. Y eso lo tenemos media docena de personas. El resto no, son traductores. Entonces no me gusta la influencia de la prensa británica porque hay otras muchas cosas al margen de esa escena musical. De hecho, mi principal fuente de abastecimiento para "Discópolis", los ritmos étnicos, nunca ha sido Londres sino Colonia, en Alemania, porque allí había más de lo que yo quería que en el Reino Unido.

Entonces, ¿cree que el periodismo musical en España tiene que evolucionar o que ya está bastante desarrollado?

Tiene que evolucionar mucho, pero afortunadamente la generación más joven sí que son periodistas. Pero esta generación joven ha tenido acceso tarde a los medios de comunicación y además, cuando ya casi la crisis se estaba echando encima. Ya no solo la crisis económica nuestra española, sino la crisis de la industria musical, de la piratería. Entonces el periodismo musical deja mucho que desear, se tiene que renovar y avanzar. Pero dicho esto hay excelentes páginas en Internet que son maravillosas, luego hay revistas especializadas que mantienen el tipo, aunque digamos que la gente no sea periodista, pero bueno, ya han aprendido al ejercer la profesión. Pero hay revistas que sí que mantienen

el tipo; *Ruta 66*, *Mondosonoro*... Son revistas importantes, te informan, no crean opinión pero sí informan, que es una labor muy grande del periodismo. A mí *Efe Erme* no me gusta nada, me parece una revista de opinión que no comparto, no me gusta *Rolling Stone* española para nada, porque es un papagayo de las revistas extranjeras y de la industria y entonces no me gusta. Pero hay otras muy interesantes, revistas alternativas como la *Dinamo*, que se meten ya en temas comprometidos. De todas formas el periodismo musical tiene que evolucionar mucho todavía.

¿Qué diferencias hay entre la época en la que usted comenzó su trayectoria como periodista musical (1987) y ahora?

Como mi vocación fue muy temprana, casi infantil, yo tengo la colección completa de *Disco Express*, que empezó a editarse en el año 1968. Cuando yo me enteré que iba a salir ese periódico la poca paga que me daban mis padres la guardaba para comprarme el periódico y algún disco si es que me llegaba, pero sobre todo el periódico. También tengo bastantes ejemplares de la revista *Discóbolo*, que para la época era también otra de las que pintaba. Entonces he visto toda la evolución de la prensa musical y *Disco Express* fue un periódico magnífico, realmente eso era un periódico, y no se ha hecho nada parecido. Y duró unos cuantos años, dos décadas, con evolución pero duró. Luego había otras cosas que podían ser interesantes, pero cuando yo empiezo "Discópolis" en 1987 ya hay un mercado más amplio. Porque *Disco Express* de alguna forma era única, era un periódico de música progresiva, no tenía mucha competencia, pero después en el 87 ya había salido *Vibraciones*, su heredera que es *Rockdeluxe*, la competencia que era *Ruta 66* y se podían conocer otras cosas distintas, otras cosas alternativas. Y en la radio también pasó lo mismo, también hubo una evolución. De las emisoras de frecuencia modulada que emitían en circuitos regionales, se pasó a tener emisoras nacionales, como *Radio 3* que pasó a emitir a toda España...Entonces yo creo que en esa época sí que había un panorama

decente de publicaciones, no muchas pero muy interesantes, con gente que creía en lo que escribía. La evolución desde 1987 hasta ahora es muy pesimista, porque puede haber más publicaciones pero son todas muy parecidas. Hay que salvar algunas, pero en general cuando la industria es boyante trata de presionar, y como las publicaciones viven de la publicidad, pues evidentemente las compañías internacionales presionan para que se pongan sus artistas, como ponen dinero hay que hacerle portada y reportaje interior a sus artistas. Entonces revistas independientes sigue habiendo muy poquitas pero muy interesantes. Pero el panorama no ha cambiado mucho, se mantiene el porcentaje de revistas, o de periódicos o de programas o emisoras interesantes tanto en los años 70, como cuando empecé "Discópolis" en el 1987 como ahora en el año 2013.

