

Una introducción a los estudios sobre periodismo musical

ZÓSIMO LÓPEZ, PEDRO NUNES Y FERNÁN DEL VAL

2017. *Cuadernos de Etnomusicología* N°10

Cita recomendada:

López, Zósimo; Nunes, Pedro y Val, Fernán del. 2017. "Una introducción a los estudios sobre periodismo musical". *Cuadernos de Etnomusicología*. N°10.
<URL> (Fecha de consulta dd/mm/aa)



Esta obra está sujeta a la licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 España de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista que lo publica (*Cuadernos de Etnomusicología*), agregando la dirección URL y/o un enlace a este sitio: www.sibetrans.com/etno/. No la utilice para fines comerciales y no haga con ella obra derivada. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es> ES

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International license. You can copy, distribute, and transmit the work, provided that you mention the author and the source of the material (Cuadernos de Etnomusicología), either by adding the URL address of the article and/or a link to the web page: www.sibetrans.com/etno/. It is not allowed to use the work for commercial purposes and you may not alter, transform, or build upon this work. You can check the complete license agreement in the following link: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

UNA INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS SOBRE PERIODISMO MUSICAL

Zósimo López, Pedro Nunes y Fernán del Val.

Ya por 1982, el musicólogo Phillip Tagg en sus “Assignment and Dissertation Tips” afirmaba que existía la necesidad de completar ciertas áreas de los *Popular Music Studies*. Partiendo de esa idea este número de *Etno-Cuadernos de etnomusicología* muestra la importancia de completar, no sólo algunas áreas de dicho campo de estudio, sino también ciertas áreas geográficas con estudios científicos sobre músicas populares fuera del mundo angloparlante.

Una de esas áreas, como se puede inferir si es que el lector ha llegado hasta aquí, es la del periodismo musical. La popularidad de la música popular (disculpe la cacofonía) existe porque existe una sociedad industrializada y esto conlleva adivinar que en dicha sociedad existe una comunicación social, que en muchos casos, descansa en los grupos de comunicación y en los medios de comunicación de masas. Uno de los agentes participantes en el proceso de la comunicación de masas es el periodista. Es este profesional el encargado de descubrir la noticia, de llegar a la historia, de construir el relato y (usando el medio de comunicación correspondiente) llegar al ciudadano para informarle. La polémica (si es que la hay) surge cuando el periodista, haciendo gala de su humanidad, comienza a plasmar su subjetividad en detrimento de la imparcialidad esperada y su entusiasmo (o el de un superior en la redacción) hace que el lector se vea persuadido.

Este es el gran poder que tiene el periodista y sobre todo el periodista especializado: la autoridad para guiar a la persona en su desconocimiento sobre la realidad... en este caso, musical. Incluso se puede proponer que los medios de comunicación afectan de forma prescriptora al consumo de la música popular en directo, pudiendo primar la inclinación hacia unos géneros musicales en detrimento de otros (López 2016: 332) y, con ello, también favorecer la comunicación sobre algunos artistas, locales de ventas de soportes musicales (casi no se puede hablar de tiendas de discos), tiendas de instrumentos musicales, locales de música en directo, etcétera... Para tener

una idea del poder historiográfico que puede llegar a tener un periodista, serán las hemerotecas futuras las que fijen imágenes y sonidos en el imaginario colectivo ya que son los profesionales de la información los que cincelan una rica, y a su vez obsolescente, iconografía y mitología popular (López 2016: 334) en el mármol de la memoria por medio de artículos, entrevistas, crónicas de conciertos, noticias y demás géneros periodísticos. Se da una convergencia en un punto del dominio de este tema, el del periodismo musical, cuando una persona alberga un conocimiento vasto y suficientemente articulado sobre la música y su comunicación a la ciudadanía y esto viene dado, habitualmente, por un periodista que se especializa en música o bien por un musicólogo con formación y/o dotes para la comunicación. Sea lo que fuere, se convierte en un prescriptor, una *autoritas* capaz de influir en una toma de decisión de compra de una canción, de un disco, de una entrada de un concierto... capaz de influir en nuestro conocimiento, gusto y crítica. Es por ello que el oficio del crítico musical es indispensable para un mundo en el que el “ruido” a veces es la banda sonora de nuestro consumo de música.

Partiendo de esta semblanza, podemos afirmar que los estudios sobre músicas populares han analizado el papel de la crítica musical desde una perspectiva simbólica, entendiendo que los críticos musicales son uno de los agentes fundamentales en la producción del valor de las obras artísticas, en la legitimación de unos géneros musicales sobre otros y en la elaboración de jerarquías del gusto. Los críticos actúan como exegetas, como creadores de discursos sobre el rock (Frith 1981: 177). Esta definición de los críticos musicales está influida por algunas corrientes teóricas de la sociología del arte, que han analizado el papel de los críticos de arte en general. Autores como Pierre Bourdieu (1995) o Howard S. Becker (2008) han reivindicado que la creación o producción artística es un proceso colectivo, no individual, en el que participan los artistas, pero en donde hay que tener en cuenta diversas variables sociales, económicas y políticas, así como a todo el conjunto de agentes que forman parte de ese mundo del arte o campo artístico, y que intermedian en su creación, producción, difusión y consumo.

