

PLAN DE COMUNICACIÓN:

**CONCIERTO CLÁSICOS REBELDES
EN LA ORQUESTA DE CÓRDOBA**



GRADO:

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

ALUMNA:

EVA MORENO PUERTA

TUTORA:

MARÍA DEL MAR RUBIO HERNÁNDEZ

Índice

Introducción	1
Justificación y objetivos	2
Metodología	3
Marco teórico	4
Origen de la música clásica y la orquesta sinfónica ¿de dónde viene y cómo evoluciona hasta lo que conocemos hoy en día?	5
Edad Antigua	5
Edad Media	6
Renacimiento.....	7
Barroco.....	8
Clasicismo	8
Romanticismo.....	9
Finales siglo XIX y primera mitad siglo XX.....	10
Segunda mitad siglo XX hasta la actualidad	12
Música culta vs. Música popular en la cultura de masas	14
Distancia entre los jóvenes y la música clásica	19
Problemática.....	23
Análisis externo	24
Mercado	24
Competencia.....	30
Competencia directa.....	30
Competencia indirecta	39
Análisis interno	40
Historia de la Orquesta de Córdoba	40
Organigrama Orquesta de Córdoba	42
Presupuesto actual.....	43
Programación 2019-2020	43
Comunicación	45
Señas de identidad visual.....	48
Público objetivo actual.....	49
DAFO	50

Propuesta para la programación 2020-2021	51
Plan de Comunicación para el concierto	53
Identificación del público objetivo	53
Objetivos de comunicación.....	53
Estrategia publicitaria	53
Concepto creativo	53
Acciones de comunicación	54
Fase 1	54
Fase 2	63
Estrategia de medios.....	69
Exterior	69
Redes sociales	69
<i>Timing</i>	70
Evaluación y seguimiento.....	71
Conclusiones	72
Bibliografía.....	73
Webgrafía	75

Introducción

La música clásica está muerta. O al menos es lo que piensa mucha gente. Pero quizá, lo que realmente haya muerto son las formas de escuchar la música clásica como antes.

Desde sus inicios, la música clásica se ha relacionado con las altas esferas de la sociedad, accesible para solo unos pocos privilegiados. No obstante, Internet y los medios de comunicación han cambiado esta situación, y ahora, cualquier persona con televisión, radio o dispositivos con conexión a la red puede acceder sin problemas.

Sin embargo, es cierto que aunque sea mucho más accesible a todo el mundo, se ha encasillado como el género de los mayores o de los verdaderos melómanos. Lo que se puede traducir en que el público joven no suele consumirla y no se sienta identificado con ella. ¿Qué razones explican esta distancia entre la música clásica y los más jóvenes? Es una cuestión clave que muchas orquestas sinfónicas intentan resolver, porque sin duda alguna, su futuro y supervivencia dependen de ello.

A lo largo de este trabajo se ha analizado cuáles son las razones principales que explican esta distancia entre la música clásica y los jóvenes, y qué soluciones están aplicando otras orquestas del sector. Previamente, se ha contextualizado la música clásica, su evolución y su forma de relacionarse en la sociedad actual de consumo y de cultura de masas.

Una vez estudiado el mercado, el análisis se ha centrado en la Orquesta de Córdoba, y se ha realizado una propuesta de un nuevo formato de concierto dirigido a un público joven para su sección de conciertos extraordinarios. Para ello se ha aplicado lo aprendido en la previa investigación.

Finalmente, para dicha propuesta se ha realizado una campaña con sus correspondientes acciones de comunicación con el objetivo principal de acercar el catálogo de música clásica a los *millennials*.

Justificación y objetivos

Con el presente trabajo quiero poner a prueba diferentes conocimientos que he adquirido a lo largo de estos cuatro años. Buscaba un trabajo no solo creativo, sino que también me permitiese poner en práctica la capacidad de análisis y razonamiento necesaria para detectar el problema y la oportunidad de una empresa en concreto. Por otra parte, tenía que ser motivador, real y cercano a mi entorno.

Desde pequeña he asistido a conciertos de la Orquesta de Córdoba de diferente índole. Sin embargo, entre el público de estos conciertos, el número personas jóvenes siempre quedaba reducido a un grupo pequeño. Ahora la situación no ha variado mucho, y por ello me pregunto si existe alguna causa que explique esta realidad y si habría algunas acciones que pudieran revitalizar la orquesta.

Para ello trabajaré con la Orquesta de Córdoba y la problemática que afronta actualmente: el vacío de una generación joven en sus butacas. Un público que por unas razones u otras siempre ha estado más alejado de la música clásica o de la música de orquesta.

Es de vital importancia que este público encuentre cierto interés en este tipo de organismos culturales, ya que en un futuro no muy lejano, su supervivencia dependerá de ellos. La orquesta de Córdoba cuenta con una historia de gran crecimiento y aporte cultural. Sin embargo en los últimos años su permanencia ha estado pendiendo de un hilo constantemente. Como precursor de música y de cultura, tanto local como mundial, debe luchar por continuar y adaptarse a las nuevas generaciones y a la sociedad actual.

A partir de una previa investigación, propondré una posible solución a dicha cuestión. Para ello podré aplicar conocimientos de diversas asignaturas del grado de Publicidad y RRPP como son: métodos y técnicas de investigación publicitaria, estrategia, planificación y relaciones públicas; así como de creatividad, dirección de arte y diseño publicitario.

A través de esta propuesta para la Orquesta de Córdoba se desean cumplir los siguientes objetivos:

- Analizar tendencias actuales, sociales y culturales relacionadas con la música, en concreto con la música clásica y los jóvenes, analizar su origen y la distancia que hay entre uno y otro.
- Obtener una perspectiva global sobre la situación actual de la Orquesta de Córdoba, estudiar acciones de otras orquestas para atraer público joven, analizar las debilidades y fortalezas de la empresa y sus necesidades de comunicación para traer al público joven de Córdoba.
- Diseñar una propuesta para la programación 2020-2021 dirigida a un público joven.
- Planificación de la campaña y acciones de lanzamiento de dicha propuesta.

Metodología

Para la consecución de dichos objetivos, la investigación ha sido una parte esencial del proyecto y ha seguido la metodología siguiente durante su desarrollo:

Este trabajo ha centrado su metodología en una revisión bibliográfica del tema predominante, la música clásica, para así, obtener una mejor comprensión. Por otro lado, la investigación se ha centrado en el análisis de la relación y la distancia que existe entre la música culta y los jóvenes, una información clave para poder realizar una propuesta de música clásica dirigida a este público en concreto con mayor éxito. Y por último, una revisión de las acciones y propuestas que han ejecutado otras orquestas del sector para captar al público más joven.

Para ello, se ha recopilado información de diferentes fuentes como libros, atlas, páginas webs, artículos de periódicos, artículos científicos, tesis y trabajos académicos que tratasen el tema en cuestión.

Concretamente, se han analizado libros y atlas de música clásica que desarrollaran su historia cronológicamente. Sin embargo, su estudio no solo se ha centrado en su evolución en la historia, sino que también se ha relacionado con su contrario, la música popular, tanto en la cultura de masas como en la sociedad de consumo actual. Para dicho fin se ha recopilado información de tesis, trabajos académicos y artículos científicos que permitieran su indagación.

También se ha acudido a los anuarios de estadística oficiales del INAEM y de la SGAE para conocer la situación y el consumo de la música clásica en España y en Andalucía.

Con el objetivo de conocer las principales barreras que podía haber a la hora de realizar la propuesta para jóvenes, se han recopilado datos y resultados de diferentes investigaciones acerca de la distancia entre la música clásica y los jóvenes, utilizando diferentes tesis, trabajos académicos y artículos científicos.

Por otro lado se han analizado las acciones y repertorios musicales que otras orquestas llevan a cabo para atraer a un público joven, tanto en España como en Inglaterra como ejemplo extranjero. Para recopilar dicha información se ha recabado información de sus páginas webs y programaciones publicadas.

Finalmente, para el análisis de la Orquesta de Córdoba se ha tenido contacto directo con profesionales de la organización, y también, se ha empleado tanto su web oficial como sus redes sociales para obtener información más general de su situación y de su comunicación.

Marco teórico

Este trabajo se centra en la Orquesta de Córdoba. Por ello, resulta importante conocer la música que mayoritariamente ofrece: música clásica en su vertiente sinfónico-lírica. Además, debemos diferenciar este estilo de música de los otros muchos que existen, en concreto, de su contrario más destacado a lo largo de toda la historia: la música popular. Esto es importante para entender el porqué de la distancia entre ella y los más jóvenes, un público mucho más atraído por la música popular, además de ver si esta contraposición sigue siendo tan rotunda hoy día.

La música clásica, también denominada música culta o docta, se ha caracterizado históricamente por la necesidad de una alta especialización y por ser lo directamente opuesto a la música popular (Bautista, 2013, p. 208-209), siendo esta última un tipo de música que engloba numerosos estilos dispares, y cuyo punto en común es no ser música clásica o culta (Puig, 2007, como se citó en Bautista, 2013, p. 209).

En contraposición, esta música popular ha ganado terreno en las últimas décadas. Con la llegada de la tecnología y la consecuente cultura de masas, se despliega la oportunidad de distribuir de forma masiva productos artísticos, lo que provoca que la cultura de masas entre en conflicto con lo que hasta entonces había sido denominada alta cultura.

Entender el porqué de su diferenciación y la evolución que ha sufrido en los últimos años puede servir para su análisis.

Origen de la música clásica y la orquesta sinfónica ¿de dónde viene y cómo evoluciona hasta lo que conocemos hoy en día?

En primer lugar, es conveniente desarrollar una breve historia de la música, poniendo el foco sobre todo en la música culta. Para ello se ha utilizado el libro *Música y Cultura* de Cristóbal Halffter, Pablo López de Osaba y Tomás Marco (1975) y el libro de *Música II* de Lamberto del Álamo y Vicente Gil (2007), además de la ayuda para algunos conceptos del libro *Atlas de Música 2*, de Ulrich Michels (1992).

Si empezamos por el origen de la música, algunos historiadores lo sitúan en la Prehistoria. Es entonces donde se puede ver los primeros indicios de música de la historia del ser humano, aunque en su momento no lo concibieran como música. Establecer el momento en el que surge es de una complejidad abismal, para lo cual existen numerosas teorías que enmarcan su origen en diferentes acontecimientos. Pero si algo está claro, es que sin el ser humano la música no existiría. “Salazar ha dicho que la música nace cuando el hombre se descubre a sí mismo como instrumento musical” (citado en Halffter, Osaba y Marco, 1975, p. 7).

El hombre primitivo para hacer sonidos usaba su aparato respiratorio, los órganos de su cuerpo como manos, dedos o pies, o elementos distintos a su cuerpo, como palos, pieles tersas, troncos vacíos o huesos sin médula. Estos sonidos que al principio se usaban para cazar, conjurar fuerzas de la naturaleza o para asustar, pronto pasaron al terreno de la diversión o de la práctica religiosa. (Halffter et al., 1975, p. 8).

Cuando este proceso rudimentario se domina, se aprende a repetir lo mismo, existe complacencia en ello y se organiza colectivamente la técnica, es cuando se produce el fenómeno artístico musical completo. (Halffter et al., 1975, p. 8).

Para el estudio de la Historia de la Música, se han utilizado los estilos de la Historia del Arte para facilitar su situación en el espacio y tiempo, aunque no compartan características comunes. Por lo tanto, se puede organizar la historia en los siguientes períodos: románico, gótico, renacentista, barroco, clásico, romántico y contemporáneo.

Edad Antigua (4000 a.C. hasta siglo V d.C)

Respecto a la música, en la Edad Antigua destacan la civilización romana y la griega, quienes desarrollaron las primeras siete notas en la notación musical. Además, la música se caracteriza en este período por el uso de la monofonía, es decir, por el uso de una única melodía.

La música en Grecia se desarrolla de tal forma que su sistema *teleion* será la base de todo desarrollo musical posterior. Este sistema empieza a gestarse con Pitágoras (de 584 a 479 a. de C.), al que se le atribuye los orígenes de la teoría musical griega. Se cree que fue Pitágoras el que resumió todos los conocimientos anteriores procedentes de Egipto y Mesopotamia. Años más tarde, será Euclides (300 a. de C.) quien unifique todo en un único sistema (Halffter et al., 1975, p. 9-10).

En esta época la música cobra una gran importancia en los diferentes acontecimientos como las grandes fiestas de las Panateneas, los juegos de Delfos, las Gimnopedias,

los ensayos dramáticos en el teatro Dionisios, los entrenamientos deportivos o las marchas militares (Halffter et al., 1975, p. 10).

En cuanto a Roma, la música también tuvo un amplio desarrollo, gracias en gran parte a la cultura que absorbían de los pueblos conquistados. Por ejemplo, de los etruscos tomaron instrumentos, y de los griegos, las obras y formas teatrales como las cantinelas monódicas. Además, el pueblo romano se caracterizó por dar una importancia enorme a sus músicos (Halffter et al., 1975, p. 12).

El término *Ars Antiqua* hace referencia a la producción musical comprendida desde la Edad Media hasta entrado el siglo XVIII, que a continuación veremos más detenidamente. Dentro ella distinguimos tres períodos principales: el medieval (hasta el siglo XIV), el renacentista (siglos XV y XVI) y el barroco (siglos XVII y XVIII) (Del Álamo y Gil, 2007, p.79).

Edad Media (siglo V al XIV)

Entrando en la Edad Media, podemos ver cómo la práctica musical gira en torno a la Iglesia. En esta época la música culta se divide en la música eclesiástica, también denominada sacra o religiosa, y por otro lado la música profana.

Aquí podríamos ver una primera clasificación de la música: la música sacra, que podríamos enlazarla con la alta cultura al estar reservada a un círculo reducido y privilegiado, y por otro lado, la música profana, siendo esta última la que estaba ligada al mundo campesino, y por lo tanto más acorde a la baja cultura.

Sin embargo, dentro de la música profana es importante distinguir entre trovador y juglar, ya que los juglares eran músicos ambulantes que pertenecían a una clase social baja, mientras que los trovadores eran poetas músicos que pertenecían a una clase social alta. Por ello no podemos enmarcar a los trovadores dentro de la baja cultura, ya que recitaban sus poemas cantados en las más altas esferas.

Siguiendo con esta primera clasificación, dentro de la música eclesiástica destacamos el canto gregoriano, cuyo nombre se debe al Papa Gregorio II. Se caracterizaba por ser monódica (una sola línea melódica) y por ser *a cappella* (Del Álamo y Gil, 2007, p. 80). No se permitía el uso de instrumentos que pudieran entorpecer la comprensión del texto religioso. Además solo los hombres podían cantar este tipo de música.

Esta música monódica coincide con el período estilístico Románico. Además, coincide en cierto modo, ya que es un canto horizontal, como las estructuras características del románico europeo. “El mismo paralelo podemos encontrar en la música monódica, donde los elementos de dinamismo y reposo pueden equipararse con el arco románico” (Halffter et al., 1975, p. 13).

Es aquí donde por primera vez se empiezan a colocar una serie de signos, los neumas, con la función de evocar la melodía. Esto es un hito importante, ya que es una de las primeras formas de preservar y conservar la música. Además, la música que se conserva es sobre todo sacra, mientras que la popular queda en manos de la transmisión oral y de la memoria colectiva.

En cuanto al uso del pentagrama, en esta época encontramos a su antecesor, el tetragrama, cuyo origen se lo debemos a Guido de Arezzo.

Por otro lado, en la música profana monódica de España y Francia, destacan los juglares y trovadores explicados anteriormente. Aquí sí podían cantar las mujeres además de los hombres. Dentro de esta clasificación también se encuentran las cantigas de Santa María, compuestas mayoritariamente por Alfonso X el Sabio, las cuales podían ser profanas o religiosas según su contenido (Del Álamo y Gil, 2007, p.81).

También se empiezan a desarrollar los primeros instrumentos como las gaitas, los violines y otros de cuerda, chirimías (primeros oboes) y también tambores (Rhodes, 2019, p. 42).

Respecto a las formas musicales destacan el *órganum* y el motete, las cuales ya eran formas polifónicas de la Edad Media. El *órganum*, que no podemos confundirlo con el órgano instrumento, consistía en doblar una o varias voces del canto llano tradicional (Halffter et al., 1975, p. 28).

A partir del siglo VIII la atención de los compositores se desplazó de la monofonía (una única melodía) a la polifonía (varias melodías). Este es uno de los acontecimientos más significativos de la historia de la música occidental. Este hecho comienza con el estilo gótico, que luego en el Renacimiento se continúa desarrollando, con una gran novedad: “la trasposición de instrumentos a las composiciones polifónicas. Es decir donde antes cantaban voces humanas, cantan ahora distintos instrumentos” (Halffter et al., 1975, p. 13).

Renacimiento (mediados siglo XV y finales siglo XVI)

La invención de la imprenta de Gutenberg en 1455 provoca una mayor difusión de la música. Como hemos visto anteriormente, a diferencia de la música medieval, la música renacentista se caracteriza por una mayor producción instrumental escrita en partituras, un aumento de la música profana y el uso de otras lenguas aparte del latín. También por el desarrollo de la polifonía, dentro de la que destacan dos procedimientos básicos: el contrapunto en el que la línea melódica de cada voz es independiente imitándose unas a otras, y la homofonía, en la que distintas voces se caracterizan por tener la misma figuración rítmica (Del Álamo y Gil, 2007, p.82).

Respecto a los géneros musicales destaca por una parte la misa y el motete, ambos textos religiosos, y por otra parte los géneros profanos como la *chanson* francesa, el madrigal italiano, la canción alemana *lied*, o el villancico español (Halffter et al., 1975, p. 13). También se desarrollaron los primeros instrumentos de teclado, como el clavicordio (Rhodes, 2019, p. 43).

Dentro del Renacimiento sobresale Palestrina, un compositor italiano de música sacra. Entre los instrumentos debemos destacar el violín y el órgano, los cuales surgen en este período.

Barroco (siglo XVII y XVIII)

El Barroco musical comienza hacia el 1600 con las primeras óperas y culmina con la muerte de Bach en 1750 (Del Álamo y Gil, 2007, p. 84).

En esta época ya se empiezan a representar conciertos y obras teatrales para el público que pudiera comprar una entrada. También se desarrolla el oficio de *luthiers*, artesanos que construían instrumentos y que provocó un aumento del desarrollo de la música instrumental. Antonio Stradivari es uno de los más conocidos dentro de este oficio (Del Álamo y Gil, 2007, p. 84).