Pero sí que es verdad que ahora con Internet hay muchas más publicaciones digitales de las que podía haber antes con el papel, ¿cree usted entonces que las nuevas tecnologías matan al periodismo musical o lo refuerzan?

Bueno, también en la década de los 80 había multitud de *fanzines*, podía haber mil *fanzines* semanales o mensuales originales. Fotocopiados o como sea. Había un *fanzine* dedicado solo a The Cure, que sabía más de ellos que el propio Robert Smith, había *fanzines* de los ye-yés, de *La Movida*, de los grupitos del barrio y habían miles. Yo creo que ahora no hay tantas páginas digitales como entonces *fanzines*, es una opinión que habría que contrastarla pero había *fanzines* realmente variados, mientras que las publicaciones de Internet actuales (que hay algunas que están muy bien) tienen un problema; Hace tiempo los *fanzines* se distribuían por correo aunque fuera, a pesar de que costara mucho dinero, y se llegaban a conocer. Había programas como por ejemplo el "Diario Pop" en *Radio 3* que daba noticias sobre esos *fanzines*, sin embargo ahora, las páginas web que hay ahora de música no tienen una difusión más fácil porque no hay nadie que les dé cobertura. En Internet muere en sí misma, y

tampoco hay una “revista de revistas” en Internet, y eso quizá habría que hacerlo, habría que inventarlo. Aunque sí hay mucha variedad de páginas web, no es muy distinto a la enorme eclosión de *fanzines* que hubo en los años 80.

Bueno, y centrándonos más en la radio que es su especialidad, ¿cree que la radio fórmula mata al periodismo musical?

La radio fórmula musical mata a la música, es evidente. Pero bueno, con matices porque no se puede decir que la radio fórmula *per se* que son *Los 40 Principales*, que empezaron en el año 1966 en España (y entonces era un programa “progre”, que te ponía a The Mama's and the Papa's y a The Doors) fuera mala para el periodismo musical. Pero la radio fórmula que empieza a haber durante la Transición, esa sí que ha matado a la música, igual que ahora el mp3. La relación que existe entre estas dos cosas es que el mp3 no tiene calidad y la radio fórmula tampoco. Yo escuchaba a Ángel Álvarez, que tenía un programa que se llamaba “Vuelo 605”, y se emitía a diario, y otro, que se emitía los fines de semana que se llamaba “Caravana Musical”, ese era el “guay”. Ese empezó a emitirse en el año 1961, era de cobertura regional, se oía en Madrid y luego se redifundía en algunas emisoras cuando ya se instala la FM en España se emite por diversas zonas de Castilla y León, en algunas emisoras, no en muchas. Pero ese programa es el que marca, es el que desde Madrid crea tendencias, el que pone las novedades norteamericanas, las inglesas, el que abre la música de vanguardia y el que da a conocer todo. Y, como imitación de aquel programa surgen una serie de emisoras, por ejemplo en Sevilla (*Radio Vida*), Madrid (*Onda 2* y *Popular FM*) y Barcelona. Esas emisoras ponen música alternativa muy interesante. Luego *Radio Nacional de España*, a través de *Radio 1*, tiene un programa que se llama “Para vosotros jóvenes”, que busca expertos en esas emisoras locales, y fruto de la mezcla de los periodistas que están en *Radio 1*, *Radio Popular* y *Onda 2*, nace el proyecto de emisora alternativa que es *Radio 3*. Que no es una emisora joven sino alternativa. Y aquí hay una nómina, aquí la

gente es profesional, hay unos contratos que se consiguen por oposiciones. Y en Barcelona pasa también lo mismo, allí hay programas regionales como por ejemplo el de Constantino Romero, o el Señor don Pollo o esta gente que hacen programas en emisoras con alcance regional y que funcionan muy bien con este tipo de música. Entonces, estas emisoras son una alternativa a la radio fórmula, que no va por aquí, la radio fórmula pone éxitos de la industria, no crea música, crea industria. Y nosotros creamos música, no industria. Son cosas compatibles, cuanto menos diferentes.

¿Cuál cree que es el siguiente paso del periodismo musical?

Madre mía. Estamos en un momento de crisis absoluto. Rafael Revert, que durante tantísimos años fue director de la radio fórmula de la *Cadena SER*, de *Los 40 Principales*, un buen día se marchó y creó *Cadena 100* porque estaba harto de trabajar para los jóvenes y pensó que se iba a dedicar a trabajar para gente que tuviera poder adquisitivo que era la gente que tuviera 30, 40 o 50 años. Se inventó *Cadena 100* y ha funcionado de maravilla. Y un buen día pensó: “Esto no tiene futuro, me marchó, me voy a meter en Internet”. Y entonces creó una cadena digital, que se ha ido financiando con publicidad y que tiene muchísimos canales. En Cataluña están haciendo un poco lo mismo, en *Catalunya Ràdio* hay un proyecto que se llama el *icat.cat* que tiene también muchísimos canales temáticos, pero todos ellos miran a *Radio 3*. Todos pretenden crear una *Radio 3* catalana, vasca, gallega... no sé que tiene esta emisora que se mantiene, bueno, sí lo sé, lo que tiene son excelentes profesionales que han luchado contra la propia jefatura y la propia institución para mantener unos criterios. Entonces yo creo que el futuro va por aquí, por mantener unos criterios, una línea, tener una ideología (de la línea que sea) y así tener un contenido, porque la industria ha desaparecido, no se venden discos, pero sin embargo hay más música que nunca, y además de eso hay buena música, actuaciones y a la gente le gusta. Y entonces eso hay que darlo a conocer, hay que difundirlo. Por

eso la radio del futuro tiene que tener unos contenidos claros, unos objetivos, una ideología y tiene que contar con grandes profesionales para llevarla a cabo. Yo creo que hay gente por ahí haciendo cosas, y ese es el camino que yo veo.

Anexo 4:

Tabla de análisis de Excel.

Nº pieza	Titular	Fecha	Día de la semana	Sección2	Autor	Extensión	Género	Acomp. Gráfico	Nº acomp. Gráfico	Tipo acomp. Gráfico 1	Tipo acomp. Gráfico 2	Tipo acomp. Gráfico 3	Tipo de música 2	Twitter	FB	Comentarios	Categoría temática	Periódico
1	Vall d'Alba organiza dos noches de música en la VII Fiesta de la Juventud	2013-04-05	viernes	Local	Redacción	157	Noticia	No	0	No	No	No	Música electrónica	1	1	0	Certámenes	Levante
2	Una tesis alaba el 'hito' de las escuelas de música desde el XIX	2013-04-10	miércoles	Regional	Redacción	530	Noticia	No	0	No	No	No	De conservatorio	28	64	0	Política cultura	Levante
3	El Palau de la Música homenajea a Lucrecia Arana dentro del Año Benlliure	2013-04-10	miércoles	Cultura	Agencias	229	Noticia	No	0	No	No	No	Vocal	1	0	0	Conciertos	Levante
4	Julia Lezhneva: 'Canto como si la música se hubiera escrito para mí'	2013-04-11	jueves	Cultura	Redacción	426	Entrevista	No	0	No	No	No	Clásica	1	4	0	Artistas	Levante
5	Combatir el párkinson con la	2013-04-11	jueves	Sociedad	Agencias	710	Reportaje	Sí	2	Fotografía	Vídeo	No	Música en general	1	8	0	Investigación y didáctica	Levante

