

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN**



**Universidad de Valladolid**



**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

**CURSO 2019 - 2020**

**EL PERIODISMO MUSICAL: ANÁLISIS DE LAS REVISTAS MUSICALES**

*MONDO SONORO Y ROCKZONE.*

Alumno: Clara Corredor Mateos

Tutor: Mariano González Clavero

Segovia, a 18 de mayo de 2020



## **RESUMEN**

El presente trabajo de fin de grado configura una investigación de dos de las revistas musicales más relevantes del panorama Español: *Mundo Sonoro* y *Rockzone*. Partiendo de un recorrido a través del periodismo musical, su contexto y situación actual, se busca descubrir el papel que estos dos soportes adoptan dentro de las necesidades que el periodismo debe cubrir. A partir de un análisis de ambas revistas determinaremos la forma de elaborar los contenidos, la comunidad creada en torno a ellas, su target, la estética de sus portadas, la publicidad y la repercusión en la sociedad que han sido capaces de generar. De esta manera se extraerán todos los aspectos formales, contextuales y de contenido que han determinado la trayectoria, evolución y posicionamiento de las dos revistas musicales seleccionadas para realizar las siguientes páginas.

Palabras clave: Música, Periodismo, Prensa especializada, Mundo Sonoro, Rockzone, España.

## **ABSTRACT**

This final degree project configures an investigation of two of the most relevant music magazines on the Spanish scene: *Mundo Sonoro* and *Rockzone*. Starting from a journey through musical journalism, its context and current situation, it seeks to discover the role that these two supports adopt within the needs that journalism must cover. From an analysis of both magazines, we will determine the way of preparing the contents, the community created around them, their target, the aesthetics of their covers, advertising and the impact on society that they have been able to generate. In this way, all the formal, contextual and content aspects that have determined the trajectory, evolution and positioning of the two selected music magazines will be extracted to carry out the following pages.

Keywords: Music, Journalism, Specialized press, Mundo Sonoro, Rockzone, Spain

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.....	1
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EL PERIODISMO MUSICAL.....	6
2.1.1. Contexto y primeros años de la prensa especializada.....	7
2.2. EVOLUCIÓN DE LAS REVISTAS MUSICALES.....	8
2.2.1. <i>Mondo Sonoro</i> .....	8
2.2.2. <i>Rockzone</i> .....	9
2.3. PUBLICIDAD EN SOPORTES MUSICALES.....	11
2.4. DEL PAPEL A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PANORAMA ACTUAL DEL PERIODISMO MUSICAL.....	11
3. ESTUDIO DEL CASO <i>MONDO SONORO Y ROCKZONE</i> .....	14
4. ANÁLISIS ESTÉTICO DE SUS PORTADAS.....	28
5. REPERCUSIÓN.....	37
6. PUBLICIDAD Y TARGET.....	39
7. CONCLUSIONES GENERALES.....	41
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

1. Tabla nº 1: Datos cuantitativos de la revista musical <i>Mondo Sonoro</i> .....	15
2. Tabla nº 2 : Enero de 2020, edición nº 279, formato digital e impreso de la revista <i>Mondo Sonoro</i> .....	17
3. Tabla nº 3: Febrero de 2020, edición nº 280, formato digital e impreso de la revista <i>Mondo Sonoro</i> .....	17
4. Tabla nº 4: Marzo de 2020, edición nº 281, formato digital e impreso de la revista <i>Mondo Sonoro</i> .....	18
5. Tabla nº 5: Enero de 2020, edición nº 279, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	19
6. Tabla nº 6: Febrero de 2020, edición nº 280, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	20
7. Tabla nº 7: Marzo de 2020, edición nº 281, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	20
8. Tabla nº 8: Datos cuantitativos de la revista musical <i>Rockzone</i> .....	21
9. Tabla nº 9: Enero de 2020, edición nº 165, formato digital e impreso de la revista <i>Rockzone</i> .....	23
10. Tabla nº 10: Febrero de 2020, edición nº 166, formato digital e impreso de la revista <i>Rockzone</i> .....	24
11. Tabla nº 11: Marzo de 2020, edición nº 167, formato digital e impreso de la revista <i>Rockzone</i> .....	24
12. Tabla nº 12: Enero de 2020, edición nº 165, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	25
13. Tabla nº 13: Febrero de 2020, edición nº 166, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	26
14. Tabla nº 14: Marzo de 2020, edición nº 167, análisis de la web de <i>Mondo Sonoro</i> .....	26
15. Tabla nº 15: Valor diferencial de la revista musical <i>Mondo Sonoro</i> .....	37
16. Tabla nº 16: Valor diferencial de la revista musical <i>Rockzone</i> .....	38

## **INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS**

## 1.Introducción, justificación y objetivos.

“La música despierta en nosotros emociones variadas, pero no las más terribles, tales como horror, miedo, ira, etc., sino más bien los sentimientos más cálidos, como dulzura y amor, que se transforman en devoción. [...] Posiblemente estos sentimientos confusos y poderosos hagan surgir el sentimiento de lo sublime.” *Charles Darwin*.

La música tiene la capacidad de unir a un sin fin de personas en torno a una misma pasión, generar un sentimiento común y, como señala Darwin en la cita anterior, tiene la capacidad de hacernos sentir lo sublime. La música está considerado como arte, culto y centro de la cultura, independientemente de la época, la religión o contexto sociocultural. Desde Beethoven, los Rolling Stone o Mecano, distintos estilos musicales, en distintas épocas y con distintos públicos, pero con algo en común, la capacidad de generar en las personas sentimientos indescriptibles que solo la música logra generar.

Por otro lado, el poder de las palabras tiene la capacidad de trasladarnos a cualquier lugar del mundo sin salir de casa, hacernos soñar, imaginar y sentir. Al igual que la música, las palabras unen a las personas. Unidas, la música y la lectura son capaces de crear una comunicación muy relevante - el centro de este estudio - las revistas musicales. La pasión que siento por estos dos elementos, música y lectura, ha sido la que ha dado forma a este trabajo de investigación: el análisis de dos de las revistas musicales más relevantes del panorama musical, *Mondo Sonoro* y *Rockzone*, de las que soy lectora desde hace varios años. La forma de redactar los contenidos, el uso de las imágenes, y los grupos y estilos musicales a los que apelan, generan soportes capaces de congrega a un gran número de personas entorno a la misma pasión: la música. Y es precisamente esa capacidad de convocatoria la que me ha motivado a dedicar las próximas páginas a ella.

Como se mencionaba anteriormente, el objeto de estudio de este Trabajo de Fin de Grado consiste en analizar dos de los soportes musicales más relevantes de la escena musical de nuestro país: *Mondo Sonoro* y *Rockzone*. Estas revistas musicales no solo transmiten determinados conocimientos sobre un campo concreto a sus lectores, sino que han creado una comunidad en torno a ellas. El periodismo musical en sus orígenes se basaba en un análisis exhaustivo, una crítica objetiva e investigación previa. Frente a la inmediatez de la red, los periodistas musicales deben continuar con su misión original de ofrecer contenidos trabajados y de calidad. El centro de este trabajo consistirá en analizar las similitudes y diferencias de ambos soportes a la hora de redactar los contenidos, sus discursos, los atributos que definen el target de cada uno de ellos y todas las diferencias formales de cada uno de ambos soportes. Para llevar a cabo esta investigación se analizará la revista digital y página web de *Mondo Sonoro* y *Rockzone* a lo largo del primer trimestre (enero, febrero y marzo) del año 2020. Por otro lado, también se buscará conocer si estos soportes mantienen el papel de análisis y crítica que el

periodismo musical demanda o, si por lo contrario, actúan únicamente como un medio de enlace entre un artista o disco y sus receptores.

Al tratarse de un trabajo de investigación, se pueden dividir los objetivos en dos grupos. En primer lugar los objetivos de la parte teórica consisten en conocer los orígenes y evolución del periodismo musical, su contexto y los diferentes matices en función del autor o la escuela de pensamiento. En segundo lugar, la parte empírica de la presente investigación, tiene como objetivo conocer todas las similitudes y diferencias de estos dos soportes, tanto estéticas como formales.

En cuanto al diseño metodológico, estableceremos las estrategias y procedimientos que permitirán recoger los datos necesarios, su procesamiento, análisis e interpretación para posteriormente dar respuesta a los objetivos empíricos planteados. Esta recogida de datos se fundamenta en la creación de tres tablas que permitirán analizar la muestra seleccionada (los contenidos de ambos soportes, tanto en la revista digital como en su página web, durante el primer trimestre del año 2020). Se realizará un análisis mixto, recogiendo información tanto cualitativa como cuantitativa, para poder, a partir de la interpretación pertinente, extraer la información necesaria para dar respuesta a los objetivos planteados y para refutar o afirmar las hipótesis de la presente investigación que estableceré más adelante.

La primera tabla será la encargada de recoger la información más general de cada uno de los dos soportes, sin entrar en el contenido. Se agruparán los datos más relevantes a la hora de conocer, a rasgos generales, su forma de ser y contexto. Datos que nos permitirán, posteriormente, profundizar más. El año en el que publica el primer número de cada soporte será el primer dato en extraerse, ya que los años de trayectoria y el contexto en el que nacen es fundamental para poder compararlas. Se proseguirá con datos generales como la ciudad en la que nace el proyecto, la editorial con la que trabaja y el número de ediciones con las que cuenta cada uno de ambos soportes. El hecho de si se trata de una revista gratuita o de pago es muy relevante a la hora de analizar cualquier revista, puesto que variables de análisis como la publicidad, consumidores y extensión están muy ligadas a este aspecto. Se recogerán otra serie de datos formales como los distintos formatos en los que podemos encontrar el soporte, los géneros musicales abordados - dato fundamental para conocer posteriormente el target - , y si el soporte tiene presencia en el panorama internacional o, si por lo contrario, se trata de un soporte limitado al público español. También se recogerán los datos relacionados con redes sociales, número de seguidores, fans, la tirada, periodicidad y difusión de cada revista.

