

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



PERIODISMO MUSICAL: SITIO WEB QUE DIFUNDA
INFORMACIÓN SOBRE LA MÚSICA INDEPENDIENTE DE
LAMBAYEQUE

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR

ANGIE ALEJANDRA DELGADO FARROÑAY

ASESOR

TEODOCIA ZAVALA PALACIOS

<http://orcid.org/0000-0002-5798-5483>

Chiclayo, 2021

**PERIODISMO MUSICAL: SITIO WEB QUE DIFUNDA
INFORMACIÓN SOBRE LA MÚSICA INDEPENDIENTE DE
LAMBAYEQUE**

PRESENTADA POR:

ANGIE ALEJANDRA DELGADO FARROÑAY

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Cecilia Vidaurre Nieto
PRESIDENTE

Milton Calopiña Avalo
SECRETARIO

Teodocia Zavala Palacios
VOCAL

Dedicatoria

A mi familia, por siempre estar para mí.
A la escena musical local, por tener iniciativa.

Agradecimientos

A mis padres, por mostrarme que,
con perseverancia, todo es alcanzable.

Índice

Resumen	5
Abstract	5
Revisión de literatura.....	7
Antecedentes	7
Bases teóricas.....	8
Periodismo musical	8
Periodismo digital	10
La música independiente	12
Teorías científicas.....	14
Teoría del Newsmaking de Wolf y Traquina	14
Teoría de los usos y las gratificaciones.....	15
Teoría etnográfica de Malinowski	15
Materiales y métodos	15
Resultados y discusión	16
Resultados de la entrevista a periodistas musicales	16
Resultados de la entrevista a profesionales involucrados con la música independiente local.....	19
Resultados de la observación de sitios web de Periodismo Musical	22
Discusión de resultados.....	25
Conclusiones	27
Recomendaciones	27
Diseño de la propuesta	27
Propuesta diseñada	29
Referencias.....	33
Anexos	35

Resumen

Esta investigación tuvo por objetivo proponer un sitio web de periodismo musical para difundir información de la música independiente de Lambayeque. Para ello, se empleó la metodología cualitativa con un abordaje hermenéutico con el fin de identificar la realidad social desde la comprensión e interpretación que el sujeto hizo de su historicidad, lo que ayudó a obtener datos sobre distintas características tanto de periodismo musical como de música independiente lambayecana. Así, la propuesta partió de un diagnóstico de la realidad que consistió en entrevistas semi-estructuradas a profesionales que gestionan la música independiente de la localidad y forman parte de la escena musical, y a periodistas musicales de distintos países, así como la observación de sitios web de esta especialidad periodística. De este modo, se concluyó que la propuesta es necesaria y factible porque no existen estos espacios a nivel local, con profesionalización periodística, lo cual es ideal para difundir y documentar la escena musical local.

Palabras clave: Periodismo musical, Música independiente, Sitio web.

Abstract

The objective of this investigation was to propose a music journalism website to disseminate information about the independent music of Lambayeque. To do this, the qualitative methodology was used with a hermeneutical approach in order to identify the social reality from the understanding and interpretation that the subject made of its historicity, which helped to obtain data on different characteristics about both music journalism and Lambayeque's independent music scene. Thus, the proposal started from a diagnosis that consisted of semi-structured interviews with professionals who manager and take part of the city's independent music, and music journalists from different countries, as well as the observation of websites dedicated to this journalistic field. Thus, it was concluded that the proposal is necessary and attainable because these spaces of journalistic professionalization do not exist at the local level, when they are an opportunity for disseminating and documenting the local music scene.

Keywords: Music journalism, Independent music, Website.

Introducción

La difusión de las manifestaciones culturales, como lo menciona el periodista Vila-Sanjuán (2015), tienen lugar en el llamado periodismo cultural. La música, el cine, el teatro y la literatura, son objeto de información a cubrir por los periodistas para informar a la sociedad, difundir y documentar los cambios de ideales que existen al sumergirse en diversos contextos de la historia.

En este contexto surge el periodismo musical como una especialización con sus características propias. Y Sotelo (2016) especifica que esta especialidad se centra en difundir las expresiones musicales de todo tipo, afianzándose principalmente del género de opinión y del interpretativo. Por ello, es usual encontrar publicaciones de esta especialidad a modo de reseñas, crónicas, reportajes y artículos de opinión.

Con la vigencia del internet, el tratamiento de noticias ha variado y sigue adaptándose a las nuevas plataformas. Esta comunicación digital, como lo mencionan Echevarría, Viada, Quiroga, Pereyra, Prudkin, Cavero & Digón (2015), junto a las características de los medios digitales, son un fenómeno que cambia constantemente respecto a la producción y difusión de la información; y a la relación entre los medios y sus receptores. Esto no ha sido excepción para el periodismo musical, pues también ha visto resultados óptimos en su aplicación. Por este motivo, sitios web como Muzikalia, Rockaxis, Conciertos Perú, etc., tienen una actividad constante en lo que respecta a difusión de información musical, pues mantienen una presencia fija en este medio.

En Lambayeque existe una creciente escena de música independiente (no comercial) que necesita de una difusión de información con un tratamiento profesional, de rigor periodístico, tanto en la forma de obtención de los datos como en la redacción y edición de los mismos. Y si bien hasta el día de hoy no se ha estudiado el tema en la localidad, existe bibliografía que respalda las argumentaciones planteadas a lo largo de la investigación. Por ello, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo será el sitio web de periodismo musical para la difusión de la música independiente de Lambayeque?

Este trabajo de investigación es aporte para la escuela de Comunicación, porque aborda un ámbito del periodismo cultural poco tratado que impulsa a más comunicadores a interesarse por esta especialización en vías de desarrollo. Además, es importante para escena de música independiente, pues ahora cuentan con este modelo para difundir información musical a un público sin fronteras,

La investigación es práctica, presenta un formato aplicable y viable, que tiene un impacto rápido y directo en la audiencia expectante. Tiene valor teórico, porque cada argumento está fundamentado por conceptos y teorías de autores expertos en la materia; y abre una nueva visión sobre el uso de un sitio web de periodismo musical para el crecimiento de una escena de música independiente lambayecana.

Así pues, se toma como objetivo general el proponer un sitio web de periodismo musical para la difusión de información de la música independiente de Lambayeque. Teniendo en cuenta esto, los objetivos específicos se enfocan en: identificar sitios web de periodismo musical que difundan información de música independiente, seleccionar herramientas necesarias para la realización de un periodismo musical que difunda este tipo de información, y definir el tipo de música independiente en Lambayeque para su difusión mediante el sitio web de periodismo musical.

Revisión de literatura

Antecedentes

Larrea (2014) tuvo un alcance más preciso respecto al tema, en su tesis de titulación “Periodismo y difusión musical en Ecuador” señaló que el objetivo fue analizar las noticias musicales de medios nacionales e internacionales con la finalidad de evidenciar la cobertura de estos. Y también, generó una guía de periodismo musical basada en los resultados de las entrevistas a expertos, resultados del sondeo y publicaciones académicas. De ello, evidenció que el periodismo musical, es una rama en crecimiento. No obstante, su importancia en el desarrollo de la industria musical se especificó en la labor que realiza el periodista tanto de difusión como de documentación musical. Por este motivo, la autora resaltó que es necesaria la especialización de periodistas para que puedan escribir sobre esta temática, pues el tratamiento de la información tiene que tener tanto profesionalismo como en otras especialidades.

Pinzón & Hernández (2017) en su tesis “Sound Journey: Una propuesta alternativa para el periodismo musical colombiano”, desarrollaron un sitio de comunicación digital especializado en periodismo musical independiente con visión crítico-analítica de la música como industria. La metodología del estudio consistió en dos partes: un mapeo del mercado actual de la especialidad, y dos cuestionarios, uno para entrevistas especializadas con personas de la industria y periodistas musicales, y una encuesta para evaluar la etapa posterior del impacto que tenga el proyecto piloto en el público objetivo. Los autores concluyeron que el periodismo musical colombiano se manifiesta en comunidades virtuales consolidadas en torno a los grandes competidores como los portales de las emisoras juveniles y revistas culturales. Asimismo, subrayaron que el cubrimiento de la escena local es un compromiso indispensable, también señalaron que es más viable especializarse en ciertos géneros musicales que apuntar a una comunidad de periodismo musical mixta. Y es necesario fortalecer el consumo e interés de estos contenidos en los nichos ya existentes, por lo que se deben apoyar las muestras de periodismo investigativo y crítico que generen otros competidores (Pinzón & Hernández, 2017).

Lamacchia (2016) en su tesis para magíster “La música independiente en la era digital” analizó las formas en que se utilizan las tecnologías para la producción, distribución, comercialización y difusión de música independiente en Argentina; y evaluó los beneficios y limitaciones a superar en el sector. Para ello, aplicó un método cuantitativo al examinar datos numéricos extraídos de encuestas y de informes elaborados por organismos oficiales. Además, en un segundo caso aplicó el método cualitativo con la transcripción de datos surgidos en entrevistas a profundidad a informantes clave, observación de medios digitales y testimonios de grupos musicales o solistas. De este modo, concluyó que ahora para los músicos ya no es complicado profesionalizarse sin el amparo de una discográfica, pues gracias a la aparición de nuevos aliados (periodistas, diseñadores, creadores audiovisuales, etc.) los medios de comunicación y servicios digitales impulsan la independencia. Y en cuanto a la creación fonográfica por parte de los músicos, observó el empleo de herramientas digitales (programas de software, aplicaciones, sitios web) que favorecen la autoproducción. Asimismo, estableció que estos mantienen una conexión con colegas profesionales especializados en masterización, ingeniería de sonido y producción artística, para mejorar la calidad de lo que realizan.

Bases teóricas

Periodismo musical

Como lo afirma Blanc (2014), el periodismo musical crea y deja historia. Este reconocido periodista musical, en una entrevista al diario Milenio de México, menciona que más allá de explorar los distintos géneros del periodismo y acercar su escritura al mundo literario; la importancia de su existencia radica en su efecto dentro de la cultura. Este tipo de periodismo abre una nueva visión y ayuda a comprender los distintos fenómenos culturales por medio del análisis de una manifestación artística a la que nadie ha estado ajeno: la música.

