

## Primer encuentro de Música y Comunicación en la UCM DCODE LAB

Ainhoa Muñoz Molano

Bajo el lema “haciendo industria musical en la universidad” el pasado 10 de mayo de 2016 tuvo lugar el primer encuentro de Música y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Organizado por esta institución y por el *Dcode Festival* – evento que desde hace años acoge dicha universidad–, se desarrolló en la Facultad de Ciencias de la Información. La jornada se organizó en tres sesiones que pretendían cubrir distintos aspectos de interés para el periodismo musical, pero también para la gestión, la difusión y la comunicación de la música en nuestros días. Se plantearon las siguientes mesas según el orden en que se sucedieron: “El periodismo musical en nuestros días: retos y perspectivas” (moderada por Fernán del Val, UCM), “El espacio multimedia: desafíos para una audiencia global” (moderada por Ruth Piquer, UCM) y “Estrategias de comunicación: compartir experiencias” (moderada por Héctor Fouce, UCM).

En la primera sesión se reunieron notables personalidades del mundo del periodismo musical de nuestro país, que tuvieron que opinar sobre la situación actual de esta profesión. La mayoría coincidieron en que se vive una situación de crisis, pero que ésta siempre ha aquejado a este ámbito. Opinaron que si bien es cierto que ha influido la crisis general desde el 2008, o la crisis de los soportes y los formatos con la era digital –lo que está transformando la

forma de comunicar la música–, pocas personas han vivido exclusivamente de la crítica musical tanto ahora como antes. Respecto a la postura que debe tener el periodista musical, otro punto importante del debate en esta primera mesa, predominó la opinión de que se debe enfatizar el respeto hacia el artista, alejándose de aquellos tiempos en los que el crítico estaba por encima de todo y tenía la última palabra sobre la actividad musical, los estilos, las estéticas.

Los invitados coincidieron en que la supervivencia del género depende en primer lugar de los músicos y su creación. Se habló también de la formación académica requerida para saber manejar y comunicar la información, de la necesidad de una buena documentación y especialización, así como de una curiosidad y asistencia constante a conciertos, festivales y en definitiva música en directo, con el fin de formar criterio. Entre las distintas intervenciones hubo espacio también para el debate sobre las radiofórmulas y su formato. Una manifiesta contraposición entre la postura de Tomás Fernando Flores, director de Radio 3, y los representantes de Kiss FM o M80, concluyó con la síntesis de que la radio está a disposición de una gran variedad de público, de distintas edades y gustos, que hace un uso diferente de la música según la situación, por lo que “la gente no todos los

días quiere cocina de autor, a veces le apetece una hamburguesa", como decía el representante de M80, Ramón Redondo, siguiendo la metáfora de los restaurantes que había surgido en la mesa. La participación del alumnado se centró en la importancia de una crítica reflexiva, que profundice en la reflexión sobre la comercialización de la música o el tremendo peso de las marcas comerciales en los festivales, para superar la crítica meramente informativa y de "escaparate", cuestión que los periodistas no abordaron de manera absoluta en su turno de respuestas.

Para una toma de contacto con el espacio multimedia actual y acometer la cuestión de cómo se está comunicando la música a una audiencia global, contamos en la segunda sesión con una mesa en la que había representantes de *YouTube* (Borja Berzosa), *Spotify* (Miguel Bañón), *Tuiwok* (Felipe Jiménez) o *JNSP* (Rodríguez Seijas). Tras las presentaciones de las distintas plataformas y de los servicios que ofrecen a sus usuarios, llegamos a la conclusión de que vivimos en un momento en el que el músico, sea cual sea la situación de despegue de su carrera, cuenta hoy con más medios que nunca para auto promocionarse y desarrollar su propio *managment*. Además, puede encontrar asesoramiento en los mismos sitios que le permitirán difundir su trabajo, por ejemplo [YouTube for Artists](#) o [Spotify for Artists](#). Es importante también tener en cuenta que, en la actualidad, "la relación entre el consumidor y la música tiene múltiples maneras nuevas de mediación, que desafían y superan a las grandes industrias,

revierten las hegemonías culturales y trascienden las maneras de escucha tradicionales", como apunta la doctora Ruth Piquer. Situación a la que han contribuido indudablemente este tipo de portales.

La jornada se cerró en torno a una puesta en común de estrategias de comunicación en la gestión y difusión de la música. Por ello fueron invitados responsables de festivales como el *Primavera Sound*, el *FIB* o el propio *DCode* (Almudena Heredero, David Díaz, César Andión) o especialistas en comunicación de *SONY MUSIC*, *LIVE NATION* o *ACTÚA COMUNICACIÓN* (Paz Vila, Gema Molero, Celia Carrillo, Prado Arenas). Cabe señalar que por la tarde hubo una importante presencia femenina, como se puede comprobar, lo que compensaría la falta de mujeres invitadas a las sesiones de la mañana, algo que cuestionó un alumno durante las primeras preguntas. Entre los presentes se comentó la importancia de aprovechar los blogs o las redes sociales, poderosas herramientas de comunicación y promoción para los festivales. "Vivimos en una época en la que el festival se convierte en el propio medio de comunicación. Va más allá de la música y de la experiencia musical, e implica marcas, campañas de comunicación y medios, *namings*, escenografía y experiencia visual, aunque no hay que perder el norte y convertirse en pasarelas", afirmó César Andión, director de marketing del *DCode*.