Además surgen nuevas formas. La Ópera, enmarcada como género profano, surge en Italia a principios del siglo XVII.

En cuanto a las formas de la música culta, la calidad de los instrumentos favoreció el nacimiento de las más importantes de este género musical. Una trasposición al plano instrumental del motete de la Edad Media dará lugar a pequeñas formas instrumentales renacentistas que más tarde en el Barroco se unirán creando la forma *suite*. También surgen la sonata, el concierto (solo y grosso) y la sinfonía. La sonata, con una cuidada estructura, engendrará en el plano orquestal la sinfonía y el concierto, que recibirá su gran impulso en el Romanticismo (Halffter et al., 1975, p. 21).

Por lo tanto, es en el Barroco donde se sitúa el origen de la orquesta que conocemos hoy día. Como Ulrich Michaels (1992, p. 355) explica, en el siglo XVII surge la primera música instrumental autónoma, la orquesta, siendo esta el conjunto de varios instrumentos que hasta entonces estaba poco regulado. Esta orquesta estaba compuesta por un número reducido de instrumentos, además de ser el clave (instrumento) el que se coloca en el centro y se convierte en la cohesión instrumental que realiza a su vez las funciones de director. (Del Álamo y Gil, 2007, p. 121).

En cuanto al plano eclesiástico, surgen cantatas, pasiones y oratorios, que eran formas vocal-instrumentales parecidas a la ópera, pero de temática religiosa y representadas solo en Iglesias y Catedrales.

Entre los compositores más destacables del Barroco, encontramos a Monteverdi y su *tocatta* en Orfeo, pero también Vivaldi, Händel y Bach, este último conocido como padre de la música culta tal y como la conocemos hoy en día.

El período preclásico será el que de paso del Barroco al Clasicismo.

Clasicismo (siglo XVIII)

El repertorio que se generó en esta etapa es el que coloquialmente conocemos hoy como música clásica (Del Álamo y Gil, 2007, p. 90).

Entrando en el clasicismo es cuando descubrimos las sinfonías y las grandes orquestas, punto clave para el desarrollo de su posterior historia. Es en este estilo donde encontramos a los compositores más conocidos de la historia, como son Haydn, Mozart, Beethoven, Schuman, Chopin, Rossini, Schubert o Liszt.

Los más famosos de la época, como Mozart y Haydn, eclipsaron a otros como el italiano Salieri o el español Martín y Soler.

Esta etapa se caracteriza por una música armoniosa, proporcionada, sencilla y equilibrada, en la que domina la razón, la claridad, la melodía regular y simétrica, prescindiendo de los adornos abundantes del Barroco (Del Álamo y Gil, 2007, p. 92).

Continúa desarrollándose la música instrumental, influyendo así en las orquestas, las cuales aumentan en instrumentos y ejecutantes. La cuerda frotada es la familia más numerosa. Surgen los primeros directores de orquesta que realizan su labor en un podio, no como en el Barroco que era el clave. (Del Álamo y Gil, 2007, p. 122). También nacen las primeras salas de conciertos gracias a la burguesía, mientras que las formas musicales más destacadas de este período fueron la sonata, la sinfonía, la ópera y el concierto (Del Álamo y Gil, 2007, p.117).

Tras el clasicismo vendría el Romanticismo, en el cual hay que destacar que es en esta época cuando por fin el destinatario de la música será el público que vaya a los conciertos, y no la Iglesia como ocurría en el periodo gótico, o el Rey y la corte en el Barroco (Halffter et al., 1975, p. 14). La transición al Romanticismo fue trazada por Beethoven, el cual, influenciado por Mozart y Haydn, se mueve entre el Clasicismo y el posterior Romanticismo.

Romanticismo (siglo XIX)

Puede decirse que Beethoven fue el último clásico y el primer romántico, ya que por forma se enmarcaría dentro del clasicismo, pero por sus ideas individuales la obra de Beethoven pertenecería al romanticismo (Halffter et al., 1975, p. 156).

Además es aquí cuando el concepto virtuoso cobra importancia, siendo el compositor el artista independiente que hoy conocemos (Halffter et al., 1975, p.14). Termina así, la figura del director adscrito al servicio de una Iglesia o de un príncipe, pudiendo ser libres sin graves consecuencias (Halffter et al., 1975, p.156). Es entonces cuando los grandes directores también adquieren un importantísimo papel y comienzan a realizar su labor con la ayuda de una batuta, mientras que los compositores ganaron independencia y gran valoración social (Del Álamo y Gil, 2007). El público, que disfruta de las proezas técnicas, empieza a tratar a estos virtuosos como verdaderas celebridades (Rhodes, 2019, p.43).

En la música romántica existe un gran compromiso con la expresión de las emociones que se intentan reflejar mediante una melodía más libre, para lo cual se desarrolla el piano romántico, el decir, el piano se adapta a las necesidades del Romanticismo (Halffter et al., 1975, p. 163).

Se construyen grandes teatros para los conciertos y las representaciones operísticas, mientras que en los salones burgueses siguen abundando los conciertos privados (Del Álamo y Gil, 2007, p. 94).

La composición de la orquesta sigue creciendo. Mientras que la cuerda aumenta, la familia del metal se perfecciona. También aumenta la variedad de instrumentos de percusión, y en general crece el número de músicos (de 30 a 100).

Sin embargo, habrá que esperar al Post-romanticismo para que la orquesta amplíe sus formas sinfónicas más allá de donde Beethoven las dejó, siendo Schubert el que descubrirá nuevas formas, como el poema sinfónico y la canción o *lied* (Halffter et al., 1975, p. 164).

El concierto y la sinfonía son los géneros que más protagonismo adquieren en esta etapa, siendo las sinfonías piezas para orquesta con cuatro movimientos generalmente y con las que se buscaba grandes contrastes entre los diferentes instrumentos; en cuando a los conciertos, son obras para uno o varios solistas y orquesta, con tres movimientos, con los que se buscaba destacar el virtuosismo de los solistas (Del Álamo y Gil, 2007, p. 95).

En este período destacan Mendelssohn, Chopin, Schumann en el primer romanticismo, Liszt, Brahms y Schubert en el segundo, Rossini y Puccini en la ópera italiana, y la ópera wagneriana como final de esta etapa. Con esta última, Wagner buscaba alejarse de la ópera italiana y crear un género alemán para difundir la mitología e ideología germanas (Halffter et al., 1975).

Finales siglo XIX y primera mitad siglo XX

El post-romanticismo está caracterizado por la presencia de los nacionalismos y cambios en la música simultáneos con las corrientes artísticas del momento. Primero nos topamos con el impresionismo francés. En Francia, varios compositores tienen la necesidad de emanciparse, de buscar una identidad propia, dando lugar al impresionismo musical. Además, reflejan la actitud renovadora e inconformista de los impresionistas que conducirán también a una transformación del lenguaje musical. De esta etapa destacan los compositores franceses Debussy y Ravel, aunque a ninguno le gustaba la etiqueta (Rhodes, 2019, p. 43).

Por otro lado tenemos el expresionismo alemán. El paso del post-romanticismo al expresionismo lo dará Schönberg, que rompe totalmente con la tradición con su sistema dodecafónico con su música serial, abriendo paso a la música contemporánea “seria” (Cook, 2001, p. 65).

Cook explica que con el serialismo se busca una música culta que se hiciera popular, algo que nunca llegó a producirse, ya que nunca llegó a superar el círculo de sus principales seguidores. Esta falta de popularidad les hizo pensar que eso mismo era lo que garantizaba la seriedad y la integridad de su obra, por lo que acabaron ofreciéndola a una audiencia diminuta de oyentes comprometidos y no al público en general (2001, p.64). Junto con Berg y Webern, formaron la Segunda Escuela de Viena. En esta etapa Wagner tendrá una importante influencia en el terreno musical.

Por otra parte surgen también movimientos musicales de carácter nacionalista. Muchos pueblos europeos buscaban su identidad y la defendían a través de la música, enfocándose hacia su propio folclore. Esto deriva del Romanticismo:

El Romanticismo había prestado atención a leyendas populares, al folclore, e incluso a melodías de carácter popular; y si ello se había producido en los países que llevaban el liderazgo musical, nada se oponía a que esta ideología fuera practicada con más

fuerza en países donde, además, podía constituirse en un fiel reflejo de aspiraciones políticas de tipo nacionalista (Halffter et al., 1975, p.227).

Donde más se explotó fue en la ópera, ya que gracias a su contenido literario, permitía insertar temas o leyendas de carácter nacional, además de ser un espectáculo que atraía a un gran número de personas. La ópera se convirtió así en una potente transmisora de ideas (Halffter et al., 1975).

Las obras musicales que se usaron además de la ópera fueron las canciones, que permitían la incorporación de elementos nacionales, tanto en el texto como en la música, y también el poema sinfónico, que eran obras instrumentales que intentaban describir, un paisaje, una leyenda o una obra literaria (Del Álamo y Gil, 2007, p. 96). Entre los compositores destacan Mahler, Glinka y Dvorak. Tchaikowsky aunque no era un autor del todo nacionalista, no era totalmente ajeno a la tradición rusa.

En España, Felipe Pedrell, conocido como padre del nacionalismo español, inicia la escuela nacionalista en nuestro país, en la que destacan otros compositores como Manuel de Falla, Isaac Albéniz y Enrique Granados (Del Álamo y Gil, 2007, p. 96).

A la música culta occidental del siglo XX se le denomina música contemporánea. Tiene sus comienzos a principios del siglo XIX, y se caracteriza por contar con una generación de compositores dispuestos a romper con las normas que hasta entonces se había utilizado de forma genérica. De este modo crean un nuevo arte musical con nuevas e imaginativas propuestas que no siempre eran bien recibidas por el público (Del Álamo y Gil, 2007, p. 102). Esta etapa contemporánea da lugar a una música que en varias ocasiones resalta estridente y discordante (Rhodes, 2019, p. 43).

En esta época en la que los contemporáneos llevaban las armonías y tonalidades al extremo, destaca Rachmaninov, el cual se considera el último compositor romántico, que buscaba transportar a quien escuchara sus bonitas melodías hacia un mundo ideal (Rhodes, 2019, p.55).

Simultáneamente, a principios del siglo XX se suceden una serie de movimientos innovadores. La ópera deja de tener la dominancia que tenía para las revoluciones musicales, ya que la pierde frente a otros nuevos tipos de espectáculo como el cine. Por otro lado los avances en los diferentes ámbitos provocan la internacionalización de la música, desplazando el centro musical de Viena y París a otros países de Europa y EEUU. Un ejemplo de internacionalización es Stravinski, que realiza su labor por encima de países y nacionalidades (Halffter et al., 1975, p. 248). Este compositor fue el máximo representante del neoclasicismo, una corriente musical que buscaba conjugar la tradición y la modernidad, incorporando elementos nuevos sin dejar de lado el pasado. Pero también perteneció a la corriente modernista y serialista.

Segunda mitad siglo XX hasta la actualidad

Después de la Segunda Guerra Mundial, los constantes avances tecnológicos y los nuevos medios de comunicación cambian el panorama musical, provocando un antes y un después:

El sonido en sí tiene unas posibilidades de estudio que antes se desconocían, y por la introducción de la electrónica o las leyes estadísticas, se llega a la liberación total del material sonoro que de ahora en adelante tendrá como posibilidad teórica la utilización de cualquier sonido para integrarse en una obra musical (Halffter et al., 1975, p. 266).

Pero la guerra dividió el mundo en dos grandes bloques, dando paso a la Guerra Fría. Esta tensión se refleja en la música contemporánea de entonces, la cual se caracteriza por un alto grado de experimentación. Del Álamo y Gil (2007, p.106) explican las diversas tendencias que surgen, como la música serial, que se caracterizaba por ser una música muy precisa y abstracta, cuyo máximo exponente es Pierre Boulez. La música aleatoria mucho más libre, surge como respuesta a la anterior y en la que destaca John Cage. La música concreta manipulaba sonidos de la vida cotidiana, cuyo creador fue Pierre Schaeffer. La música estocástica ideada por Iannis Xenakis, utilizaba como base las matemáticas y el cálculo de probabilidades. En cuanto a la música minimalista destaca Philip Glass, y consistía en una música monótona e hipnótica que usaba sonidos muy sencillos que se van repitiendo con pequeñas variaciones.

Los músicos empiezan a experimentar con la grabación y modificación de sonidos, junto con la música electrónica, destacando en este último terreno Stockhausen. Estas dos corrientes desembocan en la música electroacústica, la cual no se opone a la meramente instrumental, sino que se convierte en una herramienta más para el compositor (Halffter et al., 1975, p. 268). Además, se abre un nuevo panorama musical en el que se apremia la inventiva personal y la especial sensibilidad de cada autor.

También destacan compositores como Elliott Carter, George Benjamin y Oliver Knussen, y con música menos chirriante están John Tavener y Arvo Pärt, que componen música misteriosa e hipnótica. Además, con el cine, las bandas sonoras empiezan a cobrar relevancia, y compositores de películas como John Williams se especializan en piezas atmosféricas (Rhodes, 2019, p. 43).

Por fin en la actualidad, mujeres compositoras empiezan a obtener mayores oportunidades de formarse musicalmente, como Judith Weir, Sally Beamish, Sofía Gudaidulina, Kaija Saariaho y Unsuk Chin (Rhodes, 2019, p. 43).

En cuanto a España, una nueva promoción de jóvenes músicos está preparada para coger el relevo a Falla. Como Halffter, López de Osaba y Tomás Marco (1975, p.277-278) aclaran si la generación nacionalista se puede relacionar con la Generación del 98 de la literatura, esta nueva promoción de músicos lo hará con la Generación del 27, dándole nombre a dicho grupo. Sin embargo los movimientos de renovación se vieron estancados con la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial. No es hasta los años 50 cuando las condiciones sociales y económicas propiciaron la evolución en las artes. El aislamiento con el exterior se rompe, y se intenta acelerar el proceso de innovaciones y la realización de maneras musicales más personales, para que el país no se quedara atrás respecto al resto del mundo. Esta generación de músicos se conoce como la

Generación del 51, que integra músicos de talla internacional como Cristóbal Halffter o Luis de Pablo. Los jóvenes músicos posteriores aprovecharán esta situación ya empezada para desarrollar obras de carácter aún más personal (Halffter et al., 1975, p. 278).

A la par, en el siglo XX empiezan a aparecer nuevas formas musicales que surgen de la conocida música ligera, jazz, *rhythm'n blues*, rock, etc. Algunos compositores clásicos, como Stravinsky y Ravel, incorporaron el jazz a sus composiciones (Rhodes, 2019, p. 43).

Michels (1992, p. 543) relaciona la producción de música ligera como mercancía en la moderna sociedad de consumo, que se puede adquirir en la compra de discos y ser difundida a través de la radio, además de ser un tipo de música menos compleja y más accesible a más gente.

En cuanto al concepto de música clásica, como hemos visto en este repaso de la historia de la música, se refiere, principalmente, a la música que se desarrolla en la época del Clasicismo. Hoy día, popularmente, el término música clásica abarca desde el período clásico (Barroco, Clasicismo y Romanticismo) hasta la llegada de la época contemporánea.

En definitiva, es en las sociedades occidentales donde se acentúan las distancias entre la música culta y la popular. En cuanto aparecen formas más complejas en la música, como la notación musical, los conceptos y técnicas más complejos, se produce una mayor profesionalización del músico, diferente al carácter más liviano y efímero que adquiere la música popular.

Es en el siglo XX cuando los medios de comunicación traerán consigo una nueva música popular. También cambiará la forma de consumir música y de llegar a ella. Ahora podemos escucharla en cualquier parte y cuando queramos siempre que contemos con un dispositivo que nos los permita, por lo que se pierde el factor de exclusividad que adquiría antes. Ya no hace falta ir a un concierto de música en directo para poder disfrutarla.

Música culta vs. Música popular en la cultura de masas

Para esta investigación resulta interesante relacionar el desarrollo que ha tenido la música culta y popular en la sociedad actual desde el punto de vista de la comunicación y cultura de masas de la escuela de Frankfurt.

Actualmente clasificar la música es mucho más complejo. Antes de que los medios de comunicación aparecieran, la música se podía organizar en música culta, la cual ya hemos explicado de donde viene, y música popular, siendo esta última la que procedía de estratos socialmente inferiores, es decir, del mundo campesino. Esto no significaba que fueran elementos aislados ya que ambos se influían mutuamente. La música siempre ha fluido de norte a sur, de las más altas esferas a las más bajas, y al contrario. Como Fubini (2008, p. 45) declara “la música ha sabido trasvasar las invenciones del mundo de la música clásica al de la música popular y viceversa”. “¡Elementos de la tradición popular y oral trasplantados a la culta, y maneras cultas hechas patrimonio popular!” (Fubini, 2008, p. 47).

Pero en el siglo XX aparece una nueva industria en torno a la música, en la que ven un potente mercado que explotar. Toda esta nueva industria produce lo que Halffter et al. (1975, p. 18) denominan música popular urbana, dirigida a una gran masa y producida para que guste a todo el mundo, y que surge con la aparición de los medios de comunicación de masas. Se debe aclarar que el término que adquiere con popular, no se refiere precisamente a que sea música que proviene del pueblo como hasta entonces ocurría, sino que se refiere más a un consumo generalizado y masivo, producido desde arriba, lo que sería la denominada *mass culture* de McDonald:

Así, la cultura de masas, y dentro de ella la música popular viene impuesta desde arriba, fabricada por técnicos y hombres de negocios de tal forma que las audiencias son esencialmente consumidores pasivos cuya capacidad de decisión se limita a comprar o no comprar determinado producto (en Alaminos, 2015, p. 252).

Aquí entra en juego el uso de las técnicas de marketing, por lo que ya no solo cuenta la música. Al convertirse en un negocio, el uso de la música como una forma de expresión o como transmisión de ideas ya no es el único factor que influye. La sociedad ha cambiado y entra en la conocida posmodernidad, la cual acentuó la distancia entre la música culta y la música popular:

El siglo XX con la llegada de la postmodernidad modificó el concepto de música para la cultura por música para el ocio. Supuso una mayor separación entre la música clásica y la popular, siendo ésta de consumo masivo con un discurso más accesible y sencillo para la mayoría social. Esta música popular vendrá cargada de símbolos estéticos de identificación grupal y rodeada de un mercado de consumo. Numerosos estudios asocian un tipo de música con una estética y una personalidad determinada. Los avances tecnológicos de los últimos años y el acceso a todo tipo de música en muy poco tiempo aumentarán ese concepto consumista de la música (Higuera, 2015, p. 65).

Esta música popular se ha encasillado como todo lo que no sea música clásica o culta, como veíamos al principio. Otros autores, como explica Cook, relacionan la contraposición de música clásica o culta con el arte mayor, mientras que la música popular con el arte menor: “Arte menor significaba todo lo demás, es decir, la ilimitada

diversidad de tradiciones musicales populares y en buena medida carentes de notación” (2001, p. 60).

Esta forma de pensar en arte mayor y arte menor la hemos heredado de la época de Beethoven, y es esto lo que produce la mayor parte de críticas a la música popular o la forma tan diferente que tenemos a la hora de pensar en un compositor de música culta frente a otros de música popular.

Concebimos el arte mayor o música culta como algo incluso de lujo. La música clásica se vincula con la alta cultura y los valores que esto conlleva: elitismo, privilegio, exclusividad; mientras, la música popular la vemos como aquel estilo al que puede acceder todo el mundo. Estos significados que han adquirido a lo largo de la historia están muy relacionados con la forma en la que cada estilo de música se ha relacionado con la sociedad.

Pero como Cook aclara acerca de esta forma de pensar “que pueda seguir encontrándose aun tras este nuevo cambio de siglo es asombroso, porque proporciona una base absolutamente inadecuada para la comprensión de la música en la sociedad pluralista actual” (2001, p. 62). Por lo que seguir pensando en arte mayor o en su defecto en alta cultura a la hora de pensar en música clásica cobra menos sentido en la sociedad actual.

Es verdad que podemos ver una mayor democratización gracias a las nuevas tecnologías, lo que nos lleva al concepto de omnivoridad, que consiste en que los gustos musicales se abren a diferentes estilos y géneros de música, dejando atrás el gusto unívoro¹ y reducido que había antes en las altas esferas:

El consumo cultural de la sociedad contemporánea ha experimentado un desplazamiento desde un eje vertical fundado en la distinción entre alta cultura y cultura popular hacia un eje horizontal basado en la combinación de géneros y prácticas clasificados en niveles diferentes. La capacidad nueva de los actores para mezclar formas distintas de preferencias en un único menú (música clásica y ópera, de un lado, y rock o folk, de otro; asistencia al teatro y al karaoke; práctica de la lectura de novelas y del deporte; etc.) es lo que ha sido definido como omnivoridad (Ariño, 2007, p. 133).

Pero esta omnivoridad se ha producido sobre todo en las clases más altas:

Para verificar la validez de esta teoría, la comunidad científica ha utilizado diferentes técnicas estadísticas, todas ellas con el mismo objetivo: comprobar, frente a la vieja idea de un consumidor snob y exclusivo de alta cultura, la existencia de un perfil de consumidor cultural capaz de acaparar no sólo géneros y prácticas de alta cultura sino también de media y baja (Herrera, 2011, p.160).

Las “minorías” que formaban los grupos más elitistas ahora se mezclan con las “masas”, y ambos disfrutan de la música popular, lo cual antes era impensable en las más altas esferas. En las clases más altas se ha demostrado que ese gusto unívoro

¹ Unívoro: es como los autores de ese artículo denominan a las personas que tiene un gusto musical centrado en un solo género o estilo musical. Se contrapone al omnívoro, que es el que abre su gusto musical a diferentes estilos.

por la música culta ha desaparecido, abriéndose a un amplio espectro de gustos musicales. Pero, ¿por qué el consumo de música culta no ha entrado de la misma forma en las clases más bajas como lo hace la música popular en las más altas?

Esto puede deberse a la mayor distribución de oportunidades que hace que clases más bajas hayan ascendido a esferas más altas en los últimos años, y con ellas, también sus gustos musicales. Lo que explica que en las clases altas haya un mayor consumo de música popular, mientras que el gusto por música de alta cultura no ha ascendido tanto:

La difuminación o mixtura de gustos entre las élites se ha de explicar como un efecto de composición: los gustos omnívoros tienen su portador principal no en las clases altas en bloque, sino en la nueva clase media ascendente, compuesta de jóvenes bien educados, procedentes de una base social amplia, que en su proceso de movilidad ascendente, fuerzan la apertura del repertorio cultural. De un lado, dados sus bagajes familiares precedentes más bajos, manifiestan un interés menor por la alta cultura; por otro, con ellos ascienden por la escalera social formas populares propias de su medio de origen. Este efecto, en combinación con el relevo intergeneracional de cohortes y la expansión niveladora de la oferta cultural de mercado, explicarían probablemente que un incremento en los niveles educativos medios no haya conducido a un interés creciente por la alta cultura (Ariño 2007, p. 135).

Por lo que la clase social a la que una persona pertenece es un factor influyente en los gustos musicales. A pesar de que en las altas esferas ahora se escuche un repertorio variado en el que se incluye la música popular, en las más bajas todavía no ha calado la música clásica. Además, en las clases más elitistas se intenta justificar esa omnivoridad mediante la sofisticación y estetización de los estilos más populares:

En suma, este análisis básico de las prácticas musicales en España a la luz de las teorías de la democratización y de la omnivoridad muestra que con el nuevo paradigma comunicativo audiovisual-digital ha crecido espectacularmente la audición musical convirtiéndose en una práctica común; que, al mismo tiempo, ha devenido predominante la música moderna, asociada al relevo generacional, pero gozando de una implantación muy amplia, puesto que es el tipo de música preferido por casi todas las categorías sociales; que se ha producido una evolución hacia regímenes de consumo más variados; y que, en suma, el estatuto social de las prácticas musicales se ha transformado. Pero, de ello no se infiere una disolución de los efectos de clase y de distinción, sino más bien un desplazamiento hacia la tolerancia y la omnivoridad, como pautas definidas por una lógica clasista, pero también hacia la sofisticación mediante la estetización de los regímenes de gusto (Ariño, 2007, p.148).

Como hemos visto pertenecer a una clase social u otra es un factor bastante influyente y que puede ser una de las razones por las que la música clásica o culta no ha llegado a las clases más bajas. Como Herrera explica, “las prácticas y gustos culturales distinguidos en nuestro país siguen estando vinculados mayormente a los estratos mejor posicionados en el espacio social” (2011, p. 167-168).

Sin embargo la sociedad ha cambiado drásticamente, por lo que esta diferenciación entre música popular y culta, no significa que la música popular sea la única que participe en la comunicación y cultura de masas, ni que la música popular sea peor que la culta. Esta distinción en realidad es una distinción en cuanto a división social, más que una distinción que aclare que una es mejor que otra:

La cultura popular no se da nunca aparte de la alta cultura, sino que las dos esferas culturales forman parte de la misma estructura y son mutuamente inseparables y no hace falta decir que esta estructura es la estructura de la división social, que atraviesa nuestras formaciones históricas. O sea, que dicho más claramente, la distinción entre alta cultura y cultura popular es la expresión simbólica -expresión simbólica no quiere decir, reflejo mecánico-, pero es la expresión simbólica de la división social, de la desigualdad social y precisamente por eso la cultura popular tiende, como tendía la portada del Sgt Peppers, a negar la superioridad de los supuestamente elevado. Quiere negar la división social que la condena a la inferioridad y a la sumisión, mientras que la alta cultura tiende a afirmar esta división y hacer de su desprecio hacia lo vulgar, su signo de distinción social (Pardo, 2008).

Sería erróneo pensar que la música clásica o culta no participa en la sociedad de consumo en la que vivimos. Las nuevas tecnologías han permitido que podamos escuchar un concierto de la 5ª sinfonía de Beethoven desde nuestro sofá o en nuestro coche de camino al trabajo. Sin embargo no siempre no ha sido así de fácil y accesible. Como hemos visto en el repaso de la historia de la música, antes del Romanticismo, el concierto se reservaba solamente a un pequeño círculo de aristócratas. No es hasta el siglo XIX que se abre el concierto para cualquiera que pudiera comprar una entrada. Es en el siglo XX y con el desarrollo de la radiodifusión y la tecnología de las grabaciones, cuando la música clásica se ha puesto al alcance de prácticamente todo aquel que quisiera oírla (Cook, 2001, p.53).

Sin embargo, durante un tiempo se pensó que la música clásica y los medios de comunicación no podían ser compatibles, debido en gran parte a la experiencia que se consideraba adentrarse en un concierto de música clásica, viéndose su difusión como algo incluso abominable:

La música "clásica", precisamente desde el momento en que se ha reconocido como tal, ha exaltado su condición de experiencia cuasi sacramental, de separación, cesura o hiato insalvables, con las experiencias de la vida cotidiana, lo que hacía inconcebible su "programación" digamos en el flujo continuo de las emisiones radiofónicas o televisivas, o incluso su "congelación" en un soporte fonográfico a disposición del capricho del oyente y de unas circunstancias de escucha (la radio del coche, un walkman, discman o MP3 mientras se hace jogging o spinning), que sin duda profanaban la obra y desvirtuaban la intención de su autor y la experiencia resultante. (Rodríguez, 2010, p. 96).

Entre los más críticos con la mediatización de la música clásica encontramos a Theodor W. Adorno. Desde la mera grabación de una pieza que acababa uniformando las tonalidades y texturas de los instrumentos, o la reproducción fonográfica, la cual requería algún arreglo y por lo tanto llevaba a una "falsificación". También la escucha radiofónica eliminaba la posibilidad de disfrutar de una sinfonía en su completo debido a sus limitaciones o la servidumbre a la que se dispone a la música en las películas (Rodríguez, 2010, p. 97-98).

Pero finalmente la música clásica acaba siendo un contenido más de los medios de masas:

En definitiva, las jeremiadas de Adorno dieron en saco roto, y todos hubieron de presenciar cómo la música clásica acababa por industrializarse y, por tanto, “programarse” como un contenido más de los medios de masas, sea como producto cultural dotado de un soporte físico (el disco, en sus sucesivos formatos), sea como “programa” propiamente dicho de la parrilla radiofónica o televisiva. Que esos productos (fonográficos) o esos programas (de flujo) buscaran un público algo selecto o, en cambio, adoptaran un tono pedagógico y se presentaran como servicio público no atenúa apenas su definitiva fagocitación por las respectivas industrias culturales (discográfica, radiofónica, televisiva, incluso más allá, educativa, turística...) (Rodríguez, 2010, p. 99).

En definitiva, los medios de masas han popularizado en cierta manera la música clásica, llevándola a cualquier rincón que posea, al principio una radio o una televisión, y ahora Internet.

En concreto en España, entre los principales medios que se han encargado de esta popularización, encontramos a Radio Clásica de RNE y la cadena La 2 de TVE, o incluso periódicos como *El País*.

Si hablamos concretamente de programas, podemos destacar *Los Conciertos* de La 2, y también otros ya desaparecidos como *El Mundo de la Música* de TVE (1976-1981); *El Conciertazo* en La 1 de TVE (2000-2009); o bien, para la radio, *Clásicos Populares* en RNE (1976-2008), este último sustituido por *Música sobre la marcha*, también de música clásica. TVE ofrecía además un canal dedicado a la música clásica y otros géneros como el flamenco, el jazz, el *new age*, la música étnica y el cine musical. Se trata de Canal Clásico (1996-2010), el cual se emitía a través de las plataformas digitales Digital+ e Imagenio (Rodríguez, 2010, p.103).

Actualmente, y en horario *prime time*, destaca la emisión de *Prodigios* en La 1 de TVE, un concurso de talentos en los que predomina la música clásica a través de disciplinas como canto lírico, danza clásica e instrumentos de orquesta. Por otro lado, en La 2 se emite *Clásicos y reverentes*, otro *talent show* de música clásica.

Desde sus inicios, como Rodríguez aclara “la presencia de la música clásica en los medios de comunicación ha estado asociada, como cabía esperar, a los de titularidad pública” (2010, p. 102). Pero no solo encontramos su mediatización en formas convencionales: politonos, videojuegos, llamadas de espera, animaciones computerizadas y toda clase de actos públicos retransmitidos por los *mass-media*. En definitiva, cualquier producto, servicio o evento que la pueda incorporar como telón sonoro (Rodríguez, 2010, p. 103).

Entre las plataformas virtuales que han ayudado a su popularización, encontramos Spotify, Goear, Apple Music, Youtube Music, Amazon Music, Sound Cloud para escuchar en *streaming* infinidad de piezas clásicas, o incluso verlas representadas en Youtube o Google Videos.

Como vemos, hoy más que nunca la música clásica no vive aislada de la música popular o del mundo de la cultura de masas, llegando incluso a fusionarse. Sin embargo a pesar de guardar numerosas características con la música popular, no acaba de calar en el público más joven.

Distancia entre los jóvenes y la música clásica

Como hemos visto anteriormente, hoy más que nunca la música clásica se ha popularizado y llegado a rincones que en su origen eran inimaginables. Sin embargo, sigue habiendo un rincón con el que no acaba de conectar, y ese no es otro que la población más joven. Pero, ¿a qué se debe esta distancia? Ya hemos visto que la clase social puede ser un factor determinante, pero no es el único.

Una investigación realizada por la Facultad de Artes de Chile recogida en la tesis de Aranda (2005, p.18) nos da algunas claves que podemos tener en cuenta en relación a las preferencias de los jóvenes:

- Los jóvenes se sienten más atraídos por la música popular debido a que es el tipo de música que mayoritariamente concentra los medios de comunicación, a los cuales están continuamente expuestos.
- Los diferentes tipos de música los asocian a los diferentes niveles socioeconómicos y edades. Algo que ya veíamos en el apartado de música clásica vs. Música popular, cuya distinción está muy relacionada con la división de clases.
- En cuanto a la imagen que tienen de la música clásica, los jóvenes la clasifican como la música de los adultos. No sienten un vínculo afectivo con ella como lo tienen con la música popular, la cual es la elección mayoritaria en edades tempranas, fenómeno explicado, principalmente, por efecto de la difusión de ésta a través de los medios de comunicación.

Respecto al concepto que vimos antes de omnivoridad del consumo cultural que afirmaba que las clases mejor posicionadas no solo consumen alta cultura, sino que además media y baja cultura, se destacaba también que el nivel de estudios está muy relacionado con la posibilidad de consumir cultura de todo tipo, ya que a medida que aumenta, también lo hace la probabilidad de ser omnívoro (Herrera, 2011, p. 166).

Por otro lado la investigación de Fernández y Prieto (1997, p. 16-17) refleja los siguientes resultados en cuanto al consumo de música en España, los cuales concuerdan con los que se ha explicado anteriormente:

- El sexo no provoca comportamientos diferentes en la música moderna, aunque sí en la clásica, pues ser mujer aumenta la probabilidad de escucharla.
- En cuanto a la edad, se relaciona la música moderna con los jóvenes, mientras que el consumo de música clásica aumenta con la edad.
- Respecto al nivel de estudios, al igual que veíamos arriba, la música clásica tiene mayor influencia en estudiantes universitarios, mientras que la moderna a estudiantes de estudios medios.
- Por otra parte disponer de televisión favorece la escucha y visionado de música moderna, ya que este medio transmite con mucha mayor frecuencia música moderna que música clásica.
- Como hemos visto en repetidas ocasiones en este trabajo, la clase social también tiene una importante influencia ya que la probabilidad de escuchar música clásica aumenta cuando se pertenece a la clase alta. Esta variable no

tiene la misma relevancia si hablamos de música moderna, siendo la clase social un argumento poco influyente en la escucha de este tipo de música.

- A efectos marginales, la música moderna tiene un mayor consumo que la música clásica.

Entre los resultados que obtuvo Higuera en las entrevistas que llevó a cabo a diferentes profesionales de la interpretación musical en cuanto a la situación de las orquestas, se destacan las siguientes conclusiones:

- Respecto a la incógnita de si la sociedad ve necesarias las orquestas, todos opinan que sí, pero apuntan que debería de apostar por actividades que beneficien a toda la comunidad. Existe una necesidad de actualizar el repertorio por uno que sea atractivo y conecte con otros segmentos de la sociedad (Higuera 2015, p. 279).
- No solo se trata de actualizar el repertorio, también de modernizar algunos aspectos como la presentación, el protocolo, la vestimenta, la publicidad o el marketing, los cuales mantienen un perfil serio y tradicional. Estas normas estrictas no atraen a la juventud, la cual en cierto modo siempre quiere romper con todo lo anterior y con gustos diferentes a los de sus padres. “Una orquesta les parece algo obsoleto y la interpretación carente de afecto. A nadie le gusta ver un espectáculo en el que lo que sucede es la mera presentación de una partitura” (Higuera 2015, p. 280).
- Cuenta que deben ser comunicadores de emociones y sensaciones para conseguir cierta conexión (Higuera 2015, p. 280).
- Los conciertos de música clásica tienen apariencia de ser estáticos, y esto no congenia con la vitalidad de una persona joven: “Ir a un concierto para estar quieto y escuchar.....es tan ajena a la relación habitual de la juventud con la música...” (Higuera 2015, p. 282).
- Los músicos están de acuerdo en que la distancia física entre el escenario y las butacas es otro condicionante que agrava la distancia metafórica. La cercanía ayudaría a acercar las orquestas a los jóvenes (Higuera 2015, p. 280).
- Apostar por un verdadero cambio cultural y educativo. Por ello, los músicos deben ser más activos, fuera y dentro del escenario para conseguir acercarse a otros colectivos. Existe un gran desconocimiento de este género entre la juventud para el cual la educación tiene un papel fundamental (Higuera 2015, p. 280).

Cuando se piensa en música clásica, la imagen y valores que se vienen a la cabeza reflejan complejidad, majestuosidad, virtuosismo o seriedad. Son valores que no encajan con una población joven. Pero, ¿por qué consideramos más compleja la música clásica?

Una posible respuesta es la que dan Toledo y Leonardo (2010), y no es otra que la educación, lo cual ya mencionaba anteriormente Higuera. Para entender la música y el arte primero hay que aprender. No basta con tener sensibilidad. Por ello necesitamos entender para conectar:

En general la gente huye de Bartók, y a mí me gusta Bartók ¿y porque? ¿Yo soy superior? ¿Tengo una sensibilidad superior? Pues no. He tenido la suerte de estudiar música, no como músico o ejecutante, pero sí como persona culta. ¿Por qué yo miro a un gran pintor y entiendo y el otro no entiende? Porque hay educación. Por eso digo, la democracia pasa por la educación. Y no mentir diciendo que es cuestión de sensibilidad (Toledo y Leonardo, 2010, p.5).