Dentro de las distintas especialidades que contiene el periodismo, es reconocible el gran poder que tiene el periodista al momento de guiar a una persona en su desconocimiento sobre la realidad (en este caso, musical). Es así como López, Nunes & Del Val (2017) atribuyen el poder de prescriptor al periodista musical, al ser capaz de intervenir en la decisión de compra de una canción, de un disco, de entradas para un concierto, al poder influir en el gusto y la crítica. Así también, le añaden un poder historiográfico, pues “no deja de cincelar la iconografía y mitología popular en el mármol de la memoria” a través de artículos, entrevistas, crónicas de conciertos, noticias y demás géneros periodísticos.

Periodismo musical en el Perú

Por los años cincuenta, los géneros musicales populares en el Perú fueron la música criolla, reconocida como “cultura nacional” al tener el término criollismo como sinónimo de tradición e hispanismo; y el vals, como “música nacional” (Sotelo, 2016). Asimismo, Manrique (citado por Sotelo, 2016) establece que la música tropical y el bolero tuvieron una importante presencia en la época, aun cuando la iglesia condenó al mambo por impúdico y excomulgó a sus bailarines. Pese a esto, géneros como el cha cha chá, el merengue y la guaracha, lograron imponerse.

Durante esta época, la publicación del Ministerio de Cultura, Información de las Artes (2014) menciona a Carlos Raygada como uno de los periodistas musicales más representante de la época. Por medio de sus artículos en el diario El Comercio, Raygada se encargó de dar a conocer a los personajes y obras del mundo musical académico peruano. Elaboró “La guía musical del Perú” publicada en la revista Fénix en tres ediciones consecutivas, con el fin de presentar nombres, obras e instituciones musicales del país de la manera más amplia posible, de todos los niveles y de todos los sectores.

A fines de los años cincuenta e inicios de los años sesenta, la aparición del movimiento contracultural en el contexto estadounidense, en medio de la resistencia contra la guerra de Vietnam y la lucha por los derechos civiles apareció The Beatles, Rolling Stones y Jimi Hendrix; y el rock anglosajón se impuso en el público juvenil. Sin embargo, su llegada al país fue paulatina. En este punto, el periodista Agustín Pérez Aldave (citado por Sotelo, 2016) reconoce dos acontecimientos: el apresurado proceso de “cholificación” en el país y la revolución cubana que determina la dispersión del ritmo caribeño. Por esta razón y la influencia del rock, las agrupaciones se ponen de moda. No existe barrio sin su agrupación que toque los hits del momento.

Información de las Artes (2014) presenta un registro importante realizado por el periodista Carlos Torres Rotondo durante esta época, que permite conocer el contexto en el que se desplegó la primera generación de rockeros. En varios capítulos de su libro, el autor revisa

bandas como Los Incas Modernos, Los Saicos, Traffic Sound, Laghonia, entre otras. Asimismo, explora las agrupaciones de moda de la época, entre las que se encuentran Los Zodiacs, Los Vips, etc. Finalmente, el autor ahonda en las relaciones entre el rock y la música tropical al identificar el paso de muchos guitarristas de rock hacia el mundo de la cumbia. Lo cual muestra el giro en el mercado musical y cómo, tras el apaciguamiento del rock a mediados de los años setenta, será esta música la que tome pauta respecto a la producción musical nacional.

Si bien los cambios han sido resultado de adopciones culturales extranjeras, es necesario resaltar que el motivo de aparición de cada una se entiende gracias al periodismo musical y al contexto socio-cultural y político. Un claro ejemplo es la resistencia de muchos jóvenes durante la época del terrorismo, que se vio reflejada en música de las bandas de los ochenta como Río, Mar de Copas, Leuzemia, entre otras.

Actualmente en el Perú, el periodismo musical se ha presentado en su mayoría, dentro de revistas y fanzines. Alejandro Miro Quesada (citado por Sotelo, 2016) afirmó que el término revista descende de la palabra “rever” que significa ver dos veces. De esta aclaración, el autor estableció que existe una diferencia entre el tipo de periodismo que se realiza en una revista y en un diario. Y si bien las primicias también deben ser consideradas en las revistas, por el hecho de no estar sumergidas a la presión de la entrega diaria, se espera mayor profundidad en los contenidos. Por este motivo, se cree que mayormente el periodismo musical en Perú, se desempeñan mejor en las revistas.

Investigación periodística musical

La investigación, como lo menciona Cortés (citado por Larrea, 2014), es el paso en el que se busca todo lo que ya se ha dicho, con el objetivo de realizar piezas que cumplan con un rigor periodístico. Periodismo Musical: Guía para periodistas de Larrea (2014), propone una recopilación de consejos para el desarrollo del periodismo musical en Ecuador. Recomienda leer publicaciones relacionadas sobre la banda que se va a escuchar o el evento musical al que se asistirá. Ello permite tener una escritura más fluida y ayuda a darle el enfoque adecuado para tener en claro las fuentes. También, es importante conocer el entorno, buscar la historia, mirar el lugar, oír la música que suena por los altavoces, observar la actitud de las personas que asisten, verifica la puntualidad, la iluminación. Detalles que ayudarán a reflexionar, el último paso, punto de partida para la redacción. Aquí, se detalla la observación, analizar que no se observó y por qué. Con todo lo recopilado anteriormente, se podrá establecer la estructura del escrito.

a. Crítica musical

Según la Real Academia Española (2020), la crítica es un juicio emitido respecto a alguien o algo y, particularmente, se expresa a modo público. Para realizar crítica, es imprescindible la observación. Y es importante recordar que son la propia voz y opiniones las que llegarán al público, por lo cual es necesario tener conocimientos en cuanto a música se trate. Larrea (2014) la define como un análisis y valoración del sonido o presentación que detalla cuáles son las cualidades que le añaden o restan valor a la obra de un músico o banda. Y al reunir áreas como la musicología, la literatura y el periodismo, la autora recomienda reconocer leer críticas musicales de otros periodistas para buscar el estilo de escritura preciso.

A la hora de ejercer esta práctica, la autora afirma que “es necesario que el periodista analice a las obras como eso y sólo eso”, Es decir, debe desprenderse de los gustos personales para atinar objetivamente al momento de analizar desde distintas aristas para opinar.

b. Reseña de presentaciones

Como menciona Supple (citado por Larrea, 2014), un buen periodista musical no es un simple fan, sino, es la persona que tiene como prioridad recrear y evaluar las presentaciones en sus escritos sin perder el profesionalismo. El asistir a eventos de manera gratuita u obtener discos de la misma forma no debe influir en el enfoque. El trabajo periodístico aquí, es escribir sobre lo que se ve y se escucha, sustentado en la opinión propia basada en la experiencia. Por ello, es importante mantener la distancia profesional entre músicos y periodistas.

Larrea (2014) menciona también, que la reseña debe analizar la presentación como un momento único e irreplicable. Está tiene que contar todos los detalles que permitan generar una idea más clara de todo lo sucedido (previo, durante y después) a través de las propias palabras.

c. Entrevistas a artistas y bandas

La preparación para este tipo de entrevistas no varía de lo establecido por el periodismo no especializado. Larrea (2014) afirma que es necesario contar con fuentes de primera mano que proporcionen la respuesta sobre su propia situación, y resalta que lo más importante es la preparación para dichas entrevistas. Perder el miedo es el paso crucial, y esto se logra con investigación del tema a tratar o del personaje a entrevistar. Esto garantiza una exitosa entrevista, pues el enfoque cobrará sentido y las preguntas a realizar estarán mejor encaminadas.

Periodismo digital

Oliva (2014) menciona que los avances tecnológicos relacionados a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) establecieron procesos de convergencia mediáticas acercando sectores que antes se encontraban estancos, por medio de la generalización de un mismo formato al alcance de los consumidores. Sin embargo, la Web 2.0 llegó para romper con las relaciones asimétricas entre el productor de contenidos y el usuario final. Y es aquí donde el receptor de información adquiere nuevos roles como creador, productor, desarrollador, contador de historias y participante activo.

A partir de esto, Proaño & Resabala (2018) expresan que alrededor de la definición del periodismo digital, hay dos categorías interrelacionadas. Por un lado, está el concepto enfocado a la tecnología y por otro su función como parte del periodismo. Con ello, los autores afirman que la aparición de nuevas propuestas de herramientas tecnológicas, permiten divisar las ilimitadas opciones que oferta el internet. Es así como, Ramón Salaverria (citado por Proaño & Resabala, 2018) lo define como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

Características del periodismo digital

Álvarez (2015) reconoce que el periodismo digital mezcla algunas características propias de los medios tradicionales con otras que son exclusivas del medio digital. Así también, Casasús, Salaverría & Noci (citado por Álvarez, 2015) han definido sus principales características: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, inmediatez y vigencia.

La hipertextualidad, de un modo multidireccional, permite acceder a la información en la red a través de los enlaces (Proaño & Resabala, 2018).. Asimismo, la multimedialidad que permite la unión de los distintos formatos en texto, imagen, audio, video y gráficos en un mismo soporte digital. La interactividad mencionada por Álvarez (2015), es aquella que aparece en el momento en que el lector deja de ser un simple sujeto pasivo y puede implicarse. Otra característica es la inmediatez, que explica la rapidez con la que se difunden las noticias, Y finalmente la vigencia, contenida en las noticias digitales que permite una prolongada vida que supera a las del papel.

Redactar en la web

Álvarez (2015) propone algunos parámetros para realizarla como: poner el contenido más importante al principio, romper la uniformidad en el contenido para captar visualmente al lector, usar negritas en conceptos o término claves, evitar las mayúsculas, aprovechar todas las facilidades que proporciona el entorno digital, usar los hiperenlaces para añadir profundidad a los temas, economizar la escritura para la lectura fácil, escribir títulos con concordancia y no ser redundante.

Herramientas del periodismo digital

Son incontables las herramientas disponibles en la web, aun cuando la mayoría no fue inventada con un fin periodístico. No obstante, muchas de ellas, a fuerza de prueba y error, uso y estudio, son muy consideradas y aplicadas en la práctica profesional para enriquecerla (Echevarría et al., 2015) Las aplicaciones que plantean los autores, en su mayoría, no requieren de descarga, pues su uso es meramente online, de manera que la accesibilidad a ellas sea asegurada para cualquier comunicador que tenga conexión a internet.

a. Producción

Las herramientas de producción son favorables al momento de realizar el contenido periodístico, así también en el trabajo de los profesionales de la comunicación, como la presentación de clases académicas o la elaboración de un contenido institucional.

En cuanto a editores de foto, Echevarría et al. (2015) menciona el *Photoshop*, programa de Adobe donde los usuarios pueden hacer ediciones básicas como recortar fotos, rotarlas, redimensionarlas y usar efectos. Otra opción, es *Pixlr*, una interfaz online de edición de fotografías que no necesita de registro previo para su uso, y cumple con las mismas herramientas de *Photoshop*. Los bancos de fotos como *Morgue File* y *Freepik*, permiten acceder y descargar imágenes bajo licencia creative commons. *Flickr - Creative Commons* y *Everystockphoto* facilita almacenar y gestionar fotografías al creador.

Para la edición de audio y video, *Adobe Premiere* no parece ser la única opción. Echevarría et al. (2015) recomienda *Youtube Editor*, como una fácil herramienta que facilita modificar los vídeos publicados por el usuario y crear uno nuevo a partir de varios clips. Para utilizarlo es necesario registrarse, así como para el uso de *Soundation* en la edición de audio.

Las plataformas de videos recomendadas son *Youtube* y *Vimeo*, aunque esta última sólo permite subir videos con autoría propia; de hecho, los encargados de su creación fueron cineastas y videastas. Mientras en las de audio, menciona a *Soundcloud* como una herramienta de almacenamiento de archivos de audio; que además, funciona como una red social para músicos o gente que trabaja con audios. Echevarría et al. (2015) no menciona a *Spotify* dentro del grupo, pero es necesario considerar esa aplicación, ya que el mercado de esta se ha ampliado; los

podcasts, playlist y canciones, tienen lugar en la misma y son aprovechables para subir y consumir contenido.

b. Visualización y presentación

La hipertextualidad, interactividad y multimedialidad deben ser aprovechadas en este punto. Echevarría et al. (2015) propone *Dipity* y *Timeline JS*, las cuales permiten crear líneas de tiempo interactivas acompañadas de textos, fotos, videos y mapas. Otra herramienta es *Draw Anywhere*, que, a modo de mapas y redes conceptuales, permite explicar sucesos con conceptos relacionados a un mismo tema o un suceso con muchos personajes. Además, admite guardar el archivo en modo público o privado, y descargarlo como pdf para ubicarlo en algún sitio web.

Para presentaciones multimedia, los autores recomiendan *Prezi*, *Slideshare*, *Slid.es*, *Thinglink* y *Project*. Y en común, todas ellas facilitan la explicación de información, haciéndola más interactiva. También recomienda el uso de *Tableau Public* e *Infogr.am* para el procesamiento y presentación de datos estadísticos.

Y como últimas herramientas, se encuentran las más recomendadas para la creación de sitios web. Los autores recomiendan *Wix*, que permite la creación fácil de los mismos. Pues, presenta plantillas para preestablecidas. Asimismo, otra opción es *Google Sites*, un servicio de Google que, con tan solo tener una cuenta de *Gmail* creada, facilita su uso. El análisis del tráfico web para ambos se realiza en *Google Analytics*.

c. Organización del trabajo profesional

Echevarría et al. (2015) recomienda en primer lugar el almacenamiento en la nube por medio de *Dropbox*, un servicio que permite sincronizar computadoras y compartir archivos con otros usuarios. Seguido a ello, recomiendan el uso de marcadores como *Delicious* para organizar información, pues permite guardar enlaces, organizarlos y compartirlos.

En cuanto a la sindicación web, Crucianelli (citado por Echevarría et al. (2015) resalta a *RSS* (Really Simple Syndication, es decir, Sindicación Realmente Simple), referida a la distribución de la información, en donde los usuarios ya no van detrás de las noticias, si no que estas llegan a ellos de manera simultánea. Estos se encuentran en la web o se instalan y permite al periodista puede escoger el tipo de contenido que quiere recibir.

Para el envío de archivos de gran magnitud, entre las herramientas recomendadas por los autores, es necesario resaltar a *Wetransfer*. Pues sin necesidad de previo registro, el envío es inmediato al ingresar el email de recepción. Finalmente, mencionan la importancia del uso de oficinas online como *Google Drive*. Este servicio, admite crear documentos online, presentaciones, hojas de cálculos, dibujos y formularios. Además, pueden compartirse con otros usuarios tanto para la visualización como para la edición de los mismos.

La música independiente

Quiña (2014) la define como la oposición a las empresas multinacionales, tales como Sony-BMG, EMI, Warner o Universal, que ha originado el aumento de sellos discográficos pequeños o músicos que autogestionan su trabajo musical. Asimismo, Lamacchia (2016) reconoce esas variadas dimensiones del fenómeno “música independiente” al notar el interés que ha generado en las ciencias sociales.

Ante ello, Albornoz & Gallego (citado por Lamacchia, 2016) explican que desde un enfoque económico-industrial, se basa en el estudio del funcionamiento del mercado musical, sector independiente que comprende a aquellas pequeñas o medianas empresas, que se encargan de la producción y distribución de la música y de la promoción de artistas. Y dentro de la mirada política-estética, la música independiente significa lo contracultural, cuya elaboración busca la variedad y es el resultado de una posición determinada al margen de las corporaciones.

Lamacchia (2016) también establece que la música independiente, suele delimitarse “por lo que no es”. De este modo, la industria comercial musical justifica la existencia de esta, al comprender un régimen que recompensa la popularidad, la repetición, la simpleza de contenidos, la comercialización; a lo que se contraponen la horizontalidad artistas-público, el respaldo entre músicos, la experimentación, la vanguardia y la libertad creativa. Asimismo, se han asociado ciertos estilos musicales con lo independiente, en sus inicios con la música electrónica y el punk. Y a partir de los noventa, con denominado indie, tomado como un género derivado del pop, rock y folk.

Underground, alternativo e indie

Existe una confusión al momento de utilizar los términos para hacer alusión a la música independiente. Lamacchia (2016) afirma que, en argumentos distintos o similares, no siempre concuerda con la autogestión, lo contracultural, la diversidad estética o el público reducido. Pues la independencia de la música referida al modo de producción, no se encuentra siempre sujeta a los términos mencionados. “El *underground* indica un espacio conocido por pocos, apartado y tribal, administrado con sus propias reglas” (Lamacchia, 2016). Este término, se enfoca a aquella escena artística con igual cantidad de protagonistas y seguidores. A modo de pensamiento, Reynolds (citado por Lamacchia, 2016) menciona que el término viene a finales de los sesenta y que no solo estaba referido al pelo largo como peinado y a las bandas psicodélicas, sino igualmente a la cultura en general.

Lo alternativo se refiere a una estética diferente, establecida por juicios ideológicos fundada en la libertad de acción. Asimismo, el término, puede usarse como una estrategia publicitaria para atraer a un público que pretende diferenciarse por medio del consumo de dichas expresiones musicales. Lunardelli (citado por Lamacchia, 2016) afirma que en un comienzo lo alternativo era lo que vendía poco, ahora, es lo que más vende.

Por último, lo “indie” nace en la segunda década del siglo XX y hace referencia a la separación económica entre los sellos indie (independientes) y las corporaciones discográficas multinacionales. No obstante, de modo paralelo, el término ha cobrado fuerza al momento de referirse a un género de música en particular. De esta manera, se estableció un conjunto de consumidores para la música ligada al rock, pop, y folk o canción de autor (Lamacchia, 2016).

Escenas musicales

Este concepto se ha consolidado como una idea central en los estudios sobre músicas populares desde los años 90 (Pedro, Piques & de Val, 2018), los cuales manifiestan que tiene relación a expresiones como “comunidad”, “subcultura” o “mundos artísticos”. Para Sara Cohen (citado por Pedro, Piques & de Val, 2018) este término alude a grupos de personas, organismos y eventos relacionados con la producción y consumo de géneros musicales específicos, así como para designar la actividad musical que se realiza en un área geográfica delimitada.

Otros autores como Bennett y Petterson (citado por Pedro, Piques & de Val, 2018), proponen una división tipológica: “escena local”, una actividad social que se desarrolla en un espacio delimitado a lo largo de un tiempo en donde productores, músicos y aficionados realizan su gusto musical en común, que suele ser apropiado de otros lugares, pero desarrollados de una manera que los representa; “las escenas translocales” son una evolución de la anterior, y surgen por la interacción con otras escenas a través de grabaciones, grupos, fans y fanzines, ello origina comunidades efectivas capaces de trascender la necesidad de interactuar cara a cara como requisito de pertenencia; y las “escenas virtuales”, que son definidas como formaciones emergentes y se basan en la comunicación interpersonal online entre fans.

Si bien la clasificación anterior ofrece pautas sobre distintas dimensiones y procesos comunicativos, Pedro, Piques & de Val (2018) creen que ello puede conducir a interpretaciones equivocadas, pues no examinan cómo en el contexto actual, estas dimensiones contribuyen conjuntamente a la reproducción de las escenas. De esta forma, los autores definen las “escenas musicales” como contextos espacio-temporales locales de experiencias musicales, formados colectivamente y cotidianamente por múltiples participantes con roles y grados de implicación diversos (aficionados, músicos, empresarios, propietarios de clubs, promotores, periodistas, fotógrafos, etc).

Nuevas plataformas para su difusión

La digitalización trajo grandes cambios, y junto a ellos, un número considerable de sitios web dedicados a la comercialización, distribución, y difusión de música en diferentes partes del mundo. Como lo menciona Lamacchia (2016), hacia el año 2016, a nivel mundial existieron 400 plataformas musicales. Muchas de ellas se encontraron en vías de realización, otras se posicionaron como líderes (*Spotify*) y muchas otras se cerraron (*Twitter Music*, *Bandplify* o *Taringa! Música*) sin haber logrado el tráfico y uso esperado.

Los medios digitales del sector musical tienen diferentes modelos, muchos de ellos se enfocan al streaming (con opciones premium de pago), y otros al negocio en formato digital o físico, a la producción colaborativa, o la radio por internet. No obstante, muchas de ellas se fusionan. Asimismo, Lamacchia (2016), reconoce que estos sitios pueden fraccionarse entre comerciales, dedicadas al *dowland* y streaming o a una modalidad mixta, y las encaminadas al fragmento “music discovery”, donde el músico decide si quiere recibir o no un ingreso por el uso de sus trabajos y el usuario accede a su contenido de manera gratuita. Ejemplo de este tipo de soportes son: *Bandcamp*, *MySpace*, *Soundcloud*, *Fandalism*, *ReverbNation* o *StreamSquid*.