En la segunda tabla el análisis será más exhaustivo, se buscará extraer los datos cuantitativos concretos relativos a los contenidos de cada uno de los soportes. Esta segunda parte se dividirá en los contenidos de la revista digital y los de la página web. Mes por mes se extraerán datos relativos al número de páginas con las que cuenta cada soporte, el idioma en el que se redactan estos contenidos y la cantidad de contenido publicitario y tipología de los anunciantes que



encontramos. Se extraerá también el número de colaboradores y redactores que participan por edición, secciones, el número de entrevistas, crónicas y críticas que se redactan por mes, nacionalidad de los grupos seleccionados por el soporte y a que grupo se dedica cada portada. Los datos que se extraerán de las páginas webs son similares; las secciones con las que cuenta, la media de contenidos publicados por mes y datos relativos al idioma, la publicidad y el número de entrevistas, noticias y críticas publicadas. El análisis de estos datos nos permitirá conocer a que tipo de contenidos da más importancia el medio, el tipo de lenguaje y tono utilizados, o si la página web actúa de manera independiente o si su razón de ser se limita a complementar los contenidos de la revista digital.

La última tabla se realizará una vez se hayan desarrollado y analizado las tablas anteriores, puesto que recogerá los atributos cualitativos relacionados con ambos soportes. Esta tabla recopilará los valores diferenciales de ambos soportes.

A continuación abordaremos las hipótesis sobre las que se basa el diseño metodológico explicado anteriormente. En primer lugar, todos los factores específicos y formales, propios y ajenos al soporte, son los que conforman la personalidad de cada uno de los soportes. En segundo lugar las publicaciones de *Mondo Sonoro* y *Rockzone* siguen un parámetro a la hora de elaborar sus contenidos específico y que sus diferencias son las que determinan el porqué de sus targets. En tercer lugar, tal y como se definirá en el marco teórico, el periodismo musical con la llegada de internet ha perdido, en algunas ocasiones, ese papel de investigación, análisis y crítica. Presentando su soporte únicamente como un punto intermedio entre la música y el receptor, dejando de lado el trabajo crítico del periodista. Se considera que, tanto *Mondo Sonoro* como *Rockzone* mantienen una forma de trabajar basada en el periodismo musical más tradicional, basado en esa visión crítica que el buen periodismo demanda.

## **MARCO TEÓRICO**

## 2. Marco teórico

### 2.1. Los medios de comunicación: el periodismo musical

Podemos entender la comunicación como un fenómeno y como un proceso. Las definiciones acerca del fenómeno de la comunicación varían en función del autor o la escuela de conocimiento. En un plano general y siguiendo la definición de la Real Academia Española, la comunicación se define como la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Siguiendo esa visión más general de la comunicación, podemos definirla como el acto o proceso consistente en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, mediante el empleo de signos y palabra, Berelson, B. y Steiner, G. (1964).

Frente a esta definición tan generalizada, Aristóteles en su libro "*Retórica*", añade al fenómeno de la comunicación un atributo más: la persuasión. Señala que se trata de un proceso que busca la persuasión utilizando todos los medios que tenemos a nuestro alcance. Es decir, el orador debe modificar la percepción del receptor a favor de su criterio. Osgood (1961), continua con la visión de influencia como meta final de la comunicación del filósofo griego y define así, siglos más tarde, la comunicación: "En el sentido más general, tenemos comunicación cuando quiera que un sistema, una fuente, inflencie a otra, al destinatario, por manipulación de señales alternativas que pueden ser transferidas por el canal que los conecta". Precisamente esa influencia es lo que el periodismo musical busca, ya que las personas que desarrollan este perfil profesional buscan guiar al lector a favor de un criterio musical o gusto concreto.

Uno de los hitos más importantes en el estudio del fenómeno de la comunicación masiva y de las audiencias, y para entender la comunicación como un proceso, fue el modelo descrito por Laswell (1948) en su artículo "*Estructura y Función de la Comunicación de Masas*". El modelo plantea una serie de preguntas que al responderse muestra en su totalidad el proceso comunicativo. Lasswell plantea en su modelo estas preguntas: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cómo? ¿A quién? ¿Para qué? Citado por Rodríguez, A (2018). Laswell clasificó las funciones de la comunicación en tres: vigilancia del medio ambiente; transmisión cultural entre generaciones; y correlación de los componentes de la sociedad (Luis Ramiro, 1976).

A pesar de las diversas definiciones de este concepto, la mayoría de los autores sitúan el inicio de la comunicación paralelo a nuestra propia existencia. La necesidad y capacidad de comunicarnos es innata al ser humano. De esta necesidad nacen los medios de comunicación. Los principales cuatro medios nacen en cuatro siglos distintos, es decir, uno por siglo. Las primeras revistas entran en circulación en el siglo XVII. Los diarios, en el siglo XVIII. La radio en el siglo XIX. Y por último, la televisión en el siglo XX (Salaverría, 2005).

A la hora empezar a hablar sobre el tema principal de este Trabajo de Fin de Grado, el periodismo musical, más concretamente las revistas musicales, es importante conocer la necesidad que este tipo de periodismo busca satisfacer. En un contexto donde no existía internet, ni ninguna forma de conocer la actualidad más allá de los medios de comunicación tradicionales, los periodistas tienen la autoridad necesaria para guiar a las personas en su desconocimiento sobre la realidad. En este caso, la realidad musical (López, Zósimo; Nunes, Pedro y Val, Fernán del. 2017). Así, los periodistas musicales nacen ante la necesidad de guiar a los receptores hacia el conocimiento de los distintos géneros, artistas, locales de venta de soportes musicales, etc. Los críticos actúan como exegetas, como creadores de discursos sobre el rock (Frith 1981: 177).

Este perfil de periodista comienza a conocerse como periodista musical, y eran aquellos profesionales con los suficientes conocimientos sobre música y comunicación. Estamos hablando de periodistas que se especializan en música o de musicólogos con formación y capacidades comunicativas. Estos perfiles se convierten en prescriptores y también en un enlace entre el público y el arte de la música. Personas que buscan influir, como planteaba Aristóteles, en el conocimiento, gusto y crítica del receptor. Así los periodistas adoptan un rol de productores culturales y mantienen una relación de doble dependencia con su entorno de trabajo, gestionando la relación entre lo comercial; el capitalismo, y lo artístico de la música (López, Zósimo; Nunes, Pedro y Val, Fernán del. 2017: 101). Aguilera (2012) hace una reflexión muy acertada acerca de lo que se entiende por periodismo musical a partir de las conclusiones que Blanc (2012) en su libro *"Flashback: La aventura del periodismo musical"* saca previamente sobre el tema: La crítica - o periodismo musical, como prefiere llamarle Blanc - a fin de cuentas es también pasión, oficio, entrega. Así, los mejores textos de este periodismo musical serán siempre aquellos que, tomando la música como punto de partida, dejen traslucir estos valores y acaben siendo ellos mismos piezas literarias autosuficientes. Textos en los que el lector pueda saborear los hallazgos y la agudeza del autor, pero también su prosa. Es entonces cuando el periodismo musical se convierte, más que nada en una pasión compartida.

### 2.1.1. Contexto y primeros años de la prensa especializada

La prensa especializada surge para adaptarse a los cambios que la comunicación y los públicos experimentan. De la necesidad de evolucionar y dar un paso más allá, surge un periodismo que se centra en el entorno social y en el ciudadano, dejando de lado, en ocasiones, las fuentes oficiales. A esta manera de informar se le denominó como periodismo especializado. Los periodistas se dividieron en dos grupos en función del tipo de periodismo que practicaban. Los periodistas generalistas, aquellos responsables de, con la mayor rapidez posible, cubrir las

noticias de actualidad. Y los periodistas especializados, quienes asumían el papel de críticos, de análisis y de enlace con los usuarios de la información (Martín, E y Blanco, A, 2016:53).

Martínez de Sousa (citado en Fernández y Esteve, 1996: 99) afirma que la función del periodismo especializado consiste en “divulgar noticias e informaciones de diversa índole para los intereses de una clase (obrero, capitalista), un deporte (fútbol, boxeo, etc.), una función social (militares, marinos, automovilistas, artistas, financieros, religiosos, etc.) o una ciencia (medicina, biología, astronáutica, electrónica, etc.)”. Thornton (1995), resaltaba precisamente esa importancia que el periodismo musical tenía para la sociedad, ayudando a crear, clasificar y distribuir la cultura y realizando funciones que previamente el periodismo nunca había hecho de etiquetar escenas o clasificar los distintos géneros. El periodismo especializado nace pues de una segmentación de la propia audiencia, cuyos intereses difieren y buscan diversos soportes que satisfagan esa necesidad. A esa sectorización de la audiencia se le suma la necesidad que el propio periodismo presenta de alcanzar unos contenidos de calidad y cada vez más especializados (Fernández y Esteve, 1996). El periodismo especializado garantiza una información periodística capaz de satisfacer los gustos e intereses de las audiencias, garantizando un diálogo social enriquecedor a través los medios tradicionales, los mass media y los cibermedios (Cardona, 2015). Es en ese momento cuando, más que nunca, el periodismo cambia para adaptarse a los distintos tipos de públicos.

## **2.2. Evolución de las revistas musicales**

La prensa española pronto incluye apartados dedicados a la música, sin embargo, las publicaciones independientes y completamente dedicadas a la música no aparecen en España hasta principios del siglo XIX. Madrid se consolida como vanguardista de este fenómeno cultural, siendo la primera ciudad en la que se editó la primera revista musical del país, seguida de Barcelona.

### *2.2.1. Mondo Sonoro*

*Mondo Sonoro* nace en Barcelona en el año 1994 de la mano de José Macarro y Sergio Fernández, consolidándose como la primera revista musical gratuita de España, siguiendo el modelo que ya funcionaba en otros países como Reino Unido. En sus orígenes se inspiró en la revista AB, consolidada como todo un referente estético e hito de la prensa gratuita. Esta revista también actuó como pionera en el recorrido por parte de los medios de comunicación españoles hacia la modernidad (Sancho, 2018). *Mondo Sonoro* surgió con el objetivo de servir de portador a todos aquellos grupos y artistas que no tenían voz en las grandes revistas musicales. Así, la revista catalana se pone al servicio de este colectivo como portavoz de su trabajo. *Mondo Sonoro* se consolida como la primera revista del entorno en crear su propia página web y migrar

al entorno digital en el año 1998. Este éxodo al mundo digital buscaba abarcar un nuevo terreno, continuando con su razón de ser: dar voz a los grupos - nacionales e internacionales - independientes. Sus contenidos se centran en la música y la actualidad del panorama artístico independiente. *Mondo Sonoro* ha sido capaz de crear una comunidad en torno a la revista, la música independiente y los conciertos que la revista organiza una vez al año con motivo de la conmemoración de su aniversario. En los primeros años de vida, la revista se editaba en formato tabloide y contaba con un gran número de páginas. A partir del ejemplar 7 la revista empieza a imprimirse a color y a partir del número 14 se crea una oficina en Madrid. En el año 2009 la revista comienza a estar disponible en versión digital en la página web, siendo una de las primeras en España en dar el salto digital (Galeano, 2016). Además de la edición de *Mondo Sonoro* global, existen diferentes ediciones en diversas ciudades. Esto permite al soporte acercarse a los grupos locales.