Entender es imprescindible para dejar de escuchar ruido y empezar a escuchar información, como explica el *youtuber* Jaime Altozano en una entrevista que le hizo Darger para *El País* (2017). En ella, asegura que la música clásica está asociada a cierto elitismo o esnobismo cultural, y a través de sus vídeos, a la vez de entretenimiento y didácticos, busca ayudar a romper esto y acercar a la gente el catálogo clásico.

Para ello es importante desarrollar modelos de escucha que permitan convertir el ruido en información, ya sea consciente o no. Pero sin eso, es difícil acercar un repertorio clásico a cualquier público. Este es el primer factor que considera importante para disfrutar de un género musical:

Tener modelos de escucha que te permitan tener expectativas sobre lo que va a sonar y sorprenderte cuando las rompen. Porque si no, todo es ruido y eso te genera desinterés. Si no te han formado para ser capaz de oír eso te vas a perder la mitad del pastel. No te vas a dar cuenta de que el 90 % de la música que escuchas se basa en los mismos 4 acordes repetidos en bucle. Y no vas a tener necesidad de ir más allá porque no oyes la diferencia [...] Pero ojo, no quiero decir que todo esto lo tengas que tener verbalizado. Hay mucha gente que a base de escuchar mucha música muy diferente adquiere estos conceptos en la forma de una "intuición musical" que les genera esas mismas expectativas y sorpresas, y les permite disfrutar de cualquier cosa aunque no puedan poner en palabras por qué (Darger, 2017).

El otro factor importante es la asociación emocional que produce que disfrutes con un género, ya sea una canción de rock que te recuerda a alguien, o las bandas sonoras de películas o videojuegos. Si no contamos con asociaciones emocionales para un repertorio más clásico, difícilmente podrán crearse vínculos con un público joven.

Finalmente, lo que expresa al final de la entrevista es que la música es música.

Me aburre profundamente la narrativa de que hay dos músicas, la culta y la popular, cuando incluso si intentas trazar una división entre las dos, ambas categorías van a estar construidas sobre los mismos lenguajes y procedimientos. Para mí la música es música, y ya está. Si, como he hecho hace poco, puedo explicar una fuga de Bach con ejemplos de cosas que hacen La Oreja de Van Gogh o John Lennon lo voy a hacer. Y si te la pudiera explicar con la sintonía de "Mercadooona, Mercadooona" también lo haría. A algunas personas eso les va a producir rechazo, pero a muchas otras les hace conectar. Y no puedes enseñar sin conectar (Darger, 2017).

Tanto la popular como la culta, acaban componiéndose sobre unas mismas bases, por lo que hoy más que nunca, es menos necesaria esta distinción, sobre todo en un mundo en que las nuevas plataformas y dispositivos te acercan a tu casa uno u otro. La música clásica ha dejado de ser un tipo de música disfrutada por un cerrado círculo de la nobleza. Como hemos visto, la transmisión de la música y su consumo ha

cambiado, sin embargo son las formas de pensar lo que todavía hace que encasilemos un estilo como de mayor categoría que otro.

Esto también lo secunda el pianista británico James Rhodes, “quien asume la responsabilidad que tienen los músicos de clásica de hablar, explicar y difundir lo que hacen, ser accesibles. «Ser pianista no es diferente a nada, no somos especiales, es un curro»” (*La Razón*, 2019).

Como dice Cook (2001) “cada música es diferente, pero también es cierto que toda música es música” (p. 9). “Sin embargo los modos en los que pensamos en la música no reflejan esta situación” (p.8).

En conclusión, actualmente la música clásica no conecta con los más jóvenes, por lo que una forma de acercarla sería llevándola a su terreno y conectarla con sus gustos, reducir distancias físicas y metafóricas, además de mejorar su comprensión, ya que como hemos visto, entender es primordial para disfrutar.

Problemática

→ La Orquesta de Córdoba no conecta con el público joven.

Lo Orquesta de Córdoba a pesar de contar con un antiguo e importante bagaje, a día de hoy, no cuenta con una programación pensada para los más jóvenes, en concreto los *millennials* (27-37 años) y los comprendidos entre 18 y 26 años pertenecientes a la generación Z. Sí cuenta con programaciones para niños, y adultos, pero se les escapa esa parte de la población. Por ello, con este trabajo se pretende desarrollar una propuesta de programación joven tanto con repertorios más distendidos como con formatos más actuales. Posteriormente se realizará sus correspondientes acciones de comunicación.

Como hemos visto a lo largo de esta investigación, realmente se trata de un problema estructural que va desde la educación hasta la forma de comunicarse que tienen las orquestas que derivan en apariencias serias y estrictas que no congenian con la juventud.

A pesar de que en los últimos años las orquestas españolas han promovido ciertos cambios, no han sido los suficientes. Más adelante veremos que las principales soluciones que otras ciudades han dado a esta situación giran en torno a acercar las orquestas a la sociedad, junto con interpretaciones cargadas, no solo de técnica instrumental, sino también de emociones, además de utilizar formatos y repertorios más actuales. Todo esto puede ser un gran paso para mejorar la situación.

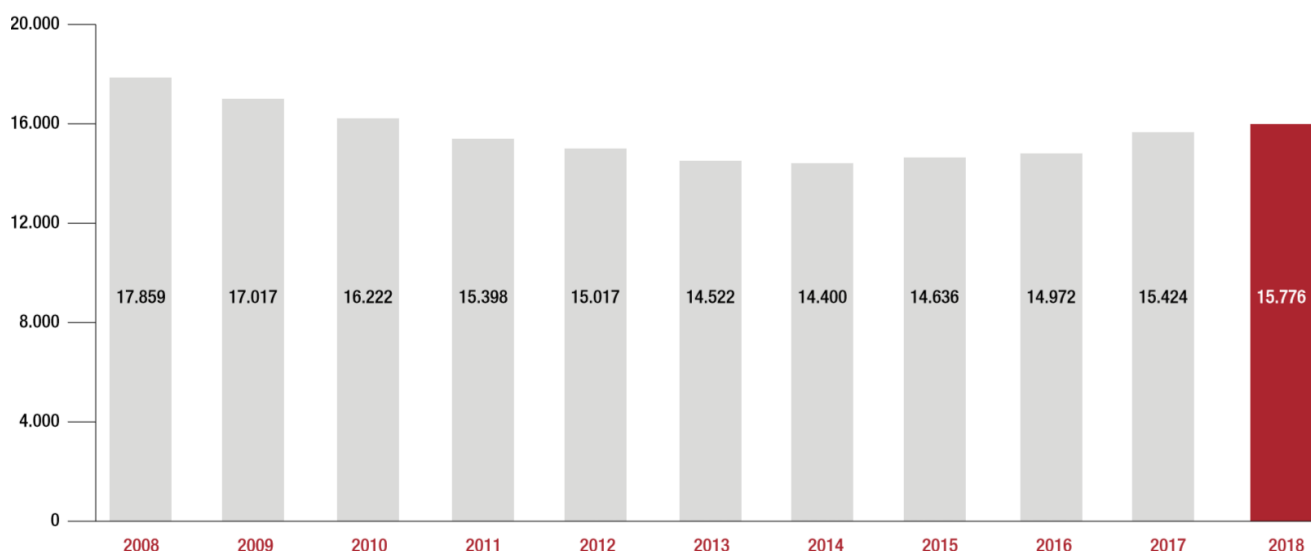
Análisis externo

Mercado

Para ver generalmente cómo está la situación del consumo de música clásica en España y la asistencia a conciertos de este género, se han utilizado los últimos datos del *Anuario de Estadísticas Culturales* del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte 2019 y el *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales* del año 2019. Como no existen datos por provincias, se ha utilizado en su defecto las de España y las de Andalucía para tener una idea general del panorama de las orquestas y del consumo de música clásica en nuestro país.

En cuanto al Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales, en la tabla 1 se reflejan las cifras de 2018, que es el último que hay disponible y el cual muestra como el consumo de música clásica continúa creciendo desde 2015, aunque todavía le queda para igualar las cifras anteriores a la crisis de 2008:

Tabla 1. *Conciertos de música clásica. 2008-2018.*



Fuente: Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales del 2019. (p.19)

A pesar de esto, como podemos ver en la tabla 2, en los últimos años la música clásica ha arrojado resultados positivos en sus principales indicadores:

- Número de conciertos: el total de conciertos tanto con entrada de pago como con entrada gratuita fue de 15.776, lo que muestra 352 conciertos más que en 2017. De estos 5.657 fueron de pago y 10.119 fueron gratuitos. En ambos casos observamos un ascenso respecto al año anterior, en concreto, los conciertos de pago aumentaron en 214 y los gratuitos, en 138.
- Número de espectadores: el total de espectadores fue de 5.113.688 personas, 141.994 espectadores más que en 2017.

- Recaudación: fue un total de 43.946.372 euros, con lo que estamos ante un incremento de 1.309.593 euros frente a lo facturado en 2017.

Tabla 2. *Evolución de los grandes indicadores de la música clásica en vivo. 2013-2018.*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Recintos	2.760	2.341	3.190	2.709	1.956	2.910
Conciertos	14.522	14.400	14.636	14.972	15.424	15.776
- Con entrada de pago	4.742	4.628	4.894	5.123	5.443	5.657
- Con entrada gratuita	9.780	9.772	9.742	9.849	9.981	10.119
Espectadores	4.537.804	4.399.605	4.532.354	4.680.019	4.971.694	5.113.688
Asistentes a conciertos de pago	2.477.613	2.402.604	2.551.538	2.672.581	2.912.015	3.016.354
Asistentes a conciertos gratuitos	2.060.191	1.997.001	1.980.816	2.007.438	2.059.679	2.097.334
Recaudación (€)	37.479.573	36.027.536	38.001.213	39.604.110	42.636.779	43.946.372

Fuente: Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales del 2019. (p. 7)

En cuanto a Andalucía es la tercera comunidad con mayor oferta con un 12,4% sobre el total de conciertos (aunque con 0,3 puntos porcentuales menos). Por delante estaría la Comunidad Valenciana con una oferta mayor de conciertos de música clásica durante 2018. En concreto, de los 15.776 conciertos celebrados, un 16% de los mismos tuvo lugar en dicha comunidad. En volumen de oferta le sigue la Comunidad de Madrid, con un porcentaje del 14,3% sobre el total.

En la tabla 3 se puede apreciar los siguientes indicadores: conciertos, espectadores, recaudación, espectadores por concierto y gasto medio por espectador por comunidad autónoma.

En ella se aprecia cómo en todos los ámbitos, Andalucía ha conseguido un crecimiento positivo, o en su defecto no ha descendido. Sin embargo, vemos que queda muy por detrás de Madrid, Cataluña, País Vasco y Comunidad Valenciana. En los siguientes datos de Andalucía podemos ver que no hay grandes cambios, pero todos son positivos, en ningún caso ha bajado la demanda.

- Número de conciertos: el total de conciertos fue de 1.963, lo que muestra solamente 3 conciertos más que en 2017.
- Número de espectadores: el total de espectadores fue de 365.000 personas, 1000 espectadores más que en 2017.
- Recaudación: un total de fue de 2.044.000 euros, con el que estamos ante un incremento de 5000 euros frente a lo facturado en 2017.

Tabla 3. *Conciertos de música clásica, espectadores y recaudación por comunidad autónoma.*

15.27. Conciertos de música clásica, espectadores y recaudación por comunidad autónoma⁽¹⁾

	CONCIERTOS		ESPECTADORES (Miles)		RECAUDACIÓN (Miles de euros)		ESPECTADORES POR CONCIERTO		GASTO MEDIO POR ESPECTADOR (Euros)	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
TOTAL	15.424	15.776	4.972	5.114	42.637	43.946	322	324	8,6	8,6
Andalucía	1.960	1.963	364	365	2.039	2.044	186	186	5,6	5,6
Aragón	666	678	212	206	1.276	1.312	319	304	6,3	6,4
Asturias (Principado de)	328	336	138	143	990	1.023	419	425	7,2	7,2
Baleares (Illes)	381	393	67	69	548	579	175	177	8,2	8,3
Canarias	289	309	177	189	1.483	1.520	613	611	8,4	8,1
Cantabria	250	262	81	85	533	570	325	326	6,6	6,7
Castilla y León	1.123	1.157	277	286	1.222	1.262	246	247	4,4	4,4
Castilla-La Mancha	340	352	51	53	245	210	149	149	5,5	4,0
Cataluña	1.862	1.849	662	666	10.356	10.457	355	360	15,7	15,7
Comunitat Valenciana	2.462	2.519	746	773	2.347	2.387	303	307	3,4	3,1
Extremadura	133	141	41	46	170	183	312	328	3,9	4,0
Galicia	1.186	1.212	271	279	1.305	1.393	228	231	4,8	5,0
Madrid (Comunidad de)	2.197	2.261	958	995	13.244	13.754	436	440	13,8	13,8
Murcia (Región de)	248	256	79	81	682	737	317	317	8,7	9,1
Navarra (Comunidad Foral de)	478	496	184	193	1.728	1.810	386	389	9,4	9,4
País Vasco	1.396	1.451	607	623	4.188	4.430	435	429	6,9	7,1
Rioja (La)	109	123	53	59	258	264	488	478	4,9	4,5
Ceuta y Melilla	16	18	4	4	20	12	237	229	5,4	2,9

Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 347).

Sin embargo, si comparamos los datos de la tabla 4 de las personas que asistieron a conciertos en el último año, se puede observar que las cifras totales de personas que asistieron en 2019 a conciertos de música clásica son de un 9,4% frente al 30,01% de población que asistió a conciertos de música actual.

Tabla 4. *Personas que suelen escuchar música o asistieron a conciertos en el último año según características personales.*

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

	Suelen escuchar música				Asistieron a conciertos de música clásica				Asistieron a conciertos de música actual			
	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019
TOTAL	87,9	84,4	87,2	87,2	8,4	7,7	8,6	9,4	26,4	25,9	24,5	30,1

Fuente: Elaboración propia según los datos extraídos del Anuario de Estadísticas Culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 217).

La tabla 5 nos muestra las personas que fueron a conciertos de música clásica o de música actual haciendo hincapié en las edades. En ella podemos ver que el rango de 55 años y más son la población que más asistieron a conciertos de música clásica siendo el 11,5%. En cambio las personas de 25 a 54 años, con un 8,2% aunque ha crecido en los últimos años, no ha recuperado las cifras de 2007, siendo entonces 8,5% de la población. Por otro lado, de 15 a 24 años también ha crecido respecto a 2007 en cuanto a realizar actividades culturales relacionadas con la música clásica.

Sin embargo, si comparamos estas cifras con las de los conciertos de música actual podemos ver que en la franja de 25 a 54 años el porcentaje de asistencia es de 37,3% frente al 8,2% que van a conciertos de música clásica. Esta diferencia se acentúa en la franja de 15 a 24 años, y disminuye de 55 años en adelante. Esta información la encontramos en la tabla 5.

Tabla 5. *Personas que realizaron o suelen realizar actividades culturales en diversos periodos según edad o por ámbito cultura.*

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

En el último año	De 15 a 24 años				De 25 a 54 años				De 55 años y más			
	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019
Artes musicales (Asistieron)	58,8	55,5	48,8	54,3	35,0	34,3	33,6	40,0	12,8	13,7	16,0	20,1
Conciertos de música clásica	6,0	6,2	7,7	7,8	8,5	7,7	7,8	8,2	9,1	8,3	9,9	11,5
Conciertos de música actual	57,1	54,2	46,7	52,7	30,8	30,4	30,2	37,3	5,6	7,5	8,7	13,4

Fuente: Elaboración propia según los datos extraídos del Anuario de Estadísticas Culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 206).

Por nivel de estudios, en la tabla 6 refleja que las personas con educación superior o equivalente son el rango que más realizaron o suelen realizar actividades culturales. En concreto a conciertos de música clásica asistieron en 2019 el 16,5%, un porcentaje mayor que las personas de primera y segunda etapa de educación secundaria o inferior. Además en relación a años anteriores podemos ver un aumento en cuanto a la realización de actividades culturales.

Tabla 6. *Personas que realizaron o suelen realizar actividades culturales en diversos periodos según nivel de estudios por ámbito cultural.*

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

En el último año	Primera etapa de educación secundaria o inferior				Segunda etapa de educación secundaria				Educación superior o equivalente			
	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019
Artes musicales (Asistieron)	21,4	20,7	19,5	22,1	41,5	38,5	35,0	40,2	47,8	43,5	43,5	49,1
Conciertos de música clásica	4,9	4,0	4,8	5,3	8,5	8,8	8,8	8,9	15,7	13,8	15,5	16,5
Conciertos de música actual	18,2	18,3	16,5	19,2	37,0	34,0	30,9	36,8	39,2	35,8	35,2	42,7

Fuente: Elaboración propia según los datos extraídos del Anuario de Estadísticas culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 207).

En cuanto a las personas que asistieron a conciertos de música clásica en el último año según el sexo de acuerdo a la tabla 7 se puede ver que no existen grandes diferencias. Atendiendo a los formatos con mayor asistencia, la orquesta sinfónica, los grupos de cámara y el coro o grupo vocal, se observa que en 2019 el 61% de los asistentes fueron hombres y 59,1% mujeres. En los conciertos de cámara, estas cifras se reducen en ambos casos, pero siguen siendo muy parecidas en los diferentes sexos. En cuanto al coro o grupo coral, a pesar de que no existen grandes diferencias, en los hombres la asistencia ha ascendido y en las mujeres ha bajado, quedando igualados ambos sexos.

Tabla 7. *Personas que han ido a conciertos de música clásica en un año según sexo por tipo de música de la última vez que asistieron.*

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

En el último año	TOTAL				HOMBRES				MUJERES			
	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019	2007	2011	2015	2019
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Orquesta sinfónica	51,8	52,6	48,6	60,0	50,6	53,5	48,6	61,0	53,0	51,7	48,5	59,1
Grupos de cámara	13,9	13,0	12,6	15,5	13,9	15,2	14,7	15,4	13,9	10,9	11,0	15,5
Coro o grupo coral	10,9	10,4	12,5	13,0	10,0	9,0	10,6	12,7	11,7	11,8	14,1	13,2

Fuente: Elaboración propia según los datos extraídos del Anuario de Estadísticas culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 223).