	música como terapia																	
5	Muere Colin Davis, 'coloso' británico de la música clásica	2013-04-15	lunes	Cultura	Agencias	702	Obituario	Sí	1	Fotografía	No	No	Clásica	0	5	0	Artistas	Levante
6	La música clásica se queda sin Sir Colin Davis	2013-04-16	martes	Cultura	Agencias	412	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	1	0	0	Artistas	Levante
7	Un concierto de música barroca para trompeta abre el Festival de Música Antigua	2013-04-16	martes	Cultura	Agencias	211	Noticia	No	0	No	No	No	Música barroca	1	2	0	Certámenes	Levante
8	Música en la Capilla	2013-04-17	miércoles	Agenda	Redacción	34	Noticia	Sí	1	No	Mapa	No	Clásica	0	0	0	Conciertos	Levante
9	Mucha música en el Palau	2013-04-21	domingo	Opinión	Redacción	483	Artículo opinión	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Certámenes	Levante
10	Chenoa llega al Palau de la Música	2013-04-23	martes	Agenda	Redacción	186	Noticia	Sí	2	Fotografía	Vídeo	No	Pop-rock	0	0	0	Conciertos	Levante
11	Twitter se pasa a la música	2013-04-24	miércoles	Tecnología	Agencias	400	Noticia	Sí	1	Fotografía	No	No	Música en general	1	0	0	Investigación y didáctica	Levante
12	El Festival de Música de Alicante desaparece y queda limitado ahora a un ciclo	2013-04-25	jueves	Cultura	Redacción	250	Noticia	No	0	No	No	No	Música en general	1	0	0	Política cultura	Levante
13	El día de la música	2013-04-26	viernes	Cultura	Redacción y	371	Noticia	No	0	No	No	No	Bandas	0	2	0	Certámenes	Levante

	valenciana rendirá homenaje a Manuel Palau				Agenci a EFE													
14	'La música nunca ha sido un trabajo estable'	2013- 04-27	sábado	Cultura	Redacc ión	442	Entrev ista	Sí	1	Foto gráf a	No	No	Pop-rock	26	19	0	Artistas	Levante
15	Los expertos creen que el futuro del negocio de la música está en el 'streaming'	2013- 04-27	sábado	Cultura	Redacc ión	227	Noticia	No	0	No	No	No	Música en general	3	3	0	Investigación y didáctica	Levante
1	Música, baile deportivo y pintura en las estaciones de Xàtiva y Colón	2013- 04-03	miércoles	Ocio	Agenci as	432	Noticia	No	0	No	No	No	Urbana	0	4	0	Certámenes	Las Provincias
2	Manu Tenorio, en acústico en el Palau de la Música	2013- 04-03	miércoles	Ocio	Redacc ión	123	Noticia	Sí	1	Foto gráf a	No	No	Pop-rock	0	4	0	Conciertos	Las Provincias
3	La Glorieta contará con música en directo de jazz, bandas y guitarra	2013- 04-03	miércoles	Local	Redacc ión	193	Noticia	Sí	1	Foto gráf a	No	No	Bandas	0	0	0	Política cultura	Las Provincias
4	La Orquesta de Valencia rinde homenaje a Verdi en el Palau de la Música	2013- 04-04	jueves	Ocio	Agenci as	294	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
5	Bellreguard	2013-	viernes	Region	Redacc	130	Noticia	No	0	No	No	No	Bandas	0	0	0	Certámenes	Las

	celebra el Mig Any dels Moros i Cristians con música, pasacalles y juegos infantiles	04-05		al	ión													Provincias
6	Homenaje a Verdi en el Palau de la Música	2013-04-05	viernes	Cultura	Redacción	41	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
7	Música coral para la iglesia de las Santas Justa y Rufina	2013-04-06	sábado	Local	Redacción	206	Noticia	No	0	No	No	No	Vocal	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
8	Ros-Marbá dirigirá la Orquesta de Valencia el 12 abril en Palau de la Música	2013-04-06	sábado	Cultura	Agencias	208	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
9	Una tesis aboga por innovar con la música	2013-04-06	sábado	Investigación	Agencias	54	Noticia	No	0	No	No	No	De conservatorio	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
10	Conservatorio de Huesca acerca el valor de la música a más de 600 escolares	2005-04-07	domingo	Cultura	Agencias	231	Noticia	No	0	No	No	No	De conservatorio	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
11	Stewart anima a Pattinson a dedicarse a la música	2013-04-07	domingo	Televisión	Agencias	57	Noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Clásica	0	0	0	Artistas	Las Provincias
12	El consumo de música	2013-04-08	lunes	Cultura	Redacción	703	Noticia	Sí	1	No	No	No	Pop-rock	0	4	0	Investigación y didáctica	Las Provincias