Como reflexión final, me gustaría señalar que se echaron en falta las alusiones a la Musicología durante las distintas sesiones. Hoy en día, aún existe un desconocimiento

importante acerca de la labor que puede desempeñar una persona con estudios de Musicología en los medios de comunicación y es nuestra obligación recordar que existimos. De la colaboración del periodista y el musicólogo puede nacer un periodismo musical enriquecido, que pierda ese brillo de “escaparate” de contenidos vacíos, y que gane en una mayor especialización, esa que solicitaban los propios profesionales de la materia al comienzo de la mañana.

**DCODE** LAB  
COMPLUTENSE

**1º ENCUENTRO DE MÚSICA  
Y COMUNICACIÓN**

MARTES 10 MAYO, 2016 9:30AM

FACULTAD CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN - SALA NARANJA  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

<p style="text-align: center;">10:00 - 12:00</p> <p style="text-align: center;"><b>EL PERIODISMO MUSICAL EN NUESTROS DÍAS: RETOS Y PERSPECTIVAS</b></p> <p style="text-align: center;">Presenta y Modera: Fernán Del Val - UCM/IASPM</p> <p style="text-align: center;"><b>Invitados:</b></p> <p style="text-align: center;">Tomas Fdo Flores - Director RADIO 3</p> <p style="text-align: center;">Fernando Navarro - Responsable de música Sección Cultura, EL PAÍS</p> <p style="text-align: center;">Luis J Menendez - MONDO SONORO</p> <p style="text-align: center;">Ramón Tapias - Manager Programación KISS FM - HIT FM/TV</p>	<p style="text-align: center;">12:15 - 14:15</p> <p style="text-align: center;"><b>EL ESPACIO MULTIMEDIA: DESAFÍOS PARA UNA AUDIENCIA GLOBAL</b></p> <p style="text-align: center;">Presenta y Modera: Ruth Fiquer - UCM/IASPM</p> <p style="text-align: center;"><b>Invitados:</b></p> <p style="text-align: center;">Borja Berzosa - GOOGLE/YOUTUBE España</p> <p style="text-align: center;">Felipe Jimenez Luna - Director de TUIWOK + 1 youtuber invitado</p> <p style="text-align: center;">Miguel Barón Kelley - Director de Comunicación para el Sur de Europa en SPOTIFY</p> <p style="text-align: center;">Rodríguez Seijas - Redactor Jefe JNSP jenesaispop.com</p>		
<p style="text-align: center;">18:00 - 18:00</p> <p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: COMPARTIR EXPERIENCIAS</b></p> <p style="text-align: center;">Presenta y Modera: Hector Fouce - UCM</p> <p style="text-align: center;"><b>Invitados:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <p style="text-align: center;">Almudena Heredero - Directora PrimaveraPro, PRIMAVERA SOUND Festival</p> <p style="text-align: center;">Prado Arenas - Directora de la Agencia ACTÚA COMUNICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">Paz Vila y Gema Molero - Marketing Managers SONY MUSIC España</p> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <p style="text-align: center;">Aldo Linares y Gustavo Naredo - Festival FIB, Departamento de Prensa y Comunicación</p> <p style="text-align: center;">David Díaz - Cesar Andión - Dirección Festival PIB Deode Festival</p> <p style="text-align: center;">Celia Carillo - Directora de Marketing LIVE NATION</p> </td> </tr> </table>		<p style="text-align: center;">Almudena Heredero - Directora PrimaveraPro, PRIMAVERA SOUND Festival</p> <p style="text-align: center;">Prado Arenas - Directora de la Agencia ACTÚA COMUNICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">Paz Vila y Gema Molero - Marketing Managers SONY MUSIC España</p>	<p style="text-align: center;">Aldo Linares y Gustavo Naredo - Festival FIB, Departamento de Prensa y Comunicación</p> <p style="text-align: center;">David Díaz - Cesar Andión - Dirección Festival PIB Deode Festival</p> <p style="text-align: center;">Celia Carillo - Directora de Marketing LIVE NATION</p>
<p style="text-align: center;">Almudena Heredero - Directora PrimaveraPro, PRIMAVERA SOUND Festival</p> <p style="text-align: center;">Prado Arenas - Directora de la Agencia ACTÚA COMUNICACIÓN</p> <p style="text-align: center;">Paz Vila y Gema Molero - Marketing Managers SONY MUSIC España</p>	<p style="text-align: center;">Aldo Linares y Gustavo Naredo - Festival FIB, Departamento de Prensa y Comunicación</p> <p style="text-align: center;">David Díaz - Cesar Andión - Dirección Festival PIB Deode Festival</p> <p style="text-align: center;">Celia Carillo - Directora de Marketing LIVE NATION</p>		

¡ASISTE Y PARTICIPA INSCRIBIÉNDOTE A TRAVÉS DE [WWW.DCODEFEST.COM!](http://WWW.DCODEFEST.COM!)

**ORGANIZAN:**





SECRETORADO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA, CULTURA Y DEPORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN