



Universidad de Valladolid

CURSO 2013-2014

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Programas musicales en radio y televisión
en España. Análisis del programa *Un
lugar llamado mundo* en Europa FM y
Canal +**

Alumno: Alberto Salazar Peso

**Tutoras:
Salomé Berrocal Gonzalo
María Monjas Eleta**

Convocatoria: Primera

Agradecimientos

A mis tutoras, en especial a María Monjas, por toda su atención y ayuda a lo largo de los meses en los que he realizado este trabajo.

A mis padres, por apoyarme desde el principio en mi deseo de estudiar la carrera de Periodismo.

A todas las personas que me han acompañado durante estos cuatro años de carrera, en especial a aquellos que seguirán formando parte de mi vida en el futuro.

A mi abuelo, responsable de gran parte de lo que soy.

Índice de contenidos

Introducción.....	4
Objetivos de la investigación.....	4
Hipótesis de la investigación.....	5
Metodología de trabajo.....	7
Estructura.....	11
1. La música en los medios audiovisuales.....	12
1.1 Características del medio radiofónico.....	13
1.2 Características del medio televisivo.....	16
1.3 La música en la radio española.....	18
1.4 La música en la televisión española.....	23
1.5 El magazine o programa de variedades en radio y televisión.....	27
2. Análisis del proyecto <i>Un lugar llamado mundo</i>	33
2.1 Análisis del programa <i>Un lugar llamado mundo</i> en Europa FM (radio).....	35
2.2 Análisis del programa <i>Un lugar llamado mundo</i> en Canal + (televisión).....	42
2.3 Comparativa entre ambos formatos.....	48
3. Conclusiones.....	51
4. Bibliografía.....	53
5. Anexos.....	57
I. Minutado de cuatro programas de <i>Un lugar llamado mundo</i>	57
II. Fichas de análisis de cuatro programas de <i>Un lugar llamado mundo</i>	74
III. Contacto con las empresas S,C,P,F y San Miguel.....	81

Introducción

Este trabajo nace promovido por el interés personal en la música y más concretamente en el periodismo musical. Desde hace varios años soy lector asiduo de diversas revistas y páginas web musicales (Rolling Stone, Mondosonoro, Efe Eme, ROCKDELUX...) e indudablemente uno de los motivos por los cuales decidí estudiar la carrera de Periodismo fue por mi interés en este tipo de publicaciones, así como lo que me ha llevado a colaborar en los últimos años en la elaboración de artículos, crónicas y entrevistas para webs culturales, como Revista OffTopic¹.

Por otra parte, en septiembre de 2013 conocí el programa *Un lugar llamado mundo*, primero en su versión radiofónica y después en la televisiva. La calidad de los espacios unida a su originalidad, como el hecho de que coexistan dos programas con el mismo nombre y presentador en medios de comunicación diferentes, hizo que me plantease la idea de desarrollar una comparativa que, extrapolándola de este caso concreto al tratamiento de la música a nivel general, permitiese comprobar algunas de las diferencias más notables a este respecto entre el medio radiofónico y el televisivo.

Por último, quiero añadir que en la decisión de abordar el tratamiento musical en radio y televisión también ha influido la novedad del tema, dado que la bibliografía existente es muy limitada y no tengo conocimiento de trabajos anteriores al presente que tengan un objeto de investigación similar.

Objetivos de la investigación

Los objetivos a lograr con la realización de este trabajo son los siguientes:

En primer lugar, se tratará de discernir y señalar las diferencias, si es que las hubiese, en el tratamiento de la música que llevan a cabo los programas de radio y de televisión españoles. Las propias características de cada uno de los medios benefician determinados enfoques y formas de comunicación, y con la realización de este trabajo se buscará resaltar tanto los puntos comunes como las principales divergencias, basándonos en el análisis del programa *Un lugar llamado mundo*, tanto en su versión radiofónica como en la televisiva.

¹ Disponibles en: <http://revistaofftopic.com/author/asalazar/>

En segundo lugar, se buscará conocer la cantidad de tiempo que se dedica en radio y en televisión a la emisión de música en los programas de tipo musical. En este tipo de espacios, además de actuaciones musicales y reproducciones de videoclips y de cortes de canciones introducen otras secciones, como entrevistas, concursos, interactividad con el público a través de llamadas telefónicas o vídeos... De manera que con el presente trabajo se estudiará y comparará el tiempo empleado en ambos medios de comunicación para la exposición de música, de cara a concluir qué medio le da más cabida a lo estrictamente musical.

En tercer lugar, se investigará el empleo de la interactividad con el público en los programas musicales de radio y televisión. Las nuevas tecnologías y modos de consumo han propiciado la necesidad de los medios de comunicación de favorecer la interactividad con sus seguidores, lo que se lleva a cabo principalmente a través de redes sociales, como *Twitter* y *Facebook*. Por tanto, en este trabajo también se buscará analizar el papel que los medios dan a esta función a través del análisis de sus perfiles en las redes sociales ya nombradas.

Por último, con este trabajo también se aspira a determinar el papel que tienen los grandes éxitos comerciales en los programas musicales de radio y televisión en España. La industria discográfica ha tenido presente desde hace décadas la importancia que tiene que un determinado artista tenga repercusión en los medios tradicionales, de modo que las discográficas han tratado de fomentar sus apariciones mediáticas así como la reproducción de sus temas en las radios especializadas. En este trabajo se pretende a su vez averiguar qué artistas y canciones se emiten mayoritariamente en el programa *Un lugar llamado mundo* y si estos se encuentran en las listas de éxitos musicales internacionales y nacionales de cara a comprender si este espacio sigue la dinámica comercial fomentada por la industria musical o no se rige por los patrones habituales.

Hipótesis de la investigación

La hipótesis principal de este trabajo es que existen diferencias en el tratamiento de la música en España en función de cuál sea el medio de comunicación en el que se lleva a cabo, concretamente en radio y en televisión, y que estas diferencias se podrán

encontrar en el programa *Un lugar llamado mundo*, ya que cuenta con un espacio en ambos medios.

Esta hipótesis principal se apoya en otras tres hipótesis derivadas o subhipótesis.

La primera predice que la radio, por las características propias del medio, como la credibilidad o la unisensorialidad, favorece más la interactividad del medio con el público que la televisión en los programas musicales y que, por tanto, en la versión radiada de *Un lugar llamado mundo* se dará más peso a la interacción con los seguidores que en el televisivo.

La segunda hipótesis derivada pronostica que el tiempo destinado en los programas musicales radiofónicos a las actuaciones en directo y a la reproducción de cortes musicales será mayor que el que se otorga en los programas del mismo tipo en televisión, ya que se considera que la música en televisión tiende a bajar la audiencia. Por tanto, esta subhipótesis prevé que en la versión televisiva de *Un lugar llamado mundo* se dé mayor peso a otro tipo de contenidos, como entrevistas o reportajes audiovisuales, por encima de las actuaciones y grabaciones de música, que tendrán mayor peso en el programa radiofónico.

La tercera y última subhipótesis considera que en el programa *Un lugar llamado mundo*, tanto en radio como en televisión, la mayor parte de las canciones que se emiten no se encuentran en las listas de éxitos, debido al carácter independiente con el que nació el espacio. Este deseo de separación de la música más comercial queda reflejado en sus propios textos promocionales²:

En definitiva, “*Un lugar llamado mundo*” es un punto de encuentro, una fusión de estilos e intercambio de experiencias entre los artistas participantes y todos los que disfrutan de la buena música, sin diferenciar por procedencia, ritmo, estilo o instrumento, porque todos somos iguales en “*Un lugar llamado mundo*”.

² Disponible en: <http://www.canalplus.es/unlugarllamadomundo/que-es-ullm/>

Metodología

Para la realización del presente trabajo se ha seleccionado como metodología el modelo de investigación del análisis de contenido. De acuerdo con la definición de Wimmer y Dominick “es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa con la finalidad de medir determinadas variables” (1996: 170). Uno de los aspectos que han llevado a escoger este modelo en la presente investigación es que permite identificar una gran cantidad de variables de todo tipo, lo que resulta óptimo para el presente trabajo, al tener que realizar una comparativa entre dos programas de dos medios de comunicación diferentes.

De acuerdo con Berelson, citado en López (2002), el análisis de contenido es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación. Por ello, en el presente trabajo se va a emplear el análisis de contenido para estudiar dos programas de radio y dos de televisión, con la meta de obtener datos objetivos y cuantificables que permitan realizar una comparativa adecuada: duración de los programas, número de secciones, cantidad de entrevistas que se realizan en cada programa, cantidad de canciones emitidas y número de canciones que, en el momento de aparecer en el programa, formaban parte de alguna de las listas de éxitos musicales más importantes del mundo.

Para estudiar este último punto hemos escogido cuatro listas: la *Billboard Hot 100* (EEUU), la *UK Singles Chart* (Reino Unido), la de los 40 Principales (España) y el Argentina Top 100 (Argentina). El motivo de la elección de estas listas es que recogen dos de las industrias musicales punteras a nivel internacional, la británica y la estadounidense, además de la nacional, relevante porque el proyecto analizado es español, y la que es más representativa en Sudamérica. A partir de la cuantificación y análisis de estos y otros datos, que se han recogido en fichas y que se encuentran en los anexos, se ha buscado determinar si existen diferencias en el tratamiento de la música en la radio y la televisión.

Con el análisis de contenido se puede analizar a su vez otros de los objetivos del presente trabajo, como la cantidad de tiempo que dedica cada uno de los medios a la emisión de música, tanto grabada como en directo, la interacción que se lleva a cabo en estos programas con el público o el tipo de música que predomina en estos espacios.

Se ha decidido que los programas a analizar sean el primero de cada uno de los formatos, el último de la edición televisiva y aquel más cercano a la fecha de la emisión de este último en radio. El motivo de esta selección es que, a la hora de emplear la ficha de análisis con estos espacios, se pueda observar la evolución que se ha producido en los mismos en un periodo de tiempo semejante. Pese a ello, hay que añadir que para la realización del presente trabajo se han visualizado y escuchado más de una veintena de programas entre radio y televisión, pero para poder acotar la investigación sobre el tratamiento de la música en estos espacios se ha decidido analizar las variables escogidas en cuatro de estos programas.

El soporte a analizar en la presente investigación ha sido doble; se ha escogido la radio y la televisión, a pesar de que la música es también tratada por otros medios de comunicación, como la prensa o internet, un aspecto al que se hace referencia en la introducción del trabajo.

El motivo de haber seleccionado *Un lugar llamado mundo* como espacio a analizar es, en primer lugar, que se trata de un programa de reciente creación en el momento de entrega de este trabajo, ya que nació en junio del año 2013. A su vez es un proyecto novedoso en cuanto a formato, ya que no existen referencias en nuestro país de un programa musical que se emitiera al mismo tiempo en radio y en televisión con el mismo nombre y presentador. Otro aspecto que ha sido relevante en la decisión es la garantía de calidad con la que parte el espacio por la presencia de personas de renombre en sus respectivos campos, como el compositor y productor Javier Limón, conductor de *Un lugar llamado mundo* tanto en Canal + como en Europa FM, el periodista Toni Garrido, quien ha trabajado a lo largo de su carrera en distintos programas y emisoras musicales, como Los 40 Principales o M80 Radio o David Trueba, reconocido director y guionista que en 2014 ha obtenido tres premios Goya (Mejor guion original, Mejor dirección y Mejor película) por *Vivir es fácil con los ojos cerrados*.

El tipo de muestreo elegido para la realización de esta investigación es un muestreo no probabilístico de casos extremos, ya que hemos seleccionado los casos que se encuentran en los extremos temporales, es decir, los primeros y los últimos programas de la temporada.

El trabajo de campo se desarrolló en el primer semestre del año 2014, a lo largo de varias fases. La primera consistió en el visionado y escucha de cerca de una veintena de programas del proyecto *Un lugar llamado mundo*, tanto en su versión radiofónica como en la televisiva, alojados en las plataformas *Ivoox*, en el caso de los de radio y *YouTube*, en donde se encuentran tanto los programas radiofónicos como los televisivos. La segunda fase consistió en la realización de un minutado exhaustivo de cuatro de estos programas, que está recogida en los anexos del presente trabajo. En tercer lugar se procedió a aplicar la ficha de análisis a los programas seleccionados, y la cuarta fase consistió en la interpretación de los resultados y la elaboración de las conclusiones pertinentes. Es preciso indicar que, debido a que el programa de radio tiene una duración mayor que el de televisión, se ha decidido que en la ficha de análisis se indiquen tanto datos numéricos como porcentajes en aquellos aspectos referidos al tiempo, de cara a que la posterior comparativa sea lo más clara posible.

La mayor parte del material bibliográfico que se ha empleado para elaborar esta investigación se ha obtenido de la Biblioteca de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid y de la Biblioteca de La Rioja. El motivo de la elección de estas dos bibliotecas fue la presencia en sus catálogos de una variada selección de libros de temática relacionada con el presente trabajo.

Asimismo, se procedió a contactar, a través del correo electrónico, con la agencia publicitaria S,C, P, F, responsable de la campaña publicitaria *Un lugar llamado mundo*, con el objetivo de obtener más información sobre la misma. Tras enviar dos correos a esta compañía, a fecha de entrega de este trabajo todavía no se ha recibido respuesta a los mismos. Por otro lado, también se contactó con la empresa cervecera San Miguel en fechas similares y a través del correo electrónico, con el objetivo de que se nos proporcionasen nuevos datos al respecto del proyecto musical. En este caso sí que recibimos respuesta de la compañía, aunque se nos remitió un texto de corte promocional, del que se han rescatado algunos datos y declaraciones para la realización del presente trabajo.

Para aplicar el análisis de contenido a la presente investigación se ha procedido a realizar la siguiente ficha de análisis, que se aplicará a los cuatro espacios seleccionados con el objetivo de obtener los datos óptimos para realizar una interpretación adecuada de los mismos.

Tabla 2. Ficha de análisis del tratamiento de la música en un programa determinado

	Datos	Porcentaje
I. Datos Generales		
Formato del programa		
Fecha de emisión		
Lugar de grabación		
Duración del programa		
II. Rasgos formales		
Número de secciones del programa		
Número de entrevistas realizadas		
Número de actuaciones emitidas		
Número de canciones grabadas emitidas		
III. Contenido		
Tiempo dedicado a la música en directo		
Tiempo dedicado a la música grabada		
Número de canciones que se interpretaron en directo en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas		
Número de canciones grabadas que se emitieron en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas		
Tiempo dedicado a la interacción con los oyentes/televidentes		

**Tiempo dedicado a las entrevistas
con músicos**

**Tiempo dedicado a las entrevistas
con otro tipo de profesionales**

Fuente: elaboración propia.

Estructura

La presente investigación se ha dividido en dos apartados, el primero de ellos centrado en la contextualización teórica y el segundo, de tipo práctico, basado en el estudio del programa *Un lugar llamado mundo* mediante la aplicación de una ficha de análisis.

El primer apartado, titulado “La música en los medios audiovisuales” constituye la base teórica de la investigación. Partiendo de una pequeña aproximación a la situación actual de la música, se abordarán en primer lugar las características más relevantes del medio radiofónico y del televisivo para, posteriormente, hacer un repaso histórico al papel que ha tenido la música en estos dos medios de comunicación, de forma separada. Por último se relacionarán los programas que se van a analizar en este trabajo con el magazine o programa de variedades, comparando las características propias de este formato con las de los programas de radio y televisión de *Un lugar llamado mundo*.

El segundo y último capítulo, que lleva por título “Análisis del proyecto *Un lugar llamado mundo*” pretende dar a conocer todo aquello que rodea a los programas que se han elegido para analizar en el presente trabajo. Por ello se parte de una explicación de cómo surge la iniciativa *Un lugar llamado mundo*, pasando por su evolución y por el nacimiento de los programas radiofónicos y televisivos. Posteriormente analizarán por separado dos programas de cada medio aplicando las fichas de análisis e incluyendo tablas comparativas y por último se llevará a cabo una comparativa con los resultados obtenidos de ambos espacios, que se completará con la elaboración de gráficos que faciliten la interpretación de los datos.

1. La música en los medios audiovisuales

La música ha acompañado al ser humano casi desde el comienzo de su existencia y a lo largo de la historia ha tenido una relevancia indiscutible en el mundo de las artes. Sin embargo, como indica Miguel de Aguilera (2008), nunca antes había estado tan presente en el día a día de las personas como en la actualidad, tanto por el fuerte interés del público por disfrutarla y practicarla como por la facilidad para acceder a ella a través de los distintos medios disponibles para su consumo. Junto a los sistemas tradicionales, las nuevas tecnologías han propiciado cambios notables en la forma de acceder a la música; hoy en día, cualquier persona puede reproducir al instante la canción que desee y en cualquier lugar, a través de un ordenador o un teléfono móvil con conexión a Internet.

Prueba del impacto de las nuevas tecnologías en el consumo musical son las cifras del informe anual de la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI), que indica que el consumo de música digital constituyó en 2013 un 39 por ciento del total de los ingresos discográficos mundiales, lo que supuso un aumento de un 4,3 por ciento con respecto al año anterior. Esta publicación aporta otros datos que ayudan a comprender la situación actual del mercado musical, como el descenso del volumen de negocio de la música grabada de un 3,9 por ciento con respecto al año 2012, un apunte que recoge las ventas tanto en soporte físico como en digital. Esta caída se ha visto compensada con el aumento de un 51,3 por ciento de los ingresos por *streaming* o consumo de música en Internet sin que se produzca descarga de archivos, un mercado que ya supone unos ingresos anuales de más de mil millones de dólares, en su mayoría obtenidos a través de los pagos por suscripción y de la inserción de publicidad.

Los medios de comunicación no han quedado al margen de esta evolución tecnológica y social y su trabajo ha tenido que adaptarse a estos cambios, propiciando la aparición de nuevos modos de comunicar y de ofrecer música. La interactividad entre medios y público ha sido uno de los aspectos que más ha aumentado con el paso de los años, como consecuencia de esta nueva forma de consumir música nacida a la luz de las tecnologías actuales. De acuerdo con la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España del Ministerio de Cultura (2011), la radio sigue siendo el medio más empleado para escuchar música (80,7%), aunque cada vez es más importante el sector de la población que lo hace a través del ordenador y del móvil (32,6%). Por ello, los medios audiovisuales han tenido que evolucionar hacia una mayor conexión con el público, más

cercana a las nuevas tecnologías. Ya es un hábito que los programas musicales consulten a los oyentes a través de las redes sociales sobre qué canciones quieren escuchar o cuál es su opinión de un determinado tema, para poder forjar una mayor relación que la de la mera reproducción de cortes musicales.

Este trabajo, además de repasar la historia del tratamiento de la música en los medios audiovisuales españoles, busca señalar las diferencias que existen entre la forma de comunicar y de ofrecer música en radio y en televisión. Para este propósito, se ha seleccionado el programa *Un lugar llamado mundo*, debido a sus particulares características. Nacido en verano de 2013, se ha convertido desde el principio en un *rara avis* en la programación musical española, al ofrecer un espacio en radio y televisión para la música y para los músicos, espacio que con los años había ido perdiendo en la parrilla televisiva y radiofónica de nuestro país en favor de otro tipo de contenidos, como podrá verse en los siguientes apartados de este trabajo.

1.1 Características del medio radiofónico

Son diversos los autores que han realizado estudios en torno a las características del medio radiofónico. Siguiendo a algunos de ellos (Muñoz y Gil,1986; McLuhan, 1964; Dominguez, 2013), podemos concretar que las principales características con las que cuenta la radio son:

- Instantaneidad
- Fugacidad
- Alcance
- Medio unisensorial
- Credibilidad
- Bajo coste económico
- Medio Caliente

La velocidad de transmisión y recepción de un mensaje por medio de las ondas radiofónicas es mayor en la radio que la de los otros dos medios de comunicación tradicionales e incluso la comunicación puede llegar a ser simultánea. Esta característica ha dado al medio radiofónico un papel clave en momentos de gravedad. Muñoz y Gil consideran que la radio “es el medio de comunicación y expresión plural (público, colectivo o de masas) más importante en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes, como terremotos e inundaciones, en tesisuras tan dispares como una guerra o un apagón generalizado de una ciudad, la radio sirve para informar de la situación, mantener la alerta y difundir normas e instrucciones necesarias para la población” (1986:13).

Una característica derivada de la instantaneidad de la transmisión y recepción del mensaje radiofónico es la fugacidad del mismo. Al igual que en el caso del medio televisivo, el mensaje en radio dura el tiempo que permanece en antena. A pesar de que las nuevas tecnologías permiten poder escuchar un programa radiofónico en el momento que se desee, la radio tradicional se caracteriza por la difusión instantánea del mensaje, por lo que exige por parte del oyente un mayor interés por captar el contenido que en el caso de la prensa y a su vez obliga al medio a elaborar un tipo de contenidos que sean fácilmente entendibles por el público.

De acuerdo con un comunicado emitido por la UNESCO en el año 2013, la radio es el medio con mayor alcance en todo el mundo.

“La radio llega a más del 95% de la población mundial, que ha superado los 7.000 millones de personas. Los menores de 30 años representan más de la mitad de este número. A la luz de estas cifras, los radiodifusores deberían ceder ante la evidencia y comenzar a transmitir más programas por y para los jóvenes”.

En relación con estos datos, la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) explicó en un informe³ del año 2010 que en torno a un 75 por ciento de los hogares de países en vías de desarrollo cuentan con un aparato de radio.

³ Disponible en: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_10/material/WTDR2010_Target8_e.pdf

Por otro lado y a diferencia de la televisión, en la cual se combina audio y vídeo, la radio sólo se percibe a través del sentido auditivo, lo que hace que sean la palabra y el sonido los únicos materiales disponibles para comunicar a través de este medio.

Siguiendo a Muñoz y Gil (1986), la credibilidad de la que goza la radio es mayor que la de otros medios e instituciones. Así lo reafirma el estudio *Pulso de España 2010*, publicado por Metroscopia, que tras realizar encuestas sobre la credibilidad que le merecían a los ciudadanos españoles un total de 28 instituciones y grupos sociales, el medio radiofónico quedó en tercer lugar, en un puesto semejante a las fuerzas policiales y a la Seguridad Social y sólo por detrás de científicos e Universidad. Para los dos autores anteriormente citados, la clave de este hecho radica en la proximidad psicológica que ofrece la radio, al envolver el mensaje en unas condiciones acústicas y ambientales muy similares a las de la conversación persona a persona.

A lo anterior se añade que la radio es un medio de comunicación que, en comparación con la prensa y la televisión, no requiere realizar grandes desembolsos económicos para la producción y emisión de material. Así lo confirma la UNESCO en su página web⁴, afirmando lo siguiente: “Hoy en día es posible montar una modesta emisora de frecuencia modulada de cuarenta vatios por menos de 4.000 o 5.000 dólares estadounidenses”. Además, por norma general los receptores radiofónicos tienen un precio bajo para los ciudadanos, por lo que el coste económico es reducido en ambos casos.

Otro aspecto a tener en cuenta de la radio es su concepción como medio caliente. Marshall McLuhan en “*Understanding Media: The Extensions of Man*” (1964) propuso una diferenciación entre medios calientes y fríos, basada en la participación que debe tener el receptor en el proceso de comunicación. Así, los medios fríos son aquellos que exigen una alta participación de los sentidos, dado que sus mensajes tienen que ser interpretados o completados por el público. Por el contrario, los medios calientes son aquellos en los que el receptor no necesita participar tanto en la recepción del mensaje, dado que se aporta gran cantidad de información. En esta clasificación la radio sobresale como medio caliente, dado que, a pesar de que sólo transmite mensajes de forma sonora, provee de información abundante y fácilmente asumible al oyente. Siguiendo a

4. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-radio-day-2012/statistics-on-radio/>

Domínguez (2013): “Aunque es un medio ciego, la radio puede estimular la imaginación, de forma que en cuanto la voz sale del altavoz, el oyente intenta visualizar lo que oye, y crear en su mente al autor de la voz”.

1.2 Características del medio televisivo

Al igual que en el caso de la radio, la televisión cuenta con unas características propias que han sido estudiadas en el campo de la comunicación. En el presente trabajo destacamos las siguientes:

- Medio de masa
- Simplicidad
- Medio plurisensorial
- Altos costes
- Medio frío

Pese a que no alcanza los niveles del medio radiofónico la televisión tiene un gran alcance, especialmente en los países desarrollados. Un informe de Barlovento Comunicación de abril de 2014 determina que el consumo medio de televisión en España por persona y día es de 237 minutos, lo que supone un descenso de 14 minutos con respecto al mismo mes del año anterior.

Una de las consecuencias del gran número de espectadores de la televisión es que los contenidos y el lenguaje empleado deben ser fáciles de comprender por el público medio, con el objetivo de llegar al mayor número de personas posible. Ofrece mensajes que, de la misma manera que en el medio radiofónico, no tienen doble lectura, sino que se caracterizan por su fugacidad. Por ello la comunicación televisiva debe gozar de simplicidad, para que los receptores asimilen a la primera el mensaje.

Por otro lado, el televisivo es el único de los medios de comunicación tradicionales que cuenta con la posibilidad de ofrecer imágenes en movimiento. Esto le hace, por otro lado, esclavo de la imagen, dado que para poder ofrecer informaciones completas

necesita poseer las imágenes del acontecimiento, a diferencia de la radio, que no requiere la existencia de material visual para comunicar.

Otra de sus características principales es que en televisión tanto la generación de contenidos como su recepción exigen un desembolso muy considerable. Al igual que el medio radiofónico se caracteriza por su inmediatez, pero al tratarse de un medio que debe ofrecer imágenes ello implica el empleo de un equipo mucho más numeroso y costoso, que incluye cámaras, reporteros, iluminadores...

Para los anunciantes, insertar publicidad en una cadena televisiva también supone un desembolso considerable. De acuerdo con un reportaje de la revista *Vayatele* del año 2010⁵, el precio de un minuto en la televisión generalista española oscilaría entre los 2.100 y los 76.000 euros, en función de la cadena, del día, de la franja horaria y del programa que se esté emitiendo en ese momento.

En el caso del público, el precio de los televisores se ha ido abaratando con el paso de los años, pero siguen suponiendo un coste muy considerable y enormemente superior al de un aparato de radio.

Por último, hay que añadir que dentro de la clasificación de McLuhan (1964), la televisión se incluye dentro del grupo de medios fríos. El motivo principal es que el medio televisivo no ofrece una información tan detallada como el radiofónico, por lo que motiva la participación del público, quien pasa a ocupar una actitud muy activa dentro del proceso comunicativo. Otro de los rasgos que convierte al medio televisivo en un medio frío es que involucra a más de un sentido en la percepción del mensaje, mientras que los cálidos tienden a ser recibidos de forma pasiva por el receptor. Para McLuhan la televisión es una prolongación del sentido del tacto, ya que entiende que la participación del público va más allá que el mero sentido de la vista.

Las características del medio radiofónico y televisivo determinan en gran parte el tratamiento de sus contenidos, y en el presente trabajo estudiaremos de qué manera influyen en el caso de la divulgación musical, a través del análisis del programa *Un lugar llamado mundo*.

5 Disponible en: <http://www.vayatele.com/publicidad/cuanto-cuesta-un-anuncio-de-tv-en-espana-actualmente>

1.3 La música en la radio española

La música en el medio radiofónico comenzó a emplearse en España desde sus primeras emisiones. Así, de acuerdo con Luis Miguel Pedrero (2000), Radio Barcelona, una de las primeras radios con retransmisiones estables en España, radió en directo un concierto del Cuarteto Casal el 14 de diciembre de 1924, tan sólo un mes más tarde de empezar a emitir. En esta primera época, no son pocas las retransmisiones de eventos musicales, aunque por encima de todo destaca el empleo de las orquestas; algunas alcanzaron gran fama, como Casablanca o la de Indalecio Cisneros.

La mejora en los años posteriores de la calidad de grabación y reproducción permite a las emisoras seleccionar entre una gran variedad de música. Como consecuencia de ello, se comienza a dar paso a la participación de los oyentes. Ejemplo de ello es el hecho de que ya en 1931 Unión Radio empiece a emitir en la parrilla de sobremesa los discos escogidos por la Unión de Radioyentes. En los años cuarenta se da un fuerte impulso a las emisiones musicales; géneros como el jazz, la ópera o el flamenco tienen cabida en todas las franjas horarias. En los cincuenta se popularizan los programas-espectáculo, en los que la música se funde con concursos, novelas... Programas como *Así canta América*, de la Cadena SER o *En busca de una vedette*, de Radio Madrid alcanzan un fuerte éxito y permiten dar a conocer a nuevos grupos musicales.

A comienzos de los años sesenta, el estallido del *rock and roll* en Estados Unidos apenas tiene repercusión en las emisoras españolas. Se da prioridad, por el contrario, al flamenco, los boleros o las rancheras. En un estudio sobre la programación del medio, un autor sostuvo que “los subgéneros de más éxito aparecieron en la radio española en los años 60 directamente copiados de los modelos sudamericanos, pasado a su vez por el filtro estadounidense” (Martí, 1990:39). El posterior cambio musical tiene un protagonista destacado: el programa *Discomanía*, presentado por Raúl Matas en la Cadena SER. Tras su éxito en países como Chile, Argentina, Perú, y Nueva York, el programa de Matas aterriza en España y rompe con la tradición de la radio musical del momento, al ofrecer un estilo ameno y espontáneo, muy cercano al público joven y que posteriormente será imitado por otros programas de éxito como *Escala de la mata*, *Discomoder* o *Nosotros los jóvenes* (Pedrero, 2000). Desde estos espacios se dan a conocer artistas nacionales como Raphael o el Dúo Dinámico, mezclados con grabaciones de artistas internacionales como Frank Sinatra o Ray Charles.

Otro hito destacable en la historia de la música en la radio nacional fue el nacimiento en 1960 de Radio Peninsular, gestada por Radio Nacional de España y que apostó fuertemente por la música en sus ocho emisoras. En ella se inician profesionales como José Luis Uribarri, José Ramón Pardo o Ángel Álvarez. Este último tuvo que sacar adelante al mismo tiempo el programa *Caravana Musical* en La Voz de Madrid, un proyecto que se convirtió rápidamente en un éxito entre el público joven por su apuesta por la música popular, en especial por la extranjera. La fama del programa fue tal que, de acuerdo con Álvarez, “la emisora instalada en una casa señorial del Barrio de Salamanca, cerca de Serrano, se llenaba de chavalas quinceañeras que me animaban a seguir empujando mi carreta” (2000:30). La *Caravana* se emitió con variaciones de periodicidad hasta 1981, aunque la carrera de Álvarez se repartió en otros espacios musicales, como *Vuelo 605* y *Festival del mundo* en Radio Peninsular, o *Torre de Manhattan* (renombrada como *Alta Fidelidad*), *Los clásicos de la música ligera* e *Imagen de un famoso* en RNE, así como otros programas menores. Continuó con *Vuelo 605* hasta dos meses antes de su fallecimiento, en agosto de 2004.

De esa época también es necesario destacar otro gran pilar de la historia de la radio musical española: *El Gran Musical*, presentado por Tomás Martín Blanco. Como tantos otros, buscó un equilibrio entre la difusión de los éxitos internacionales y la promoción de nuevos talentos españoles, aunque en su caso hay que destacar la fuerte influencia que tuvo sobre la industria musical que se iba forjando en España; no en vano, artistas de la talla de Joan Manuel Serrat o Víctor Manuel firmaron sus primeros contratos con casas de discos tras actuar en el programa.

Desde 1965 se comienzan a radiar listas de éxitos musicales, tomando como referencia las ventas de discos y algunas publicaciones internacionales de renombre (Billboard, NME...). Con ellas surgen programas como *El verano, la música y Terry*, en Cadena SER. A finales de los sesenta, José María Íñigo presenta *El músico*, un programa centrado en las novedades del mercado. La música pop brilla por encima del resto en la radio española y seguirá este camino en los setenta.

La apertura de la frecuencia modulada (FM) da a su vez un fuerte impulso a la apuesta por contenidos musicales. Como explica Pedrero (2000), se conciben, en un principio, como canales secundarios y se ofrecen programas como *Música variada* o retransmisiones de conciertos y óperas. La apuesta por la música popular llega en 1966

con el nacimiento de *Los 40 principales*. De acuerdo con Fouce, esta emisora fue la primera en España “con una programación exclusivamente centrada en la música pop, imitando el modelo del *Top Forty* estadounidense” (2005:86). Dirigida por Rafael Revert, resultó un todo un éxito en la época, especialmente por su fórmula para conseguir la participación del público, basada en determinar, en función de las votaciones telefónicas, la lista de canciones a emitir. Otras emisoras menores, como Onda 2 FM o Radio Popular FM, pasan a ofrecer alternativas similares, como *Explosión 68* o *Musicolandia*, programa conducido por Vicente “Mariscal” Romero.

De esta etapa anterior, no hay que obviar la importancia de la férrea censura que llevó a cabo el régimen de Francisco Franco en las artes, incluida la música. Este control era llevado a los casos más extremos, como explica el periodista Diego Alfredo Manrique en uno de sus artículos:

“La censura tenía poder. En 1972 era capaz de obligar a los Rolling Stones a preparar una portada alternativa para el primer elepé del grupo en su propio sello, *Sticky Fingers* (literalmente, *Dedos pegajosos*). La prevista, obra de Andy Warhol, ofrecía una foto del pantalón vaquero de Joe Dallesandro, con la particularidad de que la cremallera se podía bajar y se veían los calzoncillos del actor. Para España se utilizó una imagen de unos dedos que salían de una lata de melaza. Inevitablemente, la edición española (...) se convertiría en objeto de deseo para coleccionistas del mundo entero” (Manrique, 2013: 302).

Las últimas coletadas del régimen franquista y la llegada de la democracia, a nivel musical, están marcadas por el surgimiento de “La Movida”, así como por el fin de la censura estatal. Onda 2 tuvo un gran peso en la promoción de los nuevos grupos que emergen con fuerza, como Nacha Pop, Mamá, Tequila... Es entonces, en 1979, cuando Radio 3, hasta entonces el programa de madrugada de RNE, se instaura como una nueva emisora y pasa a constituirse como el espacio público de difusión de la nueva oleada cultural. *El diario Pop*, uno de sus primeros programas, emitía maquetas de grupos florecientes e incluso “realizaba fiestas de manera periódica con los artistas ganadores de su concurso de maquetas” (Fouce, 2005: 89). Esta nueva emisora goza, por tanto, de una gran libertad de expresión y actuación desde sus inicios, un aspecto clave de su éxito entre el público más joven.

