



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2016-2017**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**LOS40: un formato de éxito musical  
en España**

**Alumno: Jairo Román Gutiérrez**

**Tutor: Nereida López Vidales**

**1ª Convocatoria: Julio de 2016**



## **MARCO LEGAL**

**El presente Trabajo de Fin de Grado sigue las normas del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, regulado en la Universidad de Valladolid por las Cortes de Castilla y León y publicado en el B.O.C. y L. n° 32, de 15 de febrero, modificado el 27 de marzo de 2013, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, indica que todas las enseñanzas oficiales de grado concluirán con la elaboración y defensa pública de un Trabajo de Fin de Grado, que ha de tomar parte del plan de estudios. Los 6 ECTS a los que equivale este Trabajo de Fin de Grado son en los que el alumno deberá demostrar las competencias básicas de la titulación.**



## **Resumen**

Los 40 Principales ha sido la emisora musical líder de audiencias en España desde hace décadas, ofreciendo una lista de los 40 éxitos del momento, tanto de música española como inglesa, algo que otras cadenas musicales no hacían. Sin embargo, la primera ola del Estudio General de Medios (EGM) realizado en 2015 informó de que el número de oyentes de Los 40 Principales había descendido, lo que también provocaba una pérdida de dinero. Por ello, la cadena arriesgó por hacer un cambio, apostando por ofrecer información digital y audiovisual, enfocándose más al entretenimiento. Esta transformación fue anunciada durante el festival de música Primavera Pop en 2016, año en el que la cadena celebraba su 50 aniversario. Pese a todos los cambios sufridos, la música sigue formando parte fundamental de LOS40 y su selección de temas, de todos los estilos musicales, es lo que ha hecho que siga siendo cadena líder en España.

## **Palabras clave**

LOS40, música comercial, radio fórmula, innovación, audiencia joven

## **Abstract**

Los 40 Principales has been the leading musical broadcaster in Spain for decades, offering a list of the 40 hits of the moment, both Spanish and English, something that other music chains did not do. However, the first wave of the General Media Survey (EGM) in 2015 reported that the number of listeners in Los 40 Principales had dropped, which also resulted in a loss of money. Therefore, the chain risked making a change, betting on providing digital and audiovisual information, focusing more on entertainment. This transformation was announced during the Primavera POP music festival in 2016, year in which the chain celebrated its 50th anniversary. Despite all the changes undergone, music continues to be a fundamental part of LOS40 and its selection of themes, of all musical styles, is what has made it remain the leading chain in Spain.

## **Key words**

LOS40, commercial music, radio formula, innovation, young audience



# ÍNDICE

1. Introducción.....	9
1.1. Historia de LOS40.....	10
1.2. Cambios anunciados en 2016.....	12
2. Planteamiento y justificación del estudio.....	15
3. Objetivos.....	17
4. Hipótesis.....	18
5. Metodología.....	18
5.1. Fases del trabajo.....	19
5.2 Límites de la investigación.....	25
6. Análisis.....	26
6.1. Proyecto radiofónico.....	26
6.2. Trabajo de campo.....	28
6.2.1. Realización de las entrevistas.....	28
6.2.2. Material técnico.....	29
6.2.3. Formato escogido.....	29
6.2.4. Guión de la pieza radiofónica.....	29
7. Conclusiones.....	41
8. Referencias bibliográficas.....	44
9. Anexos.....	47
9.1 Transcripción de la entrevista de Rafael Revert.....	47
9.2 Transcripción de la entrevista de Xavi Martínez.....	50



## 1. INTRODUCCIÓN

LOS40 se identifica hoy como la cadena musical líder de audiencia en España, pero no siempre fue así. Como todo medio de comunicación, tiene un recorrido desde su nacimiento, y en este proyecto veremos su evolución desde su fundación en 1966 hasta la actualidad, ahondando más en la última modificación de la cadena que fue anunciada en 2016. *Music Inspires Life* es el nuevo *claim*<sup>1</sup> de LOS40, slogan que pretende promover la música, y la música es el tema central del que trata este Trabajo Fin de Grado sobre la cadena.

Como futuro periodista y amante de la música me he planteado si la cadena musical líder de audiencia en España apuesta por todos los géneros musicales o solo da importancia a determinados estilos, ya que, como cultura que es la música es necesario para la sociedad que se desarrolle un periodismo cultural de máxima calidad, para que la población adquiera una educación cultural más enriquecedora y amplia, fomentando la variedad musical. Es indispensable que se ofrezcan al público diferentes estilos musicales, porque dentro de este conglomerado, la música en inglés acapara todo el mercado internacional.

Actualmente, la música anglosajona tiene un gran poder frente a la de otras lenguas, y en las listas de éxitos de España podemos encontrar un número mayor de canciones en inglés que en español. Esto tiene relación con el término de "colonización lingüística".

"El gran estallido de la música comercial basados en esquemas básicamente incambiables desde muchos aspectos para que puedan consumirse con rapidez tiene extensión los productos musicales industriales, que se imponen desde la industria anglosajona arrollando lo todo ocupa el puesto anterior de la música ligera y usurpan el calificativo de moderna frente a la música clásica aunque sea actual. Acaba por convertirse en un fenómeno de colonización lingüística. No se trata de crear sus propias formas y ámbitos Sino de desterrar cualquier otro género y apropiarse de sus elementos." (Marco, 2004: 53)

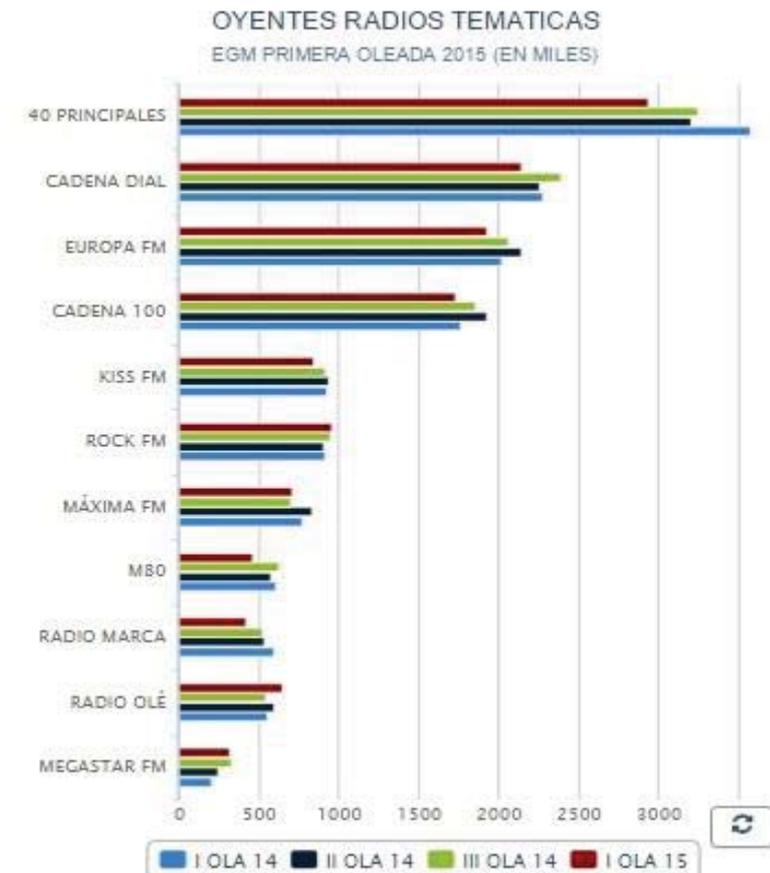
Esa invasión de música inglesa se produce mientras que los medios de comunicación y los consumidores se muestran pasivos, lo que conlleva a que se pierda la música y las costumbres de cada país.

---

<sup>1</sup> El *claim* o eslogan es una frase publicitaria cuyo objetivo es el de despertar ciertas determinadas emociones asociadas a una experiencia con el producto o la marca de una empresa.

Por ese motivo, si las costumbres y gustos de las personas cambian, LOS40 también debe adaptarse a ese cambio, pero sin olvidar el promover la cultura musical y por ello, con este estudio, pretendo dar una explicación sobre el éxito que tiene esta cadena en España, pese a que en los últimos años ha estado perdiendo audiencia, y si ofrece todos los estilos musicales o descarta alguno, además de señalar las preferencias musicales de su público.

Tabla que muestra una importante pérdida de oyentes de Los 40 Principales en 2015.



<http://prnoticias.com/radio/20140405-egm-40-principales-radios-tematicas>

### 1.1. Historia de LOS40

Los 40 Principales nacieron en 1966 de la mano de Rafael Revert cuya presencia en la radio comienza con un programa en la antena de la FM de Madrid, con una duración primero de dos horas, luego de 4 y más adelante de 8. Este programa salió al aire el 18 de julio con Olimpia Torres y Ángel Carbajo que presentaban la lista de los 40 éxitos

musicales del momento, en la que “*Monday Monday*”, de The Mamas & the Papas, se convierte en el primer número 1 de la historia alcanzando el máximo puesto.

En 1979 se convierte en la emisora pionera en el sistema de radiofórmulas de España. Toman el sistema de rotación americano “*hot clock*”, el cual establece cada hora la programación estructurada en colores, es decir por frecuencias de emisión y en 1985 comienza a emitirse vía satélite. El 2 de noviembre de ese mismo año se celebró las primeras 10.000 semanas en antena y “*Dancing In The Street*” de David Bowie & Mick Jagger alcanzó el puesto número 1 de la lista. Dos años después, en 1987, Los 40 Principales, se convirtieron en cadena de radio, la Cadena 40 Principales, que ahora es independiente de la Cadena SER, pero sigue bajo el control del Grupo PRISA. Y en 1988 se convertirá en la emisora más escuchada de España, con casi cinco millones de oyentes.

Los 40 Principales cumplieron 25 años en 1991 a ritmo de la canción “Sin Amor”, que es una versión de La Unión del tema de los Doobie Brothers interpretada a coro por artistas tan reconocidos como Héroes del Silencio, El Último de la Fila, Miguel Bosé, Mecano, Presuntos Implicados, entre otros. Fue escuchada por más de un millón de oyentes la noche del 22 de junio de ese mismo año en Madrid y Barcelona. El concierto fue transmitido en directo por Canal Plus, televisión que había convertido en imagen a Los 40 Principales meses antes.

Sus emisiones las digitalizaron en 1992 ofreciendo mayor calidad a sus oyentes, y en octubre de 1996 la cadena estrenaba su página Web en la que aparecían desde los datos de los artistas que sonaban en los 40, hasta las noticias musicales más recientes. Otros hitos importantes son la creación de su canal de televisión 40tv en 1998, el nacimiento de la Revista 40 en 2004 y de los Premios 40 Principales en 2006, que hoy en día son los premios de la música más importantes de nuestro país.