Teorías científicas

Teoría del Newsmaking de Wolf y Traquina

Hace referencia al paradigma de la construcción social de la realidad. Los aspectos que interactúan en esta teoría, según Berger y Luckmann (citado por Quesquén, 2018), explican que en la vida no se puede estar sin constante interacción y comunicación con los demás. Con ello, no solo hace referencia a los individuos que nos rodean, sino a las culturas, instituciones y otras fuerzas sociales. Por este motivo, no es posible encarar los presupuestos de “rutinización” del trabajo dentro del proceso de producción en la cultura periodística como algo totalmente determinado.

Pena de Oliveira en su libro *Teoría del periodismo* estableció que el periodismo está lejos de ser el espejo de lo real. De este modo, es en el trabajo de la enunciación donde los periodistas

elaboran los discursos, y sometidos a una serie de operaciones y presiones sociales conforman lo que el sentido común de las redacciones llama noticia. Todo esto se incluye en el modelo teórico de Mauro Wolf y Nelson Traquina (citado por Pena, 2009), quienes tienen en cuenta criterios como la noticiabilidad, los valores de la noticia, los constreñimientos corporativos, la construcción de la audiencia y las rutinas de producción.

Teoría de los usos y las gratificaciones

Se consolidó en los setenta gracias a la aportación de autores como Elihu Katz, Michael Gurevitch y Jay G. Blumler, quienes dejaron de considerar que el público era simple pasivo que consumía lo que los medios les daban. En esta instancia, los autores percibieron un público activo con capacidad de seleccionar el contenido y los mensajes de su preferencia.

Entonces, esta teoría se origina de la idea de que todas las personas tienen ciertas necesidades que buscan satisfacer de forma constante y poseen la capacidad de elegir conscientemente. La percepción se centra en el efecto que tienen las personas en los medios de comunicación. De esta manera, nos ayuda a comprender el cómo y por qué las personas buscan de forma activa los contenidos que interpretan e integran a sus vidas. Al implicar la responsabilidad de cada individuo, supone ahora que los medios compiten con otro tipo de fuentes de contenido para gratificar a la audiencia.

Teoría etnográfica de Malinowski

La metodología etnográfica se aplica en cuanto el investigador conoce, se apropia profundamente y forma parte de la cultura que está estudiando. Aplicado al periodismo, es de notar que uno de los grandes desafíos de la profesión es el ver los hechos desde todas las aristas posibles. Es decir, el periodista debe ignorar las visiones estereotipadas para poder apreciar esos ángulos y sus distintos contextos. Pese a esto, la propia cultura puede condicionar dicha visión (Pena, 2009).

Bajo esta premisa, es prudente considerar crucial este método de investigación, porque especifica que los distintos medios de comunicación deben tener un amplio panorama sobre la sociedad mostrando interés a sus propias actividades. En este caso, el estudiar lo acontecido en una escena musical emergente en Lambayeque implicará estar relacionado a esta para poder comprenderla a cabalidad.

Materiales y métodos

La metodología empleada fue cualitativa, Hernández, Fernández & Baptista (2015) señalaron que este tipo de investigación se escoge cuando el propósito es evaluar la forma en la que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, analizando sus puntos de vista, interpretaciones y significados. El abordaje metodológico de la investigación fue hermenéutico, porque se recogieron e interpretaron datos de diversos aspectos del periodismo musical como de música independiente lambayecana. De esta forma, se encontró una necesidad dentro del campo estudiado, y se generó una propuesta de mejora para la problemática hallada.

Los sujetos de la investigación fueron tres periodistas musicales: César Tudela Bugueño, periodista chileno graduado en la Universidad de Buenos Aires especializado en música popular; William Padrón Poleo, licenciado en periodismo de la Universidad Católica Cecilio Acosta de Venezuela, reside en Chile; y Julen Fernández Figueras, licenciado en Ciencias Sociales con Máster en Comunicación para el Desarrollo, que ha ejercido el periodismo musical en medios online y escritos.

Asimismo, también participaron tres profesionales involucrados con el realizar o gestionar música independiente local: Adrián Guevara Gonzales, bachiller en Comunicación de la Unprg

y co-director de la Agencia de Management musical Los Bits; Camilo Campos Cisneros, licenciado en Comunicación Usat y productor en Kalavera Studio; y Giancarlo Díaz Arévalo, magíster en psicología educativa y director de la productora Whitenoise.

El escenario de la investigación fue la región de Lambayeque, ubicado en el noroeste del Perú que según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) cuenta con una población de 1,260,650 de habitantes a la actualidad. Aquí, se visualizó un crecimiento en la escena musical, pues cada vez son más bandas y músicos que autogestionan su producción musical, las presentaciones en vivo, etc. Las personas involucradas en su crecimiento han contribuido a la creación de nueva música, y la motivación de nuevos talentos. No obstante, el registro y difusión mediante notas periodísticas es escaso. Por lo cual, el registro o reconocimiento de dichos músicos no ha trascendido más allá de la localidad.

La técnica empleada fue la entrevista semiestructurada, porque se buscó conocer las percepciones de especialistas respecto al problema seleccionado, y la observación investigativa para el análisis de sitios web de periodismo musical. Pues como lo mencionaron Hernández et al (2015), la observación permite explorar, describir, comprender procesos, identificar problemas y generar hipótesis a partir de los mismos. Así, el instrumento previamente validado que se aplicó fue el cuestionario de preguntas abiertas y una guía para la observación encaminada a un análisis más riguroso de los sitios web de esta rama periodística.

La investigación respetó la dignidad de todas las personas involucradas en su desarrollo. Para la realización de entrevistas con los especialistas, se acordó un cronograma que respetó su disponibilidad y tiempo, se les informó sobre el tema a tratar y la finalidad de obtener sus percepciones. Asimismo, se les hizo saber los objetivos de la investigación para recalcar la transparencia dentro del trabajo. Por otro lado, los datos obtenidos, fueron expuestos con la objetividad debida. Finalmente, la bibliografía empleada fue debidamente citada y referenciada según el manual de normas de la Asociación Americana de Psicología (APA).

Resultados y discusión

Resultados de la entrevista a periodistas musicales

Tabla 1.
¿Cómo define el periodismo musical?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	Es un oficio en extinción debido a la poca profesionalización, ocasionada por la demanda de la industria musical.
William Padrón Poleo	Es la tarea de desmenuzar obras musicales y explorar su trasfondo. Es el acto de interceder entre el artista y la audiencia.
Julen Fernández Figueras	Consiste en otorgar contexto para explicar movidas en la música. Los temas y vectores de interés dependen de la línea editorial.

Comentario: Los especialistas afirmaron que el periodismo musical da contexto e intercede entre el material del artista y la audiencia.

Tabla 2.
¿Qué tan frecuente es esta especialización? ¿Y cuál es su importancia?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	Hay sobrecupo en el área, pero no todos son profesionales. Es importante, porque la música muta y debemos analizarla.
William Padrón Poleo	En Latinoamérica está emergiendo, más aún con la facilidad digital. Es importante, porque intercedemos entre la obra artística y la audiencia.
Julen Fernández Figueras	Importancia residual, teniendo en cuenta cómo se consume la música hoy. Ocupación poco rentable, que saca beneficio de la publicidad o boletos.

Comentario: Debido a la demanda de la industria musical, la profesionalización en Latinoamérica es mínima, pues muchos de los que la desempeñan son profesionales de ciencias sociales y pocos los provenientes de la carrera de periodismo.

Tabla 3.
¿Cuál debe ser el perfil de un periodista musical?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	Amar la música, tener otra labor soporte, leer mucho, ser melómano y hacerse las preguntas que todo periodista se hace.
William Padrón Poleo	Debe tener pasión y apertura mental para escuchar de todo. Ser curioso y escribir bien.
Julen Fernández Figueras	Perfil de cualquier buen periodista, con mente abierta, imparcial pero no objetivo.

Comentario: El perfil del periodista musical es el mismo que tiene un buen periodista, añadiéndole a este, la pasión y apertura mental para escuchar todo tipo de música y escribir sobre ella sin prejuicios parciales.

Tabla 4.

¿En qué medios cree que es preciso desempeñar este tipo de periodismo?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	En los medios digitales, es lo ideal, por las facilidades que brinda y por lo consumido que es.
William Padrón Poleo	En todos los que tengas disponibilidad de realizarlo, sin olvidar la buena redacción.
Julen Fernández Figueras	Formato físico, online, radio (podcast), video (YouTube), Enriquecido con lo audiovisual.

Comentario: Los periodistas afirmaron que, en efecto, el medio digital es el más conveniente para realizar periodismo musical debido a las herramientas que brinda para ofrecer un buen material periodístico, afianzado de recursos audiovisuales.

Tabla 5.

¿Cuáles son los géneros periodísticos más empleados en esta especialización?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	La crónica, la reseña, la crítica y la entrevista.
William Padrón Poleo	Depende del medio. Pero lo usual es la crítica, reportaje, crónica, la entrevista y nota informativa.
Julen Fernández Figueras	Reseñas, entrevistas, reportaje. Cada línea editorial tiene sus particularidades.

Comentario: El género interpretativo y de opinión, son los más destacados según las respuestas, y en cierta medida, el informativo.

Tabla 6.

¿Qué herramientas digitales considera imprescindibles para realizar periodismo musical?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	Las redes sociales para contacto con fuentes y como periodista generar contenido.
William Padrón Poleo	Usar la <i>Redpem</i> (<i>Red de Periodistas Musicales Iberoamericanos</i>) para información nueva. Afianzarse de <i>Spotify</i> y <i>Google Drive</i> .
Julen Fernández Figueras	Reforzar la información con lo audiovisual, atrae más. Adentrarse en las redes sociales.

Comentario: Las herramientas digitales permiten el contacto de fuentes por medio de redes sociales, la Redpem, Spotify; y la presentación del contenido reforzada con lo audiovisual.

Tabla 7.

¿Qué géneros musicales cree que priman al momento de consumir y realizar este tipo de periodismo?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	El rock y el pop, por su carga valórica. Y ahora, el urbano, pop, trap y otros géneros de fusión
William Padrón Poleo	No podría identificar, porque hay muchos hoy. Pero al empezar a ejercer este oficio, te enfocas en lo independiente.
Julen Fernández Figueras	Depende de la respetabilidad del género. Desde los setenta a la actualidad, ha primado el rock.

Comentario: Coincidieron en que el género con más preponderancia en estos tiempos ha sido el rock y sus distintas vertientes, junto al pop. Y a la actualidad, nuevos géneros han surgido gracias a la gran aceptación social que tienen.

Tabla 8.

¿Qué sitios web son un referente de periodismo musical para usted?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	<i>Rockaxis, Culto, Humo Negro, The Guardian, Pitchfork.</i>
William Padrón Poleo	<i>New Musical Express, Remezclas, Mondo Sonoro, Zona de Obras, Rock Deluxe, Indie Hoy, Rockaxis, Culto.</i>
Julen Fernández Figueras	<i>The Guardian, Pop Matters, Pitchfork, American Songwriter, Vice.</i>

Comentario: Muchos de los referentes en mención apuntan a medios extranjeros, porque consideraron que en ellos se encuentra la esencia de lo que es realizar periodismo musical.

Tabla 9.

¿De qué forma beneficia el realizar periodismo musical dentro de una localidad?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Buguño	Documenta y difunde expresiones musicales de la localidad. Permite comprenderlas.
William Padrón Poleo	Beneficia a la cultura, la gestiona. Permite entender movidas musicales por su ámbito social.
Julen Fernández Figueras	Contribuye a generar “escena”, sirve de altavoz para nuevas bandas, establece narrativa.

Comentario: Los periodistas coincidieron en tres beneficios importantes: documentación, difusión y creación de comunidad.

Tabla 10.

¿Ha tenido un papel importante en el crecimiento de la música independiente?

Participantes	Respuestas
Cesar Tudela Bugueño	Sí. Ha crecido junto a la música independiente.
William Padrón Poleo	Sí, porque el periodismo musical llega a crear una comunidad.
Julen Fernández Figueras	Sí, contribuye a generar esa escena de música independiente.

Comentario: Los especialistas coincidieron en el valor que tiene el periodismo musical respecto al crecimiento de la música independiente, pues ambos, crecen junto a la comunidad que crean.

Resultados de la entrevista a profesionales involucrados con la música independiente local

Tabla 11.

¿Cómo define la música independiente?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Nace de alguien que quiere hacer música, sin un apoyo detrás.
Camilo Campos Cisneros	Se basa en la autogestión y libre creatividad.
Giancarlo Díaz Arévalo	La realizan artistas que por sus medios se producen y promocionan.

Comentario: Además de la autogestión, la definición de los participantes estuvo vinculada con las ganas del artista de querer hacer algo bajo sus propios criterios (libre creatividad).

Tabla 12.

¿Desde cuándo se realiza en Lambayeque?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Desde el 2007 aproximadamente con bandas como Cárcava.
Camilo Campos Cisneros	Desde los noventas. Pero en el 2007 se realizan más conciertos.
Giancarlo Díaz Arévalo	Comienza al inicio del milenio con el punk y el metal.

Comentario: Los entrevistados establecieron que el año que inició con más actividad de música independiente, expresada en conciertos, se dio a partir del 2007.

Tabla 13.

¿Qué tanta duración ha tenido los proyectos musicales que has conocido?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Máximo tres años, no existe registro claro porque no hay mucha producción. Recién surge.
Camilo Campos Cisneros	Duran de uno a dos años, hasta meses. Los de más vigencia, de cinco a diez años.
Giancarlo Díaz Arévalo	Algunas se separan incluso antes de tocar en vivo, por la falta de espacios para realizarlo.

Comentario: Convergieron en que la duración es mínima en su mayoría, por distintos motivos como la falta de espacios para presentarse en vivo y la poca producción.

Tabla 14.

¿Qué bandas o artistas crees que han perdurado hasta la actualidad?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	<i>Kódigo Civil, Kárcava, Los Estroboscópicos</i> , entre otras.
Camilo Campos Cisneros	<i>Kárcava</i> y <i>Kódigo Civil</i> , activamente.
Giancarlo Díaz Arévalo	<i>AIAPAEC, Mabel</i> y <i>Kárcava</i> con más años juntos.

Comentario: Algunos nombres se repiten, pero siguen siendo pocos. Ello por la falta de conocimiento de los entrevistados, pues remarcaron que no existe un registro de producción como tal para saber que bandas han perdurado activamente.

Tabla 15.

¿Cuáles son los géneros musicales que priman?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	El principal género es el rock, el blues, un poco el pop y el reggae.
Camilo Campos Cisneros	Punk, hardcore punk, metal, rock alternativo, hip hop. Y hay nuevas tendencias hoy.
Giancarlo Díaz Arévalo	Actualmente el <i>dream pop</i> y <i>soft rock</i> .

Comentario: Se dedujo que el género musical con más carga valórica sigue siendo el rock y sus distintas vertientes. Asimismo, uno de los entrevistados recalcó que se siguen nuevas tendencias o subgéneros como el *dream pop* y *soft rock*.

Tabla 16.

¿Qué tipo de apoyo crees que necesitan?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Apoyo en la producción, promoción y difusión por parte de instituciones privadas.
Camilo Campos Cisneros	Apertura de instituciones en la creación de espacios para que puedan difundir su arte.
Giancarlo Díaz Arévalo	Necesitan conocimiento y proyección. No solo quedarse con una visión localista.

Comentario: El apoyo que necesitan se expresó en tres puntos importantes: producción y difusión, creación de espacios físicos para las tocaditas y una proyección menos localista.

Tabla 17.

¿Qué apoyo crees que han recibido?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Creación de espacios como la que brinda Alianza Francesa para pequeños conciertos.
Camilo Campos Cisneros	No ha existido un apoyo real, siempre se ha dado en mínima medida.
Giancarlo Díaz Arévalo	Hay más productoras independientes generando espacios para los conciertos.

Comentario: Las percepciones se distinguieron de cierta manera debido a la manera en la que los entrevistados se han involucrado con el hacer música independiente. Uno si percibe el apoyo de instituciones como la Alianza Francesa debido a su gestión con Los Bits. Por otro lado, la otra respuesta expresa que no ha habido un apoyo significativo, dado que ha nacido de él y su banda el realizar conciertos. Y, por último, respecto a las productoras independientes, son iniciativas que han surgido en el último año con más notoriedad, y es algo que ha gestionado el entrevistado.

Tabla 18.

¿Qué rescatas de los nuevos proyectos musicales?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Hay mucho talento, buenas propuestas y ganas de producirse.
Camilo Campos Cisneros	La valentía de emprender proyectos y el surgir de productoras independientes.
Giancarlo Díaz Arévalo	Hay preocupación por el buen sonido y gente que ya sabe de música.

Comentario: Las respuestas coincidieron en que la música independiente está mejor encaminada en estos últimos años, porque se preocupan por verse y hacerse oír mejor.

Tabla 19.

¿Qué iniciativas de difusión conoces o has realizado?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Con <i>Los Bits</i> hemos realizado los <i>Dream Love</i> con artistas locales y nacionales.
Camilo Campos Cisneros	Con <i>Kalavera Studio</i> realizamos más de cien conciertos. <i>Monky Home</i> está grabando sesiones en vivo para <i>YouTube</i> , <i>Los Bits</i> en el management de artistas.
Giancarlo Díaz Arévalo	<i>Monky Home</i> (sesiones en vivo), <i>Red Creativa del Norte</i> (gestionan espacios), <i>Los Bits (Dream Love)</i> y <i>Whitenoise</i> (eventos y entrevistas online).

Comentario: Las iniciativas se han acrecentado, ello gracias a la facilidad que brinda el medio digital y a la profesionalización de los músicos.

Tabla 20.

¿De qué manera crees que puedan llegar a ser más reconocidos?

Participantes	Respuestas
Adrián Guevara Gonzales	Plantearse objetivos, ser visible en sitios digitales, producir su música y promocionarse.
Camilo Campos Cisneros	Elaborar iniciativas serias en cuanto a musicalidad, producción y difusión.
Giancarlo Díaz Arévalo	Utilizar redes sociales, medios streaming y contactos para salir de la ciudad.

Comentario: Los entrevistados convergieron en que es necesario tener una visión y misión como artistas, que se preocupen por producir, difundir y establecer contactos para llegar a más público. Aprovechar los medios digitales.

Resultados de la observación de sitios web de Periodismo Musical

Tabla 21.

Lugar de origen

Sitio web	Observación
Rockaxis	Chile – 2000
Conciertos Perú	Perú – 2009
Mundo sonoro	España – 1994
Muzikalia	España – 2000

Comentario: Decidí observar los sitios web de periodismo musical más representativos de habla hispana. Estos medios existen desde hace más de 10 a 20 años, por lo que han visto esta transición de lo tradicional a lo digital. Y en ello, han visto un beneficio para su crecimiento.

Tabla 22.

Objetivo

Sitio web	Observación
Rockaxis	Ofrecer contenido de periodismo musical enfocado en rock nacional e internacional. Y, brindar servicios de alquiler de estudio de grabación y producción.
Conciertos Perú	Ser un referente de la información referida a conciertos realizados a nivel nacional.
Mundo sonoro	Ser un portavoz para colectivos artísticos independientes que no gozaban de atención en los grandes medios convencionales de comunicación.
Muzikalia	Dedicar su atención a la crítica de música independiente, englobando un gran número de géneros entre los que se encuentran el indie-rock, pop, el folk, la música electrónica, el blues o el punk.

Comentario: Estos sitios a excepción de Conciertos Perú, iniciaron por la música independiente y la necesidad de crear una comunidad. Por lo que su crecimiento fue acorde a esta escena musical. Por otro lado, la aparición de Conciertos Perú tuvo un objetivo más comercial e informativo.

Tabla 23.
Secciones y tipo de contenido

Sitio web	Observación
Rockaxis	Noticias / Discos / Shows / Entrevistas / Artículos / Revistas / Radio / Tv / Casa Estudio / Bandas.
Conciertos Perú	Agenda / Noticias / Coberturas / Entrevistas / Sorteos.
Mundo sonoro	Noticias / Artículos / Ediciones / Críticas / Listas / Festivales / Agenda / Mondo Tv.
Muzikalia	Noticias / Discos / Entrevistas / Crónicas / Especiales / Podcasts / 7 minutos / Vlog / Playlist / NL / Agenda / Tienda

Comentario: Se observó que los sitios tienen un esquema de contenido muy específico y funcional. Pues comparten noticias actuales, críticas, reseñas, entrevistas, una agenda con los eventos y en el caso de Rockaxis, Muzikalia y Mondo Sonoro, un apartado para ofrecer sus servicios.

Tabla 24.
Géneros periodísticos

Sitio web	Observación
Rockaxis	Crónica, reseña, crítica, artículo, entrevista.
Conciertos Perú	Crónica, entrevista y nota informativa.
Mundo sonoro	Nota informativa, artículo, crítica y entrevista.
Muzikalia	Nota informativa, crónica, reseña, artículo, entrevista.

Comentario: En estos sitios se confirmó que el género interpretativo y de opinión, son los más destacados, y el informativo, que es el más actualizable.

Tabla 25.
Servicios pagados

Sitio web	Observación
Rockaxis	Ofrecen “Perfil Rockaxis” para aquellos artistas que quieran exclusiva difusión por medio de la página. Los paquetes que ofrecen son variados.
Conciertos Perú	Van dirigidos a las empresas productoras de conciertos, quienes ven a Conciertos Perú como el medio que difunde información de primera mano sobre los conciertos que acontecerán en el país.
Mundo sonoro	Ofrecen suscripción mensual, realizan eventos musicales para otras empresas y distribuyen su merchandising.
Muzikalia	Venta de libros.

Comentario: Los sitios web de periodismo musical han generado un modelo de negocios para poder financiar el trabajo de quienes impulsan estos medios. Por eso han optado por ofrecer suscripciones mensuales, booking de prensa para artistas o servicios para los mismos.

Tabla 26.
Redes sociales

Sitio web	Observación
Rockaxis	Instagram, Facebook, Twitter, Youtube.
Conciertos Perú	Facebook, Twitter, YouTube, Google+, Instagram.
Mundo sonoro	Twitter, Facebook, Instagram, Spotify, Youtube.
Muzikalia	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Spotify.

Comentario: Todos los sitios web de periodismo musical observados tienen presencia en redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y Youtube; y el contenido que comparten en ellas está redireccionado por su web. Solo Mundo Sonoro y Muzikalia cuentan con Spotify para realizar playlists.

Discusión de resultados

El periodismo musical es una especialidad que ha estado un poco olvidada, pero está resurgiendo. Los especialistas apoyaron la afirmación de Blanc (2014) quien estableció que más allá de afianzarse en los distintos géneros periodísticos y acercarse al mundo literario, su existencia radica en el efecto importante que ejerce dentro de la cultura. Sin embargo, existe cierta controversia en cuanto a la poca profesionalización que existe. En opinión de César Tudela, esto se debe al sobrecupo en el área ocasionado por la demanda de la industria musical. Julen Figueras afirmó que la importancia del periodismo musical es residual, debido al modo en el que se consume la música en la actualidad. Esto condena a que la ocupación sea poco rentable y obliga a los profesionales a sacar un beneficio de la publicidad, pases a conciertos o discos gratis. Esta situación aleja a quienes practican este tipo de periodismo de la profesionalización. No obstante, las facilidades que ofrecen las herramientas digitales hacen un llamado a la misma.

En cuanto a investigación periodística musical se trata, la investigación de Larrea (2014) ofreció una guía para periodistas musicales que no se aleja de lo establecido para las otras especialidades del periodismo. Esto permitió hablar sobre el perfil del periodista musical, que suele estar en tela de juicio. Por lo que los entrevistados coincidieron en que debe tener pasión, apertura mental para escuchar todo tipo de música, ser melómano, debe leer mucho y hacerse las preguntas que todo buen periodista emplea.

Las facilidades que ahora ofrecen los medios digitales obligan a algunos autores a presentar ciertas herramientas que faciliten el trabajo en este ámbito. Cesar Tudela sugirió el uso de las redes sociales para el contacto con fuentes es el más eficiente. Por otro lado, William Padrón recomendó usar la Redpem (Red de Periodistas Musicales Iberoamericanos) para enriquecerse de nueva información, así como afianzarse de *Spotify* para escuchar nueva música y *Google Drive* para escribir las notas. Y para reforzar la información, Julen Figueras consideró importante generar contenido audiovisual porque es lo más atrayente para el público actual.

Los periodistas musicales observaron que existe un crecimiento pronunciado de nichos enfocados en esta especialidad. Sin embargo, esto no garantiza que todos realicen una buena labor, pero esto permitió realizar una selección de sitios web que sean un referente del periodismo musical. Los entrevistados coincidieron en medios como Rockaxis, Culto, Mondo Sonoro, American Songwriter, The Guardian y Pitchfork.

Los especialistas coincidieron en que los medios digitales son ideales para realizar este tipo de periodismo y, alcanzar el nivel de los sitios referenciados con anterioridad, dependerá de la calidad de tratamiento periodístico musical que se realice a través de los años. Las facilidades que ofrecen para realizar contenido multiplataforma permiten desempeñar esta labor en distintos formatos. En este campo ya nada es jerárquico como en los medios tradicionales, sino que trasciende y da un público ilimitado. Lo cual, permitiría el crecimiento continuo de la escena musical.

Otro de los instrumentos de la investigación se ha basado en la observación de sitios web referentes del periodismo musical. Para ser más exactos, analicé cuatro: Rockaxis de Chile, Conciertos Perú de Perú, Mondo Sonoro y Muzikalia de España. En estos, el punto en común se encuentra en el objetivo que mantienen, el de ser referentes o portavoces con carga veraz de difusión sobre temas musicales. Otros aspectos visualizados como las secciones, el tipo de contenido y los géneros periodísticos más utilizados, no presentan una diferenciación entre ellos. Sin embargo, Rockaxis, Mondo Sonoro y Muzikalia, suelen extender un poco más la parrilla de contenidos que ofrecen.

Julen Figueras mencionó que el periodismo musical debe sacar beneficio de la publicidad para poder subsistir, y en efecto, esto es algo latente en la realidad visible de los sitios web analizados. En Conciertos Perú y Muzikalia, esto puede percibirse en la sección “agenda” o “cobertura”. No obstante, se debe afirmar que han optado no solo por esto sino por ofrecer servicios dentro del rubro musical. Tal es el caso de Mondo Sonoro, que ofrece una suscripción mensual para contenido exclusivo y su trabajo como productora de eventos musicales. Por otro lado, Rockaxis, además de ofrecer un “perfil Rockaxis” con opción free y de pago para artistas que requieren de difusión; también han optado por ofrecer servicios para los artistas o bandas musicales (“Casa Estudio”).

Algo característico que es necesario mencionar, es el motivo por el que han surgido estos sitios temáticos. Y con ello hago referencia a Rockaxis y a Muzikalia, quienes se vieron impulsados por la “movida” independiente musical de su país para surgir. Los especialistas lo designaron bajo el nombre de “escenas musicales” que, de acuerdo con lo afirmado por Pedro, Piques & de Val (2018), se traduce a una actividad social que se desempeña en un espacio delimitado a lo largo del tiempo en donde los músicos, productores, fotógrafos, periodistas y aficionados, se mueven por el gusto musical que mantienen dentro de su contexto.

El Perú no ha sido ajeno a la evolución de estas escenas musicales, y a la actualidad son un factor importante que impulsa el realizar música independiente. En Lambayeque, esto surgió desde el 2007, pero su crecimiento no ha trascendido de gran manera pese a los años transcurridos. En opinión de Adrián Gonzales esto se debe a la escasa importancia que se le ha dado a la producción musical, lo cual ha ocasionado que no exista un registro preciso de lo que se haya hecho. Por otro lado, Camilo Campos menciona que también se da por la poca seriedad que han tenido los músicos con sus proyectos. Asimismo, Giancarlo Díaz encuentra que la visión de los músicos independientes lambayecanos se ha visto estancada por ser muy localista.

La realidad que perciben las personas involucradas con gestionar música independiente en la localidad se complementa y en algunos aspectos coincide. Camilo Campos reafirma que no ha existido un apoyo real en cuanto a la prestación de espacios para realizar presentaciones, y en efecto, las iniciativas han nacido de los propios músicos. Esto ha incurrido en que los proyectos no mantengan una duración considerable. Así también, coincidieron en que las oportunidades en la época actual permiten que los jóvenes quieran impulsar sus proyectos musicales. Además, mencionaron que esto ha servido para que surjan productoras y estudios de grabaciones independientes que ofrecen sus servicios a esta escena emergente.

Los géneros musicales de esta comunidad se establecieron con el punk, hardcore punk, metal, rock alternativo y hip hop; Camilo Campos mencionó que aún siguen primando, pero hay nuevas propuestas. Giancarlo Díaz confirmó esto, pues estableció que actualmente el *dream pop* y *soft rock* están tomando protagonismo. Además, reconoció que los músicos locales encuentran más referencias que les permite generar sonidos nuevos, por lo que no es preciso encasillarlos.

Finalmente, los entrevistados encontraron necesario hacer trascender las expresiones musicales que siguen naciendo en la localidad. Las opiniones se pueden sintetizar en lo mencionado por Adrián Guevara, quien consideró que el camino correcto va por el planteamiento de objetivos, ser visibles en sitios digitales de forma estratégica, producir su música y promocionarse en sitios web o presentaciones en vivo.

Conclusiones

- La realización de un sitio web de periodismo musical para difundir información sobre música independiente de Lambayeque es necesaria y factible porque no existen estos espacios a nivel local. Los profesionales involucrados con su gestión, coinciden en que parte de su crecimiento necesita de la difusión y registro tanto del material como la información que surge de este, por lo que el periodismo musical se convierte en un aliado para consolidar su crecimiento.
- Existen sitios de periodismo musical posicionados en la industria y son tomados como principales referentes de la especialidad como Rockaxis, Mondo Sonoro, Muzikalia y Conciertos Perú. Asimismo, hay un constante crecimiento de nichos, que, en aras de promover la gestión de música independiente, crean contenido periodístico multiplataforma. Y con el tiempo, buscan posicionarse en la escena musical independiente.
- Es importante seleccionar herramientas digitales para las distintas fases de la realización de periodismo musical, los especialistas coincidieron en que estas evolucionan constantemente y permiten acceder de forma eficaz a las fuentes. Las redes sociales, las plataformas streaming y asociaciones de periodistas musicales como la REDPEM, pueden contribuir. Así también pueden variar según la necesidad de cada profesional, motivo por el cual, no es posible encasillarlas.
- Para difundir información sobre música independiente en la localidad por medio de un sitio web de periodismo musical, es preciso definir el género que se está realizando musicalmente. De este modo, las personas involucradas con la escena musical de Lambayeque permitieron concluir que, en la actualidad, predominan propuestas con subgéneros del rock y del pop.

Recomendaciones

La propuesta de un sitio web de periodismo musical para difundir información sobre música independiente de Lambayeque nace con el fin de posicionar la escena musical local a un público que trasciende las fronteras. El objetivo principal de esta propuesta será la cobertura de las distintas manifestaciones de la música independiente de Lambayeque con la finalidad de difundirlas en un público sin fronteras. En ese marco, el propósito del periodista musical será intermediar entre los artistas y la gran audiencia para poder contextualizar las expresiones musicales que generan. Lo cual generará documentación valiosa para la cultura musical local.

Diseño de la propuesta

Alojamiento del sitio

El primer paso será comprar el dominio del *url* con *Namecheap.com*, quienes lo ofrecen bajo el pago de diez dólares anuales. Este precio varía según nombre escogido, en este caso el sitio web se llamará “KROMAS” y tendrá un costo de ocho dólares. Seguido a esto, será necesario pagar el alojamiento del sitio (*web hosting*) para que pueda funcionar. Se afiliará al servidor *dreamhost.com* que lo ofrece a tres dólares mensuales. Finalmente, para el diseño de la página, será conveniente instalar WordPress, de forma gratuita para acceder a distintas plantillas gratis o pagadas, las cuales pueden customizarse de acuerdo a la propuesta.

Concepto

El concepto se mueve en ironías alrededor de la palabra: “KROMAS”. El cual, además de referirse a la técnica usada (croma) en el campo audiovisual, hace alusión al círculo cromático que comprende los distintos colores que existen, una analogía para la música, pues tiene un sinfín de estilos y matices sonoros. No obstante, en lo visual se mantendrán la mayoría de los gráficos en la escala de grises, con a color selectivo.

Formato de textos

La presentación de los textos estará reforzado con el atractivo visual o audiovisual, y la comprensibilidad expresada en el tono del lenguaje. Asimismo, debe estar presente la utilidad y eficacia, la cual se grafica en párrafos alineados a la izquierda para facilitar la lectura de los usuarios. Y finalmente, la navegabilidad que se ofrece por medio del hipertexto que redirecciona a información que puede estar buscando el lector.

Tono del lenguaje

Dadas la manera de consumir contenido del público actual, es necesario encontrar formas atractivas para las publicaciones. Por ello, el lenguaje estará caracterizado por su síntesis, agilidad y amenidad. Será sencillo, entretenido y fácil de comprender. También, para cumplir con la inmediatez, la extensión de las notas será de mínimo tres párrafos y como máximo cuatro. Exceptuando textos especiales como las reseñas, crónicas o entrevistas; las cuales, en algunos casos, estarán reforzadas con material audiovisual o fotográfico.

El estilo y la tipografía

Tendrá titulares llamativos, poco extensos y alineados a la izquierda. De la cabeza de la nota podrá desglosarse el antetítulo, título y subtítulo si es necesario. Asimismo, se incluirá el nombre de quién elaboró dicho texto. La tipografía a utilizar será “Helvética” y sus variaciones, pues destaca por su claridad, simplicidad y neutralidad. Asimismo, es moderna, transmite elegancia sin perder la versatilidad. Además, garantiza una lectura ágil en entornos de baja resolución como las pantallas.

Los gráficos

Las fotografías serán tomadas por el equipo, y de utilizar otras se solicitarán los permisos para su difusión con el crédito a quien las haya tomado. El tratamiento fotográfico variará de acuerdo con la información que se esté cubriendo y el enfoque que se le dará. Y la edición de las mismas tendrá la particularidad de estar en blanco y negro, con a color selectivo como el rostro de los artistas, su instrumento o elementos que expresen algo del personaje o situación.

Secciones

- El Radar: notas informativas de música independiente local, nacional e internacional.
- Vitrina: reseñas de material musical como álbumes, *eps*, *lps* o sencillos.
- A color: crónicas de eventos musicales realizados en la localidad.
- Puente: entrevista a artistas como personajes únicos que tienen una manera pensar y quieren hacer llegar su mensaje.
- Aguante: agenda de eventos de la escena musical independiente para difundir.

Actualización

Las notas informativas inicialmente se actualizarán tres días a la semana. Asimismo, las reseñas, crónicas y entrevistas serán publicadas semanalmente. No obstante, las redes sociales se mantendrán activadas con otro tipo de contenido que permita la interacción con el público.

Recursos y costos

Materiales de oficina	Inversión inicial
Agenda (1)	S/. 20.00
Lapiceros (2)	S/. 6.00
Post – its (2)	S/. 5.00
Pizarra (1)	S/. 10.00
Cámara (1)	S/. 3 000.00
Trípode (1)	S/. 90.00
Laptop con programas de edición (1)	S/. 3 500.00
Celulares (2)	S/. 2 000.00
Micrófono para celular (1)	S/. 60.00
Recursos humanos	Costos Fijos
Diseñador gráfico	S/. 800.00
Periodistas (2)	S/. 2 400.00
Servicios	Costos fijos
Dominio url	S/. 33.00
Web Hosting	S/. 117.00
TOTAL ANUAL	S/. 12 041.00

Financiamiento

La inversión inicial esta propuesta se autogestionará por el equipo. Y en cuanto a los costos fijos, tendrá que provenir de un capital propio, el cual se repondrá con los servicios que se puedan ofrecer como medio. Los servicios por ofrecer comprenderán la elaboración y difusión de publicidad en videos promocionales o piezas gráficas que requieran algunas empresas. Este contenido pagado se publicará en el sitio y sus redes sociales. Cuando esto se logre más tráfico en el sitio, se podrá monetizar con el servicio de *Google Adsense*, que añadirá anuncios según los usuarios que acudan a las páginas.

Propuesta diseñada

Para tener una visión más precisa y real de la propuesta, es conveniente elaborar un modelo que grafique algunos aspectos de lo mencionado con anterioridad. Para ello se ha considerado:

- a. Notas modelo

Nota informativa

“NPESA”

Kat Kathia no puede estar sin amor

Se lanza al ruedo en el naciente trap chiclayano

Dos meses después del lanzamiento de “Hielo Pra Ti”, Kat Kathia nos trae su nuevo sencillo “No puedo estar sin amor”, que busca transmitir la misma esencia transgresora de su proyecto por medio de recursos sonoros extraídos de la música urbana, del doom, grunge y hardcore.

La cantautora Kathia Muro, quien da vida a este proyecto musical, es parte de la escena local independiente desde hace nueve años. Durante todo ese tiempo participó en bandas de grunge, hardcore y doom metal, y en paralelo a esto se sumergió en su faceta de dj experimentando con sonidos electrónicos y contemporáneos.

En esta nueva etapa, Kat integra todo lo ha venido haciendo para expresarse y poner sobre la mesa temas tabúes, además de aportar a un naciente trap chiclayano. Y tras la premisa de su sonido por medio de “Hielo Para Ti”, ahora trae “No puedo estar sin amor”, una propuesta que a más de uno puede sorprender.

Reseña

El debut de Gorgory

Memos: melancolía a cuatro paredes

Un ep que nació en cuarentena

En medio de esta cuarentena, el arte en sus distintas expresiones ha sobresalido por los medios digitales. En Chiclayo, el talento musical cada día hace resonar un río que claramente mucho caudal trae. Una manifestación de esto es el cantautor Gorgory, quien registra en su primer ep “Memos”, canciones que escribió hace un par de años y que transmiten esta melancolía de aislamiento social.

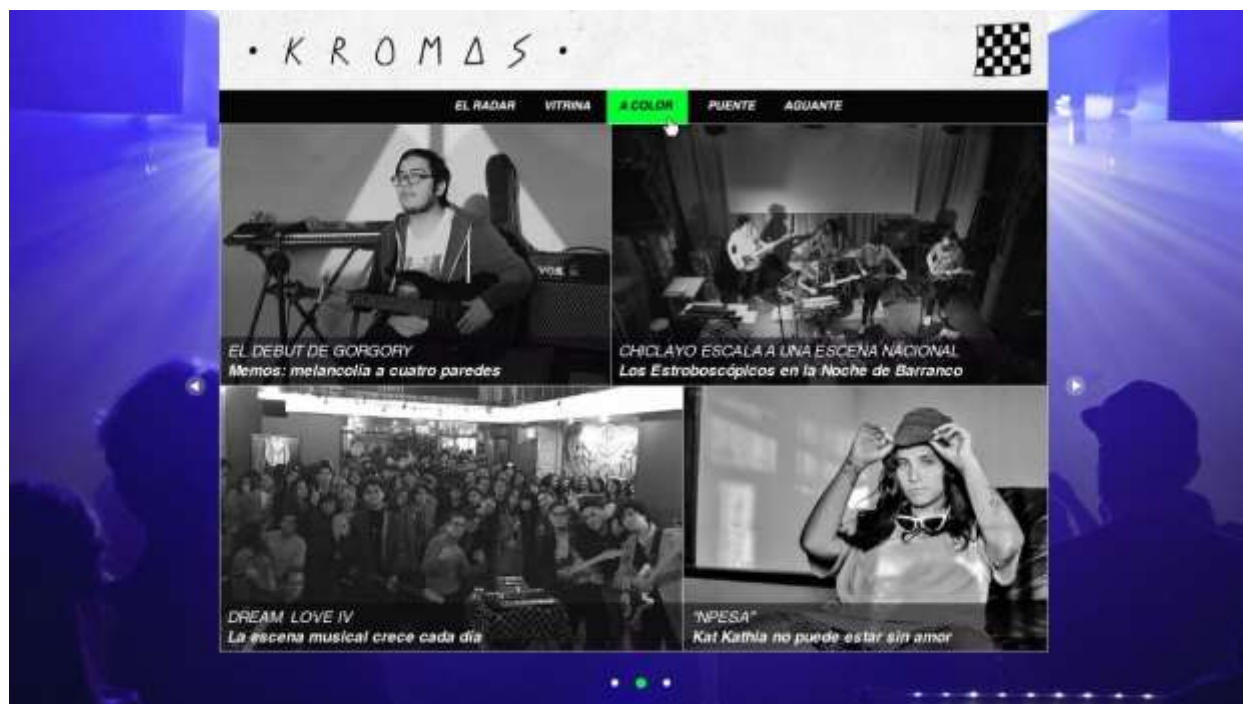
“Kafei” apertura el ep con un rasgueo lento de guitarra eléctrica y con su letra invita a contemplar el fin del mundo de manera romántica, para estallar a mitad de canción y sumergirte con melodías, ruidos y batería en un constante estado de tristeza feliz. Por un mismo concepto en cuanto a progresividad, continúa “Escapar” que cautiva a muchos al no ser ajenos a este deseo de empezar todo de nuevo en algún lugar mejor.