Así, los juicios sobre el arte están basados en una serie de parámetros que establecen unos agentes, en especial los críticos de arte, que son quienes ayudan a desentrañar la calidad de las obras (Becker 2008: 161). Para

Bourdieu los críticos cumplen una función primordial dentro de los campos desde el punto de vista de la producción de una creencia en el valor de la obra de arte. Los críticos son aquellos que generan una creencia simbólica en ese objeto y lo consagran (Bourdieu 1995: 339), lo que a su vez también repercute en su valor económico, ya sea generando una reputación para el artista, descubriendo nuevos talentos u orientando las elecciones de los consumidores (Bourdieu 2003: 181).

Periodismo, música popular y subculturas: el caso anglófono.

Algunas de las ideas expuestas por Pierre Bourdieu han sido aplicadas en diversos trabajos sobre la crítica rock anglosajona (Regev 1994, 2007; Lindberg *et al* 2005, 2006; Appen y Dohering 2006; Schmutz 2005) si bien hasta mediados de los años noventa el estudio académico de la crítica rock, y de las músicas populares en general, estuvo influido también por la perspectiva *neogramsciana* (en términos de Regev 2002) o subculturalista. A grandes rasgos esta perspectiva entendía el rock como una música de resistencia frente al capitalismo, y su creciente institucionalización era entendida como una pérdida de autenticidad por parte del género, viendo a los medios de comunicación como un riesgo para la integridad de las subculturas. Ejemplo de ello es el seminal estudio sobre el punk de Dick Hedbige (2002), quien se mostraba muy crítico en ese trabajo con el papel que la prensa jugaba en el desarrollo de las subculturas. Hedbige consideraba que los medios manipulaban la idiosincrasia de las subculturas para mostrarlas al gran público, creando el pánico moral (Hedbige 2002: 118).

Frente a esos postulados los trabajos de Regev (1994) o Sara Thornton (1995) reivindicaron una aproximación *bourdiana* al estudio de las músicas populares, cambiando el prisma de análisis: no había que entender la legitimación del rock como un proceso de cooptación, sino de institucionalización. Así, Thornton explicaba que los medios de comunicación son esenciales para las escenas musicales ya que ayudan a crear, clasificar y distribuir el conocimiento cultural, realizando funciones como el etiquetar escenas o clasificar géneros (Thornton 1995: 151).

Diversos estudios sobre la prensa musical han seguido esa línea *bourdiana* de estudio, sobre todo a la hora de analizar la labor de la prensa

musical en los años sesenta y setenta en Inglaterra y Estados Unidos, y en cómo esa prensa comenzó a entender el pop-rock como una forma artística a la altura del cine o la literatura (Regev 2013; Lindberg *et al* 2005). Estos trabajos han examinado la labor de la crítica en la creación de discursos sobre la música popular, en la creación de criterios evaluativos y en la definición de qué grupos o discos pueden ser juzgados como arte dentro del pop-rock. Regev (1994: 86) explica que para que un producto cultural sea reconocido como forma artística, debe cumplir una serie de requerimientos:

1. La obra cultural debe contener, de alguna manera, cierta autenticidad, ser genuina, o estéticamente sofisticada, así como algún sentido filosófico, emocional, psicológico o social.
2. El significado y la forma de la obra son producto de una entidad creativa (normalmente un sujeto), cuyo espíritu y verdad interna están impresos en ella.
3. Esa entidad creativa que ha producido la obra lo ha hecho a partir de un compromiso con esa “verdad interna”, y no a partir de cuestiones utilitarias o consideraciones prácticas. Es la idea del arte por el arte.

Y quien ha definido el rock en esos términos son, sobre todo, los críticos musicales, esto es

un numeroso grupo de críticos, académicos y seguidores de la música popular que sostienen la creencia de que la música de los Beatles, Bob Dylan, los Rolling Stones o Jimi Hendrix - por nombrar algunos de los ejemplos más obvios- son arte auténtico, no menos auténtico de lo que pudiera ser cualquier otra forma de música seria. Durante los últimos veinticinco años esta *intelligentsia* del rock ha estado reivindicando que la música rock - entendida como un tipo de música popular- debe ser reconocida como una forma de arte (Regev 1994: 86).

La revista que se cita como clave en ese proceso de legitimación del rock es *Rolling Stone*, que aparece en 1967 en Estados Unidos. Esta revista dio al rock un tratamiento serio, y lo conectó con los nuevos valores de la juventud, siendo central en el campo de la crítica musical:

las ideas de Bourdieu sobre la manera en que la cultura es legitimada son particularmente ciertas en el caso de *Rolling Stone*, es la publicación de música popular que busca de una forma más clara la legitimación de algunos músicos... *Rolling Stone* ha tenido el poder de consagrar la música popular siguiendo la terminología *bourdiana* (Jones y Featherly 2002: 20).