El 15 de mayo de 2010 se produjo un cambio en la programación, ya que se comenzaron a emitir bloques ininterrumpidos de música sin publicidad durante los primeros 40 minutos de cada hora. Los otros 20 minutos restantes fueron divididos en cuatro bloques publicitarios, dos desconexiones locales y dos de emisión nacional, acompañados por dos o tres canciones editadas. A principios de agosto se introdujo un nuevo cambio horario, pasando a ser 47 minutos de éxitos a la hora.

Los 40 Principales llegaron a parar la Gran Vía y convertirse en foco internacional al ser la única cadena de radio en tener en sus emisoras a artistas como Backstreet Boys o Mark Owen. El último en visitar la emisora de Madrid fue Justin Bieber en 2015.

La primera ola del Estudio General de Medios (EGM) certificó en 2016 que Los 40 Principales era la emisora musical más escuchada de la radio española. Con una serie de eventos con los que cuenta con grandes artistas, entre ellos el festival Primavera POP, celebró su 50 aniversario. Aprovechó esta ocasión para anunciar una serie de modificaciones entre las que se encuentran omitir la palabra "Principales" y ser a partir de entonces tan solo LOS40.

## **1.2. Cambios anunciados en 2016**

Los 40 Principales decidió reinventarse para adaptarse a los cambios producidos en la forma en la que los consumidores escuchan radio y la música hoy en día, desarrollando para ello una estrategia que enfoca a la cadena líder de contenidos audiovisuales, eventos digitales y entretenimiento digital

La marca actualizada de Los 40 Principales fue presentada durante el festival de música Primavera POP, en la Plaza Mayor de Madrid donde asistieron 10.000 personas y que se siguió en 11 países por *streaming*. La renovación de su nombre omite la palabra "Principales", siendo ahora Los40, para reflejar que son más que una radio o una lista de canciones, sino que son entretenimiento.

Ahora su logo es una marca gráfica formada por un lazo multicolor. Con ello se quiere simbolizar la conexión entre culturas, la música global, el entretenimiento sin fronteras y la diversidad. También trata de representar un elemento de cohesión entre las diferentes generaciones que disfrutan de sus contenidos, eventos y música. Es importante incidir en el logo, concretamente isotipo<sup>2</sup>, ya que es muy importante para una compañía, porque es su firma, a través de esta imagen corporativa se va a dar a

---

<sup>2</sup> Un isotipo es la parte icónica o simbólica de una marca. En branding, se habla de isotipo cuando la gente es capaz de reconocer la marca sin necesidad de que este acompañada de texto. Simplemente sería un símbolo, entendible por sí mismo. Branding es un término inglés que se utiliza en el campo del marketing para referirse al proceso de construcción de una marca.

conocer y la va a representar, y por ello los receptores van a asociarlo con los servicios o productos que ofrezca la cadena.

Imagen1. Logo de Los 40 Principales antes y después del cambio anunciado en 2016



Antes



Ahora

<http://graffica.info/nuevo-logo-de-los-40-principales/>

Según afirmó en 2016 Andrés Cardó, consejero delegado de PRISA Radio, LOS40 es su marca más internacional, que está presente en 11 países, y con un fuerte crecimiento y desarrollo en todo el mundo en el entretenimiento musical. Teniendo en cuenta los cambios generacionales en la forma en la que sus consumidores escuchan radio, música y contenidos, han desarrollado una nueva estrategia enfocada en ampliar su alcance digital, creando contenidos nuevos que respondan a sus necesidades a cualquier hora y momento del día.

El nuevo *claim* de LOS40 es "*Music inspires life*", con el que se pretende promover el poder de la música para hacer un cambio positivo en el mundo.

Nicolás De Santis, presidente de Gold Mercury International, declaró que la palabra música deriva del griego musas, que eran las diosas griegas que inspiraban las arte, incluyendo la música como una coherente combinación de sonidos y silencios utilizando los principios básicos de la armonía, la melodía y el ritmo. Music inspires life

manifiesta el origen de la palabra y el rol de la música en la vida de las personas como un elemento de reflejo emocional e inspiración.

En cuanto al *streaming*, es una tecnología que se emplea para optimizar la descarga y reproducción de archivos de vídeo y audio que suelen tener un gran peso. Mediante el *streaming* se puede transmitir:

- Emisiones de radio por Internet (radio online).
- Retransmisión de música en directo.
- Emisión de conferencias, cursos online, seminarios
- Retransmisión de eventos puntuales.

Eva Cebrián, directora de Cadenas Musicales de PRISA Radio, aclaró en 2016 que el impacto del *streaming* provoca que sea un momento muy importante en la historia de la radio musical para evolucionar y elaborar innovación en contenidos multiplataforma y en las redes sociales. El cambio digital y de producto no solo se dirige en mejorar la experiencia en los distintos dispositivos y en los diferentes canales de consumo, sino que también se enfoca la conquista de nuevas audiencias y consumidores con innovadores contenidos y formatos editoriales nuevos en web, audio y video.

Respecto a los cambios producidos en los programas, se pueden observar en la siguiente tabla:

Anda Ya incorporó a Cristina Boscá como compañera de Dani Moreno. A su equipo se unen nuevos colaboradores como Almudena Cid, que habla sobre el mundo deportivo desde una perspectiva distinta, Skone, un rapero que improvisa sobre cualquier tema, y Sheila Blanco, profesora de de La Voz Kids, que enseña técnicas de canto.

Aparece Del 40 al 1, espacio presentado por Tony Aguilar donde comenta los cambios que se producen cada semana en la lista de Los40.

LOS40 Yu no te pierdas nada, cambió el horario para emitirse de lunes a viernes y Los +40 amplió su horario de 18:00 a 21:00 horas de lunes a viernes, y se incorpora Gema

Hurtado.

También aparece Radiotubers, espacio dirigido por Uri Sabat y cuyos contenidos están pensados para verse por tabletas, smartphone y resto de dispositivos digitales.

Los40 Trending, programa para conocer, descubrir y compartir la música, y al que se incorporó el periodista musical Arturo Paniagua.

We love 40, emitido los sábados por la noche y en el que se cuenta con la mejor música dance urbana.

World Dance Music, programa que cada semana, los sábados por la madrugada, emite los hits dance que más suenan en el planeta, con un formato lista. Se escucha en 11 países distintos y está unido a la música electrónica de todo el mundo. Es presentado por Luís López, quien repasa todos los festivales y novedades del mundo dance.

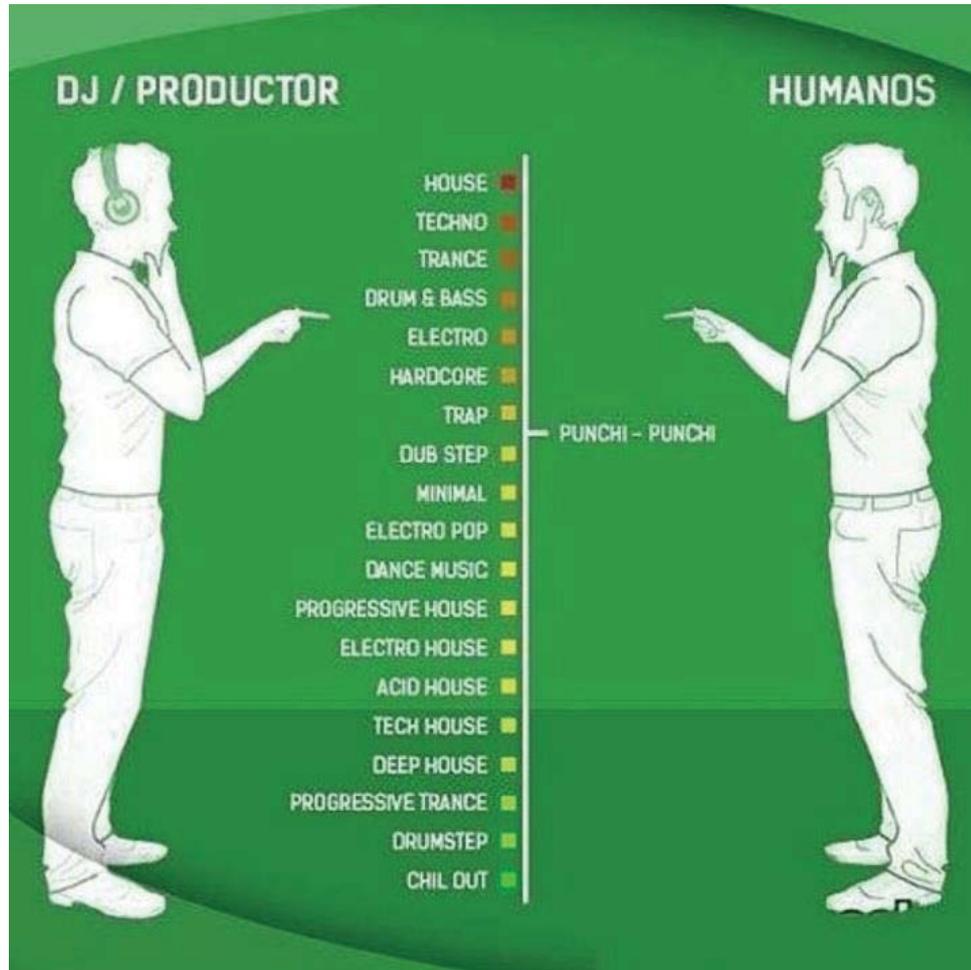
Fuente: elaboración propia

## **2. Planteamiento y justificación del estudio**

La música, queramos o no, forma parte indiscutible de nuestra vida diaria. Cada día escuchamos al menos una canción, ya sea porque nos apetece escuchar música y reproducimos una canción a través de una plataforma, o porque encendemos la televisión y suena una canción que acompaña a un anuncio publicitario de un nuevo coche que sale al mercado, o porque nuestro vecino de al lado pone la radio a todo volumen. El caso es que las canciones nos acompañan en nuestro día a día y con algunas llegamos incluso a sentir una estrecha relación, cuando la historia que cuenta tiene algo que ver con un hecho concreto de nuestra vida.

En las últimas décadas han nacido infinidad de estilos musicales, y para lo que algunos es una clara obra de arte musical, para otros es simplemente ruido. Una imagen que muestra con cierto humor lo que he dicho anteriormente es la siguiente.

Imagen 2. Representación del significado de un mismo tipo de música escuchada por dos personas diferentes.



<http://www.pictaram.com/user/raveroom.es/4141426039>

Como amante de la música, independientemente del género que sea, me gusta escuchar programas de radio que tengan un hueco para todos los estilos musicales. Y si además de ello, te cuentan un poco sobre lo que hay detrás de una simple letra de canción, sobre ese significado que el autor le quiso dar a su trabajo y quería transmitir al público, entonces mucho mejor, y es aquí donde entran LOS40.

Pese a escuchar en algunos momentos que tenía tiempo LOS40, oía hablar a la gente sobre la cadena y su preferencia por unos estilos musicales y el descarte de su lista de otros. Fue entonces cuando me planteé dar una respuesta a eso por medio de este Trabajo Fin de Grado.

Además, en la actualidad el *reggaeton* es el género que más se escucha en las discotecas. Supuestamente, la gente entra a estos bares, en primer lugar, por el tipo de música que ponen, entonces, los bares apuestan por el estilo musical que más clientes les dé. LOS40 vienen a ser una discoteca de la radio, también tiene sus clientes, llamados audiencia y por ello, y relacionado con lo anterior, habrá un género musical que atraiga a más público que otro, y si lo que más se escucha en la calle o en las discotecas es el *reggaeton*, entonces LOS40 utilizarán el *reggaeton* para atraer a más audiencia.

Por último, la cadena ha permanecido durante años en el primer puesto de las radios musicales más escuchadas de España, y es por ello, por lo que me he planteado estudiar también si esto se debe a la fidelidad de sus seguidores, o a las transformaciones que década a década ha ido sufriendo, para adaptarse a los cambios tecnológicos que iban surgiendo.

### **3. Objetivos**

Este Trabajo Fin de Grado pretende dar una respuesta a la pregunta de qué tiene la cadena musical española LOS40 para ser líder de audiencia en España, pese haber sufrido pérdidas de audiencia, según confirmaba la primera oleada del EGM de 2015, en concreto una pérdida del 17 % menos de oyentes, registrando 2.940.000 de seguidores.

Otro de los puntos que quiero estudiar es si LOS40 adopta todos los estilos musicales o tiene preferencia por alguno, apartando de su famosa lista de éxitos algún género musical, algo que a nivel publicitario puede beneficiar o perjudicar a algunos estilos de música y, por ello, beneficiar o perjudicar a determinados cantantes. Además, otro de los objetivos planteados es averiguar qué tipo de música es el que más audiencia atrae a la cadena, porque su público es joven, ya que el formato de LOS40 corresponde a CHR (*Contemporary Hit Radio* - radio de éxitos contemporáneos) que tiene una programación basada en los temas más actuales (números uno) y se enfoca a una audiencia menor de 30 años, con locutores que también desempeñan la función de DJ's.

El estudio se realizará mediante la modalidad profesional, ya que me parece más interesante y relevante el contactar con personas que trabajen, o hayan trabajado, en dicha cadena y, mediante entrevistas personales, aporten la información necesaria para

elaborar este trabajo.

#### **4. Hipótesis**

Teniendo presente los objetivos que he planteado en este trabajo, propongo las siguientes hipótesis que, durante la investigación, se tratarán de afirmar.

Primera hipótesis: LOS40 es líder de audiencia en España porque se adapta a las nuevas formas que tiene la gente, en especial los jóvenes, principales consumidores de la cadena, de escuchar música, y porque las canciones que pone son los hits del momento, ofreciendo a las personas la oportunidad de escuchar nuevos sonidos y no a lo que están acostumbrados o ya hayan oído antes.

Segunda hipótesis: Difunden todos los estilos musicales porque si no saturan con un mismo género al oyente, provocando que cambie de emisora y la audiencia de LOS40 descienda.

Y derivada de la hipótesis anterior, formulo esta tercera hipótesis: El *reggaeton* es el tipo de música que más atrae a la audiencia de LOS40 porque es el género que más está de moda en estos momentos.

#### **5. Metodología**

La metodología elegida es de tipo cualitativa, realizando para ello entrevistas a diferentes personas relacionadas con Los 40 Principales para analizar e interpretar sus declaraciones.

La investigación cualitativa es un método científico empleado especialmente en las ciencias sociales, y busca adquirir información en profundidad con el fin de comprender mejor el comportamiento humano de las personas y las razones que gobiernan ese comportamiento. Este método responde a las preguntas ¿cómo?, ¿qué?, ¿porqué? y ¿para qué?, además de ser explicatorio y explorativo. Utiliza entrevistas para obtener los datos.

Los autores Ruiz Olabuénaga e Ispizua (1989: 61) señalan que:

"La investigación con técnicas cualitativas está sometida a un proceso de desarrollo básicamente idéntico al de cualquier otra investigación de naturaleza cuantitativa. Proceso que se desenvuelve en cinco fases del trabajo: Definición del problema, Diseño de Trabajo, Recogida de Datos, Análisis de los Datos, Validación e Informe. Cada una de las técnicas principales cualitativas (la observación participante, la entrevista personal, la historia de vida, el estudio de casos...) imprime un sello particular a cada una de las cinco fases, lo mismo que lo hacen el experimento o el survey de masas. Aun así, es posible establecer un estilo cualitativo propio como resultado de aplicar a todo el proceso, en cada una de sus fases, una serie de "criterios" o principios orientadores (más bien que normativos) que autores como Erickson (1986), Lilcon (1985), Van Maanen (1983), Schwartz-Jacobs (1979), Taylor-Bogdan (1986), han intentado sistematizar."

Por lo tanto, se realizarán para ello entrevistas a diferentes personas relacionadas con Los 40 Principales para analizar e interpretar sus declaraciones. Las entrevistas serán individuales, presenciales, es decir cara a cara, y estructuradas, con un número de preguntas fijas.

Por último, he escogido el reportaje radiofónico porque quiero contar lo propuesto en este trabajo de forma que no siga el esquema de pregunta-respuesta y sea más fluido e interesante para el oyente.

## **5.1 Fases del trabajo**

### **Fase 1: Revisión bibliográfica**

La primera fase empezó con una revisión bibliográfica en diciembre de 2016 sobre todo lo que había de Los 40 Principales, tanto antes como después de su transformación. Con esto se pretendía hacer un análisis de los índices de audiencia que había estado generando la cadena en los últimos años y a qué tipo de audiencia va enfocada.

### **Fase 2: Elección de sujetos y realización de las entrevistas**

#### **Elección de sujetos**

Los sujetos que he elegido para realizar las entrevistas fueron Eva Cebrián y Rafael Revert porque era interesante conocer la opinión de la que es ahora la directora de LOS40 y del que fue en su día su director. Y Xavi Martínez y Tony Aguilar, dado que la línea de investigación que se sigue, se centra en la industria musical, ambos son las personas más adecuadas de toda la plantilla de LOS40 porque dirigen los dos programas

líderes de audiencia, además de que son las caras más conocidas de la cadena en la actualidad.

**Eva Cebrián:** Directora de las cadenas musicales del Grupo Prisa, teniendo máxima responsabilidad sobre LOS40, M80 Radio, Máxima FM, Cadena Dial, Qué Buena y Radiolé. Anteriormente fue subdirectora de LOS40 a nivel nacional y responsable de cine en TVE.

**Rafael Revert:** Fue corresponsal de la revista Billboard en España y mientras trabajaba en la SER en El Gran Musical, creó Los 40 Principales para Radio Madrid FM. También es el fundador de Cadena 100.

**Xavi Martínez:** Periodista, locutor y presentador español. Ha trabajado en distintas cadenas de radio desde los 14 años. Actualmente dirige y presenta el show musical "Lo + 40" en LOS40.

**Tony Aguilar:** Locutor, DJ y presentador de televisión. Actualmente presenta un programa de LOS40 llamado "40 Global Show" y que se emite a los 11 países de la Cadena 40 en América y Europa.

Las preguntas que elaboré para las entrevistas individuales son las siguientes:

### **Eva Cebrián**

1) El año pasado anunciasteis un cambio en Los 40 Principales que iría desde la modificación del nombre hasta la programación. ¿Cuál es la razón de ese cambio? ¿Qué se busca con ello?

2) Antes se comercializaba más con pop y ahora se ha apostado también por otros géneros musicales como el indie. ¿Por qué incluir música más alternativa en un formato como este?

3) El momento escogido para anunciar el cambio fue durante el festival de música Primavera POP de 2016, ¿qué significado se le quiso dar? ¿Por qué en ese momento y

no en otro?
4) Seguramente hubo muchos cambios en la cadena, pero la audiencia solo ha notado algunas transformaciones estéticas como el logo y el cambio de horario en algunos programas. ¿Podrías decirme todos los cambios que se han originado en esta nueva etapa de LOS40?
5) Uno de los formatos por el que más se apostó para el cambio de LOS40 ha sido el <i>streaming</i> . ¿Cómo ha sido el impacto del <i>streaming</i> para la nueva marca de LOS40? ¿Qué se quiere conseguir con ello?
6) Después de casi un año desde que se produjo el cambio de estrategia y nombre, ¿qué habéis notado que ha cambiado en la acogida por parte de la audiencia?
7) En cuanto a la imagen corporativa, ¿por qué se ha renovado el logo de LOS40, siendo ahora un lazo multicolor y omitiéndose la palabra “Principales”? ¿Cuál es su significado?
8) Tras la transformación que sufrieron Los 40 Principales anunciada en 2016, ¿cuál fue la primera estrategia de marketing que se optó para el cambio? ¿Cómo respondió la audiencia con la idea del cambio?
9) LOS40, aparte de en la radio, también promueven la música a través de diversas actividades como conciertos y galas de premios. ¿Cuándo y con qué circunstancia se dieron los datos más altos de audiencia?
10) Respecto a los formatos audiovisuales que se emplean, como el podcast o el streaming, ¿qué formato audiovisual tiene más presencia en la cadena? Y ¿Cuál es el formato audiovisual que más audiencia tiene?
11) Los informes del EGM tras el anuncio del cambio no han sido muy positivos para la cadena, ¿a qué cree usted que es debido? ¿Qué es lo que probablemente no haya funcionado?

12) Sin embargo, LOS40 sigue siendo la cadena musical líder de audiencia en España ¿A qué se debe su éxito?
--

### **Tony Aguilar**

1) Llevas más de 2 décadas trabajando en la cadena. ¿Cuáles han sido los cambios más importantes que ha sufrido ésta? ¿Qué cambios causaron un efecto positivo por parte de la audiencia?
---

2) Como persona que se dedica al mundo de la música, ¿qué géneros musicales son los que más audiencia atrae? y ¿qué géneros producen un efecto positivo y negativo en la audiencia?
---

3) Por último, las canciones que ponen en LOS40 son de muchos estilos diferentes pero, ¿crees que LOS40 adopta todos los géneros musicales y les da la misma importancia, o potencia más a unos que a otros?
--

### **Xavi Martínez**

1) Has estado vinculado al mundo de la radio desde pequeño, trabajando en distintas cadenas. ¿Qué tienen LOS40 que no tengan las otras para ser líder de audiencia?
---

2) El cambio que anunció LOS40 el año pasado durante la Primavera Pop, ya se estaba gestando desde hace tiempo. ¿Cómo se vivió esa transformación desde dentro de la cadena? ¿Qué repercusión ha tenido? ¿Os ha afectado de alguna forma a los locutores?
---

3) Respecto al mundo de la música en LOS40, ¿qué géneros musicales son los que más audiencia atrae? y ¿qué géneros producen un efecto positivo y negativo en la audiencia?
--

4) Antes se comercializaba más con pop y rock y ahora se está apostando por música alternativa .¿Crees que LOS40 adopta todos los géneros musicales y les da la misma importancia, o potencia más a unos que a otros?