En la siguiente tabla del anuario de Estudios Culturales del 2012 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte elaborado por la Subdirección General de Estadística y Estudios podemos ver algunos motivos por los que un sector amplio de la población no acude a los conciertos de música clásica. La falta de interés por este tipo de música es la causa principal en todas las franjas de edad.

Tabla 8. *Motivos principales por los que no van, o no van más veces a determinadas actividades culturales.*

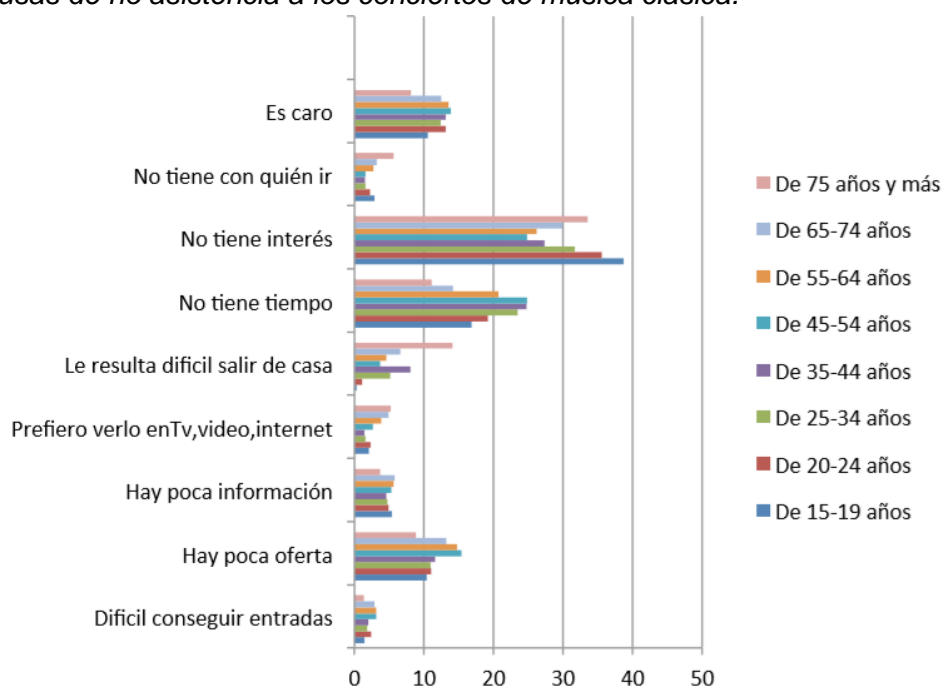
(En porcentaje de la población total)

	Es caro		Hay poca oferta en mi zona		Prefiere oírlo por radio/ verlo en televisión , vídeo, Internet		Le resulta difícil salir de casa	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Asistir a espectáculos culturales								
Teatro	19,0	14,7	14,0	15,2	1,3	1,7	7,4	5,3
Ópera	13,4	9,9	10,3	9,8	1,2	1,5	6,0	4,0
Zarzuela	12,3	6,7	10,7	9,3	1,3	1,2	6,0	3,8
Ballet / Danza	13,8	9,8	11,4	10,5	1,3	1,8	6,4	4,5
Circo	15,0	8,2	13,6	13,6	1,1	1,3	6,4	3,8
Conciertos de música clásica	14,3	10,7	11,1	10,7	2,1	2,8	6,8	4,6
Conciertos de música actual	21,3	17,8	14,7	14,8	2,7	3,2	8,1	5,8
Cine	28,9	25,5	9,0	8,9	10,2	8,3	9,2	7,4
Espectáculos taurinos	8,1	4,8	6,6	6,1	1,8	1,1	4,6	2,6
			No tiene tiempo		No tiene Interés		No tiene con quien ir	
			2015	2019	2015	2019	2015	2019
Asistir a espectáculos culturales								
Teatro			23,4	25,4	22,5	27,6	3,0	2,4
Ópera			21,4	18,0	33,5	47,7	2,2	1,8
Zarzuela			21,5	17,0	34,4	53,1	2,3	1,7
Ballet / Danza			22,1	20,8	31,8	43,4	2,4	1,8
Circo			22,9	18,5	30,2	46,2	2,8	2,4
Conciertos de música clásica			23,4	20,4	29,2	41,4	2,7	2,1
Conciertos de música actual			24,7	26,8	18,0	22,9	3,1	2,3
Cine			25,5	31,3	11,2	12,1	3,5	2,3
Espectáculos taurinos			15,9	12,7	39,5	61,2	2,1	1,3

Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales 2019 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (p. 225).

En la siguiente gráfica Higuera (2015) organiza los diferentes motivos por edades para ver los diferentes resultados de una forma más clara:

Gráfico 1. *Causas de no asistencia a los conciertos de música clásica.*



Fuente: Higuera, M (2015). Causas de no asistencia a los conciertos. [Gráfico]. (p. 152). Recuperado de: <https://addi.ehu.es/handle/10810/16009>

Concretamente, tanto en la población de 20-24 años como en la de 25-34 años, los principales motivos son porque:

- No tiene interés, principalmente
- No tiene tiempo
- Es caro
- Hay poca oferta

En cuanto a plataformas de música en *streaming*, un artículo de la Cadena Ser de E.P. (2017) revela los datos sobre el consumo de música clásica en Spotify en España, lo cuales manifiestan que consumimos una media de 30,84% más que en el resto del mundo. También revelan algunos datos sobre este consumo, como los compositores e intérpretes favoritos, las canciones más escuchadas y el perfil más numeroso. Entre los compositores encontramos a Johann Sebastian Bach como el favorito, seguido por Ludovico Einaudi, Wolfgang Amadeus Mozart, Frédéric Chopin, Ludwig van Beethoven, Antonio Vivaldi, Max Richter, Giacomo Puccini, Philip Glass y Giuseppe Verdi.

En cuanto a los intérpretes destacan Ludovico Einaudi, Max Richter, Dustin O'Halloran, Ólafur Arnalds, Nils Frahm, Luciano Pavarotti, Berliner Philharmoniker, Wiener Philharmoniker, Goldmund y Herbert von Karajan.

Además, muestra que el perfil más numeroso se corresponde a un varón de entre 45 y 54 años seguido de mujer de entre 35 y 44 años. Sin embargo, por debajo de los 35, parece que la música clásica se resiste.

Competencia

En cuanto al estudio de la competencia de la Orquesta de Córdoba se puede organizar en competencia directa y competencia indirecta.

Competencia directa

A lo largo de este punto se analizará qué acciones realizan otras orquestas para llegar al público más joven, tanto a nivel nacional e internacional, ya que puede ayudar al desarrollo de la programación de este trabajo.

Local

A nivel local, la Orquesta de Córdoba es la única orquesta de la provincia, que además de su destacable calidad frente a otras formaciones, es la única que cuenta con el apoyo de dos instituciones públicas: La Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Córdoba. Por ello, no existe otra orquesta en la provincia con las mismas características ni con la misma capacidad que pueda hacerle competencia. Sin embargo, sí existen otras formaciones musicales, que más que competencia, funcionan como complementos para la orquesta y viceversa. Entre ellas colaboran con cierta frecuencia para ofrecer un servicio de música de forma conjunta. Las formaciones musicales más destacables que colaboran con la Orquesta de Córdoba son:

- Orquesta y Coro de la Catedral de Córdoba: su principal oferta está al servicio a las actividades litúrgicas (Conjunto monumental Mezquita Catedral de Córdoba, 2020).
- Orquesta Joven Filarmonía Leo Brouwer: con régimen privado y sin ánimo de lucro, creada en 2010 bajo el patrocinio y dirección artística de Leo Brouwer, con el fin de que los más jóvenes puedan realizar actividades musicales reales (Ayuntamiento de Córdoba: Delegación de Cultura y Patrimonio Histórico, 2015).
- Orquesta Joven de Córdoba: creada en 2012. Ha colaborado en numerosas ocasiones con la Orquesta de Córdoba para obras que requerían un gran formato instrumental (Orquesta Joven de Córdoba: desde 2012, s.f.).
- Conservatorio Profesional de Música de Córdoba: al que la Orquesta de Córdoba ha ofrecido participar en sus conciertos con el fin de descubrir jóvenes talentos y darles la oportunidad de tocar de forma profesional (Conservatorio Profesional de Música “Músico Ziryab”, 2020).
- Conservatorio Superior de Música de Córdoba: con el que Orquesta de Córdoba ha participado en la mayoría de las ediciones del Festival de Música Contemporánea de Córdoba y con el Festival de Piano “Rafael Orozco” (Conservatorio Superior de Música de Córdoba Rafael Orozco Córdoba, 2018).

También son interesantes las colaboraciones que la orquesta de Córdoba realiza con diferentes agrupaciones vocales. Se puede destacar algunas de las acciones que estas formaciones han llevado a cabo en la ciudad:

- Coro Ziryab Córdoba: entre su repertorio de música culta, se encuentran propuestas más novedosas como interpretaciones del coro junto con bandas de rock: *Rock & Choir*. A través de esta propuesta desarrollaron un repertorio que recorría temas de rock y pop a lo largo de la historia. Algunos temas de dicho repertorio son *Bohemian Rhapsody*, *Knockin' On Heaven's Door* o *Hallelujah*. Otro ejemplo fue el recorrido que hicieron a través de la música negra, *Black*, con éxitos de Aretha Franklin, Louis Armstrong o Stevie Wonder (Coro Ziryab, s.f.).
- Coro de Ópera de Córdoba: constituido en 1986, su repertorio se centra en ópera, zarzuela, sinfónico-coral y oratorio (Coro de Ópera de Córdoba, 2018).
- Coro Leo Brouwer: creado en 2018 como un agradecimiento al legado de Leo Brouwer, con un repertorio refrescante y singular (Coro Brouwer, 2018).

Regional

A nivel regional, las orquestas que cuentan con el apoyo de Instituciones públicas al igual que la Orquesta de Córdoba son:

- La Orquesta Joven De Andalucía (OJA) fue creada en 1994 con la misión principal de ofrecerles la oportunidad de desarrollar sus capacidades interpretativas y profesionales. Impulsan y complementan la formación musical tanto instrumental como vocal de jóvenes con edades comprendidas entre los 14 y 24 años (26 en el caso de los contrabajistas), nacidos o residentes en la Comunidad Autónoma de Andalucía (Programa Andaluz para jóvenes intérpretes, 2020).
- Orquesta Ciudad de Granada (OCG): creada en 1990 con formación sinfónica-clásica. Su oferta para un público joven se centra sobre todo en un público infantil y familiar. Pero cuenta con los ensayos abiertos, a través de los cuales explican la preparación de los conciertos de forma más personal y distendida a su público joven y adulto. Entre los objetivos de esta propuesta se encuentra el acercar la labor de los músicos y del director de orquesta, ayudar a conocer su funcionamiento y disfrutar de la música sinfónica en vivo. Una forma de apoyar la educación en música clásica desde una perspectiva más didáctica que la de asistir a un concierto sin tal extra (Orquesta Ciudad de Granada, 2019).
- Orquesta Filarmónica de Málaga (OFM): creada en 1991 es la nueva denominación que recibe la Orquesta Ciudad de Málaga. Su programación no se quiere limitar a la de los abonados, sino que ha desplegado propuestas paralelas como su ciclo *La Filarmónica frente al mar*, diseñado para atraer nuevos públicos y jóvenes de especial proyección artística (Orquesta Filarmónica de Málaga, 2020).
- Real Orquesta Sinfónica de Sevilla (ROSS): creada en 1990. Su repertorio además de contar con producciones de ópera, zarzuela, y ballet, tanto clásico como español y contemporáneo, también presta atención a repertorios menos usuales como la música de cine y la música popular. Entre sus próximas actuaciones y dirigidas a un público más joven se encuentra *Una noche de Rock Desesperada*. Una propuesta en la que asisten diferentes artistas acompañados por la orquesta sevillana para cantar los éxitos del Rock Andaluz (Real Orquesta Sinfónica de Sevilla, 2020).

Una noche de
ROCK
Desesperada

Sinfonía del Rock Andaluz
Pepe Roca y Arriegas

con la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla
dirigida por Fran Escobar
con la colaboración de Carlos Herrera

Arcángel
David de María
Manuel Lombo
Lorena Gómez 27/02
Niño de Pura



Fibes Sevilla
27/28
de Febrero

Pepe Roca
Manuel
27/02 **Carrasco**

Diana Navarro
Medina
Azahara
Argentina
Eva
Yerbabuena
Manuel Imán
Guadalquivir
Joana
Jiménez
María
Espinosa

y la participación de la A.M. Sta. M.ª de la Esperanza



Real Orquesta Sinfónica de Sevilla. (2020). Una noche de Rock Desesperada. [Ilustración].
Recuperada de:
http://www.rossevilla.es/actividades/1/571_UNA_NOCHE_DE_ROCK_DESESPERADA.html

Nacional

A nivel nacional, es cierto que las orquestas españolas cubren las necesidades de jóvenes talentos tanto a nivel académico como formativo, ya sea a través de los numerosos conservatorios de música o por las diferentes orquestas jóvenes que se han constituido en los últimos años con el fin de ofrecerles una oportunidad de formarse en una etapa previa a su carrera profesional. Además de las regionales ya mencionadas, un ejemplo nacional sería la Joven Orquesta Nacional de España (JONDE) creada en 1983 como organismo dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y perteneciente al Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música.

En cuanto a las orquestas que llevan a cabo acciones o repertorios que puedan llegar a todos los públicos, incluido los jóvenes, son la Orquesta y Coros Nacionales de España (OCNE) y Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña.

La Orquesta y Coros Nacionales de España (OCNE) con sede en Madrid, aunque no cuente con un apartado para jóvenes exclusivamente en su página web, cuenta con programaciones adaptadas a este público. Está formado tanto por obras clásicas como populares. Buscan el disfrute, pero también el aprendizaje como una forma de conectar con la audiencia. Algunas de ellas son las siguientes:

- *Intersección orbital «el pop en la música de cámara»*, con obras de Sting, The Rolling Stones, The Beatles, Elvis Costello y David Bowie (Orquesta y Coros Nacionales de España, 2020).
- *From Bach To Radiohead*. Se trata de un espectáculo musical que recopila piezas que van desde el siglo XVII hasta nuestros días, pasando por la música clásica, el flamenco, el jazz o el rock. Una oportunidad de acercar a los jóvenes al mundo de la música, ya que está dirigido a diferentes perfiles, desde el más melómano, al profano curioso, al aficionado del rock o del jazz. Cuenta con un repertorio variado y con diferentes compositores como: *Toccata en Re menor* J. S. Bach, *Fade Out* de Radiohead, *No surprises* de Radiohead, *La Danza (Tarantella Napolitana)* de G. Rossini, *Zyryab* de Paco De Lucía, *Hyperballad* de Björk o *Garganta con arena* de Cacho Castaña (Orquesta y Coros Nacionales de España, 2020).

En Cataluña encontramos la Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña, la cual cuenta con el apartado OBDPops. Es una propuesta para escuchar música clásica de manera diferente, con programaciones que van más allá de los repertorios más clásicos, como proyecciones de películas con la banda sonora interpretada por la orquesta a su vez en directo, o conciertos de la misma orquesta a pie de playa. Algunos ejemplos concretos de esto son:

- Concierto de la OBC en la playa de San Sebastián en la Barceloneta. Se trata de un concierto sinfónico a la orilla del mar al cual se puede asistir mediante la inscripción a un sorteo. Es una forma diferente y atractiva de disfrutar de un concierto repleto de clásicos como Rimsky-Korsakov y *Capricho español*, Borodín y *El príncipe Igor: Danzas polovtsianas*, Dvorák y *Danzas Eslavas, núm. 8 en Sol menor (Presto)*, o Brahms y *Danza húngara n.º 5 en Sol menor* (Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña, 2020).
- Proyección de una película como *Pesadilla antes de Navidad* en pantalla gigante acompañada de la Banda Sonora Original interpretada en directo por la OBC (Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña, 2020).
- Proyección de la película *Una Odisea del Espacio* con la Banda Sonora Original interpretada en directo por la OBC. Una película del espacio en la que la música clásica que suena en ella del famoso Richard Strauss se han acabado convirtiendo en un icono sonoro de la historia del cine. Una forma de conectar música y cine y hacer que quede en nuestra memoria por siempre (Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña, 2020).

A continuación se destacarán diferentes acciones interesantes que otras orquestas de España han llevado a cabo para conectar con los más jóvenes.

La Orquesta Sinfónica de Castilla y León (OSCYL) también apuesta por conciertos extraordinarios, en los que ofrecen repertorios como:

- El concierto conmemorativo a Jesús López Cobos en el que mezclan música clásica con obras más modernas de jazz, entre las que encontramos canciones como *Rhapsody in blue* o *Danzas sinfónicas de West Side Story* (Junta de Castilla y León, 2019).

- También ofrecen *Música de Cine de Superhéroes*, en el que la orquesta interpreta diferentes bandas sonoras de películas tan míticas como las del compositor John Williams para *Indiana Jones* además de otros muchos como Danny Elfman con *Batman* y *Spider-Man*, Joe Harnell y *El increíble Hulk* o Rupert Gregson-William y *Wonder Woman* (Junta de Castilla y León, 2020).

SUPERHÉROES

MÚSICA DE CINE



Junta de Castilla y León. (2019). *Ciclo de Conciertos Extraordinarios*. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.oscyl.com/eventos/temporada/temporada-2019-2020/ciclo/conciertos-extraordinarios/>

En el País Vasco la Euskadiko Orkestra ha realizado videoclips en los que la orquesta acompaña a un artista popular, como por ejemplo la colaboración que llevaron a cabo con la cantante vasca Izaro de 26 años.



Euskadiko Orkestra / Basque National Orchestra (2019). *Errefuxiatuena. Izaro - Euskadiko Orkestra - Fernando Velázquez*. [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=I6m80P-Redg>

La Orquesta Sinfónica Balear ofrece algunos conciertos extraordinarios con repertorios de bandas sonoras como *Star Wars*, *La Bella y la Bestia* o *Juego de Tronos*, pero también en los que colaboran con artistas como Raphael (Consellería Presiència, Cultura I Igualtat. Fundació Orquestra Simfònica Illes Balears, 2019).

La Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia ha apostado por encuentros de la directora, los solistas y los músicos con el público, para comentar detalles y curiosidades de las obras a interpretar. Además, cuenta con una sección de Conciertos Canallas de la Ösrn, en la que presentan una orquesta mucho más divertida y cercana. Algunos ejemplos de esta sección son *Joaquín Reyes y la Ösrn*, y el *Concierto para Zapata y orquesta*. En el primero, el cómico Joaquín Reyes, realiza un repaso de la historia y curiosidades de la música clásica acompañado por las interpretaciones la orquesta de las piezas musicales mencionadas. El segundo de trata

de un show en el que se parodian algunos clichés de la música clásica de la mano del actor Paco Mir y en el que se interpretaran obras de Rossini, Beethoven, Verdi, Mozart (Ösrm. Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia, 2020).

Internacional

En Gran Bretaña, otro de los entrevistados por parte de Higuera (2015, p. 281) relata cómo algunos conciertos eran interactivos. El público asistente podía hacer preguntas directamente tanto a los músicos como a los directores, así como subir al escenario y ver los instrumentos de cerca, creando mayor interés entre los jóvenes.

Además, en Londres se realiza los famosos *Proms* de la BBC, que son conciertos de música clásica orquestal, en los que en ocasiones recurren a repertorios más actuales, composiciones de jazz o incluso experimentales. Estos conciertos se caracterizan por ser más baratos, más informales, en los que se puede estar de pie, comer, beber o incluso fumar (Admin, 2019).

Son menos estrictos y cercanos al público más joven. Se realizan en el Royal Albert Hall de Londres. Están a cargo de la BBC Philarmonic Orchestra, aunque participan otras muchas orquestas como invitadas a este festival (Gorlinski, s.f).

Este festival acoge propuestas muy novedosas como la que se llevó a cabo en 2015 a manos del DJ, productor y locutor de la BBC Radio 1, Pete Tong, el cual rindió homenaje a la música de baile y al espíritu Ibiza en un gran concierto acompañado por la *Heritage Orchestra* (Del Amo, 2017).



BBC Radio 1 (2015). *The Radio 1 Ibiza Prom*. [Vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=xs3BXVTF7mw&feature=emb_title



BBC Radio 1 (2015). *The Radio 1 Ibiza Prom*. [Video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=xs3BXVTF7mw&feature=emb_title

También celebran los *Proms in the Park*, la versión moderna de los *Proms*. Son conciertos con programas más amenos, con algún componente pop, o de música de cine. Se celebran en verano en el parque y son conciertos a los que asiste mucha gente, en los que incluso se usan pantallas para poder seguir el concierto desde lejos. A ellos, acuden diferentes orquestas, entre ellas la *BBC Concert Orchestra* con conciertos en los que la música clásica se presenta de una forma muy diferente a lo normal, consiguiendo atraer a un gran número de espectadores (BBC, 2019).

Pero además de estas, en Inglaterra existe un gran número de orquestas, en su mayoría privadas, entre las que podemos destacar por sus repertorios y actividades las siguientes:

- Philharmonia Orchestra: entre su oferta de actividades se encuentra la posibilidad de asistir a los ensayos, charlas y conferencias, producciones digitales en sus conciertos, o repertorios más actuales como los que se pueden ver en *Music of today*: la música contemporánea y su proceso creativo se explica de la mano de los propios compositores (Philharmonia, 2020).
- Royal Philharmonic Orchestra: cuenta con la sección *What's On*, en la que ofrecen repertorios muy variados como: películas como *Titanic*, con la música interpretada en directo; *ABBAPhonic* interpretando sus grandes éxitos y animando a la gente a bailar; o un tributo a los mejores musicales de la historia con *Let's Face the Music, a tribute to the Great Musicals*, como *Gypsy*, *Cabaret*, *Oklahoma!*, *Shall we dance?*, *A star is born* y muchos más (Royal Philharmonic Orchestra, 2020).



Royal Philharmonic Orchestra. (2020). *Film Music Gala*. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.rpo.co.uk/whats-on/london-venues/locations>



Royal Philharmonic Orchestra. (2020). *Let's Face the Music*. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.rpo.co.uk/whats-on/london-venues/locations>



Royal Philharmonic Orchestra. (2020). *ABBA Phonic*. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.rpo.co.uk/whats-on/london-venues/locations>

- London Symphony Orchestra: su página web cuenta con diferentes opciones, entre las que destacan para un público joven secciones como *Half Six Fix*. En estos conciertos previamente puedes pedir bebidas o tomar algo. El director explica y describe lo que se está tocando de una forma muy atractiva y entretenida, para lo cual no es necesario tener un amplio conocimiento de música clásica. Muchos jóvenes acuden en grupos como una buena opción para salir y hacer algo diferente (London Symphony Orchestra, 2020).



London Symphony Orchestra. (2019). *Half Six Fix*. [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=AmaPanPU5TQ&list=PLTjZ3o6K-BOkmclfA58N4DETVFkJMTvkU&index=3>

La orquesta escocesa, también ha conseguido calar en la sociedad y ser reconocida como algo necesario y reconocida en ella. Uno de los entrevistados por parte de Higuera (2015, p.281), explica que cuando tocan un repertorio menos clásico apuestan por bandas sonoras de películas, que se realizan en espacios abiertos en los que la gente puede llevarse su propia comida y bebida. Además, el problema de la distancia en el escenario y el público lo solucionan a través de un diseño de un auditorio que permite que la orquesta esté integrada con el público asistente. En Escocia destacan dos orquestas: Royal Scottish National Orchestra y the Scottish Chamber Orchestra:

- Royal Scottish National Orchestra: tiene un apartado llamado *RSNO at Movies*, en el que celebran diferentes conciertos de bandas sonoras, no solo de películas, como *Indiana Jones*, *Superman* o *James Bond*, sino también de videojuegos, como *World of Warcraft*, *Pokémon*, *Resident Evil*, *Hitman* and *Super Mario*. (RSNO Scotland's National Orchestra, 2020).
- Scottish Chamber Orchestra: cuenta con secciones con charlas pre-concierto (Scottish Chamber Orchestra, s.f.)

Una clara diferencia que Higuera (2015, p. 304) extrajo de las entrevistas es la figura de un gestor socio-educativo cultural junto con un departamento específico socio-educativo y un departamento generador de actividades en la orquesta. En Gran Bretaña es muy común y normal que existan, a diferencia de España, y en concreto de la Orquesta de Córdoba, la cual no cuenta con tales departamentos.

Competencia indirecta

Respecto a la competencia indirecta, se consideraría cualquier espectáculo de música en directo, que sin ser música clásica, puede acaparar parte del mercado.

Andalocio la guía de Cultural de Córdoba (2020), contiene diferentes conciertos de música popular, de diferentes estilos musicales como flamenco, pop, rock, reggaetón, rap o *indie*. Sin embargo, en ocasiones estos espectáculos de música popular son acompañados por la propia Orquesta de Córdoba, por lo que más que competencia serían también posibles colaboradores. En la agenda de música y conciertos se celebran en la ciudad de Córdoba se encuentran los siguientes:

- Amaia. Teatro Axerquía
- Jose Antonio. Teatro Axerquía
- Maldita Nerea. Teatro Axerquía
- David Bisbal. Plaza de Toros
- Camela. Teatro Axerquía
- Julio Iglesias. Plaza de Toros
- Jose Luis Perales. Teatro Axerquía
- Sharif y Mxrgxn. Sala M100
- Pastora Soler. Teatro Axerquía
- Sfia Ellar. Sala M100
- Manolo Kabezabolo y Josetxu Piperrak - TRRB. Ambigú de la Axerquía
- Viva Suecia. Sala M100

También destacan festivales como:

- La Noche Blanca del Flamenco con actuaciones de Lin Cortés, Estrella Morente, India Martínez o Tomasito.
- Festival Puro Latino con Anuel AA, Farruko, Ñengo Flow, Bryant Myers, Lennis Rodríguez, Juan Magán, Miky Woodz, Danny Romero.
- El Festival de la Guitarra de Córdoba con artistas muy variados como: María Pagés, Marcin Dylla, Manuel Barrueco, Los secretos Sinfónico, Jorge Drexler, Miguel Poveda, Serrat, Vicente Amigo o Kiss (Festival de la Guitarra de Córdoba 2020, 2020). Otro ejemplo de festival en el que la Orquesta de Córdoba ha participado.

Análisis interno

Historia de la Orquesta de Córdoba

La Orquesta de Córdoba nace en 1992 con su primer concierto el 29 de octubre, bajo la dirección de su fundador Leo Brouwer y con el patrocinio artístico de Adolfo Marsillach y de Rafael Orozco. Desde entonces ha llevado a cabo más de 1800 conciertos por toda España, y como no, en diversos escenarios de Córdoba. También ha viajado más allá de las fronteras españolas llegando al *Megaron Concert Hall* de Atenas, la *National House* de Praga o la Sala Dorada de la *Musikverein* en Viena (Orquesta de Córdoba, 2020).

Cuenta con el apoyo de dos instituciones públicas, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Córdoba. Además, pertenece a La Asociación Española de Orquestas Sinfónicas (AEOS), la cual cuenta con 35 orquestas sinfónicas divididas en 31 asociadas, entre las cuales 28 son profesionales, 2 son orquestas de jóvenes y 1 es orquesta Internacional (AEOS, 2018).

A lo largo de la historia de sus actuaciones, ha estrenado obras de numerosos compositores nacionales e internacionales como Joan Albert Amargós, José García Román, Francisco Guerrero, Leo Brouwer, Jesús Villa Rojo, Luis Bedmar, Juan de Dios García Aguilera, José Susi López, Juan Medina, Arthur Dangel, Zulema de la Cruz, Raquel Jurado, Tomás Marco, Igmarr Alderete, Miguel A. Remiro Vega, Andrés Valero-Castells, María Teresa Prieto, Agustín Diassera, Manuel Marvizón, Santiago Báez, José M^a Sánchez Verdú, Lorenzo Palomo o Miquel Ortega. Esto sin contar con jóvenes compositores del Festival de Música Contemporánea de Córdoba y al Festival de Música Española de Cádiz (Orquesta de Córdoba, 2020).

La versatilidad de la Orquesta de Córdoba le ha permitido interpretar un amplio repertorio sinfónico, además de acompañar a ballets como el de Ballet de Mario Maya, el Ballet de Víctor Ullate, el Ballet Flamenco de Andalucía, el Scottish Ballet o el Royal Ballet de Londres. Entre su variado repertorio se encuentran obras desde el barroco hasta colaboraciones con artistas más actuales como Tomatito, Joan Manuel Serrat, Juan Manuel Cañizares, Estrella Morente, Luis Pastor, María Toledo, Raphael, Santiago Auserón o los grupos Los Secretos, Ronda dos Quatro Caminhos, o Medina Azahara (Orquesta de Córdoba, 2020).

Desde 1992, la Orquesta de Córdoba ha contado con diversos directores como Leo Brouwer, Gloria Isabel Ramos Triano, Manuel Hernández Silva, Lorenzo Ramos hasta llegar a la actualidad con el director titular Carlos Domínguez-Nieto. Además de otros muchos directores invitados de la talla de Carlos Prieto, Costas Cotsiolis, Cristóbal Halffter, Dimitri Ashkenazy, Dorian Wilson, Antoni Wit, Pedro Lavirgen, Edmon Colomer, Emilio Sagi, Enrique García Asensio, Gianandrea Noseda, Javier Perianes, Ruggiero Ricci, Montserrat Caballé, Jesús López Cobos, Inma Shara, María Farandouri, Odón Alonso, Max Bragado-Darman, Pilar Jurado, Sergei Tarasov, Vladimir Spivakov, Rosa Torres Pardo y un largo etcétera (Orquesta de Córdoba, 2020).

Hasta la fecha de hoy la Orquesta de Córdoba cuenta con 45 grabaciones publicadas - CD's sencillos, dobles y triples- para sellos como EMI, NAXOS (Marco-Polo), SONY, GHA, VERSO y otros. Ha colaborado en grabaciones de bandas sonoras de películas como *Extinction*, original de Sergio Moure, o del documental *Sueños de Sal*, de Óscar Navarro, la cual obtuvo un Goya en 2015 (Orquesta de Córdoba, 2020).

Entre los eventos en los que ha participado destacan los Encuentros Internacionales de Música Cinematográfica y Escénica de Sevilla, el Festival Internacional "Cosmopoética", la Noche Blanca del Flamenco, el Circuito Andaluz de Música, los Ciclos de Música Contemporánea de Málaga, la Bienal de Arte Flamenco de Sevilla, el Concurso de Canto "Pedro Lavirgen", de Priego, el Concurso Internacional de Piano "Premio Jaén", el Otoño Musical Soriano, el Festival de Música Española de Cádiz, el Encuentro de las Artes y las Letras de Iberoamérica, de Huelva, y diversos Festivales Internacionales de Música como los de Granada, Alicante, Lucena, Úbeda, Sanlúcar, Ayamonte, Segovia, Guadix, Santo Tirso (Portugal) o Marsella, además de ser habitual su presencia en el Festival Internacional de la Guitarra de Córdoba (Orquesta de Córdoba, 2020).

Dentro de su labor social y educativa, desde 1992 desarrolla programas que lleva a cabo gracias a la Delegación de Educación e Infancia del Ayuntamiento de Córdoba, a los convenios con el Conservatorio Superior de Música y la Orquesta Joven de Córdoba y de Andalucía, o las colaboraciones con la Universidad de Córdoba y la Diputación Provincial para la promoción y divulgación de la música en todos los ámbitos educativos a su alcance. Por otro lado participa desde 2012 en un Proyecto Social con el fin de acercar la música a públicos que no pueden acudir a sus conciertos por diferentes razones llevando a la orquesta a plazas, iglesias, calles, jardines, castillos y hasta en instalaciones deportivas. Sus grupos de cámara han salido a los patios de la ciudad, hospitales, residencias de ancianos, y a la prisión (Orquesta de Córdoba, 2020).

Organigrama Orquesta de Córdoba

El desarrollo del organigrama de la Orquesta de Córdoba se encuentra recogida en su página web y en la programación de cada año (Orquesta de Córdoba, 2020):

Director titular y artístico: Carlos Dominguez-Nieto

Director emérito: Leo Brouwer

Principal Director Invitado: Marco Guidarini

Violines primeros:

- Isel Rodríguez Trujillo, concertino
- Artaches Kazarian, ayuda de concertino
- Elena Ivanova Anguelova
- Evgeny Syrkin
- Linh Chi Hoang
- Igmarr Alderete Acosta
- José Miguel Ballester Vercher
- Pedro Pedraza Martínez
- Rafael Enrique López Velasco

Violines segundos:

- Eugenio B. Valdés Weiss
- Iouri Petrossian
- Alejandro Muñoz Aguilar
- Ángel Guzmán Corrochado
- Diego Barbieri Gordo
- José Antonio Peñarroja Torres
- María Teresa Gutiérrez Martín

Violas:

- Malgorzata Hojenska
- Jorge Adolfo Hernández Iznaga
- Dorin Petre Sima
- Mercedes Serrano Castejón
- York Hartwig Thomsen

Violoncellos:

- Vera Kuligina
- Deborah Jananne Yamak
- Diego Ruiz Conde
- Silvia Contreras Bermúdez

Contrabajos:

- Gabriele Friscia
- Nazaret Kiourtchian

- Saverio Ruggieri

Flautas:

- Laura Llorca Ponzoda
- M^a Amparo Trigueros Segarra

Oboes:

- Pau Rodríguez Hidalgo
- Sigrid Borghs

Clarinetes:

- Joaquín Haro Zamora
- Joaquín Calderón Ruiz

Fagotes:

- José Giner Romaguera
- Mariana Mosquera Costa
- Paulina Ferrer Garrofé

Trompas:

- Antonio Mompó Gil
- Gustavo Canet Estornell
- Jesús Miquel Villalba

Trompetas:

- Arturo García Espinós
- Fernando Rey García

Trombones:

- Rafael Martínez Guillén
- Juan Manuel Morat Pomar
- Francisco J. Ruiz Muro

Percusiones:

- Cristina Llorens Esteve
- Carolina Alcaraz

- Equipo de gestión y organización:
- Gerencia: Estefanía Montes Wizner
 - Secretaría: Yolanda Candela Morcillo
 - Programación: Antonia Jiménez Gámiz
 - Administración: Inés Carranza Berral
- Producción: Inmaculada C. Sepúlveda Rodríguez
 - Archivo-Edición: Antonio Moreno Ortega
 - Utilería-Inspector: José Antonio Figuerola Urbano
 - Comunicaciones: Rafael Carlos Padilla Jar

Presupuesto actual

El Ayuntamiento de Córdoba (2020) refleja el presupuesto del Consorcio Orquesta de Córdoba en 2019 fue de un total de 3.218.427,87 €. De ese total, el dinero destinado a “Publicidad y Propaganda” es de 14.945,96 €.

El presupuesto que ha tenido en el ejercicio de 2020 ha ascendido a 3.455.262,85 €, de los cuales 15.244,88 € se han destinado a “Publicidad y Propaganda”. Como vemos se trata de un presupuesto bastante ajustado, por lo que hay que tenerlo en cuenta a la hora de realizar la programación y las acciones de comunicación.

Programación 2019-2020

La temporada 2019-2020 se organiza en las siguientes categorías (Orquesta de Córdoba 2020):

- Temporada de Abono:
 - Concierto 1º de Abono “Felicidades”. Un concierto para conmemorar el 80 aniversario de Leo Brouwer, director y fundador de la Orquesta de Córdoba. Jueves 3 y viernes 4 de octubre de 2019.
 - Concierto 2º de Abono “Un Paseo Romántico”. Jueves 7 de noviembre de 2019.
 - Concierto 3º de Abono “Las mil y una Rusias”. Concierto adscrito al Festival de Piano “Rafael Orozco”. Jueves 28 y viernes 29 de noviembre de 2019.
 - Concierto 4º de Abono “Homenajes”. 12 de diciembre 2019
 - Concierto 5º de Abono “Un paseo al clasicismo”. Jueves 16 de enero de 2020.
 - Concierto 6º de Abono “Cuadros de una exposición”. Jueves 12 de marzo de 2020.
 - Concierto 7º de Abono “Semana Santa de Pasión”. jueves 26 y viernes 27 de marzo de 2020.
 - Concierto 8º de Abono “Aniversario Beethoven”. Concierto 250 aniversario del nacimiento de Ludwig van Beethoven. Jueves 16 y viernes 17 de abril de 2020.