Pero ¿de dónde surge la idea de legitimar al rock como forma artística? Gudmundson *et al* (2002) señalan la influencia de la crítica de cine, el arte folk y la alta cultura, así como algunas tesis de la Escuela de Frankfurt y de escritores como Tom Wolfe y Hunter S. Thompson. Para los investigadores nórdicos la crítica de rock es producto de una mezcla propia de los años sesenta, en la que aparece un nuevo tipo de intelectual a caballo entre las vanguardias, el arte pop, lo *camp* y la utopía contracultural (Gudmundson *et al* 2002: 43). Junto a periodistas como Dave Marsh, Greil Marcus o Lester Bangs, diversos trabajos apuntan a la labor de Ralph J. Gleason, Nat Hentoff (Jones y Featherly 2002: 22 y 23) o John Landau (Frith 1981: 159), entre otros. Aparte de cuestiones propias del campo, otros autores (Frith 1981; Peterson 1990; Regev 2002) apuntan a que este proceso de legitimación del rock va en paralelo a la aparición de la juventud como concepto, a la mejora en los niveles educativos, a la legitimación de la cultura popular desde otros campos (cine, jazz, arte pop) y a cambios en la estructura social: Bourdieu (1995) ya señalaba que las revoluciones en los campos artísticos se producían cuando nuevos grupos sociales entraban en ellos. Desde esa perspectiva hay que entender que legitimar el rock era, al fin y al cabo, legitimar el gusto de toda una generación, la de los *babyboomers*, quienes formaban parte de lo que se ha llamado *las nuevas clases medias* o nueva clase (Gouldner 1979; Lash 1990). En el fondo la lucha por la legitimación del rock, y de la cultura popular en general, ha sido la lucha por legitimar un nuevo tipo de gusto estético.

Aparte de la evolución histórica de la crítica y de sus elaboraciones ideológicas, los analistas de la crítica rock también han analizado a la crítica desde la óptica *weberiana* del “grupo social”. Jones (2002) coincide con Appen y Dohering (2006) al caracterizar a los periodistas y críticos musicales como un grupo homogéneo, formado por jóvenes de raza blanca, de entre unos 20 y 40 años, con un nivel educativo alto (carrera universitaria). La idea de la crítica

musical como grupo social homogéneo se ha plasmado en diversos estudios sobre el canon del pop rock (Appen y Dohering 2006; Schmutz 2005; Val, Pérez Colman y Noya 2014): estas investigaciones han profundizado sobre cómo existe un canon musical compartido por los críticos, un canon en el que se reproducen esos rasgos socioeconómicos; los grupo escogidos suelen estar formados por hombres de raza blanca, y ligados a escenas de clase media, estando apenas representadas las mujeres, los sujetos de otras razas ni las escenas ligadas a las clases bajas (heavy metal, hip-hop...).

El rock como forma cultural legítima: el crítico en los países no anglófonos.

Como hemos visto, la mayor parte de los trabajos académicos sobre la crítica, y sobre músicas populares en general, se han centrado en el caso anglosajón, existiendo una ausencia de estudios sobre crítica musical fuera de esa tradición (Nunes 2010: 43), aunque poco a poco los trabajos sobre crítica musical fuera del contexto anglosajón han comenzado a florecer (Varriale 2014, 2015; Rudent 2000; Nunes 2010; Venrooij and Schmutz 2010, Val Ripollés 2017a, 2017b). Uno de los autores que mejor ha sentado las bases para una sociología de la crítica musical en países no anglófonos es Motti Regev. Para este autor (2007: 318) el pop-rock es una música asumida ya por todas las culturas occidentales, aunque en ella se produce un diálogo entre los aspectos formales y estéticos del género (el sonido y la instrumentación eléctrica, las técnicas de grabación en estudio, la influencia de los estilos del pop-rock global) y determinados elementos culturales autóctonos (las temáticas de las letras, la lengua en la que se canta, el uso de músicas o sonidos locales). A grandes rasgos, en casi todos los productos culturales actuales confluyen elementos autóctonos y foráneos, disipando las fronteras nacionales, cuestión a la que Regev ha bautizado como “cosmopolitismo estético”, esto es, el hecho de que la construcción de las culturas nacionales en la actualidad esté basada en gran medida formas de arte de origen extranjero, como la música rock o el cine, produciéndose una hibridación entre elementos culturales locales y extranjeros. (Regev 2007: 319).

El proceso de asimilación del rock por parte de cada cultura, su autenticación como música local, o nacional, se produce a partir del desarrollo

de una serie de elementos. El primero es el establecimiento de un “aparato de producción de sentido, que defienda la idea del rock como arte” (Regev 1992: 10). Y quien juega ese papel, como ya hemos visto, es la crítica musical, que se encarga de traducir a las coordenadas culturales locales el conocimiento acumulado sobre el pop-rock, su mitología y su historia, generando así una explicación y una justificación sobre la importancia del rock, no sólo a nivel internacional, sino como una forma cultural autóctona (Regev 2007: 325). A partir de estas ideas Val Ripollés (2017a: 4) apunta a que en los países no anglófonos los críticos de rock cumplen varias funciones:

1. Establecer un *habitus* rockero: diseminar los conceptos a partir de los que valorar la música, explicar la historia del rock, quiénes son los grupos y discos canónicos, los momentos clave de esa comunidad...
2. Legitimar esa música como una forma artística válida, siguiendo el patrón anglófono.
3. Legitimar esa música como un producto cultural autóctono. Para que sea una forma artística válida ha de ser una forma artística autóctona. El pop-rock nacional no puede ser simplemente una copia del pop-rock anglosajón. Los grupos musicales de cada país tienen que enraizar esa música con la cultura local. El crítico por un lado exige esa hibridación, al tiempo que la valora.