5) Has podido entrevistar a cantantes conocidos internacionalmente como Taylor Swift, Robbie Williams, Shawn Mendes, entre muchos otros, ¿quién ha sido el artista que más audiencia dio cuando lo entrevistaste?

### Rafael Revert

1) El génesis de Los 40 Principales lo marcó usted con su creación hace ya 50 años. ¿Cuál era el objetivo de hacer un programa como ese en España? Y más en un contexto de dictadura

2) Los 40 Principales han tenido siempre un buen recibimiento por parte de la audiencia, convirtiéndola en la cadena musical líder de audiencia en España. ¿A qué cree usted que se debe? ¿Qué tienen LOS40 que no tengan otras cadenas musicales?

3) Como padre de Los 40 Principales ha podido ver como este hijo ha ido creciendo y evolucionando con los años. El último cambio lo dio el año pasado produciéndose una gran transformación en la cadena, que va desde la modificación del logo y el nombre hasta la creación de nuevos programas. ¿Cree usted que era necesario ese cambio? ¿Qué se buscaba con ello?

4) En cuanto a la imagen corporativa, ¿por qué se ha renovado el logo de LOS40, siendo ahora un lazo multicolor y omitiéndose la palabra “Principales”? ¿Cuál es su significado?

5) Antes se comercializaba más con pop y ahora se ha apostado también por otros géneros musicales como el indie. ¿Por qué incluir música más alternativa en un formato como este?
6) ¿Han cambiado los jóvenes en todos estos años? Se supone que la audiencia fundamental de LOS40 es joven. ¿Cómo son ahora y cómo eran antes? ¿Cómo han cambiado sus gustos musicales y hacia la radio?
7) El momento escogido para anunciar el cambio fue durante el festival de música Primavera POP de 2016, ¿qué significado se le quiso dar? ¿Por qué en ese momento y no en otro?
8) Los informes del EGM tras el anuncio del cambio no han sido muy positivos para la cadena, ¿a qué cree usted que es debido? ¿Qué es lo que probablemente no haya funcionado?
9) Sin embargo, LOS40 sigue siendo la cadena musical líder de audiencia en España ¿A qué se debe su éxito?

### Fase 3: Realización de las entrevistas

Pese a no poder realizar todas las entrevistas a los sujetos que seleccioné anteriormente, aquellos a los que se las pude hacer me dieron la información necesaria para poder realizar un reportaje radiofónico y elaborar las conclusiones que expondré mas adelante para este estudio.

## **5.2 Límites de la investigación**

Mi Trabajo de Fin de Grado comenzó con unas ideas diferentes a lo que ahora son, porque quería enfocarlo más al tema del podcast, del *streaming* y del impacto de la transformación de LOS40 en la audiencia española. Como mencionaré en el apartado de "Realización de las entrevistas", comencé a ponerme en contacto con ellos en diciembre de 2016. Tras pasar unas semanas y observar que no recibía respuesta por su parte, decidí ponerme en contacto con ellos por teléfono. Fue desde entonces que, semana tras semana, llamaba de lunes a viernes tanto por la mañana como por la tarde, ya que la recepcionista me pasaba con otras redacciones o departamentos, y los sujetos con los que quería contactar o estaban ocupados cuando llamaba o simplemente no estaban en el edificio. Con Rafael Revert pude contactar por correo electrónico y fijar la entrevista, pero en el caso de los demás sujetos no fue así.

Eva Cebrián quedó descartada porque me fue imposible contactar con ella y me dijeron trabajadores de LOS40 que sería muy difícil poder concertar una cita con ella para entrevistarla, ya que está muy ocupada. En el caso de Tony Aguilar, fue descartado porque me dijeron que apenas está en el edificio de Gran Vía, además que tenía que contactar antes con su representante, ya que al igual que me comentaron respecto a Cebrián, está muy ocupado. En marzo, me comentaron desde la redacción de Xavi Martínez que les pusiera un correo a una dirección determinada sobre mi caso y enviara las preguntas, y luego ellos me responderían para confirmarme o no respecto a la entrevista. Al pasar unas semanas y no recibir ningún correo volví a llamar mañana y tarde durante los días de diario hasta que finalmente una persona de la redacción de Martínez le hablo sobre mi proyecto y aceptó, fijando conmigo un día para poder realizarle la entrevista. Como no pude realizar la entrevista a Eva Cebrián, decidí hacérsela a la Directora de Marketing con la que pude hablar por teléfono y que me indicó que esas preguntas me las respondería mejor el área de Comunicación. Tras hacerme con el número de una persona del departamento de Comunicación y que sería adecuada para la entrevista, ya que se encarga de la comunicación musical en la cadena, la llamé y cuando hablamos me comentó que no tenía que llamar por teléfono, ya que todo lo que yo quería se debe llevar a cabo por correo y que transmitiría mi petición a la Directora de Comunicación, pero condicionando con que no volviese a

llamar a su número. Como era evidente, no recibí respuestas en un tiempo y llamé directamente a la Directora de Comunicación, pero que al estar reunida me pasaron con la que anteriormente he mencionado, que me dijo que la Directora no iba a poderme atender porque estaba muy ocupada y que no volviese a llamar. Tras ver que no iba a poder tener una entrevista con alguien del sector de Marketing o Comunicación para que me respondieran a las preguntas que me servirían para dar respuesta a los objetivos planteados en el trabajo, opté por cambiar los objetivos de mi TFG y enfocarlo más al área musical, cuya información necesaria ya tenía por las entrevistas que realicé a Rafael Revert y a Xavi Martínez en los varios desplazamientos que tuve que hacer a Madrid.

Por último, necesité como materiales una grabadora, un micrófono y un cable adaptador, además de una cámara digital, que especificaré con más detalle en el apartado de material técnico.

## **6. Análisis**

### **6.1. Proyecto radiofónico**

Basándonos en el libro "Radio Informativa. Guía didáctica de iniciación al medio"(López Vidales y Gómez Rubio, 2014: 150) Los elementos básicos para la elaboración de un proyecto radiofónico son los siguientes:

- Definición de la idea. Una o dos líneas donde se da a conocer el tipo de programa que se propone. A partir de esto se puede plantear el primer nombre que recibirá el espacio.
- Definición de la emisora. Donde se señalará el nombre, dial o site, línea ideológica, contexto empresarial, ámbito de cobertura y el perfil de la audiencia.
- Selección de la audiencia o target. En un principio, el programa se dirigirá un tipo de audiencia específica, cuyos intereses de la misma se acercan más con nuestra idea.
- Elección de la franja horaria de emisión. Cada programa es diferente porque debe corresponder con el perfil de la audiencia al que se dirige. Por lo que es fundamental conocer los hábitos cotidianos que tiene. Además, hay que procurar informarse sobre

cuáles son los hábitos de escucha de la radio, los programas que más les gustan y el tiempo dedicado al medio. Algo que está muy relacionado con la periodicidad y duración del programa. Por tanto, los requisitos que hay que valorar aquí son: el horario de emisión, el día de la semana en el que se emite, la periodicidad y la duración del programa.

- **Objetivos.** Cada programa tiene una pretensión, que se puede plantear como algo general, entretener, formar o informar. Estas funciones son asignadas a los medios de comunicación, y se puede precisar en el modo que vamos a conseguirlo (Rodero, 2011,48)

- **Sinopsis.** Consiste en un resumen de lo que será el programa, su interés para el público, la justificación de por qué se debe hacer ese programa, su estilo, los temas que en él se tratarán, etc.

- **Tipo de programa.** Un programa radiofónico es un espacio temporal limitado y diferenciado formalmente dentro de la programación de la emisora en el que se desarrollan los diferentes contenidos bajo un marco temporal limitado (Merayo, 2003, 225). Estos espacios se diferencian entre ellos por su estructura externa e interna, además, responden a determinadas clasificaciones según el género, el contenido, la periodicidad y la emisión, lo que les da unas características concretas y diferenciadoras.

- **Estructura y secciones.** Cada programa es una unidad creada a partir de diferentes secciones. Su estructura viene dada por un esquema ordenado de la disposición de esas secciones en la hora de emisión. Este esquema es muy diferente dependiendo de unos géneros u otros. En informativos, la estructura es rígida, mientras que un magazine el número de temas y secciones son infinitas.

- **Número de programas.** Dependiendo del tipo de programa elegido y de su periodicidad, su extensión en el tiempo responderá a distintos parámetros. Por ejemplo, un programa cultural puede prolongarse durante meses, pero se trata de programas con una cierta duración, entre 30 minutos y una hora, con una periodicidad semanal, que generalmente están se emiten por temporadas de unos 20 programas cada una.

- **Necesidades técnicas y humanas.** El equipo técnico indispensable de radio está formado por equipos de alta y baja frecuencia. Con una mesa de mezclas de audio,

micrófonos, un ordenador, una grabadora, conexión RDSI, ADSL o fibra óptica y un software específico puede emitirse radio a través de Internet. En una emisora, además, se añaden una antena, transmisores, un emisor y conexión a satélite. Hoy en día también se cuenta con servidores de audio y almacenamiento en la nube. Respecto al equipo humano, lo habitual es que esté formado por pocas personas, de 4 a 6, donde se encuentran un director, un técnico de audio, un realizador técnico y un informador-presentador. Esa cifra puede variar, ya que se pueden incluir al programa invitados, locutores y colaboradores entre otros.

- Presupuesto. Se trata del coste global del programa, incluyendo el desplazamiento de los informadores, costes del personal, caché de los invitados, etc.

- Memorias. Es la parte final de un proyecto y es optativa. En ella se incluyen las ventajas y desventajas que ha supuesto la realización de un programa, la justificación de por que se han empleado unos métodos concretos y no otros para su puesta en marcha, las dificultades para su realización, las previsiones inmediatas de funcionamiento y el modo en el que se pueden solventar algunos contratiempos. Se suele redactar después de haberse grabado un programa piloto y al final de una etapa de emisión para evaluar todo lo que ha supuesto qué perspectivas de futuro tiene en la parrilla.

## **6.2. Trabajo de campo**

### **6.2.1. Realización de las entrevistas**

La primera toma de contacto con ellos fue a partir de enero de 2017 mediante correo electrónico. Tras pasar unas semanas y ver que no recibía respuesta por su parte, decidí ponerme en contacto con ellos a través del teléfono. Conseguí citarme con dos de los sujetos a entrevistar, Rafael Revert y Xavi Martínez, y viajé hasta Madrid para realizarles las entrevistas. Una de ellas tuvo lugar en Somosaguas con Revert el 6 de abril y la otra fue con Martínez en Gran Vía el 26 de abril.

### **6.2.2. Material técnico**

El material técnico con el que he podido contar para la realización de las entrevistas es de:

- Una grabadora para recoger el sonido.
- Un micrófono.
- Un cable adaptador para conectar el micrófono a la grabadora.
- Una cámara de video para recoger también el audio por si fallaba la grabadora o la tarjeta de memoria de la grabadora.

### **6.2.3. Formato escogido**

El formato radiofónico que he elegido ha sido el reportaje con entrevistas de declaraciones y anecdóticas. Lo he escogido porque, según señalan Nereida López Vidales y Leire Gómez Rubio (2014. 140), profundiza en las consecuencias y en los antecedentes de un hecho. Es atemporal.

"Utiliza un lenguaje más literario y abierto, con licencias, pero sin perder de vista la objetividad. Estructura formal.  
Es algo más largo y más expresivo que la noticia (se acompaña de elementos expresivos como la música, sonidos, silencios, declaraciones de protagonistas o expertos, etc.)"

Además, desde la perspectiva informativa, el reportaje es el género más rico de los que se usan en radio. Al no tener una estructura rígida dota al profesional de gran libertad creativa. Se pueden encontrar reportajes que se hacen en directo y su creación se ejecuta de forma paralela al desarrollo de la acción reportajeada. Sin embargo, lo más común son los reportajes en diferido, que permiten el montaje.

### **6.2.4. Guión de la pieza radiofónica**

<b>Ficha Técnica</b>
<b>Emisora o entidad responsable:</b> Facultad de Filosofía y Letras de Valladolid

<b>Nombre del programa:</b> LOS40: un formato musical de éxito en España
<b>Locutor:</b> Jairo Román Gutiérrez
<b>Colaboradores:</b> Rafael Revert y Xavi Martínez
<b>Música:</b> Matias Puumala - United We Stand
<b>Audiencia o público:</b> Joven (16-30) y adulta (mayores de 30)
<b>Duración:</b> 14'15''

<b>LOCUTOR/AUDIO EN PP</b>	<b>AUDIO/TEXTO</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Intro</b>	Sintonía de Los 40 Principales de 1966	20''
<b>LOC1: Jairo Román</b>	Con esta sintonía comenzaba en 1966 Los 40 Principales, un programa creado por Rafael Revert para la SER y que ofrecía una lista con los éxitos musicales del momento. Hoy en día es la cadena musical líder de audiencia en España, pero ¿fue siempre así?	15''
<b>ENTREVISTADO 1: Rafael Revert</b>	El director que había en la FM de Radio Madrid me pidió, como yo me dedicaba a la música, hacía cosas en Onda Media, hacía el Gran Musical, hacía programas (...), entonces me dijo un día: "oye chaval, quiero que me hagas un programa para la FM, para los YE-YES" me dijo. Dije, bueno, vale, encantado, pues yo me pongo hacer un programa ahora mismo, y bueno había que escribir un guión para la censura y	1' 48''

	<p>entonces me puse con el guión también, claro, tenía que escribir un título porque había que hacerlo inmediatamente. Como yo era el corresponsal de la revista Billboard en España, Billboard tiene la America Top Fore, a mí se me ocurrió llamarlo como el Top Fore, claro pero no había una palabra que pudiera traducir Top Fore, dije, bueno pues 40 Principales, y es lo que se me ocurrió, tenía que escribirlo y digo, bueno ya lo cambiaré, porque no me gustaba mucho, pero bueno, y ahí me puse a escribir y a escribir la lista de discos y a empezar un programa de 2 horas en la FM de Radio Madrid que no lo oía nadie, porque no había aparatos de FM, empezaban a venderse en ese momento. Yo no tenía verdaderamente un objetivo, más que el de hacer un programa de música que a mí me gustaba, para la gente que pudiera gustarle, pero ese era el objetivo, luego empezó a ser objetivo, pero cuando empecé no, no lo era.</p>	
<b>LOC1: Jairo Román</b>	<p>Con el paso de los años, la cadena se fue adaptando al cambio que sufría la sociedad, no solo a nivel tecnológico, sino que también a los gustos de los jóvenes, principales consumidores de Los 40 Principales.</p>	11''
<b>ENTREVISTADO 1: Rafael Revert</b>	<p>Yo creo que la gente joven sigue siendo muy</p>	49''

	<p>parecida, la de ahora a la de antes, ellos lo que quieren es oír música que les guste y que les divierta. Entonces, pues lo mismo les puede gustar una bachata pegar ahí, bailar, cantar, o algo de house o algo así, que una bonita canción realmente, de las canciones de los Bee-Gees o los Beatles o los Rolling Stones. O sea, que la gente joven y musicalmente sigue teniendo el buen gusto del sentimiento. Yo creo que son muy parecidos, la gente de entonces a la de ahora, solo que ahora se bailan otros ritmos, otros temas, pero en el fondo muy parecidos.</p>	
<p><b>LOC1: Jairo Román</b></p>	<p>La última transformación de Los 40 Principales la anunció durante el festival de música Primavera Pop en 2016, año que celebraba su 50 aniversario. Esta última evolución repercutió de distintas formas en la cadena.</p>	<p>12''</p>
<p><b>ENTREVISTADO 2: Xavi Martínez</b></p>	<p>LOS40 se han caracterizado siempre por ser una radio que tenía las mejores estrellas de la comunicación musical, de la industria además, de la calle de toda la vida ¿no? Es la primera radio que tiene un Morning Show, aquel Anda ya con Juanma Ortega por ejemplo ¿no?, lo que pasa es que no te puedes quedar siempre con esa espuela, yo creo que hay que intentar cada cierto tiempo detectar los ciclos de las cosas, y a día de</p>	<p>2' 28''</p>

	<p>hoy, con las redes sociales, con los móviles, como esta todo tan conectado todo se quema más rápido. En la radio se quema más lento, pero lo llevamos tiempo detectando. Tenía que haber una renovación, no podíamos tener el mismo logo con los mismos valores de marca, porque la gente empezaba a vernos de forma diferente. No es ni mejor ni peor, es simplemente que estábamos dejando de llegar a un público al que siempre habíamos llegado, por diferentes cosas, por el inmovilismo del líder, que eso puede pasar en cualquier empresa, te puede pasar si eres líder del mercado y te acomodas y sigues haciendo lo de siempre y no intentas innovar, y esto es una innovación en toda regla. Como dice Eva Cebrián el cambio de logo no ha sido simplemente la imagen del cambio, o sea es un cambio mucho más profundo, o sea detrás del logo hay una programación nueva, hay unos valores de marca nuevos, hay una forma de comunicar diferente y bueno, a nivel personal yo lo viví muy bien porque yo vengo de otras plataformas, de otras radios. Desde fuera he visto cómo han crecido proyectos desde cero, me he encargado de crear proyectos desde cero como Mega Star o liderar el ascenso de una radio como en su día fue Europa FM. Claro, aplicar todo ese conocimiento es muy bonito y encima hacerlo en</p>	
--	---	--

	<p>la líder y volver a crear una radio que llegue a la gente ¿no?</p> <p>El cambio es bueno, es el motor de renovación, malas pueden ser para los costumbristas o sea, a mí me gustaba más el otro logo, pues a mí me gustaba yo que se, más música ¿no?, menos palabras. No estamos dando más palabras, estamos dando más prescripción, estamos ofreciendo un producto diferente a Spotify, por ejemplo ¿no?, que es un hilo musical frío. Yo siempre digo lo mismo, para mí Spotify es sexo sin amor y Los40, la radio, somos sexo con amor ¿no?, es otro tipo de relación. Te acompañamos, te recomendamos una canción o te contamos una historia. Las canciones tienen historia, los artistas son gente como tú y como yo, y a mí me gusta mucho enseñar el alma de la música y detrás.</p>	
<p><b>LOC1: Jairo Román</b></p>	<p>Respecto al tema musical, en los inicios de Los 40 Principales se comercializaba más con música pop y rock, pero en las últimas décadas han nacido nuevos géneros musicales, y Los 40 Principales para no ser destronados en los índices de audiencia, la cadena ha ido fomentando todos los estilos de música.</p>	<p>16''</p>
<p><b>ENTREVISTADO 1: Rafael Revert</b></p>	<p>En cualquier formato que quieras que llegue a la</p>	<p>59''</p>

	<p>gente tienes que poner la música que la gente quiere, la que la gente pueda querer en cualquier momento, y si un día quieren oír unas sevillanas, pues tienes que poner sevillanas, o sea, hay que olvidarse de los géneros y tal. Nosotros cuando estábamos allí, lo que hacíamos era oír la música, toda, y decir, esto le puede gustar a la gente, esto sí y esto no, y pensábamos solo en lo que le podía gustar a la gente, que le pudiese gustar al mayor número de gente joven, y entonces seleccionábamos independientemente de que fuera rock o pop o pip o pap, lo que fuera, daba igual, tu lo oías, decías, esto puede gustar, pues vamos con ello y daba igual lo que fuera, hay que ir a lo que la gente quiere, lo que la gente va a querer disfrutar, bailar y cantar.</p>	
<p><b>ENTREVISTADO 2: Xavi Martínez</b></p>	<p>No estamos en una radio de géneros, estamos en una radio de canciones. Entonces un género que puede ser ultra indie, como nos guste la canción la vamos a poner y la vamos a defender y hemos descubierto cosas. Mira, el mismo Caleo, una banda de Islandia, que tiene una canción que se llama When down we go que ahora está sonando en todo el mundo, vale. Pues hace tres meses, dos meses la escuchamos, la descubrimos, estaba sonando en Suecia y la habían puesto otras veces allí, nos gustó el sonido de la canción. En ningún</p>	<p>41''</p>

	<p>momento nos planteamos si era género indie o no. Es indie, osea, si lo quieres clasificar de alguna forma es indie. Es una grandísima canción. Lord Royals, la primera gran canción de Lord eso era indie, la pusimos hasta que nos reventó la cabeza.</p>	
<p><b>LOC1: Jairo Román</b></p>	<p>Aun así, hay que añadir que hay géneros que atrae más audiencia que otros.</p>	<p>4''</p>
<p><b>ENTREVISTADO 2: Xavi Martínez</b></p>	<p>Últimamente está muy de moda el urban, el urban aquí a veces mal dicho como <i>reggaeton</i>, o sea, en América el <i>reggaeton</i> como lo conocemos es urbano, es sonido urbano, Un J Balvin de la vida, un Maluma. Eso ahora está muy de moda, sobre todo el público más millennial, más joven. Pero bueno, yo creo que el pop en general es ese James Arthur, es esa Rihanna, esa Lady Gaga, está abierto ¿no? Pero al final estamos poniendo lo que la gente quiere, porque fíjate que algo que se le llamaba indie como Love of Lesbian lo estamos poniendo, o Miss Cafeína ¿no? sonidos nuevos.</p> <p>El urbano nos trae gente, pero también puede ser muy saturado, puede quemar, puede saturar. Entonces hay que ir con cuidadito, tú no puedes pasarte una hora de tu programación poniendo siete canciones de urbano, yo no lo haría, es el</p>	<p>1'7''</p>

	<p>equilibrio.</p> <p>El que más rechazo crea a día de hoy es el Dance más hardcore, yo creo que ahí estamos fuera, ya está Máxima FM para poner ese sonido que, además, ya se le busca esa emisora para escuchar eso. Nosotros estamos para poner una mezcla agradable que acompañe a la gente y, sobre todo, que sean canciones importantes o que vayan a ser canciones importantes.</p>	
<b>LOC1: Jairo Román</b>	<p>Xavi Martínez, actual director y presentador del show musical "Lo + 40" ha podido entrevistar a cantantes internacionalmente conocidos como puede ser Robbie Williams, Taylor Swift o Shawn Mendes, y nos puede contar quién ha sido el artista que más audiencia dio a Los 40 Principales cuando lo entrevistó.</p>	15''
<b>ENTREVISTADO 2: Xavi Martínez</b>	<p>El que más visitas provocó fue Robbie Williams y después Cold Play. Más que el personaje o el público al que va dirigido, fueron los mensajes que dio Robbie. Y creo, además, que esa entrevista estuvo muy bien hecha, estaba muy bien editada para que la gente recibiera los mensajes desde el primer segundo de la entrevista y luego pudieras disfrutarla entera ¿no?, pero, claro, lo que dijo Robbie Williams fue muy potente. Contar de esa forma su vida,</p>	49''

	<p>esa intimidad que no lo había hecho antes, pues a la gente le interesó. Eddie Goulding tuvo mucha repercusión porque fue la primera vez que ella contaba en una entrevista como estuvo a punto de morir en el accidente aquel que se hundió en el glacial el coche. Esa tuvo mucha repercusión porque salió en todos lados. Shawn Mendes tuvo también mucha repercusión evidentemente por el fandom, un fandom muy fuerte.</p>	
<p><b>LOC1: Jairo Román</b></p>	<p>Pese a que la cadena ha estado perdiendo seguidores en los últimos años, Los40 sigue siendo la cadena musical líder de audiencia en España, y esto se debe, entre otras cosas, al amor que siente por el oyente según afirma Rafael Revert.</p>	<p>11''</p>
<p><b>ENTREVISTADO 1: Rafael Revert</b></p>	<p>Cuenta con una serie de personales muy buenos, tiene una serie de gente muy buena, tiene el background de toda la vida de Los 40 Principales de toda la historia que esto funciona y de que ponen muchos éxitos y, entonces, eso es lo que la gente le gusta. Tener una cadena que te asegura que lo que está poniendo es éxito o puede ser éxito, ¿no? , entonces, eso y la gente que tienen es lo que hace que tu seas un chaval y un amigo te diga, ¡oye ! escucha Los 40 porque ponen una música muy buena y tal. Pues eso es, el boca a</p>	<p>1' 26''</p>

	<p>boca y los profesionales que tienen y el saber hacer las cosas.</p> <p>Cuando yo estaba allí tenían amor por el oyente, yo siempre he pensado que teníamos que querer al oyente de tal modo que nuestro trabajo sirviera para hacerle feliz cuando está en su casa oyendo la radio, para hacerle feliz y canta y baila con la música que le ponemos, entonces yo he trabajado siempre para eso, y creo que lo que nos diferenciaba de los demás era ese cariño que teníamos a la gente, ese querer que se lo pasaran bien, que disfrutaran, que se rieran, eso es lo que yo creo que nos ha diferenciado siempre.</p>	
<p><b>ENTREVISTADO 2: Xavi Martínez</b></p>	<p>Lo principal es que es la leyenda de la música en este país. Al final, los grandes artistas desde hace decenas de años, décadas, han venido por Los40, o sea, tanto a los festivales como a los conciertos. Es la marca que ha abrazado el talento desde el principio. O sea, es la primera gran emisora musical de este país, es la primera que crea una lista de éxitos, es la primera plataforma que dice que, ¡oye! hay una canción esta semana que es la más importante, es el número uno ¿no?, cuando eso ya pasaba en otros países. Con Charts americanos Billboard o en Reino Unido con el UK Charts, en España nuestra lista era la de Los40 ¿no?, entonces, la</p>	<p>1' 35''</p>

	<p>credibilidad de la marca te hace ser líder al final, durante muchos años que eso es lo más difícil, con la aparición de otras emisoras, con la aparición de otras plataformas y, para mí, ese es el punto principal, la credibilidad de la marca, ya no solo antigüedad porque hay marcas antiguas que se han pegado una leche importante, o sea, marcas que han muerto y luego, el mercado es amplio, te pueden comer, pero ésta ha aguantado y, además, con la credibilidad que es lo que más fuerte nos hace. Y luego ser líder, pues claro, hay datos técnicos, por ejemplo, tener muchas frecuencias, estar bien repartido por el país, tener una cobertura que tu puedas llegar a muchas personas es muy importante. Al final una radio on-line, que tu quieras hacer hoy o que yo quiera hacer hoy, con una página web, pues bueno, no llegará de la misma forma que si tu estás en un coche en un pueblo de Cáceres y puedes darle a un botón y escuchar eso ¿no?. Pero claro, por muchas frecuencias que tengas, si un producto no es bueno, si luego tú no trabajas por cuidar la música, la credibilidad es lo más importante.</p>	
<p><b>LOC1: Jairo Román</b></p>	<p>Ahora Los 40 Principales ha omitido la palabra Principales, para dejar claro que hoy en día ya no es una simple lista de éxitos, es algo más, y su última sintonía suena así.</p>	<p>9''</p>

<b>Track</b>	Sintonía LOS40	14''
<b>LOC1: Jairo Román</b>	y no se sabe si LOS40 volverá ha renovarse de nuevo, pero es el medio de comunicación musical más exitoso de España y, como dice su actual logo, Music Inspires Life, es algo que no hay que olvidar, la música inspira la vida y Los40 forman parte de esa inspiración en la vida de muchas personas.	15''

## 7. Conclusiones

Como resultado de la investigación que se ha llevado a cabo durante la elaboración de este trabajo, se pueden corroborar las hipótesis planteadas anteriormente, dando respuesta a los objetivos que tenía este proyecto.

En primer lugar, se afirma la primera hipótesis porque, según hemos podido comprobar de la mano de Rafael Revert y de Xavi Martínez, LOS40 se ha ido adaptando a los nuevos tiempos, innovando en su programación, siendo la primera emisora de España que elabora una lista con las canciones que más suenan, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, asegurando que lo que está poniendo es un éxito o puede ser un éxito. Además, de tener varias frecuencias y estar bien distribuido por el país. Por ello, los grandes artistas de todo el mundo querrán estar en la lista y estar vinculados con la cadena, como es el caso de Justin Bieber, que durante su gira Purpose Tour, la única radio que consiguió entrevistarle fue LOS40.

Sí es cierto que Los 40 Principales sufrieron un importante descenso en el número de seguidores, pero con la llegada de las nuevas plataformas digitales y las nuevas formas que tienen la personas, en este caso refiriéndonos a los jóvenes que son la audiencia principal de la cadena, es normal que la radio, en general, este extinguiéndose. Aun así,

LOS40 han sabido como adaptarse a las nuevas generaciones década tras década y, pese a la pérdida de audiencia, sigue liderando los puestos con los mayores números de oyentes en radios temáticas en España.

La segunda hipótesis también queda verificada porque, según nos ha contado Xavi Martínez, un mismo estilo musical puede llegar a "quemar" o a saturar al oyente si se repite mucho, aunque sean canciones distintas, por lo que se hace un equilibrio de los hits que se ponen en LOS40. Se ha podido comprobar que fomenta todos los géneros musicales, siempre que estos sean números uno hoy en día, ya que emite canciones que están de moda actualmente, ya sea a nivel nacional o internacional, y es un punto a favor para la cadena, porque los jóvenes quieren escuchar lo último en el mercado musical, no los hits de hace 30 años, por ejemplo, ellos quieren sonidos nuevos, sonidos no escuchados anteriormente, y si no fuese por esa actualidad musical LOS40 no tendrían el éxito que tiene. Además, como bien nos han contado los entrevistados, al final la cadena pone lo que la gente quiere oír, y si el público apuesta por, por ejemplo, una sevillana, LOS40 la pondrán, ya que es su audiencia la que finalmente decide qué canción entra en la lista. Esto es algo que puede llegar a "chocar", el como artistas de muy diversos estilos como pueden ser Rosario Flores (flamenco) y Katy Perry (pop electrónico) estén en la misma lista, pero en definitiva, es la gente la que vota quién está en esa lista de éxitos, y es algo muy bueno, no solo para fomentar la variedad musical y mezclar lo más español con lo que suena al otro lado del océano, sino que además permite dar ese feedback entre la cadena y sus seguidores, cosa muy importante ya que si el oyente se siente escuchado y ve como su decisión se ha tenido en cuenta, servirá para reforzar esa confianza por una cadena en particular, pudiendo mantener un gran número de seguidores, en este caso LOS40.

En cuanto a la tercera hipótesis, al igual que las anteriores, queda demostrada, ya que es el *reggaeton* el estilo que más audiencia atrae ahora a LOS40, porque es el género musical que está más de moda en la actualidad.

Hay que añadir que es un estilo que surgió en América Central a finales de 1980 y es una combinación de los géneros musicales reggae con el rap y el hip-hop. Comenzó como un movimiento alternativo con un carácter urbano, pero dio el salto a la música latina comercial y su éxito se debe sobre todo porque se centra en la juventud, y como se ha dicho en muchas ocasiones durante este trabajo, la audiencia joven es la

mayoritaria de LOS40. Es popular porque, según afirma Fermín Zabalegui, redactor de GQ:

"Sus letras son desenfadadas, alegres, picantonas, y con ese punto de soberbia juvenil que tan mal sienta a las clases acomodadas. El reggaeton, amigos, es la revolución de la alegría del pueblo. "

Tardó veinte años en ser popular y llegar a otros lugares del mundo, pero fue definitivamente en 2005 con dos hits, Gasolina de Daddy Yankee y La Tortura de Shakira, los que catapultaron al *reggaeton* a las alturas.

Según datos de la plataforma musical Spotify en 2015, el *reggaeton* se posicionaba como el más escuchado en España por delante del rock, el indie y el pop.

Esto último es muy importante, porque tanto el Rock como el Pop eran los estilos que sonaban mayoritariamente en Los 40 Principales, y los que tradicionalmente han dado audiencia a la cadena desde siempre pero con el alzamiento del *reggaeton* estos dos estilos se desplazan y hay que señalar que, hoy en día, el *reggaeton* es el que más suena en LOS40.

Por último, hay que añadir que LOS40 está muy vinculada al mundo musical no solo de una forma radial, televisiva o digital, sino que además, crea iniciativas musicales muy poderosas para el mercado musical en todo el mundo, como son los conciertos a los que acuden miles de personas para disfrutar tanto de grandes cantantes y músicos de todos los estilos musicales, desde electrónica como puede ser Alan Walker que actuó en el Primavera POP 2016 a un pop más comercial como puede ser James Arthur que actuó en el mismo festival de música en 2017, como de pequeñas bandas o cantantes no tan conocidas pero con canciones que han llegado a estar en la lista de éxitos de la cadena como puede ser Bromas Aparte. Además de los conciertos, están Los Premios 40, también muy importantes y de gran reconocimiento que, de entre los artistas que los han recibido, están Shakira o Lady Gaga.