- Concierto 9º de Abono “Tres Joyas, Tres Maestros”. Jueves 30 de abril de 2020
 - Concierto 10º “La Historia de un Soldado”. Jueves 14 y viernes 15 de mayo de 2020
 - Concierto 11º de Abono “Sinfonías Concertantes”. Jueves 4 de junio de 2020
 - Concierto 12º de Abono “Fiesta Latina”. Jueves 18 y viernes 19 de junio de 2020
- **Conciertos Extraordinarios**
- Concierto de presentación. Obras de Beethoven, Mozart, Ravel, Stravinski, Mendelssohn-Bartholdy y Luna entre otros. 21 de septiembre de 2019.
 - Concierto de navidad “Augusto, un ganso por navidad”. 22 de diciembre de 2019
 - Concierto de año nuevo. 1 y 2 de enero de 2020.
 - Concierto del día de Andalucía. 28 de febrero de 2020.
 - Concierto de zarzuela “El patio de los naranjos”. 27 de mayo de 2020.
- **Conciertos familiares**
- Las aventuras de mi amigo Pulcinella. Domingo 23 de febrero de 2020
 - El hombre de la Batuta. Domingo 19 de abril de 2020
 - El sueño de la gruta del Fingal. Domingo 10 de mayo de 2020.

Comunicación

Entre las herramientas de comunicación que tiene la Orquesta de Córdoba, destaca en primer lugar su página web, la cual ha sido actualizada recientemente. Cada dos años cambia la agencia de publicidad que se encarga de su comunicación, ya que sacan a concurso público las campañas de publicidad, y por otra parte, las acciones relacionadas con la figura de *community manager*.



Orquesta de Córdoba (s.f.). *Inicio*. Recuperado de: <https://orquestadecordoba.org/>

Además de la página web, cuenta con perfil en varias redes sociales, los cuales comparten la identidad corporativa de esta temporada:

- Facebook: 4977 seguidores. Su página de Facebook junto con Twitter son las redes sociales con más seguidores.
- Instagram: 165 seguidores. Es la más reciente, creada en abril de 2020 y por lo tanto, la que menos contenido tiene hasta la fecha. Las imágenes que utilizan son de calidad.
- Youtube: 8923 visualizaciones. A pesar de tener 3 años desde su primera publicación, no cuenta con mucho contenido hasta la fecha. El contenido de los vídeos son actuaciones completas de la orquesta o resúmenes de las mismas.
- Twitter: 1642 seguidores. Mantiene un uso regular, y como se ha visto, es de las redes sociales más activas. Su contenido está relacionado con la programación de la orquesta y los diferentes conciertos que ofrece, además de compartir información de actos y eventos importantes en los que participa.

Para sus campañas de publicidad, además de la presencia *online* ya mencionada, suelen apostar por el uso de publicidad exterior (cartelería, marquesinas, autobuses o puestos de información del Ayuntamiento de Córdoba), la publicación de alguna revista como la del 25 aniversario, y en alguna ocasión campañas en radio.

También cuenta con todo lo relacionado con la papelería corporativa como las propias entradas, folletos o programas de mano, y en ocasiones ofrecen algún tipo de *merchandising* corporativo.



Orquesta de Córdoba. *Fotos. [Ilustración].*
Recuperado de:
<https://www.facebook.com/OrquestadeCordoba/photos/a.588336521180427/2900675826613140/?type=3&theater>



Orquesta de Córdoba. *Fotos. [Ilustración].*
Recuperado de:
<https://www.facebook.com/OrquestadeCordoba/photos/a.588336521180427/2378571305490264/?type=3&theater>

En cuanto a la cartelería, es uno de los formatos de comunicación que más utilizan para difundir los diferentes conciertos por sus redes sociales. Hay que señalar que los conciertos extraordinarios no tienen por qué seguir la identidad visual de cada temporada. A continuación se puede ver algunos ejemplos para conciertos extraordinarios.



Orquesta de Córdoba. Fotos. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/OrquestadeCordoba/photos/a.588336521180427/3562137457133637/?type=3> &theater



Orquesta de Córdoba. Fotos. [Ilustración]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10210093219318820&set=o.588097091204370&type=3&theater>

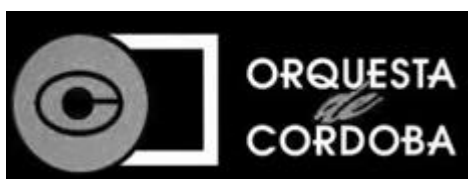
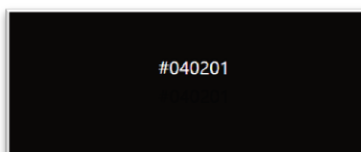
Señas de identidad visual

El signo visual es el elemento más estable, presente en todos y cada uno de los soportes de comunicación de la marca. Este signo es el que se ha utilizado desde que nació la Orquesta de Córdoba en 1992. Se trata de un imagotipo, formado por el isotipo y por el logotipo, que aunque se pueden separar, lo más normal es verlos juntos.

En cuanto al logotipo, utiliza una tipografía sin serifa para “ORQUESTA CORDOBA”, de palo seco, junto con el “de”, en estilo *script* que funciona de unión. El símbolo representa el teatro junto con las letras O y C en su interior.



Los colores corporativos son el negro, blanco y el rosa. Sin embargo, el color del signo visual cambia en función de las necesidades visuales, y de los colores usados en cada temporada.



La versión del signo visual en negativo



El signo visual con el color de la programación 2019-2020

Hay que señalar que cada dos años cambia la identidad visual de la Programación, en función de la temporada. Por ejemplo, esta temporada 2019-2020, y al igual que la anterior (2018-2019), intercalan el uso de tipografía con serifa y sin ella, junto con el uso de colores pasteles.

Identidad visual de la temporada 2019-2020:



Orquesta de Córdoba (s.f.). *Inicio*. Recuperado de: <https://orquestadecordoba.org/>

Público objetivo actual

Tras analizar el mercado y el panorama actual de las orquestas, el público objetivo de la Orquesta de Córdoba se puede segmentar siguiendo factores de tipo demográfico, geográficos, sociodemográficos y psicográficos, de forma que podamos entenderlo y conocerlo de forma completa.

Después de hacer un análisis de la competencia, ver cómo está actualmente el mercado y contemplar la programación y la oferta disponible en la Orquesta de Córdoba, su público se distingue principalmente en dos: un público adulto y un público infantil.

Por una parte, el público adulto de entre 35-65 años y más, es el principal público de la orquesta. Este target se caracteriza por tener un nivel socioeconómico medio-alto y la ocupación mayoritaria es de trabajadores y jubilados. Son personas con un nivel educativo alto y medio-alto, que están interesadas en la música, en concreto en la clásica, y que buscan, o bien disfrutar de un concierto, o bien tienen inquietudes y ganas de ampliar su conocimiento en este ámbito.

Por otra parte, el público infantil de entre 6 y 14 años cuenta con una oferta a la que pueden asistir tanto en familia como con el colegio. Suelen ir por iniciativa de sus padres o del centro de estudios más que por iniciativa propia.

Generalmente el público pertenece a la provincia de Córdoba.

Como se puede observar, no llegan a una parte de la población: los jóvenes.

DAFO

DEBILIDADES

- La imagen y el repertorio de la Orquesta de Córdoba no conecta con el público joven y su vitalidad natural
- Su actividad educativa se acaba centrando en un público infantil o en riesgo de exclusión
- Presupuesto ajustado en general, lo que le dificulta realizar campañas y acciones de penetración en un público joven
- Bajo presupuesto para acciones de publicidad
- Complejidad de entender la música clásica para una amplia parte de la población
- El público joven no tiene interés en la música clásica y se califica como “la de los adultos”
- No tiene sede propia

FORTALEZAS

- Imagen de prestigio
- Es la única orquesta con tal capacidad y calidad de toda la provincia de Córdoba
- Cubren acciones a nivel educativo y formativo
- Gran versatilidad y capacidad de interpretación de obras de gran dificultad
- Gran impacto en directo
- Cuenta con el apoyo de dos instituciones públicas
- Cuentan con la posibilidad de colaborar con otras orquestas y directores artísticos
- Las buenas relaciones con su entorno cultural y otras instituciones ha hecho posible la interpretación de repertorios muy específicos y característicos de la región, como marchas procesionales o conciertos de guitarra flamenca.

AMENAZAS

- Los jóvenes no ven necesarias las orquesta sinfónicas
- La música popular puede acaparar los espectáculos en un futuro
- La desaparición de la propia Orquesta de Córdoba
- Fuerte competencia de música popular
- Inestabilidad política y económica que repercute en los presupuestos

OPORTUNIDADES

- Ampliación de la oferta de conciertos y programación
- Llegar a otros públicos además de los que ya tienen
- Buscar nuevos colaboradores no explotados hasta la fecha que encajen con el público objetivo joven

Propuesta para la programación 2020-2021

A continuación, se propone incluir dentro de la programación 2020-2021 de la Orquesta de Córdoba un **concierto extraordinario** con un formato diferente y dirigido a un público joven. Dicho concierto será el centro de la campaña y de las acciones que se desarrollan en este trabajo con el fin de ayudar a su promoción.

Idea

El espectáculo seguirá la línea de representar e interpretar los genios clásicos como auténticos rebeldes de su época, mostrando su lado más humano, con el fin de desmitificar a estos artistas cuya imagen de perfección, complejidad y virtuosismo aleja a los más jóvenes.

El objetivo del concierto es revelar qué hay detrás de los más grandes compositores, dando a conocer sus comportamientos y estilos de vida que puedan conectar con la juventud. Como hemos visto en la investigación, para profundizar en esa conexión, entender es algo fundamental.

Para ello, la orquesta colaborará con el *youtuber* Jaime Altozano, quien hará de maestro de ceremonias, relatando las desconocidas vidas de los grandes músicos y explicando los éxitos de estos compositores de una forma dinámica y divertida. Además, dará algunas claves para comprender mejor cada obra y poder llegar a entender mucho mejor qué las hace tan especiales y qué emociones pueden llegar a activar.

Para cada explicación, Jaime Altozano será acompañado por las interpretaciones en vivo de dichas obras a cargo de la Orquesta de Córdoba.

El fin de este concierto es abrir las puertas a un público joven hacia un mundo desconocido con mucho que contar.

Repertorio

El repertorio final será escogido de acuerdo a las posibilidades de la orquestas, entre Jaime Altozano y el director artístico de la Orquesta de Córdoba, Carlos Domínguez-Nieto. Dentro del mismo no faltarán grandes clásicos como Bach, Beethoven, Mozart o Chopin y la opción de intercalar piezas más actuales de artistas que hayan sampleado² dichas obras, o que se hayan utilizado para bandas sonoras de alguna película. Como por ejemplo, el sampleado que hizo Beyoncé de *Ave María* de Schubert, o el uso de la música de Chopin en películas como *El Show de Truman* o *Star Trek*.

² Samplear: es un anglicismo que en música significa tomar alguna melodía, trozo de canción o un fragmento de una composición para utilizarla en otra con algunas variaciones.

Lugar

Se optará por un concierto al aire libre, siendo el Teatro de la Axerquía de Córdoba el lugar idóneo para ello, con un aforo de 3800 personas. Además, se contará con diferentes barras de bebida y comida accesibles antes, durante y después del concierto.

Toda la ambientación y la escenografía irán acorde con el espíritu rebelde y juvenil de esta propuesta. Además, todo el personal del teatro irá con las camisetas del concierto para ayudar a la proyección de la imagen del mismo.

Colaboradores

Además de colaborar con Jaime Altozano para dar una imagen más joven, en este concierto, la Orquesta de Córdoba colaborará con la Orquesta Joven de Córdoba, y en el caso de que el repertorio requiera de músicos solistas, serían intérpretes de la Orquesta Joven, elegidos mediante una previa selección.

Precio entradas

El precio de las entradas será acorde a la capacidad económica del público objetivo, siendo un precio que ronde los 5-10 €. Con este precio se busca que pueda asistir el mayor número posible de público joven.

Plan de Comunicación para el concierto

Identificación del público objetivo

La identificación del público objetivo se ha realizado atendiendo a factores geográficos, demográficos y psicográficos.

Geográficos	Provincia de Córdoba Población: urbana
Demográficos	Edad: 18-35 años Generación: Y (<i>millennials</i>) y X Sexo: mujer, hombre, otro Nivel de ingresos: bajo, medio, medio-alto Ocupación: estudiantes, trabajadores, parados Nivel educativo: medio, medio-alto
Psicográficos	Gran presencia en redes sociales. Le gustan los conciertos al aire libre y hacer algo diferente para romper con la rutina. Persona curiosa y con ganas de conocer algo más sobre música.

Objetivos de comunicación

- Dar a conocer el concierto como un concierto de música clásica no convencional.
- Cambiar la percepción del concierto de música clásica aburrido y estirado para mayores.
- Despertar interés en los jóvenes y aumentar su participación en las redes sociales de la Orquesta de Córdoba.

Estrategia publicitaria

- ➔ Dar a conocer la faceta más rebelde y desconocida de los músicos clásicos.

Concepto creativo

- ➔ “Clásicos rebeldes”

La campaña gira en torno al concepto de “clásicos rebeldes”, con el fin de mostrar la faceta más rebelde y desconocida de los compositores de música clásica y sus grandes éxitos. Para la denominación del concierto se utiliza este mismo concepto como nombre promocional y oficial: “Concierto Clásicos Rebeldes”.

Con este concepto se pretende apelar a la parte más rebelde y humana de los clásicos, lo cual permite conectar con los valores de los más jóvenes.

Acciones de comunicación

Para la promoción del concierto se llevará a cabo una campaña organizada en dos fases:

- Fase 1: para generar intriga e interés
- Fase 2: para dar a conocer el concierto.

En ambas se busca una mayor participación de los jóvenes en las redes sociales de la Orquesta de Córdoba. Para su aplicación, se ha tenido en cuenta el presupuesto limitado de la orquesta, por lo que se ha descartado opciones de presupuestos elevados como *spots* y se han utilizado los formatos que suelen emplear: gráficas y promoción en redes sociales.

Fase 1

La primera fase busca provocar intriga e interés entre los jóvenes acerca de algo nuevo que llega a la Orquesta de Córdoba, pero que todavía se desconoce el qué.

Acciones

Mupis

Con el fin de promocionar que próximamente llega algo nuevo, se anuncia a los “Clásicos Rebeldes” que próximamente llegan a la orquesta. Para generar impacto se han usado diferentes frases y datos impactantes de músicos clásicos que lleguen a captar la atención del público que los vea, siguiendo la línea de mostrar su lado más rebelde y desconocido. Para el *copy* se utiliza expresiones que conecten sobre todo con un público *millennial*.

Para satisfacer la curiosidad de las gráficas, hay que meterse en el perfil Twitter de la Orquesta para descubrir a qué se refieren y qué hay detrás de ellas.

Son un total de 5 gráficas que se dispondrán en mupis y marquesinas de las localizaciones y fechas señaladas en el plan de medios.


CLÁSICOS REBELDES

Bach

30 días encerrado en la cárcel por perseguir sus sueños



¿Quieres saber más?


@OrquestadeCO 

CLÁSICOS REBELDES

Rachmaninov

con esas manos repartía buenas galletas




¿Quieres saber más?
@OrquestadeCO 

CLÁSICOS REBELDES

*Ya había Beethovers
antes que believers y potterianos*




¿Quieres saber más?
@OrquestadeCO 

CLÁSICOS REBELDES

Mozart

"Te deseo buenas noches primo, caga a gusto en tu cama hasta hacerla pedazos"




¿Quieres saber más?
@OrquestadeCO 

CLÁSICOS REBELDES

Schubert
también conocido como er' seta



¿Quieres saber más?
@OrquestadeCO 



Ejemplo de mupi con gráfica de Schubert

Redes sociales

Las publicaciones en el perfil de Twitter de la Orquesta de Córdoba serán la continuidad de las gráficas. Para conocer al completo la realidad que se esconde tras ellas, los usuarios interesados deben acudir a la descripción del tweet concreto en el que se explica. Además, disponen de un enlace que deriva a una *playlist* del concierto con los temas más conocidos de los compositores clásicos. Se publicarán dos cada semana, así deben estar atentos a los tweets de la orquesta para desvelar el resto.

- Descripción de la gráfica Mozart: Sí, es una frase verídica escrita por el propio Mozart en una carta que le envió a su primo. La mayoría de sus bromas se basaban en un humor escatológico, es decir, le encantaba todo lo relacionado la fisiología del cuerpo humano y sus actos, como la defecación, la flatulencia o la micción. Pero a pesar de ser un desastre para algunas cosas, en la música no se puede negar su genialidad. ¡Síguenos para no perderte nada!

Puedes escuchar algunos de sus mejores temas en la *playlist* de clásicos rebeldes: <https://open.spotify.com/playlist/39NETJcVAv0oOQRjpo8mlw?si=ss9LYrKaQF6yXWQGa3funA>

- Descripción de la gráfica de Beethoven: Su imagen de romántico y melancólico sirvió de inspiración para muchos artistas que lo plasmaban en retratos y esculturas que se hicieron muy famosas, al igual que los posters de la SuperPop. Además, Beethoven fue todo un rompedor. Cuando todos seguían las mismas normas, él decidió ir a contracorriente, haciendo cosas que nunca antes se habían hecho. Una auténtica estrella de rock. ¡Síguenos para no perderte nada!