Los trabajos de Regev han sido de gran influencia en el desarrollo de estudios sobre crítica musical fuera del contexto anglosajón, si bien algunos autores han problematizado algunos de los postulados de Regev. Por ejemplo, los estudios de Lindberg *et al* (2005, 2006) sobre la prensa musical en los países nórdicos sostienen que en el caso nórdico la crítica rock ha dialogado con el legado de la prensa anglófona, siguiendo sus patrones pero adaptándolo a su realidad (Lindberg *et al* 2006: 260), si bien se observa que los críticos no siempre han defendido que los músicos utilicen su lengua natal, a diferencia de lo señalado por Regev. En Noruega, por ejemplo, se han dado diversos debates acerca de qué idioma utilizar en el rock, noruego e inglés, si bien en general los críticos entienden que es una elección estética que depende de

cada grupo (Lindberg *et al* 2006: 259). Los trabajos de Nunes (2010) sobre el rock en Portugal también muestran cierta tolerancia de la prensa portuguesa con el uso del inglés. También sobre Portugal, Paula Guerra ha observado que la crítica musical ha estado demasiado obnubilada por las novedades anglosajonas, dejando de lado la promoción del producto local (Guerra 2013: 91).

Los diversos estudios comparativos realizados por Schmutz *et al* (2005) sobre crítica musical también han problematizado algunas de las afirmaciones de Regev. Los trabajos de estos autores han estado dedicados a la importancia de la música en la prensa cotidiana, dejando de lado la prensa especializada. Aunque Regev ha señalado que el rock se legitima a través de los discursos del arte autónomo, Venrooij y Schmutz (2010) analizan los discursos empleados por los críticos en periódicos de EE.UU., Alemania y Holanda, en la evaluación de discos, concluyendo que estos utilizan una combinación de criterios artísticos y populares, si bien existen diferencias entre países ligadas a cuestiones como la rigidez de la estructura social o el sistema educativo. De hecho, el rock progresivo, género muy ligado a la idea del rock como arte, es un género despreciado por gran parte de la crítica musical (Venrooij y Schmutz 2010: 398). A su vez estos autores coinciden con Lindberg *et al* (2006) al mostrar que la presencia de periodistas musicales en prensa cotidiana es una forma de legitimar ese subcampo del periodismo especializado.

El problema de los trabajos de estos investigadores es que sobredimensionan el papel de la prensa cotidiana, dejando de lado a la prensa especializada. De igual forma ligan el uso de un discurso de alta cultura o de cultura popular a variables como la estructura social, el sistema educativo o la posición de ese país en el mercado cultural global pero, como reconocen, no abordan las cuestiones que tienen que ver con el propio campo cultural: el grado de profesionalización del campo, el bagaje educativo de los críticos, la autonomía del campo con respecto a presiones externas... (Venrooij and Schmutz 2010: 401), cuestiones que ayudarían a profundizar mejor en la caracterización de los críticos.

El *gatekeeping* del gusto y su la relación con la industria musical.

Algunos estudiosos de la crítica pop-rock atribuyen al periodista musical, sobre todo en su vertiente como crítico, un papel de *gatekeeper* del gusto, al seleccionar los artistas sobre los cuales se debe escribir, y contribuir así a la formación del gusto de los consumidores y a la creación de una comunidad selectiva de oyentes, convertidos ellos mismos en creadores de opinión a través de su gusto por determinados géneros y estilos musicales propuestos por el crítico (Hirsch 1972/1990; Shuker 1994, Nunes 2010, 2011). Tal supuesto parte de la noción de *gatekeeping* propuesta por Kurt Lewin (1947) que aplica al periodismo en las diferentes fases de la edición de una noticia. El *gatekeeping* es el proceso a través del cual las ideas y la información son filtradas antes de ser publicadas en un medio de comunicación de masas. Este proceso se da en diferentes fases del proceso de construcción de una noticia, ya sea en el momento en el que el periodista selecciona sus fuentes de información, o cuando el editor decide qué asuntos van a ser tratados y publicados.

En contrapunto a este abordaje, otros autores se han centrado en la relación de los periodistas musicales con la industria fonográfica. Desde el punto de vista de la industria, el periodismo musical se sitúa en una posición algo ambivalente. Por un lado, los periodistas musicales están en una posición de doble dependencia: por un lado, de las discográficas, que hacen posible o facilitan el acceso a los materiales periodísticos (artistas, conciertos, discos y otros materiales de promoción) y, por otro, de los lectores, que son los que aseguran las ventas del periódico o revista. A su vez, los periodistas, en cuanto que productores / mediadores culturales, tienen que articular la tensión generada por esta doble dependencia, gestionando la relación entre lo comercial y lo artístico en la música pop. Además, por su finalidad, el periodista pertenece en primer lugar a otra industria –la prensa escrita– y a una organización profesional –la cabecera para la cual escribe.

La simple asunción de que el crítico de música está alineado, o bien con la industria, o bien con el artista, o bien con el público, es replicada por ciertos autores (Stratton 1983; Shuker 1994) que ven, antes, una correcta, pero no siempre explícita, complementariedad entre el periodista, el lector y la industria:

Al enfatizar la importancia de los aspectos no económicos de la producción musical, ellos [los periodistas/críticos] estimulan la discusión “cultural” como, por ejemplo, cuál es el valor estético de diferentes piezas musicales. Este tipo de discusión hace disminuir, en el consumidor, la consciencia de los condicionantes económicos bajo los cuales los sellos discográficos operan. Simplificando, los consumidores se hacen menos conscientes de las necesidades de los sellos discográficos en vender su producto, en el contexto del capitalismo (Stratton 1983: 295).

Para Stratton (1982, 1983), la prensa musical debe saber resolver la tensión entre arte y capitalismo para poder ser legitimada junto con el público. Es por esa razón que la prensa musical, funcionando al igual que la radio, como correa de transmisión de la industria, reivindica su independencia o incluso muestra una oposición en relación a esta. De ahí surge la ilusión de que el arte (valorado por periodistas y críticos) es independiente de sus modos de producción capitalista. Stratton afirma también que las ideologías subyacentes al periodismo musical cumplen una función (ideológica) de separación de la prensa, sobre todo en su función de crítica musical, en relación a la industria musical. El discurso ideológico de la crítica de música popular, en toda su diversidad, empatiza, por regla general, tanto con el artista como con el lector, en la creación de una percepción de independencia en relación a las discográficas (Stratton 1982). A fin de sobrevivir como empresa rentable, la prensa musical tiene, pues, que anclar la tensión entre capitalismo y arte para el consumidor de música. Tal tensión es visible en los discursos de la crítica del rock, especialmente en la oposición, sugerida por Stratton, entre la “emoción” y la “intrusión del análisis”:

sugerí que la intensidad del énfasis en la “emoción” para definir calidad es tan grande que no permite la intrusión de análisis (...) Sugiero que es posible invertir esta frase y sugerir que es el miedo de la intrusión de análisis, en verdad al miedo del capitalismo, que exige el énfasis en la emoción (Stratton 1983: 281).

El núcleo de la cuestión es que los criterios para definir lo que es un buen disco, siendo generados en oposición a los valores de la industria musical, también dependen de ella y no estarían ahí si no tuvieran ese valor esencial de oposición. Estos criterios resuelven, en el fin del proceso de producción, el problema de la música en lo que se refiere a arte y en lo que se

refiere a las mercancías. Al celebrar el “arte” (como lo no racional, emocional) en la música popular, los críticos de música revisten el producto de la credibilidad necesaria para ser vendido como tal.

De esta manera, en contraposición a la idea según la cual el periodismo es independiente de la industria musical, algunos trabajos sugieren que los periodistas desempeñan su labor, en la mayor parte de las veces, en beneficio de la industria musical (Frith 1981; Stratton 1982; Reynolds 1990; Negus 1992; Toynbee 1993). Tanto los periodistas como los sellos discográficos comparten un mismo interés en mantener a los consumidores de música al corriente de los lanzamientos más recientes. Los estudios centrados en la industria musical no dejan mucho espacio para la autonomía del periodismo, poniendo el énfasis en los mecanismos de cooptación llevados a cabo por los sellos en relación a los periodistas (Chapple y Garofalo 1977; Frith 1981; Negus 1992). Negus menciona las estrategias llevadas a cabo por los departamentos de promoción en las casas discográficas con el objetivo de promover a sus artistas. Tales estrategias incluyen identificar al crítico correcto para escribir sobre un artista determinado, estableciendo un contacto personal y socializando:

de forma idéntica al equipo de promoción [publicitaria], el promotor de prensa intenta sensibilizar a la comunidad periodística para con un artista (...) En el momento en que el material del artista está listo para ser lanzado, el promotor de prensa sabrá a quien le gusta un artista en particular y quién podrá escribir la pieza o la crítica más interesante e influyente (Negus 1992: 120).

Klein (2005) sostiene que, debido a un conjunto de restricciones, los críticos de música acaban muchas veces por desempeñar para la industria un papel de *majorete* o animador más que de *gatekeeper*. Entre esas restricciones, ella menciona la relación profesional entre la revista y los sellos discográficos que podrán comprar publicidad dentro de la misma; las restricciones de espacio que llevan el descenso de críticas negativas; la relación con el artista y el papel del publicista que identifica el crítico correcto a quién enviar copias del nuevo lanzamiento. Pero también sugiere que los críticos pueden influenciar en las decisiones del sello en relación a ciertos artistas (Frith 1981; Klein 2005).

Mientras que muchos autores apuntan al poder de la industria musical en controlar la agenda de la prensa (Frith 1981; Breen 1987; Reynolds 1990; Savage 1991; Negus 1992; Toynbee 1993; Shuker 1994) otros proponen un estudio de la relación más centrado en la prensa musical y en sus estrategias de gestión de esa relación (Forde 2001). Aunque Negus sugiera que la prensa musical está controlada por los sellos, es también notable que su perspectiva privilegia el punto de vista de los promotores de prensa y de los agentes de publicidad en detrimento del punto de vista del periodista. El nexo indisoluble entre la prensa y la industria musical es incuestionable pero, más allá de tal asunción, es importante averiguar cómo esa dependencia es vivida en la relación profesional que se establece entre ambas partes. En su investigación, centrada en las relaciones entre periodistas y promotores de prensa, Forde (2001) sostiene que dicha relación no será necesariamente unívoca, ni siquiera completamente determinista. Al contrario, Forde sugiere que existe una relación compleja de dependencia mutua, caracterizada por complacencia, compromiso y resistencia en ambos lados de la relación. El producto de esas relaciones es más imprevisible del que el sugerido en estudios previos.

Los artículos de este número

Los ocho artículos que componen este número abordan diferentes aspectos de la prensa musical en el contexto ibérico y suramericano, ofreciendo un conocimiento que va más allá de esa realidad en países como España, Portugal y Brasil, ofreciendo nuevos ángulos de abordaje sobre el tema.

El artículo de Mariana Calado se centra en el caso particular del jazz en Portugal en la década de los años veinte del siglo XX y de su cobertura en la prensa, en el caso concreto del periódico *Diário de Lisboa*. Una correcta ambivalencia en la atención a aquel estilo musical se nota en la frecuencia de noticias sobre jazz y la valorización del mismo. Se establece, pues, una distinción importante entre la atención dada a un determinado universo musical y el sentido del discurso acerca del mismo. En el caso del jazz en el *Diário de Lisboa*, parece haber una estrategia dualista por parte del periódico de reseñar los eventos relacionados con un estilo que se hace popular en Portugal en aquel periodo pero, por otro lado, está el hecho de excluirlo de las críticas de

música a la vez que es objetivo de valoraciones despreciativas en reportajes y artículos.

El artículo de Hugo Castro aborda las relaciones entre música y política centrándose en la revista *Mundo da Canção*. La prensa musical que se posiciona políticamente con unos valores ideológicos (de izquierda) en contra del *Estado Novo* es un terreno por explorar en los estudios sobre la música popular en Portugal. A través del trabajo realizado, en el que se cruza el análisis del discurso en la revista con el testimonio de colaboradores y ex-directores de la publicación, es posible comprender el contexto político y profesional en el cual surge la revista, así como sus implicaciones en la línea editorial y en el discurso sobre música en dicha publicación. Un discurso en el que se observa una relación entre algunos géneros musicales y determinadas ideologías políticas, como en el caso de los cantautores o de los grupos regionales de raíz tradicional, entendidos como verdadero arte popular, al tiempo que la canción ligera y el “nacional-cançonetismo” eran criticados por estar desprovistos de contenido revolucionario

En el caso de los textos de Sofia Lopes y de João Ricardo Pinto encontramos un abordaje a la prensa musical en su relación con otros medios de comunicación en un contexto particular: el Portugal de las décadas de los sesenta y setenta, todavía marcado por el impacto del Estado Novo y por una proximidad entre la cobertura de la música en la prensa y la televisión estatal y su importancia como espacio para la visibilidad de los músicos. Poniendo el énfasis en la cobertura de la prensa sobre dos eventos televisivos de naturalezas distintas, pero de innegable impacto en la proyección de la música hecha en Portugal –el *talk-show Zip-Zip* en 1969 y el Festival RTP de la Canción en 1975– el artículo de Sofia Lopes nos lleva a pensar en el papel de la prensa escrita simultáneamente como fuente de información privilegiada para la reconstitución de aquellos dos eventos y como filtro ideológico para la comprensión de los mismos. De este modo, el texto sugiere cuestiones de ámbito metodológico sobre el importante papel de la prensa musical como fuente de información, identificando el papel del periodista como constructor de opinión y *gatekeeper*, y reconociendo que la construcción de la realidad a través del discurso periodístico conformado por valores ideológicos es un

terreno movedizo para el investigador, que lo obliga a adoptar una postura crítica con esa fuente de información.

El artículo de João Ricardo Pinto, por otro lado, se centra en la estrecha relación entre la prensa escrita y la televisión en la divulgación de nuevos artistas. Centrándose en el caso de la revista *Rádio e Televisão* y su papel en la proyección de nuevos artistas que ganarían visibilidad en el concurso televisivo *Vedetas Precisam-se*, emitido en el inicio de la década de los sesenta, Pinto presenta el estudio de caso como un ejemplo del papel de la prensa en tanto que creadora de flujos musicales, al mismo tiempo que nos aporta luz sobre las sinergias entre los diferentes medios de comunicación que integraban la industria del entretenimiento en aquel periodo. La exposición de artistas en un ecosistema mediático que incluía, en departamentos no estancos, la radio, la televisión y la prensa se hizo fundamental para el éxito de estos.

El artículo de Luã Ferreira Leal se centra en el trabajo de tres críticos musicales en el contexto de Brasil de las décadas de 1960 y 1970, en concreto en la importancia que tuvieron en las interpretaciones sobre la modernidad a través de los libros que publicaron sobre música popular brasileña. Abordando temas como la época de oro y los pioneros de la música popular brasileña, y el destino de las escuelas de samba, estos críticos, convertidos en historiadores no-académicos al publicar estas obras, establecen cuadros importantes de interpretación de la música popular y de sus relaciones con la política en un periodo marcado por el golpe militar de 1964, contribuyendo de esta forma en la discusión acerca de la música popular e integrándola en un debate público más amplio acerca de la idea de modernidad. De este modo, el artículo apunta a cuestiones importantes acerca, no solo del papel del periodista de música en el espacio público, sino también de su estatuto en función del soporte del discurso utilizado (prensa escrita y/o libro).

El artículo de Cléber Sberni Junior se centra en la edición brasileña de la revista de música *Rolling Stone* en el periodo de 1971 a 1973 y en su papel en la divulgación de una emergente escena rock carioca que compartía los ideales transnacionales de la contracultura, así como de una proximidad con la música popular brasileña. Asumiendo que la publicación formaba parte de esa escena musical, el autor nos presenta el discurso, promovido por un equipo joven, de

valorización de las prácticas de los grupos y artistas conectados a la escena, sobre todo a través de las actuaciones en directo. Integrando reseñas de conciertos y el seguimiento regular de las actividades de los artistas conectados a la escena, la revista funcionaba como una especie de portavoz, certificando la legitimación del rock en el mercado de bienes simbólicos del Brasil de aquel momento. El artículo plantea así cuestiones interesantes acerca del papel de la prensa musical y su conexión con escenas y movimientos musicales y su impacto en la evolución de los mismos.