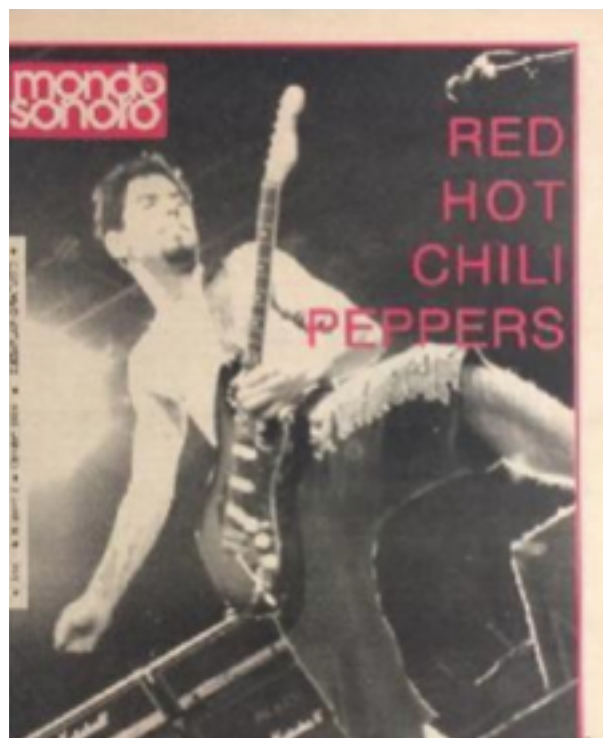


Fig.1 Primera portada de la revista Mondo Sonoro (1994)

Fuente: <https://www.20minutos.es/>

### 2.2.2. *Rock Zone*

La versión española de la revista inglesa *Rocksound* cerró en el año 2004 después de tan solo 79 números y sin previo aviso. De sus cenizas, y manteniendo el mismo espíritu, línea editorial y

público, nace *Rockzone* en septiembre de ese mismo año en Barcelona. Desde ese primer número hasta el día de hoy la revista ha estado dirigida por Jordi Meya. La revista *Rockzone* está dirigida a un tipo de público que no acostumbra a comprar prensa. Por lo tanto, para mantener la coherencia con el estilo de vida de sus lectores y la bajada de las ventas, *Rockzone* pasó a ser un medio únicamente digital. En septiembre de 2014 *Rockzone* se despidió de la prensa impresa. Con el paso de papel a digital, se ampliaron ligeramente el número de páginas de la revista y se modificaron las secciones.

*Rockzone* aborda grupos y artistas de actualidad de géneros como el *Rock*, el *Punk* y el *Hardcorde*, tanto del panorama nacional como internacional. También aborda otros estilos musicales pero en menor medida. Los colaboradores *Rockzone* han ido variando con el tiempo, pero como colaboradores estables destacan los periodistas Carles Rodríguez, Pau Navarra, David Sabaté y Luis Benavides. La plantilla que conforma el departamento de redacción sigue siendo aquella que trabajaba en *Rock Sound*. *Rockzone* se ha consolidado como una marca referente en el mundo de la música y los festivales, siendo el patrocinador de muchos de ellos.



Fig.2 Primera portada de la edición digital de Rockzone (2014)

Fuente: <https://issuu.com/rockzonemag>

### **2.3. Publicidad en soportes musicales**

La publicidad dentro de las revistas musicales aparece relativamente tarde. En un origen este tipo de publicaciones buscaban subvencionarse a partir de los almacenistas musicales, pidiéndoles que asumiesen parte de los gastos que suponía llevar a cabo este tipo de revistas. No obstante, esta fórmula no dio resultado. Por lo tanto, estas revistas tuvieron que sufragarse con una aportación económica que provenía exclusivamente de los suscriptores (Sobrino, 1993). Kurt Lewin (1947) propone una visión del periodista musical como un *gatekeeping*. Profesionales cuya misión consiste en seleccionar artistas sobre los que merece la pena escribir, crear una comunidad de oyentes y ayudar a formar el gusto del consumidor.

No obstante, Klein (2005, citado por López, Zósimo; Nunes, Pedro y Val, Fernán del. 2017: 110) sostiene que la relación profesional entre las revistas y los sellos discográficos que compran espacios destinados para la publicidad dentro del medio, y una relación entre el artista y el publicista contribuyen a que el profesional de la publicidad mande únicamente copias del disco a la revista que sabe que hará una crítica positiva. Estos aspectos provocan que los críticos musicales muchas veces adopten un papel de animadores en lugar de un papel de *gatekeepers*.

Actualmente son varios los factores relacionados con la publicidad que intervienen en el correcto desarrollo del periodismo musical (Cruz, 2009):

- La crisis económica ha obligado a los grandes periódicos a reducir su plantilla, reducir el número de páginas y eliminar los suplementos culturales. Esto se debe a una reducción de la inversión publicitaria, campo afectado también por la situación económica.
- La incapacidad de la prensa escrita por atraer al público más joven.
- La inversión publicitaria en revistas musicales ha caído.

La inversión en medios digitales fue en su origen mínima. Las empresas de comunicación los veían como un experimento, una forma de hacerse visibles. Nada más lejos de la realidad que internet ha supuesto.

### **2.4. Del papel a la transformación digital: panorama actual del periodismo musical**

Entre 1995 y 2005 nació internet y con él, un nuevo tipo de medio y, por ende, una nueva forma de periodismo. En la historia de la prensa pocas cosas hay más excepcionales que la llegada de un nuevo medio de comunicación (Salaverría, 2005). Con la aparición de internet, aparecen los primeros periódicos on-line. La red no sustituye al papel, sino que el medio trata de abarcar ambas vías de comunicación: el plano tradicional y la revolución de internet. Ambas inversiones



tenían la intención de no dejar obsoleto al medio y permanecer dentro de la conversación actual. A ese nuevo periodismo en la red se le denomina de distintas maneras en función del autor. Inicialmente fue acuñado como “periodismo electrónico” (Armañanzas, Díaz y Meso, 1996). Tres años más tarde se empieza a hablar de términos como digital o online (Gil, 1999). Actualmente hablamos de ciberperiodismo (García, 2008). A día de hoy el ciberperiodismo musical se enfrenta a nuevos desafíos. La comunicación basa su razón de ser en, por un lado, llamar la atención del destinatario de su mensaje. Y por otro, ganar su atención y confianza. El panorama actual dificulta esta misión. La saturación informativa, el consumo multipantalla y la necesidad de lo inmediato dificultan la predisposición del usuario a recibir contenidos. En este contexto marcado por la falta de tiempo y un ritmo de vida cada vez más saturado, el periodismo se ve obligado a transformarse.

El usuario ya no tiene tiempo, ni interés, para leer extensos artículos. En sus orígenes la prensa se estructuraba siguiendo el sistema de pirámide invertida. Esta forma de tratar los contenidos tiene su origen en 1860 y nace de la mano de la Guerra de Sucesión Estadounidense. Consistía en situar en “punta” de un artículo la información más importante. Actualmente, esa estructura de la información ha sido sustituida por “píldoras informativas”. Un tipo de información que busca ser lo más breve y vistosa posible. En este momento en el que nuestra manera de consumir se transforma, comienza el éxodo del consumidor hacia internet. Y con el, el de los medios de comunicación.

“El blog ha provocado una democratización de la escritura musical, al tiempo que se vulgariza y se advierten las primeras renovaciones formales del medio” (Cruz, 2009: 67). El periódico de papel queda obsoleto en una época donde la comunicación se ha transformado radicalmente. El receptor se renueva e internet se convierte en el centro, y los medios deben adaptarse. El mundo digital no solo ha cambiado la forma de consumir contenidos. También ha cambiado la profesión del periodismo. La forma de tratar la información, la relación entre periódicos, fuentes y públicos ha cambiado (Pérez - Amat, 2008). En periodismo busca encontrar su propio marco de actuación en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Para ello, busca avanzar a la par que las herramientas de la web social y de la nueva cultura del consumo en el ámbito de la comunicación (López, 2011).

En el momento en el que el usuario puede acceder a todo tipo de contenidos musicales con solo un clic, el papel de periodista musical queda en entredicho. El usuario tiene la capacidad de bucear en la red por su cuenta, sin ataduras, y además, formar su propio criterio. El ciberperiodismo musical se presenta como una moneda de doble cara. Cruz (2009) nos habla de, por un lado, los hipervínculos y links que nos hacen rebotar de página a página en la red. Estos, se han convertido en los mayores aliados de la prensa musical. Ya no se habla, ahora además se enseña, o se escucha, como es el caso. Por otro lado, la cara B muestra una realidad en la que el periodismo musical te indica simplemente que hay un disco nuevo y te presenta el link para que

puedas escucharlo. Fin. La forma tradicional de investigación, análisis y contenidos de calidad queda atrás.

Internet requiere inmediatez. Los usuarios de la red tienen la posibilidad de tener al segundo toda la información que demandan. Esa instantaneidad y falta de análisis por parte de muchos periodistas musicales les aparta de sus raíces. Un periodismo basado en el análisis, la crítica exhaustiva. La inmediatez de la red choca con el tiempo dedicado al análisis que el buen periodismo demanda. De periodismo a dispensación de contenidos. El periodismo musical - tal y como se conocía hace años - requiere análisis periodístico. Podría decirse que el otro gran reto es enfrentarse a esta dualidad. O ofrecer a los usuarios los contenidos de una forma inmediata, limitándose a ser meros dispensadores de información, o dedicar tiempo al análisis y contraste de contenidos pero no llegar a tiempo a la conversación.