Imagen 4. Lady Gaga ganando el Premio 40 Principales como mejor canción en la categoría internacional en lengua no española.



Fuente: Elaboración propia a través de YouTube

Estar siempre a la actualidad musical, la adaptación de nuevas formas de llegar a sus seguidores y potenciar la música de tantas formas distintas es lo que ha hecho que LOS40 sea hoy en día la cadena musical más exitosa de España.

## 8. Referencias bibliográficas

BERGANZA, M. RUIZ, J. (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill.

MARTA LAZO, C. (2010). *El EEES y el proyecto final en los grados de comunicación*. Madrid: Fragua.

LÓPEZ VIDALES, N. y GÓMEZ RUBIO, L. (2014). *Radio informativa: Guía didáctica de iniciación al medio*, Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.

RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. y ISPIZUA, M. A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*, Bilbao: Universidad de Deusto.

SIERRA BRAVO, R. (2003 -11ª edición-). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.

VALLÉS, M. A. (1997): *Técnicas cualitativas de investigación social*. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis Sociología.

WIMMER R. & DOMINICK JR. (2001). *Introducción a La Investigación En Medios Masivos De Comunicación*. Madrid: Thomson Editorial.

## Webgrafía

AFUERA et.al, (9 de diciembre de 2010) "La historia de Los 40 Principales", *Cadena SER*. Recuperado de: [http://cadenaser.com/ser/2010/12/09/videos/1291853828\\_870215.html](http://cadenaser.com/ser/2010/12/09/videos/1291853828_870215.html)

ÁLVAREZ, Y. (14 de julio de 2016). La historia de LOS40 en 17 hitos - Los 40 | 50 aniversario, *Los 40*. Recuperado de: <http://50aniversario.los40.com/tu-radio/la-historia-los-40-17-hitos/>

GARCÍA-ALLEN, J. Los distintos tipos de entrevista y sus características, *Psicología y Mente*, Recuperado de: <https://psicologiymente.net/organizaciones/tipos-de-entrevista-trabajo-caracteristicas>

GUGEL, P. (21 de enero de 2016). Demostrado: España ama el reggaeton, *El Mundo*, Recuperado de: <http://www.elmundo.es/papel/todologia/2016/01/21/56a0c628268e3e8e358b4611.html>

MARCO, T. (2004). Creación musical y medios de comunicación. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, 23, pp. 49-55. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1049876>

MARCO, T. (2004). *Comunicar23*. Creación musical y medios de comunicación. Pp. 49-55. Recuperado de: <https://issuu.com/revistacomunicar/docs/comunicar23>

PÉREZ, J. Y MERINO, M. (2012). Definición de reggaeton, *definicion.de*. Recuperado de. <http://definicion.de/reggaeton/>

ZABALEGUI, F. (10 de julio de 2014), En defensa del reggaeton, *revistagq*. Recuperado de. <http://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/en-defensa-del-reggaeton/20274>

redacción prnoticias, (15 de abril de 2015) EGM ‘Los 40 Principales’ pierde 600.000 oyentes en un año y firma su peor dato desde 2005, *Prnoticias*. Recuperado de: <http://prnoticias.com/radio/20140405-egm-40-principales-radios-tematicas>

De los 40 Principales a LOS40, (17 de mayo de 2016) Medios en InteractivaDigital, *InteractivaDigital* Recuperado de. <http://interactivadigital.com/de-los-40-principales-a-los40/>

¿Qué es el streaming?, Diseño de Materiales Multimedia, *ite.educacion*. Recuperado de. <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/107/cd/video/video0103.html>

¿Cómo funciona el streaming?, Preguntas Frecuentes – FAQ, *gospelidea*. Recuperado de. <https://gospelidea.com/clientes/knowledgebase/147/-iComo-funciona-el-Streaming.html>

Los40, (29 de agosto de 2016). ¿Llega la revolución a Los40!, *Los40*. Recuperado de. [http://los40.com/los40/2016/08/29/radio/1472468210\\_547800.html](http://los40.com/los40/2016/08/29/radio/1472468210_547800.html)

Los40, (1 de diciembre de 2016). LOS40 sigue liderando la radio musical española ¡Gracias a todos!, *Los40*. Recuperado de. [http://los40.com/los40/2016/12/01/radio/1480573948\\_226142.html](http://los40.com/los40/2016/12/01/radio/1480573948_226142.html)

Radio para estudiantes, (22 de diciembre de 2011). Reportaje radiofónico, hablemos - de-radio-.*blogspot*. Recuperado de. <http://hablemos-de-radio.blogspot.com.es/2011/12/como-hacer-un-reportaje-radiofonico.html>

donQuijote. el reggaeton , *donquijote.org*. Recuperado de. <http://www.donquijote.org/cultura/puerto-rico/musica/reggaeton>

Redacción Los40, (21 de abril de 2017). Los40 confirma su liderazgo como radio musical en Internet, *Los40*. Recuperado de. [http://los40.com/los40/2017/04/20/radio/1492684646\\_341174.html](http://los40.com/los40/2017/04/20/radio/1492684646_341174.html)

*LOS40: un formato de éxito musical en España.* Jairo Román Gutiérrez

Los40, (19 de abril de 2017). ¡Del 40 al 1 Coca-Cola crece y suma ya 1.534.000 oyentes cada sábado!, *Los40*. Recuperado de. [http://los40.com/los40/2017/04/19/de140a11/1492594490\\_739847.html](http://los40.com/los40/2017/04/19/de140a11/1492594490_739847.html)

Redacción Los40, (19 de abril de 2017). Los40, líder de la radio musical, *Los40*. Recuperado de. española [http://los40.com/los40/2017/04/19/radio/1492581822\\_883535.html](http://los40.com/los40/2017/04/19/radio/1492581822_883535.html)

## **9. Anexos**

En este apartado hago una transcripción de la entrevista que realicé a Rafael Revert en Somosaguas y a Xavi Martínez en Gran Vía, ambas en Madrid.

### **9.1 Transcripción de la entrevista a Rafael Revert**

**P: El génesis de Los 40 Principales lo marcó usted con su creación hace ya 50 años. ¿Cuál era el objetivo de hacer un programa como ese en España? Y más en un contexto de dictadura**

**R:** El director que había en la FM de Radio Madrid me pidió, como yo me dedicaba a la música, hacía cosas en Onda Media, hacía el Gran Musical, hacía programas (.....), entonces me dijo un día: "oye chaval, quiero que me hagas un programa para la FM, para los YE-YES" me dijo. Dije, bueno, vale, encantado, pues yo me pongo hacer un programa ahora mismo, y bueno había que escribir un guión para la censura y entonces me puse con el guión también, claro, tenía que escribir un título porque había que hacerlo inmediatamente. Como yo era el corresponsal de la revista Billboard en España, Billboard tiene la America Top 40, a mí se me ocurrió llamarlo como el Top 40, claro pero no había una palabra que pudiera traducir Top 40, dije, bueno pues 40 Principales, y es lo que se me ocurrió, tenía que escribirlo y digo, bueno ya lo cambiaré, porque no me gustaba mucho, pero bueno, y ahí me puse a escribir y a escribir la lista de discos y a empezar un programa de 2 horas en la FM de Radio Madrid que no lo oía nadie, porque no había aparatos de FM, empezaban a venderse en ese momento. Yo no tenía verdaderamente un objetivo, más que el de hacer un programa de música que a mí me gustaba, para la gente que pudiera gustarle, pero ese era el objetivo, luego empezó a ser objetivo, pero cuando empecé no, no lo era.

**P: Los 40 Principales han tenido siempre un buen recibimiento por parte de la audiencia, convirtiéndola en la cadena musical líder de audiencia en España. ¿A qué cree usted que se debe? ¿Qué tienen LOS40 que no tengan otras cadenas musicales?**

**R:** Cuando yo estaba allí tenían amor por el oyente, yo siempre he pensado que teníamos que querer al oyente de tal modo que nuestro trabajo sirviera para hacerle feliz cuando está en su casa oyendo la radio, para hacerle feliz y canta y baila con la música

que le ponemos, entonces yo he trabajado siempre para eso, y creo que lo que nos diferenciaba de los demás era ese cariño que teníamos a la gente, ese querer que se lo pasaran bien, que disfrutaran, que se rieran, eso es lo que yo creo que nos ha diferenciado siempre.

**P: Como padre de Los 40 Principales ha podido ver como este hijo ha ido creciendo y evolucionando con los años. El último cambio lo dio el año pasado produciéndose una gran transformación en la cadena, que va desde la modificación del logo y el nombre hasta la creación de nuevos programas. ¿Cree usted que era necesario ese cambio? ¿Qué se buscaba con ello?**

**R:** No tengo ninguna idea de porqué lo habrán hecho. Supongo que lo habrán hecho intentando mejorar, intentando recuperar los oyentes que se han perdido estos últimos años. Bueno, yo les deseo lo mejor. Realmente no me he parado a pensar ahora cómo lo están haciendo y, además, no estoy especialmente interesado en juzgar a los demás.

**P: En cuanto a la imagen corporativa, ¿por qué se ha renovado el logo de Los 40, siendo ahora un lazo multicolor y omitiéndose la palabra “Principales”? ¿Cuál es su significado?**

**R:** Pues no lo se porqué lo han hecho. La verdad es que yo me marché en el año 92, me fui hacer la Cadena 100 y ya me desentendí del día a día de LOS40, pero los he oído oyendo y sigo siendo amigo de la gente que hay allí y tal, pero no te puedo decir exactamente el porqué hacen las cosas ahora como las hacen, salvo que ahora se ocupan mucho de las encuestas y esas cosas ¿no?, que no se si será bueno.

**P: Antes se comercializaba más con pop y ahora se ha apostado también por otros géneros musicales como el indie. ¿Por qué incluir música más alternativa en un formato como este?**

**R:** En cualquier formato que quieras que llegue a la gente tienes que poner la música que la gente quiere, la que la gente pueda querer en cualquier momento, y si un día quieren oír unas sevillanas, pues tienes que poner sevillanas, o sea, hay que olvidarse de los géneros y tal. Nosotros cuando estábamos allí, lo que hacíamos era oír la música, toda, y decir, esto le puede gustar a la gente, esto sí y esto no, y pensábamos solo en lo que le podía gustar a la gente, que le pudiese gustar al mayor número de gente joven, y

entonces seleccionábamos independientemente de que fuera rock o pop o pip o pap, lo que fuera, daba igual, tu lo oías, decías, esto puede gustar, pues vamos con ello y daba igual lo que fuera, hay que ir a lo que la gente quiere, lo que la gente va a querer disfrutar, bailar y cantar.