En cuanto a los trabajos en castellano, firmados por Héctor Fouce y Asier Leoz, ambos giran en torno al mismo objeto de estudio, la revista musical *Rockdelux*, si bien ambos parten de perspectivas diferentes, resultando dos textos complementarios que iluminan diversos aspectos sobre el periodismo musical en España. En ambos casos nos encontramos con trabajos de gran rigor metodológico que ponen de manifiesto la utilidad del análisis documental al realizar este tipo de estudios.

El texto de Leoz aborda una tarea ardua y compleja: la de definir un género o escena como es el *indie*. Para ello Leoz aporta un ingente trabajo documental en torno a la revista *Rockdelux*, analizando su papel como ideóloga de dicha escena. En este sentido el trabajo de Leoz está en clara conexión con las teorías de Thornton (1995) en torno al papel de la crítica musical como generadora de etiquetas. El trabajo de Leoz profundiza en esa cuestión, aportando una reflexión novedosa: las etiquetas muchas veces escapan al control de la revista que las generó, produciéndose la paradoja de que la propia revista se desmarque de una escena que en su momento aupó.

El trabajo de Leoz también es de gran interés ya que confirma una afirmación realizada por Frith (1981) tiempo atrás: la de que el papel de la prensa musical es eminentemente ideológico. Mientras que otros medios, como la radio y la televisión, pueden tener mayor influencia en la venta de música, la labor de la prensa influye en cómo hablamos y evaluamos la música popular. Una revista como *Rockdelux*, a pesar de no tener una gran tirada, se ha convertido en un referente básico dentro del campo musical, y su línea editorial y su defensa de determinadas escenas ha tenido un enorme peso en dicho campo.

Al hilo de estas cuestiones, el trabajo de Héctor Fouce viene a completar la visión de dicha revista. Este artículo aporta, de fondo, una interesante reflexión sobre la relación entre la crítica musical y los contextos históricos. Si durante los años noventa, años de bonanza económica en España, el *indie* fue una escena legitimada, en parte, por las clases medias españolas (de las cuales se nutre en gran medida el periodismo musical), al tiempo que otras escenas, más politizadas, como el rock urbano, eran ignoradas por estos críticos, la llegada de la crisis económica ha modificado la forma en la que se evalúa la música más hedonista. En los últimos años en España estamos observando cómo una parte de la crítica musical está “politizando” sus criterios evaluativos, rechazando el apoliticismo de la escena *indie* y abriéndose a géneros con mayor contenido social como el rap, el punk o el rock urbano. Este proceso abre un interrogante, para futuras investigaciones, en torno a la relación entre música y política, que algunos autores han empezado a desbrozar (Val Ripollés 2017a).

Partiendo de esa reflexión Fouce problematiza la labor del crítico musical entendiéndolo como un mediador clave en un espacio de gran importancia, como es el de la esfera pública. Desde ahí Fouce analiza, a partir de un número recopilatorio de la revista *Rockdelux*, cómo se han tratado temas conflictivos en la misma, y de qué manera su periodismo ha sido capaz, o no, de introducir los debates de cada época dentro del mundo musical.

Referencias bibliográficas

Appen, Ralf von y Dohering, Andre. 2006. “Nevermind the Beatles, here's Exile 61 and Nico: ‘The top 100 records of all time’ – a canon of pop and rock albums from a sociological and an aesthetic perspective”. *Popular Music*, vol. 25 (1): 21-39.

Becker, Howard S. 2008. *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Bourdieu, Pierre. 1995. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.

_____. 2003. *Creencia artística y bienes simbólicos. Elementos para una sociología de la cultura*. Córdoba y Buenos Aires: Aurelia Rivera.

Breen, Marcus. 1987. "Rock Journalism: Betrayal of the Impulse". En *Missing in Action: Australian Popular Music in Perspective*, ed. Marcus Breen. Melbourne: Verbal Graphics Pty.

Chapple, Steve y Garofalo, Reebee. 1977. *Rock'n Roll Is Here to Pay: the History and Politics of the Music Industry*. Chicago: Nelson-Hall.

Forde, Eamonn. 2001. "From Polyglottism to Branding: on the Decline of Personality Journalism in the British Music Press". *Journalism*, 2(1): 23-43.

Frith, Simon. 1981. *Sound effects. Youth, leisure and the politics of rock'n'roll*. New York: Pantheon Books.

Gouldner, Alvin W. 1979. *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*: New York: Seabury Press.

Gudmundson, Lindberg, Michelsen y Weisethaunet. 2002. "Brit crit. Turning points in British rock criticism, 1960-1990". En *Pop music and the press*, ed. Steve Jones, 41-64. Philadelphia: Temple University Press.

Guerra, Paula. 2013. *A instável leveza do rock. Gênese, dinamica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Porto: Edições Afrontamento.

Hedbigge, Dick. 2002 [1979]. *Subcultura. El significado del estilo*. Londres: Routledge.

Hirsch, Paul. 1972. "Processing Fads and Fashions: an Organisation-Set Analysis of Cultural Industry Systems". En *On Record: Rock, Pop and the Written Word*, ed. Simon Frith e Andrew Goodwin (1990). London: Routledge.