En los ochenta, la popularidad de *Los 40* la sitúa como la segunda cadena más escuchada de España, sólo por debajo de la cadena SER. La multiplicación de la oferta radiofónica favorece la aparición de nuevas emisoras especializadas en música, como Radio Vinilo o Radio 80. Esta última, absorbida en 1985 por Antena 3 Radio, se centra en canciones pop de décadas anteriores y será el germen de la actual M-80.

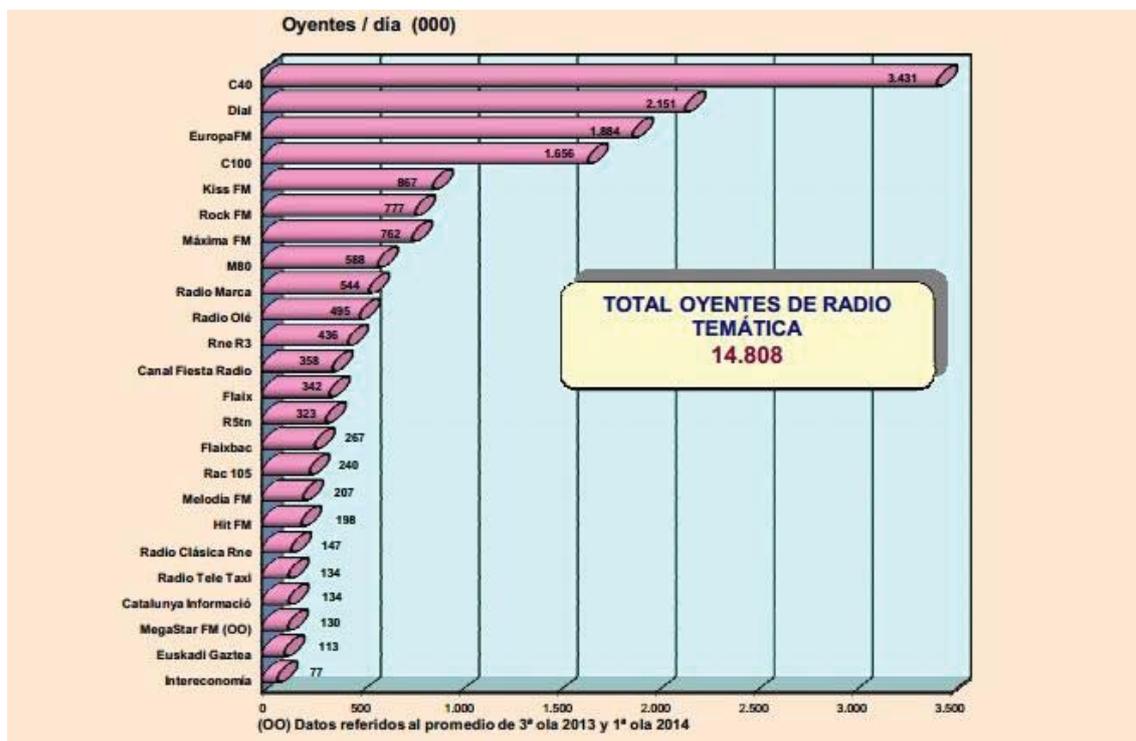
La consolidación de la radio musical se produce en la década de los años noventa, coincidiendo con la implantación de la señal digital en 1992. Es en estos años cuando las emisoras musicales tienen mayor peso en la industria discográfica, variando en muchos casos su habitual programación para abarcar nuevos oyentes y anunciantes. El principal motivo de este cambio podemos encontrarlo en que, de acuerdo con un estudio estadounidense sobre música popular “el éxito relativo de una canción en términos de ventas y, en consecuencia, su posición en las listas de éxitos, está directamente relacionada con la cantidad de veces que se emite en las radios” (Bennett, Shank y Toynbee, 2006: 306).

Los 40 Principales continúa dominando las audiencias en aquella época, pero la emisora amplía su repertorio, hasta entonces centrado en novedades comerciales, para abarcar a un mayor público. “Los 40’ se fueron haciendo cada vez más imprescindibles para la industria. Se veía que crecía un monopolio, en el sentido de que los oyentes se agrupaban en torno a una fórmula y formaban una especie de fortaleza del gusto: todos escuchaban lo mismo (...). Si no salieron 300 nuevas compañías de discos, no salió ninguna, lo cual significaba que ‘Los 40’ no sólo habían cambiado la industria, sino que la industria tuvo que adaptarse a eso” (Cruz, en Pedrero, 2000: 78).

Por otro lado, Cadena Dial, nacida en 1989, apuesta por dar cabida a una gran variedad de géneros, algunos de carácter minoritario, como el bolero o el merengue. Radio 3 continúa hasta la actualidad ofreciendo música variada y alternativa; entre sus aportaciones destacan la cobertura de festivales (Viñarock, Actual, Sonar...) así como los famosos *Conciertos de Radio 3*, que son a su vez transmitidos a través de La 2 de TVE. Desde estos años hasta la actualidad, las nuevas emisoras han tendido a la especialización, dando lugar a lo que se conoce como la radiofórmula musical.

Según el último Estudio General de Medios, que recoge el periodo entre abril de 2013 y marzo de 2014, la radio de temática musical es la segunda más escuchada, por detrás de la generalista.

Tabla 1. Datos de audiencia de la radio temática española



Fuente: AIMC (EGM).

De entre las musicales, como se puede observar en la tabla superior, Los 40 principales y Cadena Dial, ambas del Grupo SER, son las cadenas más escuchadas, seguidas de Europa FM, Cadena 100 y Kiss FM. Detrás de ellas se encuentra una de las emisoras más recientes: Rock FM, nacida en 2004 como Rock & Gol (EGM, 2014). Además de las citadas, existe una amplia variedad de emisoras dedicadas íntegramente a la música, la mayoría de ellas surgidas tras la actualización del Plan Técnico Nacional en 1989, como Máxima FM, Radiolé, Onda Melodía, Radio Clásica o Hit FM.

1.4 La música en la televisión española

La presencia de la música en la televisión española también va unida a las primeras emisiones que se realizan en nuestro país. Oficialmente, las emisiones regulares de Televisión Española dan comienzo en octubre de 1956, si bien desde 1949 se llevan a cabo distintas pruebas para los escasos televisores que por entonces había en Madrid. En estos primeros momentos del nuevo medio, la música adquiere ya una gran importancia. Ante el escaso presupuesto de TVE, dependiente de Radio Nacional, se alcanzan acuerdos con artistas para que actúen en televisión de forma gratuita a cambio de darles un espacio en la radio, que por aquel entonces era el medio estrella en nuestro país. “La música siempre ha destacado por ser una parte esencial de la parrilla de TVE, dado que desde sus inicios fue un recurso muy habitual, empleado incluso como herramienta para cubrir imprevistos en la programación (Guerrero, 2000: 37).

El programa musical más destacado de esta primera etapa fue *Carta de ajuste*, espacio que se emitía antes de los programas para regular el sonido y la imagen y que, bajo el nombre de *Sintonice con música*, permitió a los espectadores seleccionar las canciones que querían que sonasen durante la señal de prueba. Las primeras actuaciones en directo llegarían antes incluso que las emisiones regulares. Cabe destacar el programa *Diálogos con la música*, que conjugaba entrevistas y actuaciones musicales. Son años en los que el medio televisivo y sus profesionales aún están en continuo desarrollo. De acuerdo con Rodríguez Márquez y Martínez Uceda (1992), para poder ofrecer una programación definida en cuanto a contenidos y horarios, era necesaria una estructura estable, y en aquellos momentos la televisión española estaba todavía muy lejos de alcanzar esa estabilidad requerida.

Tras la remodelación del estudio y el comienzo de las emisiones regulares, la por entonces única cadena televisiva de España comienza a profesionalizarse y se centra mayoritariamente en entretener al público, de forma que basa su parrilla en programas musicales y de variedades. Así, gozan de gran éxito programas como *Gran Parada*, *Escala en Hi-Fi* o *Teatro Apolo*. El primero es definido por Díaz como uno de los primeros programas jóvenes de la televisión española, ya que se caracterizó por aunar “modernidad, alegría, una cierta frivolidad... y música moderna” (Díaz, 1994: 207). En el caso de *Teatro Apolo*, se trató de un espacio pionero en el empleo del play-back en nuestro país, recurso que emplearán posteriormente otros programas con actuaciones

musicales, como *Festival Marconi*. A comienzo de los años sesenta, la música sigue teniendo un fuerte protagonismo en televisión, generalmente introducida en programas de humor y espectáculo, concursos... En esta época destacan espacios como *Amigos del martes*, *Gran Parada* o *Club Miramar*, todos ellos con notable seguimiento del público.

En 1964 TVE da un paso adelante con la apertura de los estudios de Prado del Rey, lo que le permite consolidar y mejorar su oferta de programación, al contar con espacios mayores y más modernos. Un año más tarde comenzaría a emitirse en pruebas el segundo canal, UHF, que se estrenaría oficialmente en noviembre de 1966. La apuesta por la programación musical continúa, e incluso permite la cabida de programas como *Tele-Ritmo*, espacio en el que un grupo de artistas se dedicaba a actuar en play-back sin ningún presentador de por medio. Producido por José María Quero, *Tele-Ritmo* dio cabida a afamados artistas españoles y extranjeros de la época, como los norteamericanos The Supremes. En la segunda cadena también tuvo cabida la música desde sus inicios, con programas como *Último grito*, que informaba de las novedades discográficas y cinematográficas o *Ritmo 70*, que comenzó a emitirse en 1970 y que jugaba con la música y el vídeo.

A comienzo de los años setenta comienzan a emitirse programas en color, aunque no es hasta 1975 cuando se realiza de forma regular. Es una época en la que TVE reduce enormemente la producción propia, principalmente por motivos económicos, y basa gran parte de su programación en espacios importados de otros países. Sin embargo, durante esta década nacen dos programas musicales que gozan de notable éxito. El primero es *Gente Joven*, un concurso musical que irrumpe en septiembre de 1974 en la primera cadena de Televisión Española y que se mantiene en antena hasta 1987. Durante este periodo fue variando de presentadores y de localización en la parrilla televisiva, pero mantuvo su función de dar la oportunidad a jóvenes artistas de darse a conocer en el mundo de la música y el baile. En este espacio se dieron a conocer figuras como Francisco, María del Monte o Sara Baras. Ya en 1978 se estrena un programa de índole musical y de variedades que será muy bien recibido por la industria discográfica y el público: *Aplauso*, que principalmente servirá, al igual que en el caso de *Gente Joven*, para ejercer de trampolín para jóvenes talentos nacionales.

Durante la década de los ochenta, TVE apuesta progresivamente por la compra de contenidos a productoras independientes, en detrimento de la producción propia. Este

cambio de dinámica da lugar a que el aumento de los fondos destinados a este fin sea muy considerable, ya que llega a multiplicar por doce el presupuesto inicial en tan sólo seis años. En lo que a programación musical se refiere, *Tocata*, un programa con actuaciones en directo, sustituye a *Aplauso* en la parrilla de la primera cadena e introduce como novedad la emisión de *videoclips*, aspecto que le hará gozar de gran fama entre el público juvenil. Como indica Romero, “*Tocata* contó con estrellas de todo el mundo, en sus programas, especialmente se hizo superconocida la música breakdance y sus concursos de bailes por numerosos grupos de toda la geografía española.” (Romero, 2005: 307). Otros programas como *Superstar*, *Entre amigos* o *Tariro Tariro* combinan las actuaciones musicales con el humor, los concursos y otro tipo de espectáculos. Siguiendo a Fouce (2005), en aquel momento la mayoría de los programas estaban a cargo de profesionales de la radio pertenecientes a RTVE, los cuales lograron encontrar cabida a la música moderna con un coste asumible para el ente público. Dentro de estos esfuerzos se enmarcarán programas musicales más alternativos, como *La edad de oro*, dirigido por Paloma Chamorro y que se mantuvo en antena desde 1983 a 1985.

En este periodo ya se comienza a observar una dinámica que será cada vez más latente: la desaparición continuada de gran parte de la programación musical televisiva. “A principios de los 80 se inicia la progresiva eliminación de los programas musicales con contenido informativo, como por ejemplo *Caja de Ritmos*, que presentaban Carlos Tena y Diego A. Manrique (...). Son los últimos intentos ante el triunfo de los modelos Uribarri que, con *Aplauso*, se consolida como la versión televisiva de la filosofía de la radiofórmula: sólo artistas y músicas de éxito para un público masivo, poco exigente, donde se privilegia la juventud en lugar de cualquier tentación de informar o aportar un mínimo de criterio artístico o, aún menos, ético” (Turtós, 2008: 189). A esta dinámica se une una notable pérdida de interés del público por la programación musical. Para ejemplificar este hecho y basándonos en datos del Gabinete de planificación de RTVE, en el año 1985 no había ni un solo programa musical entre los de mayor aceptación de las dos cadenas existentes hasta el momento. Por el contrario, entre los programas con menor aceptación prácticamente la mitad de ellos son de tipo musical (*Concierto*, *Música para usted*, *Así es la ópera*, *música y músicos...*). Como vemos, la pérdida de interés por este tipo de contenidos es notable en los dos canales de televisión existentes por aquel entonces.

La aparición de las cadenas privadas se hace posible con la aprobación de la Ley de televisión privada el 14 de abril de 1988. A partir de 1990, Telecinco y Antena 3 comienzan a emitir en abierto y Canal + lo hace mediante pago por suscripción. Es desde esta etapa cuando la programación musical se reduce enormemente en favor de otro tipo de programas, como los de tele-realidad o los concursos sin actuaciones musicales. En 1998 Antena 3 emite *Furor*, un concurso musical en el que compiten personajes famosos, aunque la tónica general será la de desplazar los programas musicales del *prime time*.

El ente público es el único que continúa realizando apuestas claras por la programación musical, como *Rockpop*, que, de acuerdo con Terán (2013), sustituyó a *Tocata* como principal creador de tendencias musicales en España. En los años noventa, uno de los espacios de este tipo con mayor relevancia es *Música sí*. Emitido desde 1997 a 2004, aunque con varios cambios de horario y de cadena, el programa dirigido por Susana Uribarri conjugó reportajes e informaciones del panorama musical con actuaciones de artistas de talla internacional como Blur, Céline Dion o los Backstreet Boys con músicos y bandas nacionales, como Estopa, David Bisbal o Marta Sánchez. También en el primer canal de la televisión pública, el renombrado cantante Miguel Bosé dirige y conduce en 1999 *El séptimo de caballería*, un programa de entrevistas y actuaciones musicales que ofrece actuaciones de artistas de gran popularidad en la época, como Madonna, Blur, R.E.M. o The Corrs. Pese a esto, no tuvo buenos datos de audiencia y sólo se mantuvo en antena durante trece semanas. Pero, sin duda, el programa musical de mayor éxito de esta nueva etapa de la televisión nacional llegará en 2001 con *Operación Triunfo*, espacio emitido por TVE 1 que combinó la competición musical con el estilo de programas de tele-realidad como *Gran Hermano*. Su éxito fue tal que, según datos del diario ABC, la televisión pública recibió por el programa unos ingresos superiores a 23 millones de euros sólo en su primera temporada.

Sin embargo, *Operación Triunfo* fue tan sólo un pequeño oasis en medio del desierto, dado que desde aquel entonces y hasta la actualidad, la música en la televisión española en abierto apenas cuenta con espacios propios, con la excepción de algunos concursos de talentos y de pequeñas excepciones, como *Mapa sonoro* o *TVE es música*, ambos emitidos en La 2 de TVE. Algunas voces apuntan a que el motivo de esta situación se encuentra en el cambio de los hábitos de las personas a la hora de escuchar música. “La RESPUESTA está en las nuevas formas de consumo a sólo un clic, el público es más

impaciente que antes, y la arrolladora fuerza de *YouTube* manda” (Terán, 2013). En canales de pago por visión, como Canal +, continúan produciéndose algunas propuestas musicales innovadoras, como *Menú Stereo*, en el que dos bandas pasan unas horas tocando y charlando juntos sin que haya público ni presentador de por medio o *Un lugar llamado mundo*, del que hablaremos más adelante.

1.5 El magazine o programa de variedades en radio y la televisión

Dentro de la programación musical, tanto en el medio radiofónico como en el televisivo, existen diferentes tipos de espacios, entre los que se encuentran las listas de éxitos, los concursos musicales, los programas de talentos o los conciertos en vivo. En el caso de *Un lugar llamado mundo*, el programa que vamos a analizar en este trabajo, pese a que se trata de un proyecto centrado en la música, su estructura en el medio radiofónico se asemeja más a la de los magazines o programas de variedades.

Para justificar este supuesto vamos a analizar las características que Arturo Merayo (1992) propone para definir a los magazines, comparándolas con este programa:

- Larga duración: se considera que un programa de variedades debe tener al menos una hora de duración. Además, el autor señala que este tipo de programas deben mantenerse al menos una temporada completa en la emisora.
- Papel fundamental del presentador: Merayo indica que, en muchos casos, el conductor del programa es “el principal atractivo de los mismos, hasta el punto de que la audiencia sintoniza el espacio no tanto por el contenido que ofrece como para escuchar a quien lo conduce y que, en no pocas ocasiones, se convierte en un líder de opinión” (1992:263).
- Secciones con relevancia propia: los contenidos del magazine alcanzan en ocasiones tal importancia que podrían funcionar como programas independientes. Al mismo tiempo, la presencia de colaboradores habituales es también característico de los programas de variedades.