**ESTUDIO DEL CASO *MONDO SONORO Y ROCKZONE***

### 3. Estudio del caso *Mundo Sonoro* y *RockZone*

*Mundo Sonoro* se consolida como una de las revistas de música independiente más relevantes del panorama musical español. Frente a la competencia, se presentó como la primera revista en crear su propia página web y abarcar el entorno digital en el año 1998. A la hora de hablar del lenguaje, *Mundo Sonoro* destaca como su soporte que escapa de tecnicismos y de los aspectos más formales propios del análisis musical. Un tono cercano que busca escapar de la seriedad, permitiendo que cualquier persona sin conocimientos musicales pueda comprender y disfrutar de los contenidos.

<b>Año primera publicación</b>	1994
<b>Ciudad</b>	Barcelona
<b>Editorial</b>	Sister Sonic
<b>Número de ediciones</b>	281 (Dato extraído en marzo del 2020)
<b>Revistas gratuita / pago</b>	Gratuita
<b>Lectores mensuales</b>	50.000 usuarios únicos / mes
<b>Formatos</b>	Impreso, digital y web. (Mondosonoro.com )
<b>Géneros musicales</b>	Música independiente
<b>Presencia en el panorama internacional</b>	No
<b>Periodicidad</b>	Mensual
<b>Tirada / Difusión</b>	125.000 ejemplares / mes

Tabla nº 1: Datos cuantitativos de la revista musical *Mundo Sonoro*

Fuente: Elaboración propia

La edición en papel cuenta con una tirada de 125.000 ejemplares y una periodicidad mensual. Se distribuye casi en su totalidad en salas de conciertos, tiendas de música y locales de ensayo de 13 Comunidades Autónomas españolas. La revista cuenta cada mes con un número global y ediciones específicas, también de periodicidad mensual, para Madrid, Cataluña, Aragón, la zona sur del país, Comunidad Valenciana, Asturias - Cantabria, Galicia - Castilla y León y Zarata

(Euskadi - Navarra - La Rioja). La editorial Sister Sonic ha sido la encargada de avalar este proyecto desde sus orígenes hasta el día de hoy. A partir del análisis de los contenidos de este soporte, destaca el elevado número de colaboradores y redactores que participan en la creación de cada número. Todos los números analizados cuentan con más de 30 colaboradores / redactores, en tan solo 48 páginas de contenido. Esta plantilla de redactores y colaboradores se encuentran repartidos en las ocho redacciones existentes. Esto aporta al soporte los conocimientos de un alto número de profesionales, pero frente a las diferencias que implica la participación de un número tan elevado de personas, todos los artículos presentan el mismo tono y estilo, dotando de unidad y concordancia a cada palabra. Las revistas digitales analizadas (primer trimestre del año 2020), cuentan con el mismo número de páginas, 48. La revista siempre muestra a un grupo en portada relevante en ese momento en la escena, del que luego se realiza en el interior de la misma una crónica. Frente a otras revistas, *Mondo Sonoro* no cuenta con un índice al inicio de esta. Esto puede deberse al hecho de que es una revista gratuita, en la que cada página importa. Independientemente de eso, se echa en falta una guía a la hora de iniciar la lectura. Casi 500.000 personas al mes consumen los contenidos de *Mondo Sonoro*. Los apartados que conforman la revista digital (como normal general, ya que hay excepciones que mencionaremos más adelante) son los siguientes: Mondo Freako, En la maleta, Tan cerca, Wala - Wala, Mondo Vinilos, Mejores libros musicales, Mejores Comics, Mondo Media, Mondo conexiones, Retrovisor, La mía.

Aunque todos los números sigan ese patrón de contenido, hay meses en los que encontramos diferencias, como es el caso del número 279, correspondiente a la edición publicada en enero del 2020. Al igual que la mayoría de las revistas, *Mondo Sonoro* realiza en el primer número anual un recopilatorio del año que le precede. Realiza así resúmenes de los mejores discos del 2019, analiza lo mejor del año e introduce lo que está por llegar. Frente a otras revistas musicales españolas, *Mondo Sonoro* no destaca por presentar unos contenidos dedicados puramente de análisis musical. El número de entrevistas en la versión digital es prácticamente inexistente, se limita a solamente una por ejemplar. Tampoco hay un gran número de críticas, lo que limita mucho los contenidos. Estas críticas, no cuentan con un apartado o un espacio propio, sino que acompañan a las crónicas. Son las crónicas el contenido que mayor presencia tiene en la versión digital e impresa del soporte, cuentan o bien con un pequeño cuadrado amarillo en que se presenta una crítica del grupo o disco del que se habla, o una lista con los próximos conciertos de dicho artista. A la hora de hablar de contenidos, *Mondo Sonoro* se presenta más como una revista de actualidad musical, que como una revista de análisis musical.

<b>Edición N° 279</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	48
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	+30
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales, conciertos y plataformas musicales
<b>Entrevistas</b>	1
<b>Críticas</b>	5
<b>Crónicas</b>	11
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	Carolina Durante
<b>Secciones</b>	Lo mejor de 2019, Resumen del año, Mondo Freko, Mondo vinilos, Mejores películas, Mejores libros musicales, Mejores Cómic, Wala - Wala, Resumen nacional por estilos, Mondo Conexiones, La Mía, Tan cerca, Retrovisor, En la maleta.

Tabla n° 2 : Enero de 2020, edición n° 279, formato digital e impreso de la revista *Mondo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 280</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	48
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	+30
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales, conciertos, discos y plataformas musicales
<b>Entrevistas</b>	1
<b>Críticas</b>	4
<b>Crónicas</b>	13
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	El Columpio Asesino
<b>Secciones</b>	Mondo Freko, Mondo vinilos, Publi reportaje, Mejores libros musicales, Mejores Cómic, Wala - Wala, Mondo Conexiones, La Mía, Tan cerca, Retrovisor, Mondo Media, En la maleta.

Tabla nº 3: Febrero de 2020, edición nº 280, formato digital e impreso de la revista *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición Nº 281</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	48
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	+30
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales, conciertos, discos y tecnología
<b>Entrevistas</b>	1
<b>Críticas</b>	2
<b>Crónicas</b>	8
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	Erick Urano
<b>Secciones</b>	Mundo Freko, Mundo vinilos, Mundo Conexiones, La Mía, Tan cerca, Retrovisor, Mundo Media, En la maleta, Agenda marzo, Demoscópica Mundo Sonoro.

Tabla nº 4: Marzo de 2020, edición nº 281, formato digital e impreso de la revista *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la página web de *Mundo Sonoro* presenta unos contenidos que buscan complementar a los de la revista. Los contenidos de la edición digital e impresa están también disponibles en la web, además de avances y ampliaciones de los mismos. Las publicaciones de la página web se actualizan a diario y los contenidos triplican a los de la revista, contando con una media de más de 300 entradas por mes. La mayor parte son noticias relacionadas con el sector de la música. La gran ventaja de contar con un soporte web es la instantaneidad, cualquier noticia relevante puede ser publicada casi al instante. Frente a esa ausencia de entrevistas que la revista digital y en papel presentan, en la página web encontramos una media de 30 por mes. Esto también ocurre con las críticas, la página web dedica una sección en exclusiva a este tipo de contenidos, analizados de una forma más exhaustiva. Frente a las críticas de artistas, libros, vinilos y cómics de la revista, en la web añaden la novedad de críticas a conciertos y series. Otro

valor diferencial de la página web es la sección especial, a las que dedican una media de 15 entradas al mes. En la página web nos presentan listas de discos nacionales, internacionales y videoclips. Se trata de un contenido muy relevante para los amantes de la música, y excepto en algún número excepcional, no es un contenido al que la revista dedique espacio. Otro apartado que aporta un valor diferencial a la web es Mondo TV, una recopilación de videos relacionados con el panorama musical. Así la revista se presenta como un apartado más de la página web, dividida en las siguientes secciones: Noticias, Artículos (entrevistas, especiales), Críticas (discos, libros, cine - series, cómics y conciertos), Listas (listas discos nacionales, lista discos internacionales y lista de videoclips), Festivales, Agenda, Mondo TV, Ediciones (revistas impresa, Aragón, Madrid, Cataluña, Sur, Comunidad Valenciana, Asturias - Cantabria, Galicia - Castilla y León - Euskadi - Navarra y La Rioja)

<b>Edición N° 279</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	+300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	31
<b>Noticias</b>	226
<b>Especiales</b>	11
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	No relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Artículos (Entrevistas y Especiales), Críticas (Discos, Cine - Series, Comics, Conciertos, Libros); Listas (Discos nacionales, internacionales y videoclips); Festivales, Agenda, Mondo TV, Ediciones.

Tabla nº 5: Enero de 2020, edición nº 279, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia



<b>Edición N° 280</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	+300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	38
<b>Noticias</b>	204
<b>Especiales</b>	13
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	No relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Artículos (Entrevistas y Especiales), Críticas (Discos, Cine - Series, Comics, Conciertos, Libros); Listas (Discos nacionales, internacionales y videoclips); Festivales, Agenda, Mondo TV, Ediciones.

Tabla n° 6: Febrero de 2020, edición n° 280, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 281</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	+300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	48
<b>Noticias</b>	242
<b>Especiales</b>	17
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	No relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Artículos (Entrevistas y Especiales), Críticas (Discos, Cine - Series, Comics, Conciertos, Libros); Listas (Discos nacionales, internacionales y videoclips); Festivales, Agenda, Mondo TV, Ediciones.

Tabla n° 7: Marzo de 2020, edición n° 281, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

Como contenido adicional, cada año *Mondo Sonoro* edita Especial Festivales, una guía que recoge los principales festivales de España y Europa. En este número se recopila toda la información relativa al festival (fecha, precio, cartel, etc.) Tras analizar los contenidos de los distintos formatos de *Mondo Sonoro*, se llega a la conclusión de que el medio principal es la revista, sin embargo es la página web quien tiene la función de complementar y ampliar los contenidos de esta. Frente al estilo elitista propio de las revistas musicales, *Mondo Sonoro* presenta un registro popular.