A este punto, entre arpeggios aparece “Alaska” una canción que manifiesta esta huida como algo que deberá suceder y se vuelve una premisa de “Luces”. La cual continúa por esta línea, pero menciona el amor como un refugio para no perderse en el camino. Y de lejos, nos permite rescatar las influencias del autor enraizadas a artistas como Simón Campusano o Mono Azul, que tratan en esos matices distintos temas relacionados a una introspección personal.

Llegando a la parte final, “La Niebla” se presenta como una canción alentadora, con acordes menores que grafican momentos de tristeza que culminan con un “tú puedes” repetitivo. Y como para dejar expectantes a quienes se ven atrapados por la simpleza y sinceridad de Gorgory, “Manzanilla” cierra este introspectivo viaje del cantautor con una melodía y letra sobre una profunda tristeza ocasionada por el desamor.

b. Gráficas

Página principal



Sección "El Radar"

• K R O M Δ S •

EL RADAR VITRINA A COLOR PUENTE AGUANTE

NPESA

Kat Kathia no puede estar sin amor
Se lanza al ruedo en el naciente trap chiclayano

Por Angie Delgado, Julio 9, 2020



Dos meses después del lanzamiento de "Hielo Pra Ti", Kat Kathia nos trae su nuevo sencillo "No puedo estar sin amor", que busca transmitir la misma esencia transgresora de su proyecto por medio de recursos sonoros extraídos de la música urbana, del doom, grunge y hardcore.

Sección "Vitrina"

• K R O M Δ S •

EL RADAR **VITRINA** A COLOR PUENTE AGUANTE

El debut de Gorgory

Memos: melancolía a cuatro paredes
Un ep que nació en cuarentena

Por Angie Delgado, Julio 9, 2020



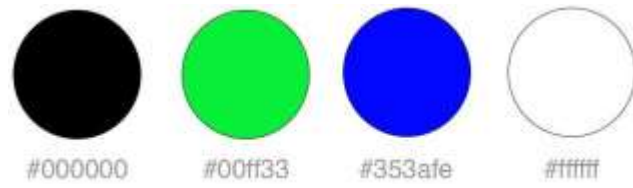
En medio de esta inesperada cuarentena, el arte en sus distintas expresiones ha sobresalido por los medios digitales. En Chiclayo, el talento musical cada día hace resonar un río que claramente mucho caudal trae. Una manifestación de esto es el cantautor Gorgory, quien grabó su primer ep "Memos" con canciones que escribió hace un par de años y que transmiten esta melancolía de aislamiento social.

c. Línea gráfica

Logo



Paleta de colores



Variaciones del logo



Referencias

- Álvarez, E. (2015). *El lenguaje periodístico cultural: Nuevas plataformas, nuevos paradigmas*. Centro Internacional de Lexicografía: Universidad de Valladolid, España. No. 17 pp. 1-67.
- Blanc, E. (27 de marzo, 2014). “*El periodismo musical, genera y hereda historia*”. Milenio. Recuperado de: <https://www.milenio.com/cultura/el-periodismo-musical-genera-y-hereda-historia>
- Echevarría, M., Viada, M., Quiroga, A., Pereyra, M., Prudkin, G., Caverro, P. & Digón, V. (2015). *Periodismo en la web*. Argentina: Editorial Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Información de las Artes (2014). *50 Textos de la música peruana que dan muestra de nuestra diversidad cultural*. Ministerio de Cultura. Recuperado de: <https://web.kamihq.com/web/viewer.html?state=%7B%22ids%22:%5B%221rySIoQpuA30JOMmWTWvruz2rtW9Tc46W%22%5D,%22action%22:%22open%22,%22userId%22:%22100318818815791051939%22%7D>
- Lamacchia, M. (2016). *La música independiente en la era digital* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal-Buenos Aires.
- Larrea, G. (2014). *Periodismo y difusión musical en Ecuador* (Tesis de titulación). Universidad San Francisco de Quito, Quito-Ecuador.
- López, Z., Nunes, P. & Del Val, F. (2017). *Una introducción a los estudios sobre periodismo musical*. SIBE: Cuadernos de etnomusicología. Recuperado de: https://www.sibetrans.com/etno/public/docs/12-intro-dossier_1.pdf
- Oliva, C. (2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Aposta Revista de Ciencias Sociales. No. 61. pp. 1-30. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Pedro, J., Piquer, R. & Del Val, F. (2018). *Repensar las escenas musicales contemporáneas: genealogía, límites y aperturas*. SIBE: Cuadernos de etnomusicología. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/332728292_Repensar_las_escenas_musicales_contemporaneas_genealogia_limites_y_aperturas
- Pena, F. (2009). *Teoría del periodismo*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=CRUcMrdaTXoC&pg=PA138&dq=teor%C3%ADa+del+newsmaking&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjpsaqb09rpAhWiT98KHUfTBtcQ6AEIJzAA#v=onepage&q=teor%C3%ADa%20del%20newsmaking&f=false>
- Pinzón, A. & Hernández, S. (2017). *Sound Journey: Una propuesta alternativa para el periodismo musical colombiano*. (Tesis de titulación). Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, Bogotá-Colombia. Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13674/FrancoPinzon-Andres-HernandezNore%C3%B1a-Sebastian-2017.pdf?sequence=1>

- Proaño, R. & Resabala, G. (2018). *El periodismo cultural y web 2.0: La radio online Casa de la Cultura ecuatoriana, una experiencia de periodismo cultural en la web 2.0*. (Tesis de titulación. Universidad Central de Ecuador, Quito-Ecuador.
- Quesquén, J. (2018). *Propuesta de una sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo a fin de difundir la identidad lambayecana*. (Tesis de titulación). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo-Perú. Recuperado de: <http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1135>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española* (29.a ed.). Madrid, España: Autor.
- Sotelo, R. (2016). *El periodismo musical en el diario El Comercio* (Monografía de pregrado). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima-Perú.
- Vila-SanJuan, S. (2015). *Una crónica del periodismo cultural*. España: Universidad de Barcelona.

Anexos

CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Cuestionario aplicado a periodistas musicales, con la finalidad de obtener un panorama más amplio sobre el periodismo musical actual, sitios web de la misma temática y las nuevas tendencias digitales aplicadas por esta especialización.

Nombre: _____

Fecha: _____

1. ¿Cómo define el periodismo musical?
2. ¿Qué tan frecuente es esta especialización? ¿Cuál es su importancia?
3. ¿Cuál debe ser el perfil de un periodista musical?
4. ¿En qué medios cree que es preciso desempeñar este tipo de periodismo?
5. ¿Cuáles son los géneros periodísticos más empleados en esta especialización?
6. ¿Qué herramientas digitales considera imprescindibles para realizar periodismo musical?
7. ¿Qué géneros musicales cree que priman al momento de consumir y realizar este tipo de periodismo?
8. ¿Qué sitios web son un referente de periodismo musical para usted?
9. ¿De qué forma beneficia el realizar periodismo musical dentro de una localidad?
10. ¿Ha tenido un papel importante en el crecimiento de la música independiente?

CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Cuestionario aplicado a profesionales involucrados con la música independiente de Lambayeque, con la finalidad de conocer todo lo referido a la escena musical lambayecana desde sus propias perspectivas. De esta manera, se podrá conocer el tipo de música independiente en la localidad, sus aciertos y falencias, para su difusión mediante el periodismo musical.

Nombre: _____

Fecha: _____

1. ¿Cómo defines la música independiente?
2. ¿Desde cuándo se realiza en Lambayeque?
3. ¿Qué tanta duración ha tenido los proyectos musicales que has conocido?
4. ¿Qué bandas o artistas crees que han perdurado hasta la actualidad?
5. ¿Cuáles son los géneros musicales que priman?
6. ¿Qué tipo de apoyo crees que necesitan?
7. ¿Qué apoyo crees que han recibido?
8. ¿Qué rescatas de los nuevos proyectos musicales?
9. ¿Qué iniciativas de difusión conoces o has realizado?
10. ¿De qué manera crees que puedan llegar a ser más reconocidos?

GUÍA PARA LA OBSERVACIÓN DE SITIOS WEB DE PERIODISMO MUSICAL

Observación	Sitio web
Lugar de origen	
Secciones	
Tipo de contenido	
Géneros periodísticos	
Servicios pagados	
Redes sociales	

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lic. Giancarlo Paredes Garboza, deja constancia de haber revisado los instrumentos: Cuestionarios para entrevistas semiestructuradas y ficha guía de observación, que la investigadora Angie Alejandra Delgado Farroñay aplicará en su trabajo de tesis **"PERIODISMO MUSICAL: SITIO WEB PARA LA DIFUSIÓN DE LA MÚSICA INDEPENDIENTE DE LAMBAYEQUE"**.

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por la investigadora.

En tal sentido, el Lic. Giancarlo Paredes Garboza garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el o la referido al investigador.

Chiclayo, 27 de noviembre de 2019

Firma:



DNI: 42066667

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS


Mediante la presente, el docente de la Escuela de Música Ernesto López Mindreau, Mg. Jhony Cruzado Rojas deja constancia de haber revisado los instrumentos: Cuestionarios para entrevistas semiestructuradas y ficha guía de observación, que la investigadora Angie Alejandra Delgado Farroñay aplicará en su trabajo de tesis **"PERIODISMO MUSICAL: SITIO WEB PARA LA DIFUSIÓN DE LA MÚSICA INDEPENDIENTE DE LAMBAYEQUE"**.

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por la investigadora.

En tal sentido, Mg. Jhony Cruzado Rojas garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el o la referido al investigador.

Chiclayo, 03 de diciembre de 2019

Firma:



DNI: 16700840