- Importancia de la palabra: en los magazines la palabra tiene un peso fundamental, por lo que en este tipo de espacios se da prioridad al uso de géneros periodísticos hablados, como la entrevista y el reportaje.
- Lenguaje coloquial: en los programas de variedades es habitual que se emplee un lenguaje llano, principalmente para favorecer el entendimiento por parte de los oyentes.
- Seguimiento de la actualidad: los magazines sirven de complemento en muchos casos de los informativos y están pendientes de la actualidad para transmitirla a los oyentes en caso de que se produzca cualquier novedad de interés.
- Localización en horarios de máxima audiencia: los magazines suelen situarse en las horas de máxima audiencia de la radio ya que, como tocan diversos temas y con distintos colaboradores, pueden ser seguidos por público muy numeroso y heterogéneo.
- Desconexión para publicidad: algunos magazines realizan desconexiones locales cada cierto tiempo para incluir publicidad.
- Publicidad como microespacio o patrocinio: en este último punto el autor explica que en los programas de variedades suele introducirse la publicidad de dos maneras: o bien como un microespacio o bien como patrocinio.

La versión radiofónica de *Un lugar llamado mundo* se prolonga hasta cerca de las dos horas, por lo que cumple con creces la característica de larga duración. Además el 21 de junio de 2014 finalizará su primera temporada, tras un total de 54 programas, por lo que se adecúa también a la segunda regla de duración establecida por Merayo.

En el caso del papel del presentador, en *Un lugar llamado mundo* este rol lo asume el músico, compositor y productor Javier Limón, cuya dilatada carrera en mundo de la música le convierte en una referencia dentro y fuera del programa, hasta el punto que algunas de sus entrevistas a artistas se convierten en coloquios entre miembros del mismo gremio. Como él mismo reconoció en una entrevista para la revista *Rolling*

Stone⁶: “En cualquier caso yo no llamaría entrevistas a lo que hago, son más bien conversaciones. De hecho, a veces me llaman la atención y me regañan en el programa, me dicen: ‘Tío, es que te pones a hablar y te enrollas más que las persianas, ¡ve al grano!’”.

En *Un lugar llamado mundo* se pueden encontrar tanto secciones como colaboradores fijos, algunos de ellos muy conocidos entre el gran público, como la presentadora de los informativos de Antena 3, Mónica Carrillo, por lo que cumple a su vez con la tercera premisa.

Con respecto a la importancia de la palabra, en *Un lugar llamado mundo*, pese a tratarse de un programa cuyo leitmotiv es la música, la gran variedad de secciones y de personalidades invitadas con las que cuenta en cada programa hacen que no se pueda ver como un espacio musical al uso. De hecho, las entrevistas ocupan gran parte del tiempo de cada programa, un aspecto que tendremos en cuenta a la hora de realizar el análisis de contenido.

Con respecto al uso de un lenguaje coloquial que señala Merayo como característico de los magazines, hay que destacar que el espacio de Europa FM ha optado por la presencia de dos periodistas como colaboradores habituales, como son Mónica Carrillo y Jordi Costa, por lo que se puede deducir que *Un lugar llamado mundo* cumple con este patrón al apostar por la divulgación musical.

Por otro lado, repasando el guion de un programa de *Un lugar llamado mundo* no se advierte ninguna voluntad informativa, aunque, como especifica Merayo en este punto, la función principal de los magazines es el entretenimiento.

En cuanto a la localización de este programa, de acuerdo con el EGM correspondiente a la primera ola de 2014, las horas de máxima audiencia en la radio española se encuentran entre las 8 y las 11 de la mañana. En el caso de la radio de temática musical, las horas del día con mayor número de oyentes se localizan entre las 8 y las 13 horas. *Un lugar llamado mundo* se emite todos los sábados de 17:00 a 19:00 horas. Pese a que

6 Disponible en: <http://rollingstone.es/entrevistas/javier-limon-keith-richards-me-dijo-que-le-gustaria-hacer-un-duo-con-paco-de-lucia/>

este es el mejor horario del día a partir de las 14 horas, no se puede considerar como horario de máxima audiencia, por lo que no cumple con esta premisa.

Por último, en cuanto a las dos características relacionadas con la publicidad, en *Un lugar llamado mundo* no se insertan más anuncios o referencias promocionales que las de la empresa cervecera San Miguel, principal patrocinadora del proyecto. Por tanto, este programa introduce la publicidad a modo de patrocinio y no de microespacio.

De acuerdo con todo lo anterior, puede entenderse que el espacio radiofónico *Un lugar llamado mundo* se adapta al tipo de programa magazine, aunque con algunas variantes por su contenido y estructura singulares.

En cuanto al programa *Un lugar llamado mundo* para Canal +, consideramos que se adapta a la fórmula del magazine televisivo, aunque con varias peculiaridades. De acuerdo con Jaime Barroso (1996), existen una serie de elementos que caracterizan este tipo de espacio, los cuales son:

- Presentador popular: el conductor del programa suele ser una persona de reconocido prestigio dentro del mundo artístico. Su función principal es la de cohesionar las secciones que componen el programa.
- Papel de los invitados: de acuerdo con este autor, las personas que acuden como invitados a un magazine suelen ser artistas, intelectuales y especialistas en un ámbito concreto, y su participación en el espacio se concreta a través de una entrevista o de su colaboración dentro de la estructura habitual del programa.
- Actuaciones artísticas: Barroso considera que es habitual en este tipo de espacios que se introduzcan actuaciones musicales y otro tipo de espectáculos, como magia, baile o humor.
- Empleo considerable de recursos técnicos, como cámaras, grúas... con un fuerte despliegue en iluminación y sonido:
- Presencia de público en el lugar de grabación: se considera habitual en este tipo de espacios la asistencia de personas a la grabación del programa, así como que durante el mismo se produzca interacción con ellos.

- Puentes a cargo del presentador: por lo general, en los magazines se insertan puentes o separaciones entre secciones, de los que se encarga el presentador y que sirven para dar fluidez y armonía al espacio.
- Uso frecuente de grafismo y de animaciones: en los programas de variedades se tiende a emplear este tipo de recursos ya que se considera que aportan dinamismo.
- Recompensas a la fidelidad: para intentar atrapar a la audiencia televisiva el máximo tiempo posible, una de las técnicas más habituales en este tipo de espacios es la de ofrecer premios, realizar concursos o introducir llamadas telefónicas de los televidentes.

En *Un lugar llamado mundo* se cumple el patrón de contar con un presentador popular ya que, como ya se ha mencionado en torno al programa radiofónico, el conductor de ambos espacios es Javier Limón, una personalidad dentro del mundo de la producción e interpretación musical.

En cuanto al papel de los invitados, en la versión televisada de *Un lugar llamado mundo* estos son siempre músicos y se intercalan entrevistas y actuaciones musicales, por lo que también cumple con la característica de ofrecer actuaciones artísticas, aunque todas ellas son de tipo musical.

Con respecto al punto del empleo de recursos técnicos, en *Un lugar llamado mundo* el encargado de la realización del programa es el director español David Trueba, cuya experiencia en este ámbito le convierte en una garantía de calidad. En cuanto a la iluminación y el sonido, como los escenarios en los que se graba el programa son salas de conciertos, es de esperar que cuenten con una acústica y una iluminación óptimas.

En cuanto al público, en *Un lugar llamado mundo* todos los programas son grabados ante la presencia de centenas de asistentes, que acuden por invitación, pero hasta el momento de la entrega de este trabajo no se ha optado por la interacción con ellos, sino que se limitan a presenciar las entrevistas y actuaciones.

Por otro lado, en *Un lugar llamado mundo*, a diferencia de en otros espacios, se ha optado por no emplear separaciones o puentes entre secciones, sino que a la hora de

producir el programa estas se suceden sin que haya un parón. Javier Limón sólo interviene para presentar y despedir el programa, así como para realizar las entrevistas.

Sobre el uso de grafismo y animaciones, hay que indicar que en *Un lugar llamado mundo* apenas se utilizan; tan sólo tienen cabida en la careta inicial del programa, con una animación, y a la hora de introducir a grupos y canciones, a través de un pequeño rótulo situado en la parte inferior de la imagen. Cuando los artistas invitados son extranjeros también se insertan subtítulos en las entrevistas.

Por último, en *Un lugar llamado mundo*, hasta el momento de la entrega de este trabajo, no se han empleado técnicas para mantener la fidelidad de la audiencia como a las que hace referencia Barroso.

2 Análisis del proyecto *Un lugar llamado mundo*

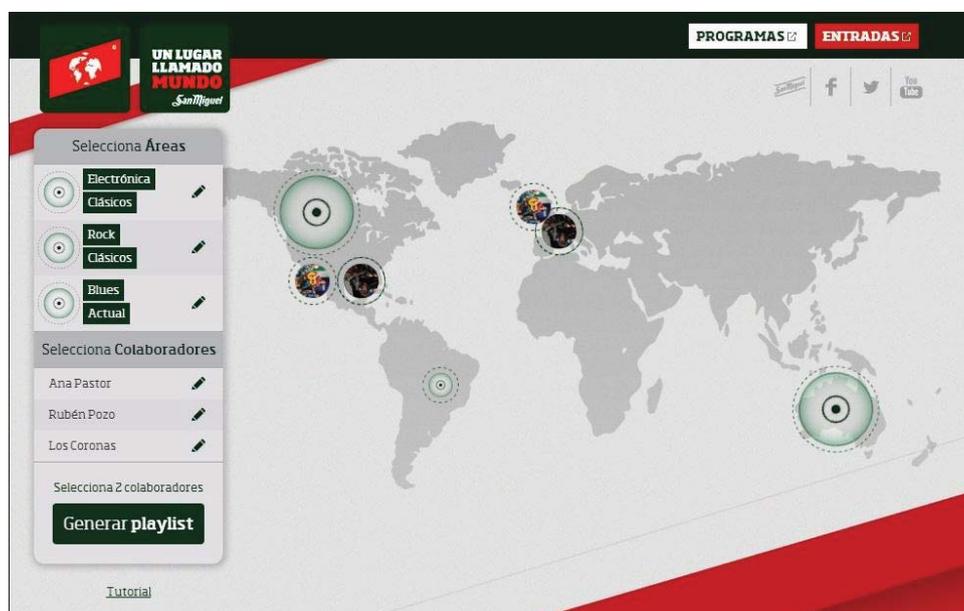
El proyecto *Un lugar llamado mundo* surge en el verano el año 2011 con un spot publicitario musical protagonizado por Óscar D’Aniello, cantante del grupo Delafé y las Flores Azules y la actriz Helena Miquel. Este anuncio se enmarca dentro de la campaña organizada por la agencia publicitaria española S,C,P,F para la empresa cervecera San Miguel, que se prolongaría con otros dos spots en los años siguientes, protagonizados por Jamie Cullum y Mika. El mensaje en todos ellos es similar: la música es capaz de romper con las barreras sociales y de mover a las personas de todo el mundo. De acuerdo con la información proporcionada por San Miguel, (ver apartado III del anexo), “el éxito de la iniciativa se pone de manifiesto en las más de 1.500.000 personas que vieron el spot en *YouTube* y en que se convirtió en el segundo tema más descargado del año en la tienda digital *Itunes* solo un día después de su lanzamiento”.

En el verano de 2013 se concreta la iniciativa: *Un lugar llamado mundo* nace como un proyecto multimedia, en el que tienen cabida un programa de radio en Europa FM y uno de televisión en Canal +. En radio se acuerda la grabación de 54 programas de dos horas de duración, mientras que en televisión se decide producir 13 shows de una hora. Además, se acuerda albergar todos los contenidos emitidos tanto en radio como en televisión en una página web (<http://www.unlugarllamandomundo.com>), para hacerlos más accesibles al público. Además de en esta página propia, el programa también tiene un espacio digital en la web de Europa FM y en la de Canal +, en las que se incluyen tanto vídeos de programas ya emitidos como informaciones relacionadas con antiguos y futuros eventos.

Además, el proyecto tiene presencia en las redes sociales, con perfiles en *Twitter*, *Facebook* y *YouTube*. En el caso del perfil de *Twitter* se trata de una cuenta propia del programa, mientras que los perfiles de *Facebook* y *YouTube* coinciden con el del principal patrocinador, la empresa cervecera San Miguel. En todos ellos se llevan a cabo actualizaciones de contenido periódicas, siendo la cuenta de *Twitter* la más activa, con al menos dos *tweets* diarios. El número de seguidores de estas cuentas varía bastante. Con fecha del 5 de junio de 2014, San Miguel contaba con 8.042 subscriptores en *YouTube* y con 247.570 *Me gusta* en *Facebook*. En el caso del perfil de *Un lugar llamado mundo* en *Twitter*, en la misma fecha tenía 7.664 seguidores.

Por otro lado, *Un lugar llamado mundo* cuenta también con una aplicación propia en Spotify, servicio de música en *streaming*, en la cual el usuario accede a un mapamundi interactivo y se le crea una lista de reproducción musical personalizada. Para ello debe escoger tres áreas en el mapa, un estilo musical y un radio de influencia pequeño o grande, para posteriormente seleccionar a tres colaboradores del programa, entre los que se encuentran miembros fijos, como Javier Limón o Mónica Carrillo y personas que han acudido a la versión radiada en alguna ocasión, como Ana Pastor o Coque Malla. En función de estas elecciones se determinan las canciones que pasan a formar parte de la lista de reproducción.

Imagen 1. Portada de la aplicación de *Un lugar llamado mundo* en Spotify.



Fuente: Empresa San Miguel

Toni Garrido, coordinador del programa, explica los objetivos que se persiguen con este proyecto en un vídeo promocional⁷, en el que habla en los siguientes términos:

“Un proyecto de San Miguel en el que grandes artistas se unen y comprometen para recuperar los espacios naturales que la música ha perdido y devolverle el papel cultural que merece. Juntos impulsaremos la música, activando los medios como gran altavoz para promover la mezcla de artistas consagrados y emergentes, sin

⁷ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=VzFq-hZoN8k>

estilos ni nacionalidades, eliminar barreras, mezclarse y lograr que algo suene diferente”.

La última iniciativa llevada a cabo dentro del proyecto *Un lugar llamado mundo* ha sido la creación de una gira por distintas ciudades de España. La primera edición contó con un total de 13 conciertos, en los que sucedieron dos tipos de eventos: por un lado una serie de actuaciones de dos bandas consagradas, como los mallorquines L.A. y Mucho, una banda formada con antiguos componentes de The Sunday Drivers y Underwater TeaParty.

En segundo lugar se realizó una convocatoria a través de la página web del programa para que se inscribiesen grupos y artistas noveles y tras un proceso de selección se incorporó a esta gira a ocho bandas más: Stone Pillow, Modelo de respuesta polar, Belako, Trajano!, Holy Bouncer, Reina Republicana, Salvaje Montoya y Wilhem and the Dancing Animals. Iniciada el 24 de noviembre de 2013, la gira, que fue gratuita para los asistentes y recorrió ciudades como Zaragoza, Barcelona, Madrid o Vitoria, finalizó el 20 de diciembre de ese mismo año. En mayo de 2014 San Miguel anunció la celebración de una nueva gira, que en esta ocasión contará con al menos doce artistas emergentes.

2.1 Análisis del programa *Un lugar llamado mundo* en Europa FM (radio)

El programa de radio comienza a emitirse el 15 de junio de 2013 en el estudio de grabación Casa Limón, escenario que se mantiene hasta la fecha de la realización de este trabajo.

El conductor del programa es el propio Javier Limón, productor y compositor madrileño con una dilatada trayectoria profesional, con más de cien discos producidos para artistas de la talla de Paco de Lucía, Andrés Calamaro o Alicia Keys. A lo largo de su carrera ha logrado, entre otros galardones, siete Grammys Latinos, un Grammy y cuatro Premios de la música. Es el propietario de la productora Casa Limón y compagina sus proyectos musicales con su labor docente en el Instituto Mediterráneo de la Universidad Berklee College of Music de Valencia.

Junto a él hay cuatro colaboradores habituales en el programa radiofónico. En primer lugar, por orden de participación en los programas, se encuentra la periodista Mónica Carrillo, conocida por presentar los informativos de la noche en Antena 3. Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos II y Diplomada en Turismo por la Universidad de Alicante, Carrillo comenzó trabajando en los medios de comunicación como redactora de la Agencia EFE. Tras su paso por Televisión Española y por el Gabinete de Seguimiento de Medios del Partido Socialista Obrero Español se incorporó al equipo de Antena 3 Noticias. El 3 de abril de 2014 publicó su primera novela, bajo el nombre de *La luz de Candela*, que ha gozado de un éxito considerable, al alcanzar su tercera edición en tan sólo una semana.

Aunque en un primer momento comenzó aportando sus gustos musicales en el programa, con el paso de las semanas hizo cargo de una sección propia en la cual la periodista y Javier Limón tienen que escoger entre tres y cuatro canciones en torno a un tema y justificar sus elecciones frente a las del otro. Una de las peculiaridades de esta sección es que durante el desarrollo de la misma hacen referencia en algunas ocasiones a la opinión que tienen los seguidores de la cuenta de *Twitter* del programa sobre quién va ganando. Además, al comienzo de la sección suelen hacer un repaso a los *tweets* de los seguidores que más les han gustado.

El segundo de los colaboradores de este espacio es Johann Wald, actor, presentador y *disc-jockey* que a lo largo de su carrera ha colaborado con diversos espacios musicales, como *No disparen al pianista* o *Fiber*. Nacido en Torremolinos aunque de origen anglo-ibérico-surinamés, Wald cursó estudios en Arte Dramático y en Cámara e Iluminación Cinematográfica en la Escuela de Cine y Televisión Séptima Ars de Madrid y sus inicios en televisión tuvieron lugar en la cadena MTV en el año 2002, como presentador de espacios musicales. Al igual que en el caso de Mónica Carrillo, su papel en *Un lugar llamado mundo* ha variado con el paso de los programas. Así, aunque Wald comenzó participando con una sección que mezclaba gastronomía y sus propias elecciones musicales, esta ha acabado basándose en la música electrónica y el papel de Wald consiste en explicar distintas tendencias de este tipo de música a través de algunos de sus cortes musicales más representativos.

El periodista Jordi Costa es también un colaborador fijo desde el quinto programa, y su sección apenas ha cambiado desde entonces. Nacido en Barcelona, Costa se ha centrado

a lo largo de su carrera en la divulgación y la crítica cinematográfica, principalmente en prensa, aunque con algunos trabajos en radio y televisión. Además, ha publicado cerca de una decena de libros, en su mayoría relacionados con el séptimo arte y también ha participado como dibujante en varios cómics junto a Darío Adanti. Costa dedica su tiempo en antena a hablar sobre una serie de televisión ya finalizada o de actualidad al tiempo que va incluyendo piezas musicales que han aparecido en la misma. En un principio también habló de bandas sonoras de películas, pero con el paso de los programas ha basado sus apariciones en desgranar la música y las curiosidades de una serie cada semana.

Desde el sexto programa se incorporó el que hasta la fecha es el cuarto y último colaborador asiduo, Kepa Acero. Campeón de Europa de surf, Acero comenzó a interesarse por esta disciplina deportiva con muy corta edad, pasión que le transmitieron sus hermanos. Su interés por buscar las mejores olas por todo el mundo le ha convertido en un viajero incansable, que recoge sus experiencias de forma escrita y visual y las cuelga en su blog personal de forma periódica. Uno de sus proyectos más originales fue el llamado *Cinco olas, cinco continentes*, que realizó en colaboración con Televisión Española y que consistió en cinco documentales, grabado cada uno de ellos en un continente y en los que Acero consiguió coger cinco olas de nivel mundial. *En Un lugar llamado mundo* contribuye, la mayor parte de las ocasiones por vía telefónica, aportando canciones de alguno de los países exóticos que ha visitado u otras que han sido importantes en alguno de sus viajes, cortes que intercala con la narración de estas aventuras. Esta colaboración, por tanto, es intermitente y depende de la disponibilidad del deportista para poder participar en directo en el programa.

Por último, cabe destacar que el productor del proyecto, tanto en el caso del programa radiofónico como en el televisivo, es el periodista *Toni Garrido*. Tras una vida dedicada al periodismo, como presentador y colaborador de diversos programas de radio y televisión, entre los que se encuentran *Hoy por hoy* y *Los 40* o los televisivos *Madrid Directo*, *Caiga Quien Caiga*, así como diversas galas de televisión. Garrido ha asumido la tarea de producir *Un lugar llamado mundo*, aunque no se trata de su primera inmersión en este oficio dado que desde 2012 realiza este trabajo en el programa de *Los 40 Principales YU no te pierdas nada*. En su paso por el mundo de las ondas destacó como presentador del célebre espacio *Asuntos Propios*, de Radio Nacional de España, programa que presentó durante cinco años hasta que fue despedido en agosto de 2012

junto a otros profesionales de renombre del medio, como Juan Ramón Lucas o Javier Gallego. Además de controlar la producción, Garrido se encarga de poner voz a las caretas y sintonías del programa.

El análisis del programa de radio de *Un lugar llamado mundo* estudiará la evolución que sigue desde la primera emisión, realizada el día 15 de junio de 2013, hasta la más cercana al último programa de la primera temporada del espacio de Canal +, que se emitió el 30 de noviembre del mismo año.

El primer programa de *Un lugar llamado mundo* en Europa FM se emite el 15 de junio de 2013, desde el estudio de grabación Casa Limón. Al tratarse del estreno, su estructura es diferente de la que se establecerá en programas posteriores.

Tras una presentación del proyecto, a cargo de Toni Garrido, el evento da comienzo con una pequeña tertulia entre Garrido y Javier Limón, en la que conversan en tono coloquial sobre sus expectativas en torno al programa. En estos primeros instantes se reproduce la única canción que se encuentra en las listas de éxitos en el momento de emitirse este programa: *Life your life*, tema de Mika que será parte de aquí en adelante de la careta del programa. El porcentaje de tiempo destinado a la emisión de música en este programa será del 53,69% del total, incluyendo actuaciones en directo y piezas grabadas.

Tras ello, Limón da la bienvenida a *Un lugar llamado mundo* y el programa se inicia con una entrevista al artista uruguayo Jorge Drexler. Las entrevistas también ocupan buena parte del tiempo del programa, concretamente un 46,66% del espacio de Europa FM. Tras unos minutos de conversación, Drexler protagoniza la primera actuación musical del programa, versionando un tema de Caetano Veloso, *Fora da orden*. Tras ello continúa la entrevista de Limón a Drexler, en la cual se intercala la mini sección *Play list*, en la que se emiten cortes de algunas canciones seleccionadas por el compositor de Montevideo. Drexler interpreta después el tema *Milonga del moro judío* y tras ello se incorpora al estudio la periodista Mónica Carrillo, que comparte unos minutos con el uruguayo.

En este primer programa todavía Carrillo no tiene una sección cerrada en el programa, por lo que se limita a escoger canciones y explicar el porqué de sus elecciones. El siguiente invitado del magazine radiofónico es *Gonzo* Suárez, director de vídeo juegos, que escoge una selección de bandas sonoras de juegos para comentarlas, como *Supermario* y *Tetris*. Durante su intervención también se emite una versión de la canción *La música no se toca*, de Alejandro Sanz, realizada por estudiantes de la Universidad de Berkeley.

Tras Suárez se incorpora en el estudio Ariel Rot, cantante del grupo *Tequila*, que es entrevistado por el presentador con el motivo de la presentación de *La huesuda*, un disco en solitario. Rot participa en la mini sección *Never ending blues*, que consiste en tocar un blues que luego se unirá al de otros artistas. Después, el artista argentino toca *Para escribir otro final* en el piano del estudio y continúa con la entrevista, que finaliza con su interpretación a la guitarra del tema *Los últimos cien metros*.

El siguiente en participar es el presentador y *disc-jockey* Johann Wald, con una sección que mezcla música y gastronomía. Una vez terminada su selección de temas, de los cuales ninguno se encuentra en la lista de éxitos, Wald entrevista junto a Javier Limón al cocinero Alberto Chicote, protagonista del programa *Pesadilla en la Cocina*. El último invitado del primer programa es José Miguel Monzón, médico y comunicador más conocido como *El Gran Wyoming*. El invitado estrena un tema compuesto por él, titulado *Desde hace unos días*. El lenguaje empleado a lo largo de la intervención de *El Gran Wyoming* es sumamente coloquial, algo característico de los programas de variedades. Finalmente, Monzón es entrevistado por Limón e interpreta un blues junto a un guitarrista de acompañamiento, mientras el presentador despide el programa.

El segundo programa de radio que analizamos es el número 25, emitido el 30 de noviembre de 2013 desde el estudio Casa Limón. El magazine se inicia con un mensaje de bienvenida de Toni Garrido, tras lo cual Javier Limón hace un repaso de algunas actuaciones de semanas anteriores y anticipa el guion del programa. En este día, la música ocupa un 67,66% del tiempo total del espacio radiofónico, siendo la grabada la más recurrente, ya que ocupa por sí sola un 52,34% del programa.

La primera sección en emitirse es la que comparten Javier Limón y Mónica Carrillo, que es presentada como una competición entre ambos por seleccionar las mejores canciones en torno a un tema. Precisamente el tema empleado en la cortinilla de esta sección será el único que se encuentre en las listas de éxitos en el momento de su emisión. Se trata de *Do I wanna know?* de Arctic Monkeys. En este programa el asunto del día son los *mashups* o remezclas de temas, y cada uno realiza tres elecciones, de las que se emiten fragmentos. Durante esta sección, Javier Limón comenta los *tweets* que han enviado los seguidores a la cuenta de *Twitter* del programa. Es el único momento en el que se produce interactividad con el público, con una duración de unos 30 segundos.

Tras Carrillo se incorpora al estudio el grupo argentino Tremor, que interpreta *Galopador contra el viento*. Sus tres componentes son entrevistados por Limón, mientras se insertan cortes de canciones escogidas por el grupo. En este día, las entrevistas constituyen también una parte importante del programa, ya que ocupan un 44,33% del mismo. También se incluye la sección call-out, en la que se da a elegir a Tremor entre tres canciones para que ellos elijan la que creen que va a triunfar. Los argentinos escogen *Light Up* de Janne Scrha, tras lo cual cierran su intervención en *Un lugar llamado mundo* con la interpretación de su tema *Huecal*. El siguiente en participar en el espacio es el colaborador Johann Wald, quien presenta sus recomendaciones de música electrónica. En este programa se centra en la llamada *folktrónica*, música electrónica fusionada con elementos de la música *folk* y selecciona algunas canciones representativas. Como *Spirit Fingers*, de Four Tet.

A Wald le sustituye en el estudio la actriz Vanessa Romero, quien comienza participando en la sección *Pasaporte de Un lugar llamado mundo*, en la que se realiza un pequeño test a todos los invitados, relacionado en su mayor parte con la música. Seguidamente se lleva a cabo una entrevista más al uso y por último se incluyen cortes de canciones elegidas por Romero, quien termina cantando el tema *I love you baby* de Frank Sinatra, acompañada a la guitarra por Javier Limón. Romero es, en este programa, la única invitada que no pertenece al mundo de la música.

Después se inicia la sección de Jordi Costa, en la que el periodista se dedica a analizar la banda sonora de algunas series de televisión. En este programa, Costa analiza la música de la serie *Misfits*, y se incluyen cortes de algunos temas, como *Echoes*, de The Rapture o *Get innocuous*, de LCD Soundsystem. Como es habitual, ninguno de los temas que se

reproducen en esta sección se encuentra en alguna de las listas de éxitos analizadas en el momento de la emisión de este espacio.

El último grupo invitado a este programa es Sexy Cebras, que comienza su intervención interpretando su tema *Vagabundos*. A continuación, Limón entrevista a los tres componentes de la banda, mientras se introducen cortes de canciones para que los músicos den su opinión sobre ellas. También se lleva a cabo la mini sección en la que se pide a un grupo que recomiende una canción en concreto a una persona. Se escoge *National anthem*, de Lana del Rey y el programa la relaciona con *Chociaz Raz*, de Iza Lach. Hay que resaltar que en el momento de la emisión de este programa un tema de Lana del Rey se encontraba en las cuatro listas de éxitos analizadas en este trabajo, pero se trataba de *Summertime Sadness* y no del que se reprodujo en *Un lugar llamado mundo* en esa ocasión.

Tras interpretar su tema *TNT*, Sexy Cebras realizan una improvisación sobre una base del grupo Tremor, mientras Javier Limón despide el programa.

En los dos programas de radio analizados se han podido observar similitudes, como es el caso de la gran importancia que cobra la emisión de música grabada en estos espacios, especialmente en el caso del segundo, en el que este elemento ocupa más de la mitad del tiempo de duración del programa. En la tabla número 3 se recogen algunos de los datos más relevantes que se han obtenido a partir del análisis de estos dos programas.

Tabla 3. Datos de los programas radiofónicos analizados de *Un lugar llamado mundo*

	Duración	Secciones	Entrevistas	Actuaciones	Tiempo de música	Tiempo de entrevistas
Programa 1	1 h, 55' 24''	11	5	7	53,69%	46,66%
Programa 25	1 h, 58' 48''	9	3	6	67,66%	44,33%
Media	1h, 56' 51''	10	4	6,5	60,67%	45,5%

Fuente: elaboración propia

La presencia de colaboradores fijos ya desde el primer espacio y la importancia que tiene en *Un lugar llamado mundo* su presentador, Javier Limón, se asemejan a las características del magazine radiofónico presentadas por Merayo (1992), así como otros aspectos, como la larga duración del programa /cercana a las dos horas), la importancia que se le da a la palabra (ver el tiempo destinado a entrevistas en la tabla 3) o el empleo constante de lenguaje coloquial.

2.2 Análisis del programa *Un lugar llamado mundo* en Canal + (televisión)

En el caso del programa de televisión no nos encontramos con colaboradores del programa, ya que tan sólo interviene junto a los artistas Javier Limón, en el papel de conductor del espacio. Como ya hemos explicado, Toni Garrido también es el encargado de la producción del espacio de Canal +, mientras que de la realización se encarga David Trueba.

Este último, hermano del también célebre director Fernando Trueba, comenzó su andadura en el mundo audiovisual como guionista de cortometrajes y de películas, como *Amo tu cama rica*, que fue dirigida en 1992 por Emilio Martínez Lázaro. Su paso a la dirección de películas se sucedió en el año 1996 con *La buena vida*, obra a la que

siguieron otras como Soldados de Salamina o la premiada con tres Goyas *Vivir es fácil con los ojos cerrados*, galardones que se suman a otros seis Premios Anuales de la Academia y a otros menores. También ha protagonizado papeles como actor, sobre todo en sus primeros años, como en *Airbag*, de Juanma Bajo Ulloa o en *El elefante del rey*, de Víctor García León.

Además de en el séptimo arte, Trueba ha trabajado como redactor para los periódicos El País y El Mundo, como guionista de los programas televisivos *Sopa de gansos* y *Querido Rafael* y como co-director del espacio *El peor programa de la semana*. En lo puramente musical, hay que destacar que Trueba es autor de la letra de la canción *Duermen los niños*, que cantó Andrés Calamaro para la banda sonora de la película *Bienvenido a casa*, a lo que hay que sumar la dirección del videoclip de Albert Pla para la canción *El lao más bestia de la vida*.

La estructura del programa es diferente a la de radio, ya que, como hemos explicado no hay colaboradores, por lo que los únicos protagonistas son los propios músicos. A lo largo de la hora de duración del programa se suceden las entrevistas y las actuaciones musicales de los distintos grupos y artistas invitados, mientras se introducen fragmentos de los ensayos y conversaciones que tienen entre ellos. Por regla general, los músicos interpretan al menos una canción propia y otra junto a otro grupo, y al finalizar el programa todos los artistas que han intervenido en ese día tocan juntos una canción. Su estructura es similar a la del exitoso programa *Later... with Jools Holland*, emitido por la cadena británica BBC desde 1992.

Con cerca de trescientos programas a sus espaldas a fecha de entrega de este trabajo, se trata de un *spin off* o programa derivado de otro anterior, en este caso del extinto *The Late Show*. El espacio cuenta con dos versiones, una en directo de media hora de duración y otra que se emite en diferido una vez producida, que se extiende por el doble de tiempo. Al igual que en el caso de *Un lugar llamado mundo*, este proyecto es presentado por un músico y compositor, el afamado Julian Miles Holland, más conocido en la industria musical como *Jools* y que a lo largo de su carrera ha trabajado con artistas de la talla de Eric Clapton, Mark Knopfler o el antiguo miembro de *The Beatles*, George Harrison. Las similitudes con el proyecto español en su versión televisiva son numerosas: en ambos se busca conjugar la participación de artistas de renombre con la de talentos poco conocidos, en cada programa se invita a varias de las bandas invitadas

a tocar canciones conjuntamente y, pese a que en el espacio británico las actuaciones se llevan a cabo ininterrumpidamente en su versión corta, en el programa editado se introducen entrevistas a algunos de los artistas invitados, de la misma manera que sucede en el espectáculo español.

El primero de los shows de *Un lugar llamado mundo* en Canal + se grabó en la sala But de Madrid el 4 de septiembre de 2013 y se emitió el día 15 de ese mismo mes.

El programa da comienzo con una *intro* a la que pone voz Toni Garrido, y en la que se explican los motivos del lanzamiento de *Un lugar llamado mundo*. La canción que acompaña a esa *intro* es la única que, en el momento de emitirse el programa, se encuentra en una lista de éxitos; esta es *Life your life*, de Mika, que es también la única canción grabada que se reproduce en este programa. Sin embargo el papel de la música es indiscutible en este programa, dado que la suma de este corte al del total de las actuaciones da lugar a que la música ocupe un 60,36% del *show* televisivo.

A continuación, Javier Limón resume el programa y se incluyen imágenes de las actuaciones que se van a emitir ese día. Tras ello, aparece en solitario sobre el escenario Tom Smith, cantante de Editors, quien versiona el tema *Wonderful life*. Tras esta actuación Smith se sienta en un sofá junto a su compañero de banda, Russel Leetch y son entrevistados por Javier Limón, tras lo cual la banda británica interpreta *Honesty*. Después de la actuación se introduce un pequeño corte con imágenes de las conversaciones en un viaje en coche y del posterior ensayo entre la banda granadina Lori Meyers y la cantante Anni B. Sweet. A este vídeo le sigue una actuación de Lori Meyers, que interpreta *Planilandia*, canción de su quinto disco, *Impronta*. Javier Limón entrevista al grupo granadino tras verse unas imágenes en las que Lori Meyers y Anni B. Sweet ensayan un tema conjuntamente.

Las entrevistas, por su parte, ocupan un 23,34% del programa y quedan en un segundo plano, en beneficio de las actuaciones musicales. De cualquier forma, los invitados tienen un papel relevante en el desarrollo de este programa, tanto con sus actuaciones como con sus conversaciones con Javier Limón, algo característico de los magazines televisivos. En el desarrollo de este primer programa, tras un nuevo corte con una conversación entre Javier Limón y *Noni*, cantante de Lori Meyers, la banda granadina y Anni B. Sweet interpretan *El tiempo pasará*. A continuación de esta actuación Javier

Limón entrevista conjuntamente a los componentes de Lori Meyers y a la cantante y en mitad de la entrevista Anni B. Sweet canta *Locked in verses*, acompañada a la guitarra por Javier Limón.

Posteriormente se incluyen imágenes de una conversación en un coche entre Anni B. Sweet y los componentes de Lori Meyers, tras lo cual aparecen todos ellos en el escenario de *Un lugar llamado mundo* e interpretan *Catastrophe of love*. Tras ello se vuelven a introducir imágenes de la conversación entre Anni B. Sweet y Lori Meyers en el automóvil y otras de Lori Meyers y la banda noruega Young Dreams, en las que hablan sobre cómo van a afrontar su actuación conjunta. A continuación, Young Dreams se incorporan en el escenario y tocan el tema *Footprints*, tras lo cual son entrevistados por Javier Limón ante Lori Meyers y Anni B. Sweet. Después se ofrece un corte audiovisual del ensayo conjunto de Lori Meyers y Young Dreams, tras lo cual ambas bandas interpretan *Young Dreams*.

El programa continúa con un pequeño vídeo en el que se ve a los tres invitados del programa (Anni B. Sweet, Lori Meyers y Young Dreams) ensayando juntos, a lo que sigue su actuación conjunta, con el tema *Emborracharme*. Finalizada la canción, Javier Limón despide el programa y se anticipan los artistas invitados del siguiente: Kiko Veneno, Iván Ferreiro y la banda catalana Manel.

La primera temporada de *Un lugar llamado mundo* en Canal + consta de 13 programas, pero el último de ellos consiste en un amplio resumen de los mejores momentos. Por tanto, para observar la evolución del espacio, hemos analizado también el *show* número 12. Este programa se grabó en la sala La Riviera de Madrid el 14 de noviembre de 2014 y se emitió en Canal + el 2 de diciembre.

Toni Garrido pone voz a la *intro*, seguido de lo cual aparece Javier Limón en pantalla presentando a los artistas que van a participar en el programa. A continuación se muestran imágenes de un coche en el que los componentes de Bombay Bicycle Club hablan entre ellos de camino al programa. Después de este vídeo aparece la banda londinense en el escenario de la sala La Riviera e interpreta su tema *Carry me*. Jack Steadman y Jamie MacColl, componentes de Bombay Bicycle Club, son entrevistados en inglés por Javier Limón. Finalizada la entrevista se recoge la llegada al escenario del grupo español Supersubmarina y de su interpretación del tema *De las dudas infinitas*.

Tras ello Javier Limón entrevista a los cuatro componentes de Supersubmarina y en mitad de la conversación *Chino*, cantante de Supersubmarina, y Javier Limón improvisan un tema sobre el mismo piano.

Al igual que en el programa inaugural, en este la música goza de una importancia indiscutible, ya que ocupa un 58,88% del tiempo total del *show* de Canal +. De este porcentaje, sin embargo, tan sólo corresponde un 3,12% a la emisión de cortes grabados, que se concreta en la canción *Life your live*, de Mika, que acompaña a la *intro* del programa, al igual que ocurre en el primer programa analizado. La siguiente actuación la protagonizan Supersubmarina y Bombay Bicycle Club, que tocan conjuntamente el tema *Always like this*. Después, tras incluirse imágenes del ensayo previo, Carla Morrison interpreta el tema *Hasta la piel*. Limón pasa posteriormente a entrevistar conjuntamente a Carla Morrison y a Supersubmarina. Durante la entrevista Morrison interpreta *Piensa en mí*, de Chavela Vargas, con Javier Limón a la guitarra. A continuación se emite un vídeo del ensayo entre Morrison y Supersubmarina, que precede a la interpretación de ambos del tema *De las dudas infinitas*.

El tiempo destinado a entrevistas en este *show* es muy similar al del primer espacio analizado y supone, en este caso, un 23,4% del total de la extensión del programa. Siguiendo con el análisis del evento, saltan a escena los componentes de The Strypes, que hablan en un viaje en coche sobre las ganas que tienen de conocer a los miembros del grupo Ocean Colour Scene. A ello le sigue su interpretación de uno de sus temas más conocidos, *Hometown Girls*. Vuelven a incluirse imágenes del viaje por Madrid de The Strypes, en esta ocasión hablando sobre mitología tras ver la Fuente de Neptuno. Seguido de este vídeo son entrevistados durante unos minutos por Javier Limón y cierran su participación en el programa interpretando *Blue Collar Jane*. Segundos después se recoge la llegada de la banda Ocean Colour Scene a la sala y su interpretación del tema *100 Mile High City*. Javier Limón procede posteriormente a entrevistar a Simon Fowler, cantante de Ocean Colour Scene, ante la presencia de los componentes de The Strypes.

Fowler y su grupo interpretan su tema *The riverboat song*. Tras un pequeño corte de una charla en tono coloquial entre los cantantes de Ocean Colour Scene, y de The Strypes, la banda de Fowler ofrece la última actuación del día con su tema *The day we caught the train*. Se incluyen los títulos de crédito, Limón despide el programa y se hace un repaso

en imágenes de los artistas que han actuado en *Un lugar llamado mundo* a lo largo de la temporada.

Del estudio de estos dos espacios televisivos se pueden extraer bastantes similitudes, como puede observarse en la tabla número 4. En primer lugar hay que destacar que el número de secciones en ambos programas es amplio, con una media de 19, un dato que está relacionado con el importante papel que toman los invitados en el espacio de Canal +, dado que en este programa no hay colaboradores, sino que todas las secciones están protagonizadas por invitados y por el presentador del programa, Javier Limón.

Tabla 4. Datos de los programas televisivos analizados de *Un lugar llamado mundo*

	Duración	Secciones	Entrevistas	Actuaciones	Tiempo de música	Tiempo de entrevistas
Programa 1	1 h, 04' 50''	17	5	8	60,36%	23,34%
Programa 12	1 h, 04' 05''	21	5	12	58,88%	23,4%
Media/ Porcentaje	1 h, 04' 05''	19,5	5	10	59,62%	23,37%

Fuente: elaboración propia

Precisamente es necesario reseñar por último el papel de Limón en el programa televisivo, dado que su papel cobra un segundo plano, en beneficio de los artistas que acuden al escenario. Este rol de entrevistador y de cohesionador de secciones se corresponde con el que asigna Barroso (1996) a los conductores de programas de variedades en televisión.

Además, el número de canciones grabadas emitidas es casi inexistente en ambos programas, ya que se limita al tema *Life your live*, de Mika, que pone música a la *intro* del programa y que apenas constituye un 3% del tiempo total del evento de Canal +.

2.3 Comparativa de ambos formatos

Para la realización de la comparativa vamos a tener en cuenta los datos extraídos a partir de la aplicación de las fichas de análisis a los cuatro programas de *Un lugar llamado mundo* seleccionados, dos de radio y dos de televisión.

Pese a la diferencia temporal existente entre ambos espacios, a la que ya se ha hecho referencia anteriormente, el número de secciones es significativamente mayor en el programa de Canal + que en el de Europa FM; en el primero hay una media de 19, mientras que en el segundo son 10. El número de entrevistas, por su parte, es bastante similar, 4 de media en el caso de la radio y 5 en el de la televisión, aunque las diferencias se aprecian más en los tiempos; así, como puede apreciarse en el gráfico 1, las entrevistas del espacio de Canal + ocupan cerca del 23% del total del programa, mientras que en el de Europa FM, sumando las entrevistas a músicos y a otro tipo de personas, este género periodístico supone el 45,5% del tiempo de este espacio.

Gráfico 1. Tiempo destinado a entrevistas en *Un lugar llamado mundo*

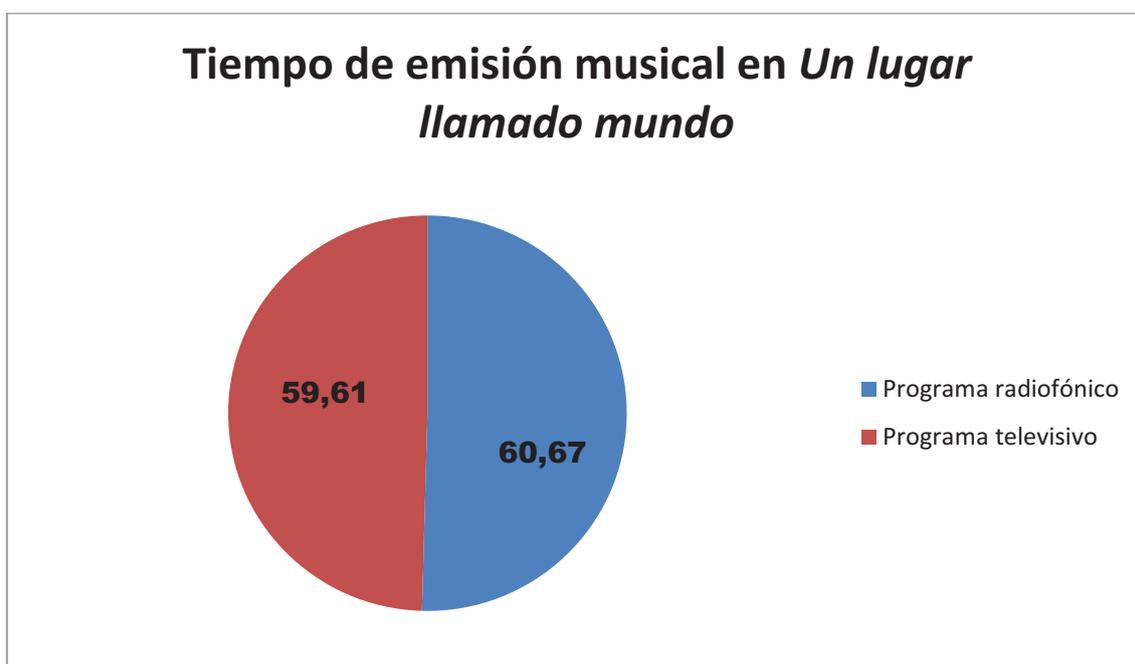


Fuente elaboración propia

En el caso de las actuaciones, el dominio es total en el caso del programa televisivo, dado que, en primer lugar, la media de actuaciones por programa supera con creces a la del espacio radiofónico, con un resultado de 10 frente a 6,5. Por otra parte, el intervalo destinado a este tipo de actos es mayor en el programa de Canal + de media, con un 56,51% frente a 16,16% del programa de Europa FM.

Por el contrario, en cuanto a la música grabada el espacio radiofónico destaca fuertemente. La media de canciones o cortes de canciones emitidos en los programas radiofónicos es de 29,5, frente a 1 del televisivo, la que pone música a su *intro*. En porcentaje de tiempo también es enormemente superior el primero, con un 44,51% en radio frente a un 3,1% en televisión. La unión de los porcentajes anteriores determina que en la versión radiofónica de *Un lugar llamado mundo* se emite un porcentaje mínimamente superior de música al de la versión televisiva, ya que apenas difieren en un punto (60,67% frente a 59,61%). Esta cercanía porcentual se puede apreciar en el gráfico 2.

Gráfico 2. Tiempo de emisión musical en *Un lugar llamado mundo*



Fuente: elaboración propia

La interactividad con el público es casi nula en los dos espacios. Mientras que el programa televisivo no destina ni un solo segundo a este aspecto, en el caso del radiofónico la media determina que destina tan sólo un 0,2% del tiempo, correspondiente a un pequeño comentario de los *tweets* enviados por los oyentes. Por último, cabe destacar que ninguna de las canciones interpretadas en directo en estos cuatro programas se encontraba en las listas de éxitos analizadas en el momento de su emisión. Sin embargo, en el caso de la música grabada, tres de los cuatro espacios contaban con una canción que estuviese en estas listas; sólo en el caso del programa número 12 de Canal + no se emitió ninguna canción que se encontrase en alguna de las listas de éxitos evaluadas.

3 Conclusiones

Tras la realización de la presente investigación es necesario comprobar cuáles de las hipótesis y subhipótesis planteadas al comienzo del trabajo se confirman y cuáles no.

Primera. La hipótesis principal del presente trabajo pronosticó que existían diferencias notables en el tratamiento de la música en España en función de cuál sea el medio de comunicación en el que se lleva a cabo, concretamente en radio y en televisión. Para verificar esta hipótesis vamos a fijarnos de nuevo en los resultados de la comparativa entre los dos formatos, de lo cual podemos extraer diversas conclusiones.

En primer lugar, se puede apreciar que el número de secciones es muy superior en el espacio televisivo, con una media de 19 secciones frente a las 10 de la radio y con la mitad de tiempo de duración. Esto nos indica que la televisión apuesta por secciones o bloques más cortos, mientras que en radio se extienden más con un menor número de secciones. Otra disimilitud apreciable a este respecto es la diferencia que existe entre el modo en el que se introduce la música en ambos medios en este tipo de programas dado que en la versión radiofónica de *Un lugar llamado mundo* se da un peso mucho mayor a la música grabada que a las actuaciones en directo, mientras que en televisión ocurre justo lo contrario.

Por último, también es necesario mencionar que en el programa de Canal + sólo se entrevista a músicos, mientras que en el de Europa FM se entrevista a otro tipo de personalidades aparte de a músicos (periodistas, actores, cocineros, presentadores de televisión...).

Segunda. La primera subhipótesis o hipótesis derivada predijo que la radio favorecería más la interactividad del medio con el público que la televisión. De acuerdo con el análisis del programa *Un lugar llamado mundo*, realizado en el presente trabajo, debemos determinar que esta premisa se cumple, ya que, aunque en los primeros programas radiofónicos no se daba pie a la interacción, con el paso de las semanas comenzaron a emplearse unos segundos del espacio a comentar los *tweets* de los oyentes, como se pudo analizar en el programa 25, mientras que en la versión televisiva no se da lugar a ningún tipo de interacción con los asistentes a la grabación ni con los

televidentes. Por tanto, debemos determinar que la primera subhipótesis se cumple, aunque muy parcialmente, dado que el tiempo dedicado a este aspecto es mínimo.

Tercera. La segunda hipótesis derivada pronosticó que el tiempo destinado en los programas musicales radiofónicos a las actuaciones en directo y a la reproducción de cortes musicales sería mayor que el que se otorga en los programas del mismo tipo en televisión. Con respecto a esta subhipótesis hay que determinar que se cumple aunque muy parcialmente puesto que, como ha quedado reflejado en la comparativa de ambos formatos, el porcentaje de música emitida en los programas radiofónicos de *Un lugar llamado mundo* es ligeramente superior al del de los televisivos (60,67% frente a 59,61%). Pese a ello, es necesario indicar que en el caso de las actuaciones en directo, el programa televisivo destina un porcentaje de tiempo muy superior al radiofónico (56,51% frente a 16,16%), tanto que vence también en cuanto a minutos destinados a este propósito, pese a durar casi la mitad que el segundo.

Cuarta. La tercera y última subhipótesis consideraba que en el programa *Un lugar llamado mundo*, tanto en radio como en televisión, la mayor parte de las canciones que se emiten no se iban a encontrar en las listas de éxitos, debido al carácter independiente con el que nació el espacio. El análisis realizado verifica esta hipótesis derivada, dado que sólo dos de las canciones emitidas en estos cuatro programas (*Live your life*, de Mika y *Do I wanna know?* de Arctic Monkeys) se encontraban en estos listados en el momento de su emisión en *Un lugar llamado mundo*.

Última. De todo lo anterior se puede concluir que el tratamiento de la música en la radio y en la televisión es muy diferente. Son muchos los factores (tiempo, preferencia por la música grabada o en directo, número de entrevistas, publicidad, presencia de colaboradores fijos...) que contribuyen a acrecentar estas diferencias, pero la mayor parte de ellas surgen por las propias características del tipo de programa, que en ambos casos es el magazine pero que posee unas prácticas concretas en función del medio en el que se establezca y que delimita fuertemente el tratamiento musical.