**P: ¿Han cambiado los jóvenes en todos estos años? Se supone que la audiencia fundamental de LOS40 es joven... ¿cómo son ahora y cómo eran antes? ¿Cómo han cambiado sus gustos musicales y hacia la radio?**

**R:** Yo creo que la gente joven sigue siendo muy parecida, la de ahora a la de antes, ellos lo que quieren es oír música que les guste y que les divierta. Entonces, pues lo mismo les puede gustar una bachata pegar ahí, bailar, cantar, o algo de house o algo así, que una bonita canción realmente, de las canciones de los Bee-Gees o los Beatles o los Rolling Stones. O sea, que la gente joven y musicalmente sigue teniendo el buen gusto del sentimiento. Yo creo que son muy parecidos, la gente de entonces a la de ahora, solo que ahora se bailan otros ritmos, otros temas, pero en el fondo muy parecidos.

**P: El momento escogido para anunciar el cambio fue durante el festival de música Primavera POP de 2016, ¿qué significado se le quiso dar? ¿Por qué en ese momento y no en otro?**

**R:** Yo creo que en ese momento es cuando cambió la dirección en LOS40. Entró una nueva directora y creo que, bueno, ella está intentando hacer un cambio para que se note y para mejorarlo, y está poniendo todo su empeño y todo su saber en ello, o sea, que eso significó el cambio y por eso se debe a que es el momento en que ella empezó en LOS40.

**P: Los informes del EGM tras el anuncio del cambio no han sido muy positivos para la cadena, ¿a qué cree usted que es debido? ¿Qué es lo que probablemente no haya funcionado?**

**R:** Yo creo que, en el fondo, lo que no funciona bien es el EGM. El estudio es el que no funciona bien. Yo creo que es un estudio muy pequeño en relación con esto, porque son millones de gente los que hay oyendo la radio y a lo mejor hacen el estudio con 5.000

personas, entonces, lo que me parece a mí personalmente que son estudios poco representativos. Entonces, pues si tu dices que te gusta, te preguntan y dices que te gusta, tu vas a representar 50.000 oyentes. Yo creo que es que son poco representativos los estudios del EGM.

**P: Sin embargo, LOS40 sigue siendo la cadena musical líder de audiencia en España ¿A qué se debe su éxito?**

**R:** Cuenta con una serie de personales muy buenos, tiene una serie de gente muy buena, tiene el background de toda la vida de Los 40 Principales de toda la historia que esto funciona y de que ponen muchos éxitos y, entonces, eso es lo que la gente le gusta. Tener una cadena que te asegura que lo que está poniendo es éxito o puede ser éxito, ¿no? , entonces, eso y la gente que tienen es lo que hace que tu seas un chaval y un amigo te diga, ¡oye! escucha LOS40 porque ponen una música muy buena y tal. Pues eso es, el boca a boca y los profesionales que tienen y el saber hacer las cosas.

## **9.2. Transcripción de la entrevista a Xavi Martínez**

**P: Has estado vinculado al mundo de la radio desde pequeño, trabajando en distintas cadenas. ¿Qué tienen LOS40 que no tengan las otras para ser líder de audiencia?**

**R:** Lo principal es que es la leyenda de la música en este país. Al final, los grandes artistas desde hace decenas de años, décadas, han venido por Los40, o sea, tanto a los festivales como a los conciertos. Es la marca que ha abrazado el talento desde el principio. O sea, es la primera gran emisora musical de este país, es la primera que crea una lista de éxitos, es la primera plataforma que dice que, ¡oye! hay una canción esta semana que es la más importante, es el número uno ¿no?, cuando eso ya pasaba en otros países. Con Charts americanos Billboard o en Reino Unido con UK Charts, en España nuestra lista era la de LOS40 ¿no?, entonces, la credibilidad de la marca te hace ser líder al final, durante muchos años que eso es lo más difícil, con la aparición de otras emisoras, con la aparición de otras plataformas y, para mí, ese es el punto principal, la credibilidad de la marca, ya no solo antigüedad porque hay marcas antiguas que se han pegado una leche importante, o sea, marcas que han muerto y luego, el mercado es

amplio, te pueden comer, pero ésta ha aguantado y, además, con la credibilidad que es lo que más fuerte nos hace. Y luego ser líder, pues claro, hay datos técnicos, por ejemplo, tener muchas frecuencias, estar bien repartido por el país, tener una cobertura que tu puedas llegar a muchas personas es muy importante. Al final una radio on-line, que tu quieras hacer hoy o que yo quiera hacer hoy, con una página web, pues bueno, no llegará de la misma forma que si tu estás en un coche en un pueblo de Cáceres y puedes darle a un botón y escuchar eso ¿no?. Pero claro, por muchas frecuencias que tengas, si un producto no es bueno, si luego tu no trabajas por cuidar la música, la credibilidad es lo más importante.

**P: El cambio que anunció LOS40 el año pasado durante la Primavera Pop, ya se estaba gestándose desde hace tiempo. ¿Cómo se vivió esa transformación desde dentro de la cadena? ¿Qué repercusión ha tenido? ¿Os ha afectado de alguna forma a los locutores?**

**R:** LOS40 se han caracterizado siempre por ser una radio que tenía las mejores estrellas de la comunicación musical, de la industria además, de la calle de toda la vida ¿no? Es la primera radio que tiene un Morning Show, aquel Anda ya con Juanma Ortega por ejemplo ¿no?, lo que pasa es que no te puedes quedar siempre con esa espuela, yo creo que hay que intentar cada cierto tiempo detectar los ciclos de las cosas, y a día de hoy, con las redes sociales, con los móviles, como esta todo tan conectado todo se quema más rápido. En la radio se quema más lento, pero lo llevamos tiempo detectando. Tenía que haber una renovación, no podíamos tener el mismo logo con los mismos valores de marca, porque la gente empezaba a vernos de forma diferente. No es ni mejor ni peor, es simplemente que estábamos dejando de llegar a un público al que siempre habíamos llegado, por diferentes cosas, por el inmovilismo del líder, que eso puede pasar en cualquier empresa, te puede pasar si eres líder del mercado y te acomodas y sigues haciendo lo de siempre y no intentas innovar, y esto es una innovación en toda regla. Como dice Eva Cebrián el cambio de logo no ha sido simplemente la imagen del cambio, o sea es un cambio mucho más profundo, o sea detrás del logo hay una programación nueva, hay unos valores de marca nuevos, hay una forma de comunicar diferente y bueno, a nivel personal yo lo viví muy bien porque yo vengo de otras plataformas, de otras radios. Desde fuera he visto cómo han crecido proyectos desde cero, me he encargado de crear proyectos desde cero como Mega Star o liderar el ascenso de una radio como en su día fue Europa FM. Claro, aplicar todo ese

conocimiento es muy bonito y encima hacerlo en la líder y volver a crear una radio que llegue a la gente ¿no?

El cambio es bueno, es el motor de renovación, malas pueden ser para los costumbristas o sea, a mí me gustaba más el otro logo, pues a mí me gustaba yo que se, más música ¿no?, menos palabras. No estamos dando más palabras, estamos dando más prescripción, estamos ofreciendo un producto diferente a Spotify, por ejemplo ¿no?, que es un hilo musical frío. Yo siempre digo lo mismo, para mí Spotify es sexo sin amor y LOS40, la radio, somos sexo con amor ¿no?, es otro tipo de relación. Te acompañamos, te recomendamos una canción o te contamos una historia. Las canciones tienen historia, los artistas son gente como tú y como yo, y a mí me gusta mucho enseñar el alma de la música y detrás.

**P: Respecto al mundo de la música en LOS40, ¿qué géneros musicales son los que más audiencia atrae? y ¿qué géneros producen un efecto positivo y negativo en la audiencia?**

**R:** Últimamente está muy de moda el urban, el urban aquí a veces mal dicho como *reggaeton*, o sea, en América el *reggaeton* como lo conocemos es urbano, es sonido urbano, Un J Balvin de la vida, un Maluma. Eso ahora está muy de moda, sobre todo el público más millennial, más joven. Pero bueno, yo creo que el pop en general es ese James Arthur, es esa Rihanna, esa Lady Gaga, está abierto ¿no? Pero al final estamos poniendo lo que la gente quiere, porque fíjate que algo que se le llamaba indie como Love of Lesbian lo estamos poniendo, o Miss Cafeína ¿no? sonidos nuevos, pero tú me has preguntado por el que más gente trae, yo creo que hoy el urbano.

El urbano nos trae gente, pero también puede ser muy saturado, puede quemar, puede saturar. Entonces hay que ir con cuidadito, tú no puedes pasarte una hora de tu programación poniendo siete canciones de urbano, yo no lo haría, es el equilibrio.

El que más rechazo crea a día de hoy es el Dance más hardcore, yo creo que ahí estamos fuera, ya está Máxima FM para poner ese sonido que, además, ya se le busca esa emisora para escuchar eso. Nosotros estamos para poner una mezcla agradable que acompañe a la gente y, sobre todo, que sean canciones importantes o que vayan a ser canciones importantes.

**P: Antes se comercializaba más por pop y rock y ahora se está apostando por música alternativa .¿Crees que LOS40 adopta todos los géneros musicales y les da la misma importancia, o potencia más a unos que a otros?**

**R:** No estamos en una radio de géneros, estamos en una radio de canciones. Entonces un género que puede ser ultra indie, como nos guste la canción la vamos a poner y la vamos a defender y hemos descubierto cosas. Mira, el mismo Kaleo, una banda de Islandia, que tiene una canción que se llama *When down we go* que ahora está sonando en todo el mundo, vale. Pues hace tres meses, dos meses la escuchamos, la descubrimos, estaba sonando en Suecia y la habían puesto otras veces allí, nos gustó el sonido de la canción. En ningún momento nos planteamos si era género indie o no. Es indie, osea, si lo quieres clasificar de alguna forma es indie. Es una grandísima canción. Lorde Royals, la primera gran canción de Lorde eso era indie, la pusimos hasta que nos reventó la cabeza.

**P: Has podido entrevistar a cantantes conocidos internacionalmente como Taylor Swift, Robbie Williams, Shawn Mendes, entre muchos otros, ¿quién ha sido el artista que más audiencia dio cuando lo entrevistaste?**

**R:** El que más visitas provocó fue Robbie Williams y después Cold Play. Más que el personaje o el público al que va dirigido, fueron los mensajes que dio Robbie. Y creo, además, que esa entrevista estuvo muy bien hecha, estaba muy bien editada para que la gente recibiera los mensajes desde el primer segundo de la entrevista y luego pudieras disfrutarla entera ¿no?, pero, claro, lo que dijo Robbie Williams fue muy potente. Contar de esa forma su vida, esa intimidad que no lo había hecho antes, pues a la gente le interesó. Ellie Goulding tuvo mucha repercusión porque fue la primera vez que ella contaba en una entrevista como estuvo a punto de morir en el accidente aquel que se hundió en el glacial el coche. Esa tuvo mucha repercusión porque salió en todos lados. Shawn Mendes tuvo también mucha repercusión evidentemente por el *fandom*, un *fandom* muy fuerte.