Jones, Steve. 2002. "The intro. Popular music, media and the written word". En *Pop music and the press*, ed. Steve Jones, 1-15. Philadelphia: Temple University Press.

Jones, Steve y Kevin Featherly. 2002. "Re-viewing rock writing. Narratives of popular music criticism". En *Pop music and the press*, ed. Steve Jones, 19-40. Philadelphia: Temple University Press.

Klein, Bethany. 2005. "Dancing About Architecture: Popular Music Criticism and the Negotiation of Authority". *Popular Communication*. 3(1): 1-20.

Lash, Scott. 1990. *Sociology of postmodernism*. London: Routledge.

Lewin, Kurt. 1947. "Frontiers in Group Dynamics". *Human Relations*, 1: 5-41.

Lindberg, Ulf; Gudmundsson, Gestur; Michelsen, Morten y Weisethaunet, Hans. 2005. *Rock criticism from the beginning: amusers, bruisers & cool-headed cruisers*. New York: Peter Lang.

_____. 2006. "Critical negotiations: rock criticism in the Nordic countries". *Popular Music History* 1.3: 241-262

López, Zósimo. 2016. *La verbena (en)cubierta: las actuaciones musicales en salas con programación periódica a través de la prensa local de Vigo (noviembre 1975 - agosto 1990)*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

Negus, Keith. 1992. *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London: Arnold.

Nunes, Pedro. 2010. "Good Samaritans and oblivious cheerleaders: ideologies of Portuguese music journalists towards Portuguese music". *Popular music*. Volume 29/1: 41-59.

_____. 2011. "Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: entre o *gatekeeping* e o "cheerleading". *Trajectos*, 18: 53-69.

Peterson, Richard A. 1990. "Why 1955? Explaining the advent of rock music". *Popular music*, vol. 9 (1): 97-116.

Regev, Motti. 1992. "Israeli rock, or a study in the politics of 'local authenticity'". *Popular music*, vol. 11 (1): 1-14.

_____. 1994. "Producing artistic value: the case of rock music". *The Sociological Quarterly*, vol. 35 (1): 85-102.

_____. 2002. "The 'Pop-Rockization' of Popular Music". En *Studies in Popular Music*, eds. Hesmondhalgh y Negus, 251-264. London: Oxford University Press.

_____. 2007. "Ethno-National Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism Made from Within". *Cultural Sociology*, vol. 1 (3): 317-341.

_____. 2013. *Pop-rock music. Aesthetic cosmopolitanism in late modernity*. Cambridge: Polity Press.

Reynolds, Simon. 1990. "Return of the Inkies". *New Statesman and Society*, 31(8): 26-27.

Rudent, Catherine. 2000. *Le discours sur la musique dans la presse française. L'exemple des périodiques spécialisés en 1993*. Tesis doctoral. Paris-Sorbonne University.

Savage, Jon. 1991. *England's Dreaming: Sex Pistols and Punk Rock*. London: Faber & Faber.

Schmutz, Vaughn. 2005. "Retrospective cultural consecration in popular music: *Rolling Stone's* greatest albums of all time". *American Behavioral scientist*, 48: 1510-1523.

Schmutz, Vaughn; Venrooij, Alex van; Janssen, Susanne y Verboord, Marc. 2010. "Change and Continuity in Newspaper Coverage of Popular Music since 1955: Evidence from the United States, France, Germany, and the Netherlands". *Popular Music and Society*, Volume 33, Issue 4: 501-515.

Shuker, R. 1994. *Understanding Popular Music*. London: Routledge.

Stratton, J. 1982. "Between Two Worlds: Art and Commercialism in the Record Industry". *The Sociological Review*, 30: 267-285.

_____. 1983. "What is 'Popular Music'?" *The Sociological Review*, 31(2): 293-309.

Tagg, Philip. 1982. *Analysing popular music: theory, method and practice*. Consultado en <http://www.tagg.org/articles/pm2anal.html> a 04 de noviembre de 2017.

Thornton, Sarah. 1995. *Club cultures: Music, media and subcultural capital*. Cambridge: Polity Press.

Toynbee, Jason. 1993. "Policing Bohemia, Pinning up the Grunge: the Music Press and Generic Change in British Pop and Rock". *Popular Music*, 12(3): 289-300.

Val, Fernán del; Noya, Javier y Pérez-Colman, C. Martín. 2014. "¿Autonomía, sumisión o hibridación sonora? La construcción del canon estético del pop-rock español". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 145: 147-180.

Val Ripollés, Fernán del. 2017a. "'Sing as you talk': Politics, popular music and rock criticism in Spain (1975–1986)". *Journalism*: 1-20.
<https://doi.org/10.1177/1464884917719586>

_____. 2017b. *Rockeros insurgentes, modernos complacientes: un análisis sociológico del rock en la Transición*. Madrid: Fundación SGAE.

Varriale, Simone. 2014. "Bourdieu and the sociology of cultural evaluation: lessons from the Italian popular music press". *Rassegna Italiana di Sociologia*, 1/2014: 121-148.

_____. 2015. "Cultural production and the morality of markets: popular music critics and the conversion of economic power into symbolic capital". *Poetics*. Volume 51: 1–16.

Venrooij, Alex van y Schmutz, Vaughn. 2010. "The Evaluation of Popular Music in the United States, Germany and the Netherlands: A Comparison of the Use of High Art and Popular Aesthetic Criteria". *Cultural Sociology*, vol. 4 no. 3: 395-421.