4 Bibliografía

- Adell, J-E. (1997). *La música en la era digital*. Lleida: Editorial Milenio.
- Aguilera, M., Adell, J. & Sedeña, A. (2008). *Comunicación y música I: Lenguaje y medios*. Barcelona: Advisory Books.
- Alcacer, D. (2013). *Un Lugar llamado Mundo, otro proyecto multimedia con Toni Garrido en la sombra*. Recuperado el 10 de abril de 2014. Disponible en <http://dialca.wordpress.com/2013/06/14/un-lugar-llamado-mundo-de-toni-garrido/>
- Alcalde, J. (2009). *Música y comunicación*. Madrid: Editorial Fragua.
- Antón, M. (1989). *La audiencia infantil y juvenil en el proceso de la comunicación especializada*. Madrid: Servicio de Publicaciones Universidad Complutense.
- Barroso, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Bennet, A., Shank, B., Toynbee, J. (2006). *The popular music studies reader*. Nueva York: Routledge.
- Bracamonte, E., Pasquale, D. (2009). *El Magazine televisivo y su producción. Programa audiovisual dirigido a estudiantes de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela* [versión electrónica]. Disponible en: <http://saber.ucv.ve/jspui/bitstream/123456789/1804/1/COMPLETO.pdf>
- Cook, N. (2001). *De Madonna al canto gregoriano: una muy breve introducción a la música*. Madrid: Alianza Editorial.
- Díaz, L. (1994). *La televisión en España: 1949-1995*. Madrid: Alianza Editorial.
- Domínguez, S. (2013). *La radio y sus características*. Recuperado el 4 de junio de 2014. Disponible en http://suite101.net/article/la-radio-y-sus-caracteristicas-a57979#.U49TM_kUSBQ
- Ministerio de Cultura de España (2011). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España*. Madrid: División de Estadísticas Culturales. Disponible en http://www.mcu.es/estadisticas/docs/EHC/2010/Sintesis_2010-2011.pdf
- Farias, P. (2010). *La televisión y el deterioro de la información* [versión electrónica]. *Revista Uciencia*, (3), 42-43. Disponible en:

<http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-abril%202014.pdf>

Fouce, H. (2005) “*El futuro ya está aquí*”. *Música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978 – 1985*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid: Servicio de Publicaciones.

Gallardo, E. M. (2012). *La educación musical en España durante la etapa franquista desde la perspectiva de tres revistas de impacto de la época*. Málaga: Universidad de Málaga, Servicio de Publicaciones.

Guerrero, E. (2010). *El Entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona: Ediciones Deusto.

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación [versión electrónica]. *Revista de Educación*, (4), 167-179. Disponible en : <http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/viewFile/610/932>

Manrique, D.A. (2013). *Jinetes en la tormenta*. Barcelona: Espasa.

Martí, J.M. (1990). *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feed-Back Ediciones.

Mas, L. (2011). *Estructura del Discurso Televisivo: Hacia una Teoría de los Géneros* [versión electrónica]. *Revista Cuadernos de información* (29), 78-81. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3795195.pdf>

Merayo, A. (1992) *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Muñoz, J.J., Gil, C. (1986). *La Radio. Teoría y práctica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.

Ortiz, M.A., Volpini, F. (1995). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona: Ediciones PAIDOS.

Otaola, P. (2012). *La música pop en la España franquista: rock, ye-ye y beat en la primera mitad de los años 60*. En línea: ILCEA. <http://ilcea.revues.org/1421>

Pedrero, L. M. (2000). *La radio musical en España: historia y análisis*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Productores de Música de España (2013). *Libro blanco de la música en España 2013*. Madrid: PROMUSICAE.

Rodríguez, I., Martínez, J. (1992). *La televisión: historia y desarrollo (Los pioneros de la televisión)*. Barcelona: Editorial Mitre.

Romero, J.B. (2005). Música y televisión [versión electrónica]. *Revista Comunicar*, 25 (6-12), 307. Disponible en :

<http://issuu.com/revistacomunicar/docs/comunicar25?e=2692752/2893404>

Terán, B. (2013). *20 años sin RockoPop, el programa que revolucionó las listas de éxitos*. Recuperado el 11 de mayo de 2014. Disponible en <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2012/10/05/veinte-anos-del-fin-de-rockopop-el-programa-que-revoluciono-las-listas-de-venta/>

Terán, B. (2013). *El día que YouTube mató los programas musicales en televisión*. Recuperado el 11 de mayo de 2014. Disponible en <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2013/08/12/por-que-la-television-ya-no-cuenta-con-programas-de-musica/>

Vela, J. Á. (1998). *Música, imagínense: una década de periodismo musical*. Madrid: Simanca Ediciones.

Wimmer, R., Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

Material audiovisual

Cancionestele4 (2012). *Canción Anuncio San Miguel 2012: Ciudadanos de un lugar llamado mundo. Año ii - Jamie Cullum* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=tfMKSzW340Q>

San Miguel (2011). *Spot San Miguel con Delafé y Las Flores Azules* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=pfeJwXJ0680>

- (2013 a). *Jorge Drexler, Ariel Rot, El Gran Wyoming y Alberto Chicote en Un Lugar Llamado Mundo 01* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=sj6XgxXrWZA>

- (2013 b). *Lori Meyers, Editors, Anni B Sweet y Young Dreams en el show 1 de Un Lugar Llamado Mundo* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=clyYqcQTErY>
- (2013 c). *Sexy Zebras, Tremor y Vanesa Romero en Un Lugar Llamado Mundo 25* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=yOi2O9VaUUU>
- (2013 d). *Show 13 de Un Lugar Llamado Mundo* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=wkvt3cahoiE>
- (2013 e). *Un Lugar Llamado Mundo - Un proyecto de San Miguel* [Vídeo]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=VzFq-hZoN8k>

5. Anexos

I. Minutado de cuatro programas de *Un lugar llamado mundo*

- Primer programa de *Un lugar llamado mundo* en Europa FM

Todos los programas de *Un lugar llamado mundo* para Europa FM se realizan desde el estudio de grabación Casa Limón, que como ya hemos explicado es propiedad del conductor del programa, Javier Limón. El primero de los programas se emitió en directo el 15 de junio de 2013. Los términos empleados en la tabla para designar los espacios radiofónicos corresponden con los sugeridos por Ortiz y Volpini (1995).

ESPACIO	HORA	COMENTARIO
Careta	0'00''- 0'35''	Toni Garrido da la bienvenida al programa sobre la canción <i>Live your life</i> , de Mika.
Entradilla	0'35''- 1'56''	Toni Garrido presenta <i>Un lugar llamado mundo</i> , anticipa los invitados y presenta la web y las redes sociales.
Tertulia	1'56''- 8'05''	Toni Garrido y Javier Limón hablan sobre sus expectativas en torno al programa, en tono coloquial.
Sintonía	8'05''- 8'20''	Bienvenida a <i>Un lugar llamado mundo</i>
Entrevista	08'20'' - 18'29''	Javier Limón entrevista a Jorge Drexler. Se introducen fragmentos de algunas de sus canciones más conocidas.
Actuación musical	18'30''- 20'57''	Jorge Drexler versiona <i>Fora da ordem</i> , canción de

		Caetano Veloso.
Entrevista	20'57''- 22'28''	Javier Limón y Jorge Drexler continúan con la entrevista.
Sección	21'51 - 27'	Javier Limón introduce la mini sección <i>Play list</i> , en la que se emiten algunas de las canciones seleccionadas por Drexler: <i>A bossa nova e foda</i> y <i>O imperio da lei</i> , de Caetano Veloso, <i>Radar detector</i> , de Darwin Deez, <i>Good times</i> de Matt Costa, <i>This is what you are</i> , de Mario Biondi.
Actuación musical	27' - 32'13''	Jorge Drexler interpreta <i>Milonga del moro judío</i> y explica la historia de la canción.
Entrevista	32'13''- 35'50''	Mónica Carrillo, colaboradora del programa, entra en el estudio y se incorpora a la entrevista a Jorge Drexler.
Sintonía	35'50 - 36'	Sintonía de Europa FM.
Sección	36'- 46'37''	Mónica Carrillo inicia su sección semanal, dedicada, en un principio, a que la periodista aporte una selección musical y explique el porqué de sus elecciones. En esta ocasión escoge <i>Dame la razón</i> , de

		Marlango, <i>Je veux</i> , de Zaz y <i>Old habits die hard</i> , de Mick Jagger
Sintonía	35'50 - 36'	Sintonía de Europa FM y de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Entrevista	46'56'' - 1.01'44''	Javier Limón habla con <i>Gonzo</i> Suárez, director de video juegos. Se incluye en la entrevista una selección de bandas sonoras de juegos, como <i>Supermario</i> y <i>Tetris</i> , así como una versión de la canción <i>La música no se toca</i> , de Alejandro Sanz, realizada por estudiantes de la Universidad de Berkeley.
Sintonía	1.01'44'' - 1.01'53''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Entrevista	1.01'53'' - 1.12'20''	Javier Limón entrevista a Ariel Rot, cantante del grupo <i>Tequila</i> , que presenta <i>La huesuda</i> , un disco en solitario. Se incluyen cortes de algunas de las canciones del disco.
Actuación musical	1.12'20'' - 1.14'53''	Ariel Rot toca un blues con el acompañamiento de Javier Limón como parte de la mini sección <i>Never ending blues</i> , que pretende unir actuaciones de

		diferentes invitados con el paso de los programas.
Actuación musical	1.14'53''- 1.17'52''	Ariel Rot interpreta <i>Para escribir otro final</i> en el piano del estudio.
Entrevista	1.17'52'' – 1.20'34''	Continúa la entrevista a Ariel Rot.
Actuación musical	1.20'34''- 1.23'39''	Ariel Rot interpreta a la guitarra el tema <i>Los últimos cien metros</i> y se despide del programa.
Sintonía	1.23'39''- 1.23'52''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Sección	1.23'52''- 1.30'17''	Javier Limón presenta la sección de Johann Wald, que mezcla música y gastronomía. Reproduce las canciones <i>La leyenda del tiempo</i> , de Camarón, <i>Vereda Tropical</i> , de Los Pasteles Verdes y <i>Shipwreck</i> , de Modeselektor.
Entrevista	1.30'17'' – 1.35'20''	Javier Limón y Johann Wald entrevistan telefónicamente al cocinero Alberto Chicote, protagonista del programa <i>Pesadilla en la Cocina</i> .
Sintonía	1.35'20''– 1.35'46''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Entrevista	1.35'46'' – 1.48'17''	Javier Limón entrevista al humorista José Miguel

		Monzón, más conocido como <i>El Gran Wyoming</i> .
Actuación musical	1.48'17'' – 1.51'38''	<i>El Gran Wyoming</i> interpreta <i>Desde hace unos días</i> .
Entrevista	1.51'38'' – 1.52'50'	Continúa la entrevista entre Javier Limón y <i>El Gran Wyoming</i> .
Despedida	1.52'50'' – 1.55'24''	Javier Limón despide el programa mientras <i>El Gran Wyoming</i> y un guitarrista de acompañamiento interpretan un blues.

- **Programa número 25 de *Un lugar llamado mundo* en Europa FM**

Como hemos explicado antes, el segundo programa de radio que vamos a analizar en este trabajo es el correspondiente a la fecha más cercana al final de la primera temporada del espacio televisivo. Se trata del programa número 25, emitido el 30 de noviembre de 2013 desde el estudio Casa Limón.

SECCIÓN	HORA	COMENTARIO
Careta	0'00''- 0'08''	Mensaje de bienvenida de Toni Garrido con la canción <i>Live your life</i> , de Mika de fondo.
Entradilla	0'08''- 0'32''	Javier Limón da la bienvenida al programa y da paso al resumen de algunas actuaciones de semanas anteriores.
Cuña	0'23''- 0'38''	Cuña promocional de <i>Un lugar llamado mundo</i> en la que se hace referencia a

		San Miguel, patrocinador principal del programa.
Grabación musical	0'38'' - 1'29''	Fragmentos de actuaciones de programas anteriores. Se incluyen cortes de <i>Serpientes</i> , de Second, <i>When the sea gulls follow a trawler</i> de Autum Comets y una versión de <i>The Passenger</i> , de Iggy Pop, realizada por Mirrors Frecuency.
Entradilla	1'25'' - 1'58''	Javier Limón anticipa el guion del programa y recuerda la canción escogida por <i>Mirrors Frecuency</i> en el programa anterior.
Grabación musical	1'58'' - 2'20''	Fragmento de la canción <i>Animal Keeper</i> , de <i>George Barnett</i> .
Entradilla	2'20 - 2'42''	Javier Limón continúa con la presentación del programa del día.
Grabación musical	2'42'' - 3'35''	Fragmento del <i>mashup</i> (combinación de dos o más canciones) <i>Boulevard of Broken Songs</i> .
Entradilla	3'35'' - 4'26''	Javier Limón finaliza la presentación y da la bienvenida a Mónica Carrillo.
Sintonía	4'26'' - 4'38''	Sintonía de Europa FM.

Careta	4'38'' - 4'51''	Careta de la sección de Mónica Carrillo, con el tema <i>Do I wanna know?</i> De Arctic Monkeys, en la que la periodista compete en selección de canciones en torno a un tema específico con Javier Limón.
Sección	4'51'' - 5'22''	Javier Limón y Mónica Carrillo dan comienzo a la sección dialogando en tono coloquial.
Micro-espacio	5'22'' - 5'52''	Javier Limón comenta los <i>tweets</i> que han enviado los seguidores a la cuenta de Twitter del programa.
Sección	5'52'' - 21'23''	Mónica Carrillo y Javier Limón dialogan sobre el tema del día: los <i>mashups</i> . Carrillo escoge remezclas de <i>Four to the floor</i> , de Starsailor, <i>I feel love</i> de Donna Summer y <i>One Day</i> y <i>Love it or leave it</i> (version original), de Asaf Avidan. Limón elige <i>Tom's dinner</i> , de Suzzane Vega, <i>Wild Wood</i> de Paul Weller y <i>Love is lost</i> , de David Bowie.
Sintonía	21'23'' - 21'54''	Sintonía de Europa FM y de <i>Un lugar llamado</i>

		<i>mundo.</i>
Actuación musical	21'54''- 26'01''	El grupo argentino Tremor interpreta <i>Galopedor contra el viento.</i>
Grabación musical	26'01''- 27'16''	Fragmento de <i>Palabras preliminares</i> , de Tremor.
Entrevista	27'16''- 49'00''	Javier Limón habla con Leo Martinelli, Camilo Carvajal y Jerez González, los tres componentes de Tremor. Se incluyen cortes de <i>Chacarera del engaño</i> , de Tremor y de <i>Época</i> , de Gotan Project, además de fragmentos de temas escogidos por el grupo, como <i>Jimmy, Renda-se</i> , de Tom Zé, <i>Malambo n°1</i> , de Yma Sumac, <i>Psyche rock</i> , de Pierre Henry. Además, se incluye la sección call-out, en la que se da a elegir a Tremor entre tres canciones para que ellos elijan la que creen que va a triunfar. Estas son <i>Hustler</i> , de Josef Salvat, <i>Come a little closer</i> , de Coasts y <i>Light Up</i> de Janne Scrha. Escogen este último.
Actuación musical	49'00'' – 53'10''	Tremor interpreta <i>Huecal.</i>
Sintonía	53'10''- 53'30''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo.</i>

Publicidad	53'30'' - 54'35''	Javier Limón publicita la gira de conciertos organizada por <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Sección	54'35'' - 1.02'08''	El colaborador Johann Wald presenta sus recomendaciones de música electrónica. En este programa se centra en la llamada <i>folktrónica</i> , música electrónica fusionada con elementos de la música <i>folk</i> . Selecciona cortes de <i>Spirit Fingers</i> , de Four Tet, <i>Protestant art</i> de Momus y <i>Lump sum</i> de Bon Iver.
Sintonía	1.02'08'' - 1.02'33''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Entrevista	1.02'33'' - 1.18'46''	Javier Limón entrevista a Vanessa Romero, actriz. En primer lugar participa en la sección <i>Pasaporte de Un lugar llamado mundo</i> , en la que se realizan las mismas preguntas a todos los invitados. Después se lleva a cabo una entrevista más al uso y por último se incluyen cortes de canciones elegidas por Romero. Sus elecciones son <i>Man in the mirror</i> , de

		Michael Jackson, <i>I just called to say I love you</i> , de Showpay y termina cantando <i>I love you baby</i> de Frank Sinatra.
Sintonía	1.18'46''- 1.19'09''	Cortinilla de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Sección	1.19'09''- 1.32'35''	Sección del colaborador del programa Jordi Costa, en la que se dedica a analizar la banda sonora de series de televisión. En este programa, Costa analiza la música de la serie <i>Misfits</i> . Se emiten cortes de las canciones <i>Echoes</i> , de The Rapture, <i>Get innocuous</i> , de LCD Soundsystem, <i>Europe endless</i> , de Kraftwerk, <i>Tamphex</i> , de Aphex Twin, <i>Smack my bitch up</i> , de The Prodigy y <i>Only you</i> , de Portishead.
Sintonía	1.32'35''- 1.32'56''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .
Actuación musical	1.32'56''- 1.36'54''	Sexy Cebras interpreta <i>Vagabundos</i> en el estudio <i>Casa Limón</i> .
Grabación musical	1.36'54''- 1.37'22''	Javier Limón da paso a un corte de <i>Volvamos a la selva</i> , de Sexy Cebras.
Entrevista	1.37'22''- 1.53'01''	Javier Limón entrevista a los tres componentes de

		<p>Sexy Cebras. Se emiten fragmentos de canciones de otros músicos para que el grupo dé su opinión, entre las que se encuentran <i>Suck my Kiss</i>, de Red Hot Chili Peppers, <i>Anna Molly</i>, de Incubus, <i>Long before rock and roll</i>, de Mando Diao, <i>D.A.N.C.E.</i> de Justice. También se lleva a cabo la mini sección en la que se pide a un grupo que recomiende una canción en concreto a una persona. Se escoge <i>National anthem</i>, de Lana del Rey y el programa la relaciona con <i>Chociaz Raz</i>, de Iza Lach.</p>
Actuación musical	1.53'01''– 1.57'11''	<i>Sexy Cebras</i> interpreta su tema <i>TNT</i> .
Despedida	1.57'11''– 1.58'00''	Javier Limón despide el programa haciendo un repaso a lo acontecido y anticipa los invitados de la semana siguiente.
Actuación musical	1.58'00'' – 1.58'38''	Sexy cebras improvisa con una base del grupo Tremor
Sintonía	1.58'38''– 1.58'48''	Sintonía de <i>Un lugar llamado mundo</i> .