Por su parte, *Rockzone* nace varios años más tarde, fundada por Richard Royuela y Jordi Meya, y no es hasta el 2005 cuando la revista publica su primer número. Este proyecto nace a partir de la versión española de la revista *Rocksound* que, cuando cerró, sus trabajadores decidieron que era posible continuar con el producto y bajo un nuevo nombre, pero manteniendo el espíritu y el público objetivo, nació *Rockzone*. La revista se consolida como una de las más relevantes del panorama musical español, aborda géneros musicales claramente definidos, como el *Rock* alternativo, el *Punk*, el *Metal* y el *Hardcore*. En ocasiones encontramos artículos relacionados con algún otro estilo musical, como puede ser el rap, pero no es habitual.

<b>Año primera publicación</b>	2005
<b>Ciudad</b>	Barcelona
<b>Editorial</b>	Editorial 5150 S.L
<b>Número de ediciones</b>	167 (Dato extraído en marzo del 2020)
<b>Revistas gratuita / pago</b>	Gratuita a partir de 2014
<b>Lectores mensuales</b>	30.000 usuarios únicos / mes
<b>Formatos</b>	Digital y web (rockzonemag.com)
<b>Géneros musicales</b>	Rock alternativo, Punk, Metal y Hardcore
<b>Presencia en el panorama internacional</b>	Sí
<b>Periodicidad</b>	Mensual

Tabla nº 8: Datos cuantitativos de la revista musical *Rockzone*.

Fuente: Elaboración propia

En sus orígenes, *Rockzone* se comercializaba como una revista impresa. En el año 2014 y coincidiendo con su edición número 100, la revista abandonó el papel para trasladarse al mundo digital. Esta modificación de formato convirtió a la revista en gratuita. Desde sus orígenes, en el año 2005, el soporte cuenta con una página web oficial, Zona - Zero. Esa página sigue en uso a día de hoy, aunque la revista cuenta también con la página web oficial, rockzonemag.com. La revista cuenta con aproximadamente 30.000 usuarios únicos por mes y tiene una periodicidad mensual. La editorial 5150 SL, cuyo objeto social se basa en la edición de revistas y publicaciones es la encargada de la producción de esta revista. *Rockzone* se caracteriza por su participación activa dentro de algunos de los festivales de música más importantes del país, actuando como revista oficial de algunos y patrocinador de otros. En el año 2008 fue la revista oficial en el Electric Festival de Getafe, el evento más popular y masivo de ese año, contado con más de 100.000 asistentes. También ha representado a alguno de los festivales más importantes de Europa, como el Sonisphere y dentro de la escena española, al festival de metal Kobetasonik.

A partir del análisis de los contenidos de este soporte, se ha comprobado que, aunque los colaboradores que participan en la creación de contenidos varían con el tiempo, se mantienen estables periodistas como Pau Navarra, Richard Royuela, David Sabaté, Luis Benavides y Carles Rodríguez. Gran parte de la plantilla es la misma que ya trabajaba para *Rocksound*. El número de colaboradores por edición no supera la cifra de 15, frente al elevado número que presenta el otro soporte analizado, *Mondo Sonoro*. La revista cuenta con un tono propio y un lenguaje bien definido. La muestra analizada (primer trimestre del año 2020), cuenta con un número de páginas similar. En enero y febrero nos encontramos ante 86 páginas de contenido y en el mes de marzo, se amplía levemente, alcanzando las 94 páginas. En el momento en el que *Rockzone* se trasladó al mundo digital, tuvo ante sí la posibilidad de ampliar el número de páginas de contenido y la extensión de los artículos. La revista muestra siempre en portada a un grupo relevante en ese momento en el panorama musical, generalmente grupos que acaban de sacar un nuevo disco, y en el interior de la revista se dedica una crónica para analizar a dicho grupo o disco.

Frente a *Mondo Sonoro*, donde se aprecia una ausencia de un índice al principio de la revista digital, *Rockzone* cuenta con un índice bien definido y que atiende siempre al mismo patrón. Los apartados que conforman la revista digital son 14, divididos entre apartados fijos y apartados que adoptan el nombre del grupo del que la crónica o entrevista van a hablar. Como apartados fijos contamos con: En directo, Ozzyo, Disco del mes, Críticas, Opinión, Danko's Hall of fame. Al igual que ocurría con el número de enero de *Mondo Sonoro*, el primer ejemplar del año de *Rockzone* también presenta diferencias de contenido frente a otros números. Este número dedica varias páginas a repasar el año 2019, realizando críticas de los 50 mejores discos del panorama nacional e internacional. *Rockzone* se caracteriza por un análisis más exhaustivo de la música en sí y por contar con mayores tecnicismos que *Mondo Sonoro*. La cifra de

entrevistas de la edición digital es elevada, contando con un media de 8 por número. La críticas también son elevadas, dato que resalta esa intencionalidad que *Rockzone* presenta de analizar de manera minuciosa los contenidos musicales. La media de críticas por número es de 20, a excepción del número publicado en enero, que al tratarse de una edición especial ofrece al lector un total de 50 críticas. Todos los contenidos están redactados en castellano y abordan grupos tanto nacionales como internacionales. Otro de los aspectos que más destacan de *Rockzone* son las imágenes. Fotografías de calidad, que en su mayoría muestran reportajes de conciertos, que acompañan a cada artículo, llegando algunas a ocupar dos páginas completas.

<b>Edición N° 165</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	86
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	-15
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales y conciertos
<b>Entrevistas</b>	6
<b>Críticas</b>	50 (Top del año 2019)
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	Anti Flag
<b>Secciones</b>	En directo; Ozzyo; De cine; Bad Religion; Los 50 mejores discos; Top internacional; Top nacional; Anti - Flag; Papa Roach; Dropkick Murphys; Jamie 4 President; Church of the cosmic skull; Hollywood Undead; Danko's Hall of Fame.

Tabla n° 9: Enero de 2020, edición n° 165, formato digital e impreso de la revista *Rockzone*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 166</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	86
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	-15
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales y conciertos
<b>Entrevistas</b>	9
<b>Críticas</b>	18
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	Green Day
<b>Secciones</b>	En directo; Ozzy; Greg Dulli; Crossfaith; Toundra; Body Count; Green Day; Disco del mes; Críticas; The Maine; Deadyard; Midnight; Opinión; Danko's Hall of fame.

Tabla n° 10: Febrero de 2020, edición n° 166, formato digital e impreso de la revista *Rockzone*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 167</b>	
<b>Revista digital</b>	
<b>Número de páginas</b>	94
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Número de autores / colaboradores</b>	-15
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología de los anunciantes</b>	Festivales y conciertos
<b>Entrevistas</b>	8
<b>Críticas</b>	24
<b>Grupos nacionales</b>	Sí
<b>Grupos internacionales</b>	Sí
<b>Grupo en portada</b>	Kvelertak
<b>Secciones</b>	En directo; Ozzy; Code Orange; Blood Incantation; ASH; Kvelertak; Disco del mes; Críticas; Redd Kross; Habitar la mar; Lucifer; Opinión; Hall of fame.

Tabla n° 11: Marzo de 2020, edición n° 167, formato digital e impreso de la revista *Rockzone*.

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la página web de *Rockzone* complementa a la revista digital. Nos encontramos por un lado con *Zona Zero*, la primera página web con la que la revista contó, y con la página web oficial, *rockzonemag.com*. La primera actúa de una manera más independiente, frente a la segunda que tiene la clara misión de actuar como complemento de la revista digital y guiar al usuario hacia la revista. La web permite presentar determinados contenidos de una manera casi inmediata, ofrecer noticias diariamente, actualizar la agenda y mostrar todas las novedades relativas a los intereses y contenidos de la revista. La media de contenidos de la página web no supera las 300 publicaciones mensuales, todas ellas escritas en castellano. El contenido que más abunda son las noticias, publicándose una media de 49 al mes, sin embargo en el mes de marzo la media de noticias mensuales se dispara ligeramente frente al resto de meses. El número de entrevistas publicadas en la página web no es elevado, alrededor de 6 al mes, llegando en ocasiones a ser menor que las publicadas en la revista digital. Parte de los grupos entrevistados en las publicaciones de la web coinciden con los de la revista digital. Por su parte, el número de críticas publicadas no responden a un patrón concreto, sin embargo podríamos situar la media alrededor de la 15 publicaciones por mes. Los apartados que componen la página web son los siguientes: Noticias, Entrevistas, Música (Críticas de discos, Danko's Hall of Fame, En directo, La joya del día, Los discos de mi vida, Rankings, Mi peor canción, Origen), Ozzy (Cine y series, Cómics y libros, Mi tatuaje, Moda y tendencias), Agenda, Opinión, Revista.

<b>Edición N° 165</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	-300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	5
<b>Noticias</b>	49
<b>Críticas</b>	10
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	Relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Entrevistas; Música (Críticas de discos, Danko's Hall Of Fame, En directo, La joya del día, Los discos de mi vida); Ozzy; Agenda; Opinión; Revista.

Tabla n° 12: Enero de 2020, edición n° 165, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 166</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	-300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	7
<b>Noticias</b>	46
<b>Críticas</b>	20
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	Relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Entrevistas; Música (Críticas de discos, Danko's Hall Of Fame, En directo, La joya del día, Los discos de mi vida); Ozzy; Agenda; Opinión; Revista.

Tabla n° 13: Febrero de 2020, edición n° 166, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

<b>Edición N° 167</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Media publicaciones / mes</b>	-300
<b>Idioma</b>	Castellano
<b>Entrevistas</b>	6
<b>Noticias</b>	57
<b>Críticas</b>	14
<b>Publicidad</b>	Sí
<b>Tipología anunciantes</b>	Relacionados con la industria musical
<b>Secciones</b>	Noticias; Entrevistas; Música (Críticas de discos, Danko's Hall Of Fame, En directo, La joya del día, Los discos de mi vida); Ozzy; Agenda; Opinión; Revista.

Tabla n° 14: Marzo de 2020, edición n° 167, análisis de la web de *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

La cantidad de contenidos nos indica que la página web no busca actuar como un medio independiente, sino complementar a la revista, elemento principal de su comunicación. Como contenido adicional, cada año la revista publica un número especial dedicado a un festival, colabora en giras, y edita las Bipolar sessions, un cd donde recoge versiones de artistas relevantes de la escena nacional.



#### 4. Análisis estético de sus portadas

A la hora de analizar estéticamente las portadas que conforman la muestra seleccionada para realizar esta investigación (primer trimestre del año 2020), se va a llevar a cabo un análisis de los valores formales y de los valores expresivos / semánticos de ambos soportes: *Mundo Sonoro* y *Rockzone*.



Fig.3. Portada de la edición nº 279 de la revista digital *Mundo Sonoro* (2020)

Fuente: <https://issuu.com/mondosonoro/docs/279msonacbaja>

La imagen de la portada del primer número del año 2020 está dedicada al grupo de Pop - Punk, *Carolina Durante*. Su aparición en portada se debe al premio recibido por la banda al mejor disco del año. La fotografía está tomada por Sergio Albert, fotógrafo de la escena musical y publicitaria. La representación alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. En la imagen podemos ver a los cuatro componentes de la banda formando lo que podría interpretarse como un triángulo. Tres de los componentes miran al objetivo, frente al cuarto que desvía la mirada y constituye la punta de esta figura geométrica. Se encuentran en un

punto o carretera. Esa composición hace que nuestra vista analice en primer lugar los elementos del primer plano, que son los que más peso visual tienen, el miembro con mirada desviada en segundo lugar y por último el fondo, cuya función consiste en complementar los elementos principales de la fotografía. Podríamos clasificarla como una composición simétrica. La imagen presenta un encuadre vertical, y mucha profundidad de campo. La angulación de la cámara presenta un ligero contrapicado. Se trata de una fotografía a color, donde destaca el marrón, el negro y el tono pálido presente en el cielo y en la cara de los componentes de la imagen. La fotografía no presenta grano, y tampoco textura. La imagen está realizada al aire libre y usando luz natural, no obstante el fotógrafo cuenta con la ayuda de focos y paneles para lograr el efecto deseado. Se trata de una composición polisémica, simple y planificada, correspondiente a la categoría de reportaje comercial.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Nivel denotativo: Una banda de música compuesta por cuatro miembros posan para una fotografía. Tres de ellos miran a la cámara y el cuarto ladea su cabeza hacia el lado izquierdo del espectador, apartando la mirada del objetivo. Se encuentran en un espacio al aire libre.
- Nivel connotativo: El uso de un plano ligeramente contrapicado busca engrandecer a los miembros de la fotografía, resaltando su importancia. La imagen tiene una función fática, busca llamar la atención del lector por medio de la sutil posición en forma de triángulo y el tamaño y posición de los elementos principales.



Fig.4 Portada de la edición nº 280 de la revista digital *Mundo Sonoro* (2020)

Fuente: [https://issuu.com/mondosonoro/docs/mondosonoro\\_febrero20](https://issuu.com/mondosonoro/docs/mondosonoro_febrero20)

La imagen protagonista de la edición del mes de febrero de *Mundo Sonoro* corresponde a la banda española *El columpio asesino*. Grupo de difícil clasificación, que aborda estilos que van desde el Rock hasta el Punk pasando por la música electrónica y experimental. La banda protagoniza la portada con motivo del lanzamiento de su último disco. La fotografía está tomada por Gustaff Choos, fotógrafo habitual en *Mundo Sonoro*. La representación alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. En la imagen podemos ver a los cuatro componentes del grupo posando, tres de ellos mirando a la cámara y en un segundo plano, frente al cuarto miembro, que aparece en un plano principal, destacando frente al resto y en una posición de perfil. Se encuentran en un paisaje natural, en medio de una montaña rodeados de nieve. En la parte superior de la fotografía aparece el nombre del grupo y la frase “Viaje al fin de la noche”. La imagen busca mostrar ese viaje al que el eslogan hace alusión. La composición está diseñada para que el espectador perciba en primer lugar la figura situada en primer plano, posteriormente las tres personas en segundo plano y por último el fondo.

Podríamos clasificarla como una composición simétrica, el elemento principal se encuentra en el centro de la composición, atrayendo las miradas hacia ese foco de atención. La imagen presenta un encuadre vertical, y mucha profundidad de campo. La angulación de la cámara se presenta en contrapicado, una forma propia de aquellas fotografías que buscan dar connotaciones de grandeza a aquello que inmortalizan. Se trata de una fotografía a color donde destaca el azul del fondo gracias al contraste con las prendas negras que los componentes lucen. La imagen no presenta grano y podemos encontrar textura en las montañas del fondo. La imagen está realizada al aire libre y usando luz natural, no obstante el fotógrafo cuenta con la ayuda de focos y paneles para lograr el efecto deseado. Se trata de una composición polisémica, simple y planificada, correspondiente a la categoría de reportaje comercial.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Nivel denotativo: Una banda de música compuesta por cuatro personas posa en medio de un paisaje natural, unas montañas rodeadas de nieve y un cielo azul, despejado. Los protagonistas llevan ropa gruesa y de color oscuro, lo cual contrasta con el blanco de la nieve y el azul del cielo.
- Nivel connotativo: El uso del plano contrapicado busca engrandecer a los miembros de la fotografía. Disponer en un plano principal a un miembro y colocar ligeramente detrás al resto busca que ese destaque por encima de todos los demás, resaltando su importancia. La imagen tiene una función connotativa, busca persuadirnos en favor de la banda, algo propio de las

imágenes publicitarias. Como figura retórica destacamos la hipérbole, que se manifiesta, ligeramente, en el protagonista de la composición.



Fig.5 Portada de la edición n° 281 de la revista digital *Mundo Sonoro* (2020)

Fuente: [https://issuu.com/mondosonoro/docs/mondosonoro\\_marzo20](https://issuu.com/mondosonoro/docs/mondosonoro_marzo20)

En la portada de la edición de marzo, el protagonista fue el rapero Erik Urano. La revista le dedica en este número una crónica rigurosa para conocer los enclaves de su particular estilo musical y el universo distópico que existe en torno al artista. En la imagen podemos ver con el artista abarca todo el protagonismo de la fotografía, por medio de un juego de luces de claro oscuro, el cantante aparece representando en el centro de la composición con la única compañía de dos focos. La fotografía está tomada por Juan Carlos Quindos, un fotógrafo *freelance*. La representación alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. En la imagen podemos ver a Erik Urano en el centro, cabeza ligeramente inclinada y manos en los bolsillos. El fondo podría tratarse de un escenario o una nave. La fotografía está acompañada por dos focos, uno en cada extremo, que se cruzan formando un aspa en el centro del artista. La composición está diseñada para que el personaje se perciba como el claro protagonista y centro de atención, conformando el peso visual de la fotografía. Podemos clasificarla como una

composición simétrica, el elemento principal se encuentra en el centro de la composición, atrayendo las miradas hacia ese foco de atención. La imagen presenta un encuadre vertical, y mucha profundidad de campo. La fotografía presenta un formato vertical, utilizando un ángulo natural con la cámara a la altura de los ojos del personaje. Se trata de una fotografía a color que crea un claro oscuro al combinar el negro y marrón que forman el fondo y el protagonista con la luz pálida que emanan los focos. No presenta grano y carece de textura. Está tomada en un interior y contando con luz artificial. Se trata de una composición monosémica, simple y planificada, correspondiente a la categoría de reportaje comercial.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Nivel denotativo: Un artista posa con la cabeza ligeramente inclinada y manos en los bolsillos en el centro de una escena. El fondo es oscuro y dos focos forman un aspa en el centro.
- Nivel connotativo: El uso de un plano normal o natural, situado a la altura de los ojos, aporta a la fotografía connotaciones como la tranquilidad, la estabilidad o la calma. La imagen, por el uso de las luces y las sobras buscan destacar al protagonista y aportarle cierta idealización. La composición tiene una función fáctica, el uso de esos contrastes busca llamar la atención. Este recuerdo es utilizado frecuentemente en mensajes publicitarios.



Fig.6 Portada de la edición nº 165 de la revista digital *Rockzone* (2020)

La imagen de la portada del primer número del año 2020 de la revista musical *Rockzone* está dedicada a la banda de Punk Rock, *Anti Flag*. En sus 25 años de trayectoria el grupo nunca había dedicado un disco específicamente a un presidente de Estados Unidos, Donald Trump. La revista entrevista a los miembros para hablar precisamente de ese nuevo álbum y su controversia. La fotografía de la portada fue tomada por DR, a diferencia de las portadas de la revista *Mondo Sonoro* analizadas previamente, el nombre del fotógrafo no aparece en la portada, sino en el interior del propio artículo. La imagen alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. En la imagen podemos ver a los cuatro componentes de la banda ocupando todo el ancho de la imagen y superpuestos unos a otros. Todos posan mirando directamente a la cámara. La imagen está tomada en lo que parece una calle con pintadas cubriendo las paredes. La composición está creada de tal forma que la lectura se realiza de izquierda a derecha, presentado uno de los miembros un peso visual ligeramente superior al resto. El fondo de la fotografía apenas tiene protagonismo. Podríamos clasificarla como una composición simétrica, presenta un encuadre vertical y mucha profundidad de campo. La angulación de la cámara crea un plano normal o natural, situando la cámara a la altura de los ojos de los protagonistas. Se trata de una fotografía a color donde los claros protagonistas son el blanco y el negro, colores que aportan contraste a la composición. La fotografía no presenta grano y la textura es escasa. La imagen está realizada al aire libre y usando luz natural, no obstante el fotógrafo cuenta con la ayuda de focos y paneles para lograr el efecto deseado. Se trata de una composición monosémica, simple y planificada, correspondiente a la categoría de reportaje comercial.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Nivel denotativo: Cuatro artistas posan alineados, presentan una posición erguida, con las manos metidas dentro de los bolsillos y miran directamente a la cámara. Uno de ellos, que además es el personaje con un mayor peso visual dentro de la composición, presenta una postura en la cabeza ligeramente inclinada.
- Nivel connotativo: El uso de un ángulo normal o natural, situado a la altura de los ojos, busca aportarnos cierta estabilidad y calma, no obstante los protagonistas presentan una posición ligeramente desafiante. La fotografía tiene una función fática, esto podemos apreciarlo en el contraste de los colores. La imagen nos transmite esa sensación de rebeldía que busca transmitir el disco analizado en el interior de la revista.



Fig.7 Portada de la edición nº 166 de la revista digital *Rockzone* (2020)

Fuente: <https://www.rockzonemag.com/rockzone-166-febrero-2020/>

La imagen de la portada del número de febrero, correspondiente a la edición nº 166, está protagonizada por una de las bandas más relevantes del panorama musical, el grupo de Punk - Rock, *Green Day*. Su aparición en portada se debe al lanzamiento de su nuevo disco. La fotografía de la portada ha sido tomada por DR, fotógrafo habitual de *Rockzone*. La representación alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. En la imagen podemos ver a los tres componentes de la banda posando en un sofá, todos los elementos decorativos que acompañan a los protagonistas aportan personalidad a la composición y muestran lo cuidada en detalles que está la fotografía. De izquierda a derecha podemos ver a Mike Dirnt (bajista), en el medio Tré Cool (batería) y a la derecha Billie Joe Armstrong (guitarrista y cantante), ligeramente más cerca de la cámara que el resto de sus compañeros. Podemos clasificarla como una composición geométrica, presenta un encuadre vertical y mucha profundidad de campo. La angulación de la cámara presenta un ligero contrapicado. Se trata de una fotografía a color donde destacan los tonos tierra y sobre todo los distintos estampados. La fotografía no presenta grano y encontramos múltiples texturas que se pueden apreciar en la pared, el cuadro decorativo, el suelo y el efecto óptico que esos múltiples

estampados que se mencionaban antes crean. Está tomada en un interior y contando con luz artificial. Se trata de una composición polisémica, con una clara intervención del fotógrafo en la planificación de los detalles, podemos clasificarla tanto como reportaje comercial, como fotografía artística.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Nivel denotativo: De izquierda a derecha podemos ver a Mike Dirnt (bajista) tumbado, en el medio Tré Cool (batería) apoyado en el sofá y a la derecha Billie Joe Armstrong (guitarrista y cantante), incorporado y ligeramente más cerca de la cámara que el resto de sus compañeros. Esa ligera incorporación del cantante provoca que la lectura de la imagen se realice de derecha a izquierda. Se encuentran en un salón rodeado colores y estampados, dotando de gran personalidad a la fotografía.
- Nivel connotativo: Se presenta a los personajes estereotipados basándose en el clásico rol de estrella de Rock, despreocupada, exótica y estafalaria. El uso de un ángulo contrapicado busca engrandecer su figura. La fotografía tiene una función poética, busca la belleza en el sentido más estético y artístico.



Fig.8 Portada de la edición nº 167 de la revista digital *Rockzone* (2020)



Los protagonistas de la portada de marzo son los componentes del grupo noruego de Heavy Metal, *Kvelertak*. Su aparición en portada se debe a la incorporación de un nuevo vocal en la banda y el inicio de su gira por Europa. La imagen está tomada una vez más, por el fotógrafo DR. La representación alcanza el nivel más alto de iconicidad, ya que se trata de una fotografía digital. Podemos ver como los seis componentes de la banda posan mirando directamente a la cámara. Están repartidos en distintos planos, de esta manera tres de ellos se encuentran en un plano principal y tienen un mayor peso visual, y los otros tres aparecen en un plano secundario. No se distingue la ubicación en la que fue tomada la fotografía, dando a entender que se trata de un plató. Podemos clasificarla como una composición geométrica que transmite estabilidad. La imagen presenta un encuadre vertical, y mucha profundidad de campo. La angulación de la cámara presenta un plano normal o natural, con la cámara situada a la altura de los ojos. Se trata de una fotografía a color, donde el color azul del fondo adquiere protagonismo, contrastando con el azul intenso de la camisa de uno de los miembros de la banda y los colores oscuros de las prendas del resto de componentes. La fotografía no presenta grano, y no presenta textura. La imagen está realizada en interior y utilizando luz artificial. Se trata de una composición monosémica, simple y planificada, correspondiente a la categoría de reportaje comercial.

A nivel semántico se clasifica así la fotografía:

- Análisis denotativo: Podemos ver a los seis miembros de la banda repartidos a lo largo del ancho de la fotografía. La posición en la que los miembros de la banda están colocados hace que analicemos la composición de izquierda a derecha, analizando primero a los tres personajes del primer plano y posteriormente a los del segundo.
- Nivel connotativo: La angulación de la cámara aportada equilibrio y orden a la composición, complementándose con la composición geométrica, que busca conseguir la misma sensación. La imagen tiene una función fáctica, busca llamar la atención del lector por medio del contraste de colores y las distintas posiciones y tamaños de los protagonistas de la composición.

## 5. Repercusión

*Mundo Sonoro* ha adoptado un rol de descubridor dentro del panorama de la industria musical, sirviendo así de portavoz para aquellos grupos que no consiguen repercusión en otros soportes. La revista se caracteriza por su capacidad de convocatoria, organizando conciertos y fiestas que sirven para descubrir grupos emergentes. Las fiestas demoscópicas surgieron a partir del año 1999, donde grupos maqueteros pueden darse a conocer, ofreciendo al público la posibilidad de ver en directo a grupos que de otra forma no hubiese sido posible verles. Estas fiestas han servido como punto de partida a un gran número de grupos noveles. La incorporación de los jóvenes en el discurso y las fiestas demoscópicas han conseguido crear una comunidad en torno a la revista. Esta comunidad también está presente en las redes sociales de la revistas (datos extraídos en abril del 2020):

- Instagram: La revista cuenta con 2.126 publicaciones y con 73.900 seguidores.
- Facebook: La página de Facebook cuenta con 187.118 fans.
- Twitter: Cuenta con 98.474 seguidores.

La razón de ser esta revista ha generado una serie de atributos en torno a ella que componen su valor diferencial.

<b>Diferenciación</b>
<b>Gratuita</b>
<b>Todo tipo de públicos</b>
<b>Comunidad en torno a ella</b>
<b>Diversidad de estilos musicales</b>
<b>Accesibilidad</b>
<b>Tono informal y cercano</b>

Tabla nº 15: Valor diferencial de la revista musical *Mundo Sonoro*.

Fuente: Elaboración propia

*Rockzone* se ha consolidado como una revista referente dentro del panorama musical, adoptando también el rol de descubridor del contenido más relevante del panorama nacional e internacional. Mientras que *Mundo Sonoro* ha creado su comunidad en torno al público, *Rockzone* ha creado su comunidad en torno a la propia industria musical y los festivales. Este soporte se presenta como la revista oficial y patrocinadoras de un gran número de festivales musicales. Los lectores de la revista participan también de forma activa en sus redes sociales (datos extraídos en abril del 2020):

- Instagram: La revista cuenta con 1869 publicaciones y con 10.200 seguidores.
- Facebook: La página de Facebook cuenta con 32.738 fans.
- Twitter: Cuenta con 37.108 seguidores.

La razón de ser de la revista ha generado una serie de atributos en torno a ella que componen su valor diferencial.

<b>Contenidos relevantes y extensos</b>
<b>Gratuita</b>
<b>Target definido</b>
<b>Comunidad en torno a la música</b>
<b>Estilos musicales definidos</b>
<b>Accesibilidad</b>

Tabla nº 16: Valor diferencial de la revista musical *Rockzone*.

Fuente: Elaboración propia

## 6. Publicidad y target

La publicidad se presenta como un pilar fundamental para la financiación de las revistas, especialmente para las gratuitas, como es el caso de *Mundo Sonoro* y *Rockzone*. Sin esa publicidad las revistas gratuitas no podrían subsistir económicamente, generándose una relación entre anunciante y medio en la que ambas partes salen ganando. La publicidad obtiene gracias a estas revistas un soporte duradero, que les permite dirigirse a un target concreto. La especialización de la prensa y las revistas se presentó como el medio para que los anunciantes pudiesen llevar sus mensajes a los grupos deseados. Esa segmentación se realiza por medio de contenidos temáticos, intereses concretos, datos de consumo y variables socio - demográficas. Los consumidores de revistas musicales son un público que, de manera general, presentan una actitud muy dinámica, con estilos de vida muy definidos. La digitalización de las revistas, su salto a la web y el auge de las redes sociales han permitido aumentar la inversión publicitaria. Tanto *Mundo Sonoro* como *Rockzone* basan su modelo de negocio en la publicidad. En ambos casos los festivales se convierten en los principales anunciantes. Esos festivales eligen el soporte que más encaje con el target que consume la revista y con la tipología musical que esta aborda. Las revistas musicales se consolidan como un medio de confianza para el lector, de esta forma la publicidad puede adquirir todos los valores positivos que el soporte concreto representa. Frente a la instantaneidad que tienen los anuncios en medios como la televisión y la radio, los anuncios en revistas (ya sean en un formato tradicional o digital) no están limitados por un tiempo de exposición, acentuando así la eficacia del medio.

*Mundo Sonoro*, en relación al número de páginas, cuenta con un porcentaje de contenido publicitario muy alto. En la edición digital la tipología del anunciante está claramente definida; festivales, conciertos, sellos discográficos y discos. En cuanto a la página web, de manera esporádica podemos percatarnos de la presencia de banners que no responden a una tipología concreta.

Publicidad en la revista digital:

- Enero: 26 anuncios repartidos en 48 páginas de contenido.
- Febrero: 28 anuncios repartidos en 48 páginas de contenido.
- Marzo: 33 anuncios repartidos en 48 páginas de contenido.

*Rockzone*, aunque también cuenta con un porcentaje de contenidos publicitarios elevado, este es inferior al de *Mundo Sonoro*. La tipología del anunciante, además de festivales, sellos discográficos o conciertos también incluye marcas de tecnología o bebidas, aunque estos anunciantes representan un porcentaje muy reducido. En esta revista también podemos

encontrar patrocinios. La publicidad de la página web sigue los mismos parámetros que en la versión digital.

Publicidad en la revista digital:

- Enero: 12 anuncios repartidos en 86 páginas de contenido.
- Febrero: 22 anuncios repartidos en 86 páginas de contenido.
- Marzo: 28 anuncios repartidos en 94 páginas de contenido.

Aunque los targets de *Mondo Sonoro* y *Rockzone* presentan claras diferencias, ambas revistas tienen en común que se dirigen a un público con gustos e intereses basados en la música, son públicos de festivales musicales y presentan una actitud activa y dinámica hacia la escena musical. *Mondo Sonoro*, a diferencia del resto de revistas musicales que se dirigen a un público claramente definido, no tiene un target específico. La filosofía de la revista defiende la diversidad de estilos y gustos musicales, por lo tanto esa creencia se refleja la diversidad de su target. La revista no busca limitar o excluir, sino agrupar a varios perfiles de público distintos en torno a su soporte. *Rockzone*, por su parte, tiene un target claramente definido, hombres y mujeres de entre 16 y 25 años. Este público objetivo es una de las claves del correcto funcionamiento de la revista, siempre existirá gente con edades comprendidas entre las definidas por el soporte, es decir, cuando una parte del público objetivo comience a perder el interés por la revista, llegará gente nueva. Este target supuso uno de los motivos por los que la revista abandonó el formato de papel, ya que la gente de esas edades no tiene la costumbre de comprar revistas en formato papel.

## **CONCLUSIONES GENERALES**

## 7. Conclusiones

Tras analizar en profundidad las ediciones que componen la muestra (el primer trimestre del año 2020 de las revistas *Mondo Sonoro* y *Rockzone*) a través de las tablas generadas previamente y haber definido en el marco teórico el contexto que rodea al periodismo musical, podemos extraer una serie de conclusiones. Estas conclusiones nos permiten afirmar o refutar las hipótesis planteadas al inicio de esta investigación.

En primer lugar se afirmaba que son los factores propios y ajenos al soporte los que conforman su personalidad, y tras el análisis de *Mondo Sonoro* y *Rockzone* podemos corroborar este planteamiento. *Mondo Sonoro* se caracteriza por no abordar un estilo musical concreto, por lo tanto tiene un target muy poco definido, las fiestas que la revista genera son las responsables de la creación de la comunidad que se ha nacido en torno a la revista, la capacidad de convocatoria y la percepción que, tanto grupos como públicos, tiene acerca de su rol de descubrir de nuevos grupos. *Mondo Sonoro* tiene la capacidad de generar una garantía en torno a los grupos noveles que presenta, esto se debe al hecho de que gran parte de ellos han terminado siendo, dentro de su estilo musical, números uno. Por su parte *Rockzone* actúa como una revista de análisis musical con un target muy bien definido y unos géneros musicales que no varían. Se ha convertido en una revista de confianza para los seguidores de esos estilos que aborda, adoptando un rol de fiabilidad con sus públicos. Frente a la comunidad que *Mondo Sonoro* tiene con los lectores, *Rockzone* ha creado una comunidad en torno a la música en si y los festivales que avala.

En segundo lugar se planteaba la hipótesis de que las publicaciones de *Mondo Sonoro* y *Rockzone* siguen un parámetro a la hora de elaborar sus contenidos y que esas diferencias son las que definen sus targets. La afirmación de este planteamiento se obtiene del análisis de los resultados extraídos por medio de las tablas de recogida de datos. *Rockzone* dedicada gran parte de su contenido a la críticas musicales, críticas que son fundamentales en la estructura de una revista musical. Destaca por el gran número de entrevistas que la revistas realiza y contenido más extensos. Su actividad en la página web complementa el formato digital, pero en ningún caso lo sustituye. En *Mondo Sonoro* podemos ver una ausencia casi total de críticas y entrevistas, frente a la importancia que el soporte concede a las crónicas, que suelen ocupar una media de dos páginas. Por otra parte en su página web el número de críticas se eleva considerablemente, la página web no sustituye a la versión digital pero adopta un papel clave a la hora de presentar los contenidos más propios de una revista musical.

Y por último, en el marco teórico se planteaba que el periodismo musical ha perdido en muchas ocasiones un papel crítico y de análisis por centrarse en ofrecer a sus lectores los contenidos de una manera inmediata, sin la investigación necesaria. A partir de esto se planteó la hipótesis de que tanto *Mondo Sonoro* como *Rockzone* mantienen una forma de trabajar basada en el

periodismo musical más tradicional, basado en esa visión crítica. Podemos afirmar este planteamiento no obstante, aunque ambas desarrollan un buen periodismo basado en la investigación, *Rockzone* destaca en este aspecto por encima de *Mundo Sonoro*. Esta se ha convertido en un medio que pretende descubrir nuevos grupos, y se centra más en la actualidad. Frente a *Rockzone* que busca analizar, criticar e investigar por encima de esa novedad.

El análisis de estas revistas se ha visto marcado por la influencia del virus conocido como COVID-19. Ambas revistas tienen en común que durante el mes de marzo, las entradas publicadas en la página web, han sido mayores al resto de meses. Esto se debe a la cantidad de grupos que, debido a la irrupción a nivel internacional de este virus, han tenido que cancelar giras y conciertos. Esto nos demuestra como es fundamental que cualquier revista especializada, independientemente de la temática, cuente con una página web que sirva como complemento al soporte principal. Independientemente de ese análisis crítico y exhaustivo que el buen periodismo demanda y que ambos soportes, en mayor o menor medida comparten, un soporte necesita poder ofrecer a sus públicos noticias relevantes casi de una manera inmediata. Se resalta esa necesidad en el caso de las revistas musicales, que basan gran parte de su razón de ser en los contenidos sobre conciertos y giras, y en este contexto marcado por una pandemia mundial, los grupos se han visto obligados a cancelar sus planes a corto y medio plazo, y estas revistas se han convertido en el principal nexo de unión entre esos grupos y sus públicos al actuar como encargadas de transmitir estas noticias.



## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## 8. Bibliografía

Aristoteles. (2014). *Retórica*. Madrid: Alianza Editorial.

Armañanzas, E., Díaz, A. y Meso, K. (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberperiodismo*. Barcelona: Ariel comunicación.

Berelson, B. y Steiner, G.A. (1964). *Human behavior: An inventory of scientific findings*. Nueva York: Harcourt.

Blanc, E. (2012). *Flashback: La aventura del periodismo musical*. Madrid: Editorial Universitaria.

Cardona, O. (2015). Los orígenes del estudio del periodismo especializado en Iberoamérica. *Revista Escribanía*, 2, 37-45.

Coutin Dominguez, A. (2002). *Arquitectura de información para sitios web*. Madrid: Anaya Multimedia.

Cruz, N. (2009). El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link. *Periférica Internacional. Revista Para El Análisis De La Cultura Y El Territorio*, 10, 67-75.

Fernández del Moral, J. y Esteve Ramírez, F. (1996). *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: síntesis.

Frith, S., Street, J. y Straw, W. (2006). *La otra historia del rock: Aspectos claves del desarrollo de la música popular, desde las nuevas tecnologías hasta la política y la globalización*. Barcelona: Robinbook.

Galeano, M. (2016). *Historia de la prensa musical especializada en rock en Cataluña (1985-2015)*. (Trabajo fin de grado) Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

García Jiménez, A. (2008). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid: Dykinson.

Gil, J.M. (1999). *Introducción a las teorías lingüísticas del siglo XX*. Santa Cruz de Tenerife: Melusina Editorial.

López García, X. (2011). Construyendo las nuevas formas de informar en la sociedad red. Las mudanzas periodísticas. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 86, 66-75.

López, Z., Nunes, P. y Val, F. (2017). Una introducción a los estudios sobre periodismo musical. *Cuadernos de Etnomusicología*, 10.

Luis Ramiro Beltran, S. (1989). *A Farewell to Aristotle: Horizontal Communication*. USA: Science Publisher Inc.

Martín Algarra, M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 38, 151-172.

Martín Sánchez-Ballesteros, E. y Blanco Alfonso, I. (2016). *Adaptación de la prensa especializada en música clásica a Internet*. Madrid: Universidad San Pablo CEU.

Narula, U. (2006). *Communication Models*. Atlantic: India.

Osgood, C. (1986). *Conducta y Comunicación*. Madrid: Taurus.

Pérez Fraga, P. (2017). *Música que se lee: La crónica musical de Barcelona en la actualidad a través de publicaciones especializadas alternativas*. (Trabajo fin de grado) Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Porta Navarro, A. (2007). El análisis de contenido y el desarrollo del grupo musical: El caso de las revistas musicales. *Revista Electrónica Complutense de Investigación de Educación Musical*, 4, 1-14.

Ramón, C. (2013). *Periodismo musical online en España*. (Trabajo fin de grado) La Rioja: UNIR.

Sahaun, F. (2004). *De Gutenberg a internet: La sociedad internacional de la información*. Madrid: Fragua.

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.

Salaverría, R. y Negro, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol 90 Media.

Sapienza, Z., Iyer, N. & Veenstra, A. (2015). Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18, 559-622.

Sobrino, R. (1993). Un estudio de la prensa musical española en el siglo XXI: Vaciado científico e índices informáticos de la prensa musical española. *Revista de Musicología*, 6, 3510-3518.

Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital (Music / Culture)*. Middletown: Wesleyan University Press.

Torres, J. (1991). Fuentes para la historiografía musical española del siglo XIX: Más de un centenar y medio de revistas musicales españolas. *Revistas de Musicología*, 1, 33-50.

Val, F. del y Fouce, H. (2016): De la apatía a la indignación. Narrativas del rock independiente español en época de crisis. *Methaodos.revista de ciencias sociales*, 4, 58-72.

#### Fuentes electrónicas

Fernández Lozano, P. (1996). Modelos sobre la adquisición del lenguaje. *Revistas científicas complutenses*. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/DIDA9696110105A>. [21/03/2020].

Guía del ocio La semana de Madrid. (2013). Media Book. Recuperado de: [https://www.guiadelocio.com/boletin/clientes/tarifas\\_2013/MEDIA%20BOOK\\_2013\\_baja.pdf](https://www.guiadelocio.com/boletin/clientes/tarifas_2013/MEDIA%20BOOK_2013_baja.pdf). [10/03/2020].

MS (2014). Entrevista a Jordi Meya, revista Rockzone. *Metal Symphony*. Recuperado de: <https://www.metalsymphony.com/entrevista-jordi-meya-revista-rockzone/>. [01/03/2020].

Mundo Sonoro. [Sitio web oficial de *Mundo Sonoro*]. Recuperado de: <https://www.mondosonoro.com/>. [15/03/2020].

Rockzone. [Sitio web oficial de *Mundo Sonoro*] Recuperado de: <https://www.rockzonemag.com/>. [15/03/2020].

Rodríguez, A. (2018). Modelo de Lasswell: en qué consiste, elementos, ventajas y desventajas. *Lifeder*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/modelo-lasswell/>. [20/03/2020].