	sube por primera vez en 13 años																	
13	La música latina llora la muerte de la actriz y cantante Sara Montiel	2013-04-08	lunes	Cultura	Agencias	470	Noticia	No	0	No	No	No	Música latina	0	0	0	Artistas	Las Provincias
14	Escuchar música nueva gratifica al cerebro	2013-04-12	viernes	Sociedad	Agencias	209	Noticia	Sí	1	Fotografía	No	No	Música en general	1	9	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
15	El pianista Buchbinder, galardonado con la medalla del Palau de la Música	2013-04-13	sábado	Cultura	Agencias	388	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Artistas	Las Provincias
16	Literatura, música y teatro, propuestas del Gobierno de Aragón para San Jorge	2013-04-15	lunes	Mundo	Agencias	220	Noticia	No	0	No	No	No	Música regional	0	0	0	Certámenes	Las Provincias
17	Muere el director de orquesta Colin Davis, que visitó el Palau de la Música dos veces	2013-04-16	martes	Cultura	Agencias	237	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Artistas	Las Provincias
18	El ganador del concurso de música Cover tocará en la Fira de	2013-04-16	martes	Regional	Redacción	331	Noticia	No	0	No	No	No	Pop-rock	0	5	0	Concursos y premios	Las Provincias

	Gandia y recibirá 500 euros																	
19	Cómo acercar la música clásica a los niños	2013-04-16	martes	Televisión	YouTube	111	Vídeo noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Clásica	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
20	El PSOE pide que el Palacio de la Música siga siendo un centro cultural	2013-04-17	miércoles	Economía	Agencias	459	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Política cultura	Las Provincias
21	La evolución de la música, A Capela	2013-04-18	jueves	Televisión	YouTube	0	Vídeo noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Vocal	0	0	0	Artistas	Las Provincias
22	Twitter lanza su esperada aplicación de música	2013-04-18	jueves	Tecnología	Agencias	223	Noticia	Sí	1	Sí	No	No	Música en general	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
23	Colombia tomó el corazón de Times Square con flores y música de Fonseca	2013-04-18	jueves	Sociedad	Agencias	324	Noticia	No	0	No	No	No	Música latina	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
24	Preparan un festival de música en la Glorieta y un proyecto de creación de empresas	2013-04-19	viernes	Local	Redacción	400	Noticia	No	0	No	No	No	Urbana	0	0	0	Política cultura	Las Provincias
25	Estudiantes de música de Oliva viajan a Susterón	2013-04-19	viernes	Regional	Redactor	59	Noticia	No	0	No	No	No	De conservatorio	1	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
26	Duncan Dhu	2013-	sábado	Cultura	Agencia	88	Noticia	No	0	No	No	No	Pop-rock	0	0	0	Artistas	Las

	regresa a la música tras 13 años	04-20			as													Provincias
27	Más de 100.000 euros por una carta del director de música del Titanic	2013-04-20	sábado	Cultura	Agencias	378	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Artistas	Las Provincias
28	Alejandro Sanz pone de cabeza a Quito con "La música no se toca"	2013-04-20	sábado	Cultura	Agencias	401	Crónica	No	0	No	No	No	Pop-rock	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
29	Carlos Vives, "el historiador de la música colombiana" presenta nuevo disco	2013-04-21	domingo	Cultura	Agencias	576	Entrevista	No	0	No	No	No	Pop-rock	0	0	0	Artistas	Las Provincias
30	La música de Suecia y México coincide sobre el escenario de El Plata	2013-04-21	domingo	Cultura	Agencias	347	Noticia	No	0	No	No	No	Música latina	0	0	0	Certámenes	Las Provincias
31	La última novela de Murakami dispara la venta de música clásica en Japón	2013-04-21	domingo	Cultura	Agencias	410	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
32	Música en la calle y danza enriquecen la agenda	2013-04-23	martes	Local	Redacción	515	Noticia	No	0	No	No	No	Flamenco	0	0	0	Política cultura	Las Provincias