- **Primer programa de *Un lugar llamado mundo* en CANAL +**

El primero de los shows de *Un lugar llamado mundo* se lleva a cabo en la sala But de Madrid el 4 de septiembre de 2013 y se emitió el 15 de septiembre.

SECCIÓN	HORA	COMENTARIO
Intro	0'00''- 1'12''	Voz en off de Toni Garrido. Referencias a San Miguel, patrocinador del programa y resumen de objetivos del mismo.
Avance	1'13''- 2'15''	Javier Limón resume el programa y se incluyen imágenes de las actuaciones que se van a producir en el programa.
Actuación en directo	2'16''- 6'59''	Tom Smith, cantante de Editors versiona el tema <i>Wonderful life</i> .
Entrevista	7'- 11'47''	Entrevista a Tom Smith y Russell Leetch, de Editors, en inglés (subtitulada), a cargo de Javier Limón. Muy genérica y en tono coloquial.
Actuación musical	11'48''- 16'01''	Editors interpretan la canción <i>Honesty</i> .
Viaje en coche	16'02'' - 17'	Imágenes de las conversaciones en un viaje en coche y del ensayo entre Lori Meyers y Anni B. Sweet.
Actuación musical	17'00''- 20'56''	Lori Meyers interpretan <i>Planilandia</i> , canción de su

		quinto disco, <i>Impronta</i> .
Ensayo	20'57''- 21'50''	Lori Meyers y Anni B. Sweet ensayan un tema conjuntamente.
Entrevista	21'51 - 25'59''	Javier Limón entrevista a los tres componentes de Lori Meyers.
Conversación en coche	26' - 27'06''	Javier Limón y <i>Noni</i> , cantante de Lori Meyers, conversan sobre música en un coche.
Entrevista	27'07''- 27'59''	Continúa la entrevista de Javier Limón a Lori Meyers.
Actuación musical	28' - 32'	Lori Meyers y Anni B. Sweet interpretan <i>El tiempo pasará</i> .
Ensayo	32'01''- 32'42''	Imágenes del ensayo de Lori Meyers y Anni B. Sweet.
Entrevista	32'43''- 35'36''	Javier Limón entrevista conjuntamente a Anni B. Sweet y a Lori Meyers.
Actuación musical	35'37''- 38'58''	Anni B. Sweet canta <i>Locked in verses</i> , acompañada a la guitarra por Javier Limón.
Conversación en coche	38'59''- 39'29''	Anni B. Sweet y Lori Meyers conversan en un coche sobre su actuación conjunta.
Actuación Musical	39'30''- 44'19''	Lori Meyers y Anni B. Sweet interpretan

		<i>Catastrophe of love.</i>
Conversación en coche	44'20''- 44'40''	Continúa la conversación entre Anni B. Sweet y Lori Meyers.
Ensayo	44'41''- 45'10''	Lori Meyers y Young Dreams hablan sobre su actuación conjunta.
Actuación musical	45'21''- 50'17''	Young Dreams interpretan <i>Footprints</i> .
Entrevista	50'18'' – 52'43''	Javier Limón entrevista a Young Dreams ante Lori Meyers y Anni B. Sweet.
Ensayo	42'44''- 54'06''	Ensayo conjunto de Lori Meyers y Young Dreams.
Actuación musical	54'07''- 57'58''	Lori Meyers y Young Dreams interpretan <i>Young Dreams</i> .
Ensayo	57'58''- 59'47''	Ensayo conjunto de Anni B. Sweet, Lori Meyers y Young Dreams.
Actuación musical	59'48'' – 1.03'50''	Anni B. Sweet, Lori Meyers y Young Dreams interpretan <i>Emborracharme</i> .
Despedida	1.03'51' – 1.04'	Javier Limón despide el programa.
Avance	1.04'01''- 1.04'50''	Se anticipan los artistas del siguiente programa: Kiko Veneno, Iván Ferreiro y Manel.

- Programa número 12 de *Un lugar llamado mundo* en CANAL +

Este programa se lleva a cabo en la sala La Riviera de Madrid el 14 de noviembre de 2014 y se emitió en Canal + el 2 de diciembre.

SECCIÓN	HORA	COMENTARIO
Intro	0'00''-0'43''	Voz en off de Toni Garrido. Mensaje similar al del primer programa, aunque de menor duración.
Avance	0'43''- 1'57''	Javier Limón presenta a los artistas que van a participar en el programa.
Conversación en coche	1'57-2'30''	Los componentes de Bombay Bicycle Club hablan entre ellos de camino al programa.
Actuación en directo	2'31''- 7'09''	Bombay Bicycle Club interpretan <i>Carry me</i> .
Entrevista	7'09''- 09'23''	Entrevista a Jack Steadman y Jamie MacColl, de Bombay Bicycle Club, en inglés (subtitulada), a cargo de Javier Limón.
Actuación musical	09'23''- 13'24''	Se recoge la llegada del grupo español Supersubmarina y de su interpretación del tema <i>De las dudas infinitas</i> .
Entrevista	13'24'' - 15'32''	Javier Limón entrevista a los cuatro componentes de Supersubmarina.
Actuación musical	15'32''- 16'48''	<i>Chino</i> , cantante de Supersubmarina, y Javier

		Limón improvisan un tema sobre el mismo piano.
Ensayo	16'48'' - 20'34''	Supersubmarina y Bombay Byclicle Club tocan conjuntamente el tema <i>Always like this</i> .
Entrevista	20'34 - 21'30''	Ensayo previo de la cantante Carla Morrison.
Actuación musical	21'30'' - 25'31''	Carla Morrison interpreta el tema <i>Hasta la piel</i> .
Entrevista	25'31'' - 30'15''	Javier Limón entrevista conjuntamente a Carla Morrison y a Supersubmarina. Morrison interpreta <i>Piensa en mí</i> , de Chavela Vargas, con Javier Limón a la guitarra.
Ensayo	30'15'' - 31'20''	Carla Morrison y Supersubmarina practican su actuación conjunta.
Actuación Musical	31'20'' - 35'57''	Carla Morrison y Supersubmarina interpretan <i>De las dudas infinitas</i> .
Conversación en coche	35'57'' - 36'11''	Los componentes de The Strypes hablan mientras viajan por Madrid.
Actuación musical	36'11'' - 39'10''	The Strypes interpretan <i>Hometown Girls</i> .
Conversación en coche	39'10'' - 40'07''	Los componentes de The Strypes hablan sobre mitología tras ver la Fuente de Neptuno, en Madrid.
Entrevista	40'07'' - 43'25''	Javier Limón entrevista a

		los cuatro componentes de The Strypes.
Actuación musical	43'25'' - 46'15''	The Strypes interpretan <i>Blue Collar Jane</i> .
Actuación musical	46'15'' - 50'18''	Se recoge la llegada de Ocean Colour Scene a la sala y su interpretación del tema <i>100 Mile High City</i> .
Entrevista	50'18'' - 53'15''	Javier Limón entrevista a Simon Fowler, cantante de Ocean Colour Scene, frente a los componentes de The Strypes.
Actuación musical	53'15'' - 57'40''	Ocean Colour Scene, interpretan su tema <i>The riverboat song</i> .
Conversación	57'40'' - 59'10''	Charla en tono coloquial entre los cantantes de Ocean Colour Scene, y de The Strypes.
Actuación musical	59'10'' - 1.02'59''	Ocean Colour Scene, interpretan <i>The day we caught the train</i> . Se incluyen los títulos de crédito.
Despedida	1.02'59'' - 1.03'22''	Javier Limón despide el programa.
Avance	1.03'22'' - 1.04'05''	Se hace un repaso en imágenes de los artistas que han actuado a lo largo de la temporada.

II. Fichas de análisis de cuatro programas de *Un lugar llamado mundo*

- Análisis del primer programa de *Un lugar llamado mundo* en Europa FM

	Número	Porcentaje
IV. Datos Generales		
Formato del programa	Programa radiofónico	
Fecha de emisión	15 de junio de 2013	
Lugar de grabación	Estudio Casa Limón, Madrid	
Duración del programa	1 hora, 55 min. y 24 seg.	
V. Rasgos formales		
Número de secciones del programa	11	
Número de entrevistas realizadas	5	
Número de actuaciones emitidas	7	
Número de canciones grabadas emitidas	17	
VI. Contenido		
Tiempo dedicado a la música en directo	19 minutos y 38 segundos	17,01%
Tiempo dedicado a la música grabada	42 minutos y 20 segundos	36,68%
Número de canciones que se interpretaron en directo en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de	0	

éxitos musicales**seleccionadas**

Número de canciones grabadas que se emitieron en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas 1

Tiempo dedicado a la interacción con los oyentes/televidentes Ninguno

Tiempo dedicado a las entrevistas con músicos 30 minutos y 30 segundos 26,42%

Tiempo dedicado a las entrevistas con otro tipo de profesionales 23 minutos y 22 segundos 20,24%

VII. Comentarios La canción emitida que se encontraba en las lista de éxitos fue *Live your Life*, de Mika, situada en el puesto número dos en el *Top ventas Promusicae* (España).

- Análisis del programa 25 de *Un lugar llamado mundo* en Europa FM

Número**Porcentaje**

I. Datos Generales

Formato del programa Programa radiofónico

Fecha de emisión	30 de noviembre de 2013
-------------------------	-------------------------

Lugar de grabación	Estudio Casa Limón, Madrid
---------------------------	----------------------------

Duración del programa	1 hora, 58 min. y 48 seg.
------------------------------	---------------------------

II. Rasgos formales

Número de secciones del programa	9
---	---

Número de entrevistas realizadas	3
---	---

Número de actuaciones emitidas	6
---------------------------------------	---

Número de canciones grabadas emitidas	42
--	----

III. Contenido

Tiempo dedicado a la música en directo	18 minutos y 11 segundos	15,32%
---	--------------------------	--------

Tiempo dedicado a la música grabada	62 minutos y 6 segundos	52,34%
--	-------------------------	--------

Número de canciones que se interpretaron en directo en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	0
---	---

Número de canciones grabadas que se emitieron en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	1
---	---

Tiempo dedicado a la interacción con los oyentes/televidentes	30 segundos	0,42%
Tiempo dedicado a las entrevistas con músicos	36 minutos y 23 segundos	30,66%
Tiempo dedicado a las entrevistas con otro tipo de profesionales	16 minutos y 13 segundos	13,67%
IV. Comentarios	La canción emitida que se encontraba en las lista de éxitos fue <i>Do I wanna know?</i> , de Arctic Monkeys, situada en el puesto número 78 en la <i>UK Singles Chart</i> (Reino Unido).	

- Análisis del primer programa de *Un lugar llamado mundo* en Canal +

	Número	Porcentaje
I. Datos Generales		
Formato del programa	Programa televisivo	
Fecha de emisión	15 de septiembre de 2013	
Lugar de grabación	Sala But, Madrid	
Duración del programa	1 hora, 4 min. y 50 seg.	
II. Rasgos formales		
Número de secciones del programa	17	
Número de entrevistas realizadas	5	

Número de actuaciones emitidas	8	
Número de canciones grabadas emitidas	1	
III. Contenido		
Tiempo dedicado a la música en directo	37 minutos y 8 segundos	57,27%
Tiempo dedicado a la música grabada	2 minutos	3,08%
Número de canciones que se interpretaron en directo en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	0	
Número de canciones grabadas que se emitieron en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	1	
Tiempo dedicado a la interacción con los oyentes/televidentes	Ninguno	
Tiempo dedicado a las entrevistas con músicos	15 minutos y 8 segundos	23,34%
Tiempo dedicado a las entrevistas con otro tipo de	Ninguno	

profesionales

IV. Comentarios La canción emitida que se encontraba en la lista de éxitos fue *Live your Life*, de Mika, situada en el puesto número 35 en el *Top ventas Promusicae* (España).

- Análisis del programa número 12 de *Un lugar llamado mundo* en Canal +

	Número	Porcentaje
I. Datos Generales		
Formato del programa	Programa televisivo	
Fecha de emisión	2 de diciembre de 2013	
Lugar de grabación	Sala La Riviera, Madrid	
Duración del programa	1 hora, 4 min. y 5 seg.	
II. Rasgos formales		
Número de secciones del programa	21	
Número de entrevistas realizadas	5	
Número de actuaciones emitidas	12	
Número de canciones grabadas emitidas	1	
III. Contenido		
Tiempo dedicado a la música en directo	36 minutos y 9 segundos	55,76%

Tiempo dedicado a la música grabada	2 minutos	3,12%
Número de canciones que se interpretaron en directo en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	0	
Número de canciones grabadas que se emitieron en el programa y que se encontraban en aquel momento en las listas de éxitos musicales seleccionadas	0	
Tiempo dedicado a la interacción con los oyentes/televidentes	Ninguno	
Tiempo dedicado a las entrevistas con músicos	16 minutos y 17 segundos	23,4%
Tiempo dedicado a las entrevistas con otro tipo de profesionales	Ninguno	
IV. Comentarios	Ninguno	

III. Contacto con la empresa San Miguel

En respuesta al contacto establecido, el 17 de mayo recibí el siguiente correo de la empresa San Miguel (info@mahou-sanmiguel.info):

“Estimado Alberto:

En primer lugar agradecer el interés mostrado en Mahou San Miguel. En relación a su correo electrónico con fecha 12 de mayo de 2014, le remitimos la información que nos solicita. Si necesita algo más de información no dude en ponerse en contacto con nosotros nuevamente.

“UN LUGAR LLAMADO MUNDO”

“Un lugar llamado mundo” es un proyecto de San Miguel que tiene como objetivo contribuir a que la música de calidad recupere el espacio cultural que se merece a través de distintos canales. Está compuesto de un programa semanal de radio, que se emite los sábados por la tarde en Europa F.M., en el que la información y la prescripción son protagonistas, y un show que se graba y emite en CANAL +, en el que la fusión de estilos, ritmos y artistas se convierten en algo fundamental. Ambos comparten el mismo nombre y abrazan el mismo concepto para que la ganadora de esta gran apuesta sea la música.

Los programas se realizan en salas de concierto de Madrid, Barcelona y Bilbao, para que el público de todas estas ciudades pueda sentir en directo este canto a la música en el que todo es posible: desde que un cantante indie interprete junto al mejor pianista de Jazz del mundo, hasta que una flamenca mezcle sus quejíos con las guitarras de una banda de surf rock.

Todo, para que los oyentes y los espectadores tengan a su disposición MÚSICA en mayúsculas. De hecho, para conseguirlo la marca eligió a tres profesionales de reconocido prestigio que están a los mandos del proyecto: el presentador y productor Toni Garrido; el productor musical ganador de ocho Grammys Javier Limón y el realizador David Trueba.

“EL PROYECTO”

Los tres componentes claves del proyecto aportan valores cruciales al proyecto: Garrido aporta su experiencia para hacer las veces de coordinador y productor del proyecto; Limón lleva la voz cantante como presentador de ambos programas, mientras que David Trueba explora una nueva faceta, como realizador del espacio de CANAL +

Sin fronteras ni barreras

El poder transformador de la música queda, por tanto, de manifiesto, desde la mismísima concepción del proyecto y se reproduce en cada uno de los programas.

En definitiva, “Un lugar llamado mundo” es un punto de encuentro, una fusión de estilos e intercambio de experiencias entre los artistas participantes y todos los que disfrutan de la buena música, sin diferenciar por procedencia, ritmo, estilo o instrumento, porque todos somos iguales en “Un lugar llamado mundo”.

SAN MIGUEL Y LA MÚSICA

San Miguel tiene una sensibilidad especial con el mundo de la música, que se manifiesta en la creación de espacios y experiencias únicas. La cervecera, marca de referencia de Mahou – San Miguel, compañía líder del mercado cervecero y de capital 100% español, creó la Sala San Miguel, un espacio para la realización de conciertos en Madrid con un aforo superior a las 2.000 personas.

En este apoyo al mundo de la música también son fundamentales las actividades propias que promueve la marca y entre las que se encuentra el Día de San Miguel, una celebración por todo lo alto, que el año pasado dio la oportunidad a 15.000 personas de asistir a un concierto gratuito de Manic Street Preachers, The Courteeners y The Zombie Kids en Barcelona.

Además, sus campañas “Ciudadanos de un lugar llamado Mundo” han marcado un antes y un después en la publicidad estival. El spot de 2011 correspondió

a Delafé y las Flores Azules mientras que, en 2012, Jamie Cullum recogió el testigo con Everything you didn't do acompañado de los españoles Carlos Sadness, Nita, de Fuel Fandango, y Frank T. El éxito de la iniciativa se pone de manifiesto en las más de 1.500.000 personas que vieron el spot en Youtube y en que se convirtió en el segundo tema más descargado del año en Itunes solo un día después de su lanzamiento.

El año pasado San Miguel dio un paso más en esta dirección, otorgando un mayor peso si cabe a la colaboración. El cantante británico de origen libanés Mika interpretó Live your life, un tema muy veraniego en el que las aportaciones entre personas de todo el mundo adquirieron un papel fundamental.

De esta forma, la marca continuó con una estrategia que aboga por la internacionalidad y la multiculturalidad.

Esperamos que la información que le hemos proporcionado sea suficiente para la realización de su trabajo.

Atentamente,

Departamento de Comunicación Corporativa y RR.II”