	cultural del fin de semana																	
33	La música urbana llega a Valdemoro con el festival Planet Babylon WUM	2013-04-23	martes	Cultura	Agencias	209	Noticia	No	0	No	No	No	Urbana	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
34	Música, poesía, teatro y exposiciones en la Semana Cultural Roquette de Benifaíó	2013-04-23	martes	Regional	Redacción	424	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Certámenes	Las Provincias
35	Las asociaciones de música rechazan la Lomce	2013-04-24	miércoles	Sociedad	Redacción	235	Noticia	No	0	No	No	No	Música en general	1	4	0	Política cultura	Las Provincias
36	Acusadas de blasfemia por rezar con música pop	2013-04-24	miércoles	Sociedad	YouTube	0	Vídeo noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Pop-rock	0	0	0	Política cultura	Las Provincias
37	Acusan a cinco niñas de blasfemia por rezar con música pop	2013-04-24	miércoles	Mundo	Agencias	292	Noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Pop-rock	7	0	1	Política cultura	Las Provincias
38	El Palau se rinde a la música rusa con la Orquesta de Valencia y Sol Gabetta	2013-04-25	jueves	Cultura	Redacción	202	Noticia	Sí	1	Fotografía	No	No	Clásica	3	0	0	Conciertos	Las Provincias
39	Estrellas de	2013-	jueves	Cultura	Agencias	319	Crónica	No	0	No	No	No	Música latina	0	0	0	Conciertos	Las

	música y TV latina deslumbran en la alfombra roja de los Billboard	04-25			as		a											Provincias
40	Música, tapas y espectáculos ecuestres en la Feria Andaluza	2013-04-26	viernes	Local	Redacción	186	Noticia	Sí	1	Fotografía	No	No	Flamenco	3	0	0	Certámenes	Las Provincias
41	El día de la música valenciana rendirá homenaje al compositor Manuel Palau	2013-04-26	viernes	Cultural	Agencias	272	Noticia	No	0	No	No	No	Bandas	0	0	0	Certámenes	Las Provincias
42	I Campus de Música y Danza en inglés	2013-04-26	viernes	Regional	Redacción	73	Noticia	No	0	No	No	No	De conservatorio	1	0	0	Certámenes	Las Provincias
43	Anna acoge un festival de música electrónica solidario para recoger alimentos	2013-04-26	viernes	Regional	Redacción	323	Noticia	Sí	1	Fotografía	No	No	Música electrónica	19	26	0	Conciertos	Las Provincias
44	Música en homenaje a los mayores	2013-04-26	viernes	Regional	Redacción	88	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	1	Conciertos	Las Provincias
45	Alzira convoca la segunda edición del concurso "Música por la igualdad"	2013-04-27	sábado	Regional	Redacción	169	Noticia	No	0	No	No	No	Urbana	0	0	0	Política cultura	Las Provincias

46	La organización suspende los conciertos "Con la música en la calle"	2013-04-27	sábado	Local	Redacción	44	Noticia	No	0	No	No	No	Urbana	0	0	0	Conciertos	Las Provincias
47	Música de Tórtel y El Hijo para Keaton	2013-04-28	domingo	Ocio	Redacción	63	Noticia	No	0	No	No	No	Pop-rock	0	0	0	Artistas	Las Provincias
48	Conciertos en Alicante, Castellón y Valencia en Día de la Música Valenciana	2013-04-28	domingo	Cultura	Agencias	191	Noticia	No	0	No	No	No	Clásica	0	0	0	Política cultura	Las Provincias
49	Nace ?Radio Underground ?, primera emisora de radio de música underground que se escucha en el metro	2013-04-29	lunes	Televisión	Radio Underground	103	Noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Pop-rock	0	0	0	Investigación y didáctica	Las Provincias
50	La Generalitat con las bandas de música	2013-04-30	martes	Televisión	Generalitat valenciana	7	Noticia	Sí	1	Vídeo	No	No	Bandas	3	1	0	Política cultura	Las Provincias