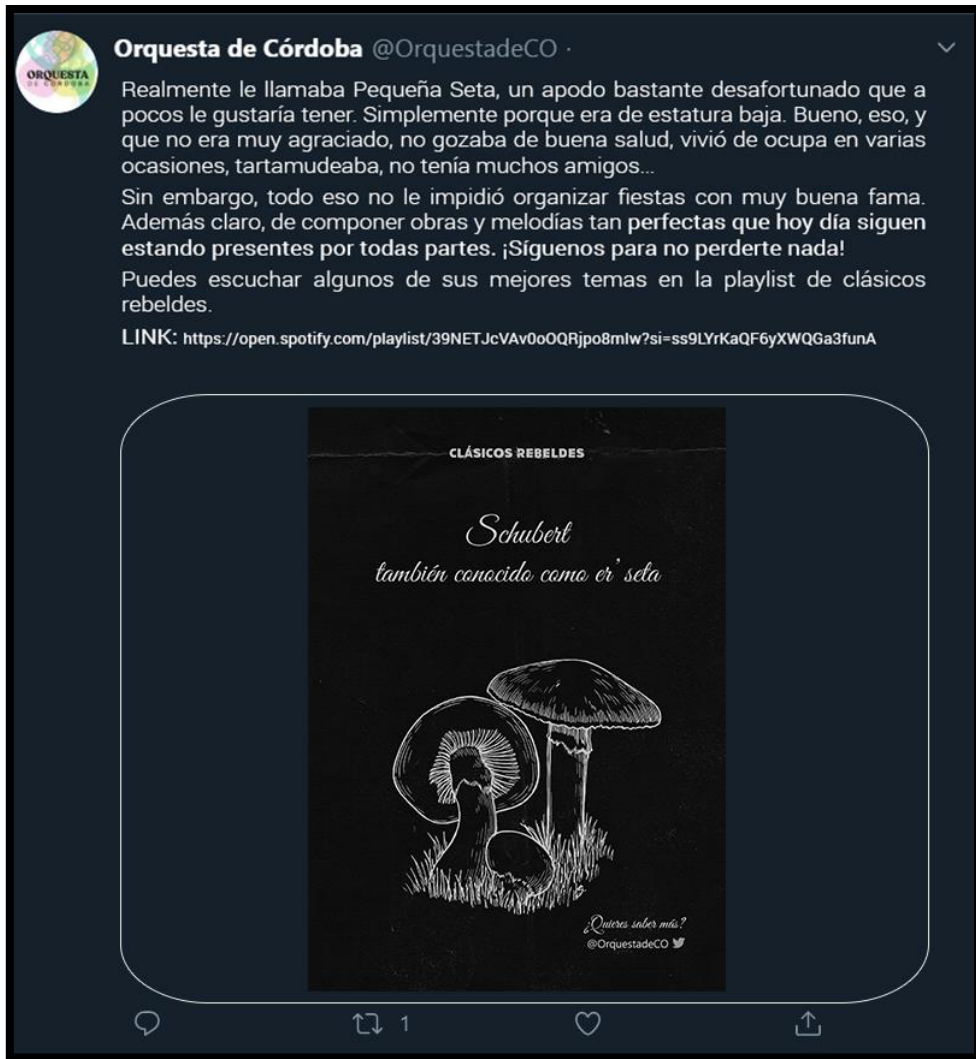
Puedes escuchar algunos de sus mejores temas en la *playlist* de clásicos rebeldes: <https://open.spotify.com/playlist/39NETJcVAv0oOQRjpo8mlw?si=ss9LYrKaQF6yXWQGa3funA>

- Descripción de la gráfica de Schubert: Realmente le llamaban Pequeña Seta, un apodo bastante desafortunado que a pocos le gustaría tener. Simplemente porque era de estatura baja. Bueno, eso, y que no era muy agraciado, no gozaba de buena salud, vivió de ocupa en varias ocasiones, tartamudeaba, no tenía muchos amigos... Sin embargo, todo eso no le impidió organizar unas fiestas con muy buena fama. Además claro, de componer obras y melodías tan perfectas que hoy día siguen estando presentes por todas partes. ¡Síguenos para no perderte nada!

Puedes escuchar algunos de sus mejores temas en la *playlist* de clásicos rebeldes: <https://open.spotify.com/playlist/39NETJcVAv0oOQRjpo8mlw?si=ss9LYrKaQF6yXWQGa3funA>

- Descripción de la gráfica de Bach: Bach trabajaba como músico de la corte en la ciudad de Weimar. Sin embargo, no era un trabajo que le diese la libertad musical que necesitaba. Tras ser rechazada su petición de renuncia, siguió insistiendo hasta que el duque de Weimar lo mandó encarcelar. Un mes es el tiempo que pasó entre rejas por querer dejar el curro. ¡Síguenos para no perderte nada!

Puedes escuchar algunos de sus mejores temas en la *playlist* de clásicos rebeldes: <https://open.spotify.com/playlist/39NETJcVAv0oOQRjpo8mlw?si=ss9LYrKaQF6yXWQGa3funA>



Ejemplo de publicación en Twitter



Playlist Clásicos Rebeldes

Fase 2

Tras la primera fase de intriga, esta segunda fase se encargará de revelar que Clásicos Rebeldes es el nuevo concierto extraordinario de la Orquesta de Córdoba para los más jóvenes de la ciudad. Por otro lado se busca aumentar la participación en redes sociales del público objetivo a través de un concurso. También se publicará el *banner* del concierto en la página web de la orquesta.

Acciones

Mupis

Para la promoción del concierto se hará un cartel oficial del concierto *Clásicos Rebeldes*. En dichos carteles se anunciará los colaboradores y la fecha, lugar y hora del concierto.

El objetivo es darlo a conocer aportando información sobre los colaboradores que vienen a dicho concierto. Entre ellos, el nombre de Jaime Altozano, un potente reclamo para captar el interés del público objetivo. Tras su lanzamiento el público ya conocerá el concierto.

CLÁSICOS REBELDES

-CONCIERTO EXTRAORDINARIO-

BEETHOVEN

MOZART

CHOPIN

BACH

SCHUBERT



**15
MAYO**

20:30 H

**TEATRO
AXERQUÍA**

JAIME ALTOZANO
ORQUESTA DE CÓRDOBA

DESCUBRE EL LADO MÁS REBELDE Y DESCONOCIDO DE LOS CLÁSICOS



Cartel promocional del concierto



Ejemplo de mupi con cartel promocional del concierto

Página web

Se realizará un banner para la página web oficial de la Orquesta de Córdoba con la información del cartel promocional y el acceso a la compra de las entradas.



Redes Sociales

La campaña gráfica se reforzará con diferentes acciones por redes sociales.

También se publicará el cartel promocional del concierto tanto en Twitter, Facebook y en los *stories* de Instagram de la Orquesta de Córdoba y así no interferir en la identidad de solo fotografías de gran calidad en la cuenta de Instagram.

Concurso

Además, se llevará a cabo un concurso por RRSS con el fin de conseguir seguidores más jóvenes en los diferentes perfiles de la orquesta.

Se trata de un concurso creativo en el que se busca incentivar la participación de los jóvenes. En él, los participantes deben dibujar, hacer un collage o un montaje fotográfico en el que plasmen cómo serían los clásicos en la actualidad. ¿*Influencer*? ¿*Youtuber*? ¿*Trapero*?

Los más originales y creativos serán seleccionados para posteriormente ser publicados, con el consentimiento del participante, en las redes sociales oficiales de la Orquesta de Córdoba. Además, ganará dos entradas dobles totalmente gratis para el concierto Clásicos Rebeldes, junto con un vale para consumir en el recinto.

Se podrá participar en tanto en Instagram como en Facebook.

Requisitos para participar:

- Seguir el perfil de la Orquesta de Córdoba en Instagram y Facebook
- La participación podrá realizarse desde el día 1 al 15 de abril de 2021
- El contenido puede ser un dibujo, ilustración, *collage*, montaje fotográfico en las que se vean a los clásicos en la actualidad, siguiendo modas actuales o en situaciones de hoy día.
- En la descripción de la foto debe mencionarse la cuenta de la Orquesta de Córdoba junto con el *hashtag* #ClásicosRebeldes

¡ CONCURSO CREATIVO !

#CLÁSICOSREBELDES

La Orquesta de Córdoba te reta a representar al músico clásico que tú prefieras, pero actualizados.

¡Los más creativos ganarán dos entradas dobles y un vale de consumiciones para el concierto!

1. SIGUE A LA ORQUESTA

@orquestadecordoba

2. PUBLICA TU IDEA

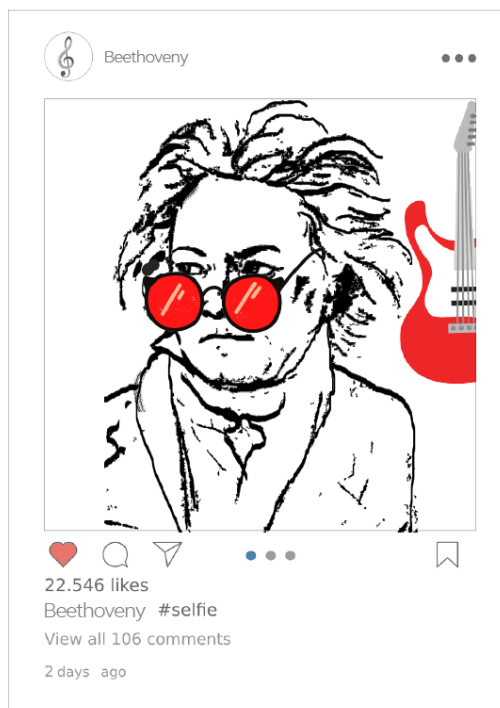
Un dibujo, collage, montaje fotográfico ¡Lo que prefieras!

3. MENCIONA A LA ORQUESTA

Así podremos ver tu propuesta Usa nuestro hashtag #clásicosrebeldes

Participa del 1 al 15 de abril
El 22 de abril se publicará el/la ganador/a

¿Y tú? ¿Cómo te los imaginas?



Merchandising del concierto

Como *merchandising* del concierto se venderán camisetas en diferentes colores y tallas con el logo principal. Estas camisetas se podrán adquirir en las diferentes barras instaladas en el Teatro de la Axarquía. Para animar su venta, el personal de sala del teatro (técnicos de sonido, técnicos de luces, camareros, acomodadores...) llevarán como uniforme estas camisetas promocionales. Así, no solo animará su venta, sino que también ayudará a la ambientación y la proyección de la imagen del concierto.



Estrategia de medios

La campaña centra su comunicación en redes sociales y cartelería exterior.

Exterior

Tanto para las gráficas de la fase 1 como las de la fase 2, se utilizan localizaciones muy concurridas para obtener notoriedad, y zonas con gran afluencia del público objetivo de la campaña, como los alrededores de las facultades de la Universidad de Córdoba y de Loyola, avenidas y calles céntricas y la estación de trenes de Renfe.

Mupis:

- Primera campaña: circuito de 10 soportes (2 para cada tipo)
- Segunda campaña: circuito de 10 soportes

Localizaciones Campaña 1 y 2:

- Plaza de las Tendillas de Córdoba
- Avenida Libertad
- Paseo de la Victoria
- Plaza de la Corredera
- Facultad de Medicina
- Facultad de Filosofía y Letras
- Facultad de Ciencias del Trabajo
- Universidad de Loyola
- Estación de Renfe
- Campus de Rabanales

Redes sociales

Las redes sociales de la Orquesta de Córdoba se utilizarán para reforzar la campaña gráfica y para aumentar la participación de gente joven en ellas aprovechando el interés generado a través del concierto.

Para cubrir las diferentes cuentas con las que cuenta la orquesta, las acciones se distribuyen entre las principales que posee: Instagram, Facebook y Twitter.


En Twitter se desvelará cada cierto tiempo lo que hay detrás de cada una de las gráficas de la campaña de intriga, por lo que habrá que estar atentos a su cuenta si queremos saber más.

En Instagram y Facebook se realiza el concurso, con el objetivo de aumentar los seguidores en Instagram, al ser la que menos tiene hasta la fecha, y por otro lado aprovechar los que ya tienen en Facebook para su difusión. Para participar en el concurso, se puede a través de cualquiera de las dos, siguiendo los requisitos especificados en las bases del concurso.

En todas se publica y anuncia el concierto junto con el acceso a la página web para comprar las entradas. Además, para aprovechar la capacidad de llegar a un público joven de Jaime Altozano, a través de sus redes sociales apoyará el concurso y la promoción del concierto.

Timing


FEBRERO						
1	2	3	4	5	6	7
8	8	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	21	24	25	26	27	28

Mupis campaña de intriga: 

Publicación de una descripción de una de las gráficas de intriga: 


Publicación de la *playlist Clásicos Rebeldes*: 

MARZO						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29		31				


Mupi de cartel oficial del concierto *Clásicos Rebeldes*: 

Publicación en RRSS del cartel oficial: 

ABRIL						
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Publicación concurso: 

Duración del concurso: 

Publicación ganadores: 

MAYO						
				1		
				15		
						31

Estreno concierto *Clásicos Rebeldes* y venta de camisetas: 

Evaluación actividad en redes sociales: 

Evaluación y seguimiento

Una vez se estrene el concierto y la campaña finalice, se procederá a evaluar los resultados obtenidos para comprobar el éxito de las acciones, sobre todo en redes sociales.

Con este fin, se evaluará la actividad en redes sociales a través de:

- El número de menciones a los diferentes perfiles de la Orquesta de Córdoba.
- Número total de veces que se compartió las publicaciones relacionadas con el concierto.
- El incremento de seguidores en las diferentes cuentas durante la campaña.

También se hará una encuesta por redes sociales con el fin de observar si hay algún cambio de percepción en cuanto a la imagen de la Orquesta de Córdoba y a los gustos relacionados con la música clásica y el conocimiento de la misma.

Conclusiones

La música clásica sigue viva. Solo hay que ver alguna película, jugar a un videojuego, abrir Spotify o ver un vídeo en YouTube. La música clásica, además de ser universal y superar barreras de lenguas, idiomas y culturas, se ha expandido hacia diferentes formatos y formas de consumirse, adaptándose así a la sociedad actual. Y al igual que la música, las orquestas también deben seguir dicha trayectoria.

Aunque hay ciertos cambios y mejoras, las orquestas deben apostar por renovarse sin miedo, abrir nuevos caminos, formatos, repertorios, nuevas formas de comunicarse y en definitiva, de relacionarse con la sociedad de hoy, con el fin de ampliar su público y audiencia.

Conectar con lo más jóvenes es difícil si se hace a través de formas y formatos antiguos. Sin embargo con este trabajo se ha demostrado que es posible desarrollar una programación de música clásica dirigida a un público joven utilizando formatos y acciones de comunicación acordes a este público. Esta propuesta puede constituir un primer paso para atraer este tipo de repertorio a los *millennials*.

Para ello, se han tenido en cuenta las barreras que existen entre la música clásica y los jóvenes y qué soluciones están aportando otras orquestas del sector, lo que ha sido posible gracias a la previa investigación que se ha realizado en este trabajo acerca de la historia de la música clásica en la sociedad y su relación con los más jóvenes, así como el análisis de la propia Orquesta de Córdoba y su entono.

Por ello, en el caso concreto de la Orquesta de Córdoba, se ha reflejado cómo todavía tiene numerosas oportunidades por explotar y mejorar. Sería deseable que las propuestas dirigidas al público joven se vieran reflejadas de forma habitual en programaciones futuras de la orquesta, y no como algo excepcional. Así, no solo se enriquecería a los más jóvenes culturalmente, sino que también la música clásica se revitalizaría.

Y es que, para sobrevivir, habría que hacer como Ara Malikian; nunca parar de reinventarse, sin perder su esencia más primitiva. Algo complejo, pero con mayores posibilidades de éxito.

Bibliografía

- Admin. (16 de julio de 2019). BBC Proms, el festival de música clásica más grande del mundo. *Londres en español*. Recuperado de: <https://www.londresenespanol.com/2019/07/16/bbc-proms-el-festival-de-musica-clasica-mas-grande-del-mundo/>
- Alaminos, A. F. (2015). *La realidad aumentada: Música y comunicación en la sociedad de consumo* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante. Alicante. Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/103127>
- Anuario de Estadísticas culturales 2019. Subdirección general de Estadísticas y Estudios. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2019. Madrid: Fundación SGAE.
- Aranda, R. (2005). *Los significados que asignan los jóvenes de enseñanza media a la música que escuchan* (Tesis doctoral). Universidad de Chile. Chile. Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/aranda_r/sources/aranda_r.pdf
- Ariño, A. (2007). Música, democratización y omnivoridad. "*Política y Sociedad*", 44 (3), 131-150. Recuperado de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/39560>
- Bautista, V. (2013). Un concepto revisado de música clásica. *Música oral de Sur*, 10, 207-217. Recuperado de: <http://www.centrodedocumentacionmusicaldeandalucia.es/export/sites/default/publicaciones/pdfs/un-concepto-revisado-de-la-musica-clasica.pdf>
- Cook, N. (2001). *De Madonna al canto gregoriano: una muy breve introducción a la música* (Luis Gago, trad). Madrid: Alianza Editorial.
- Darger, HJ. (9 de agosto de 2017). El 'youtuber' que está acercando la música clásica con canciones de Pokémon o Dragon Ball: HJ Darger habla con el compositor Jaime Altozano sobre su trabajo y la percepción popular de la música clásica. *El País: Tentaciones*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/08/08/tentaciones/1502229296_864248.html
- Del Álamo, L. y Gil, V. (2007). *Música II*. Pinto (Madrid): Ediciones SM.
- Del Amo, S. (11 de agosto de 2017). Pete Tong: "La electrónica sigue siendo denostada por muchos injustamente". *El País: Tentaciones*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/08/11/tentaciones/1502442002_562564.html
- DocumentaryTube.com. (2017). *The Beatles - a musical appreciation and analysis*. Recuperado el 7 de abril de 2020 de: <http://www.documentarytube.com/videos/the-beatles-a-musical-appreciation-and-analysis>
- E.P. (30 de marzo de 2017). Los españoles escuchan un 30% más de música clásica que el resto del mundo: Al menos, en Spotify, donde este género tiene la dura competencia del reggaetón. *La Cadena Ser: Cultura*. Recuperado de: https://cadenaser.com/ser/2017/03/30/cultura/1490876154_258963.html
- Esta es la música que tienes que escuchar, según James Rhodes. (18 de septiembre de 2019). *La Razón: Actualidad*. Recuperado de: <https://www.larazon.es/cultura/esta-es-la-musica-que-tienes-que-escuchar-segun-james-rhodes-GI24974057/>

- Fernández, V. y Prieto, J. (1997): *Decisiones individuales y consumo de bienes culturales en España*. Universidad de Oviedo, Documento de trabajo. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2075058>
- Fubini, E. (2008). *Estética de la música*. (Francisco Campillo, trad). Madrid: Antonio Machado Libros.
- Gorlinski, V. (s.f.). BBC Proms: British Music Festival. *Britannica*. <https://www.britannica.com/art/BBC-Proms>
- Halffter, C. y López, P. y Marco, T. (1975). *Música y cultura*. Zaragoza: Edelvives.
- Herrera, M. (2011). "El consumo cultural en España: Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas." *EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 22, 141-172. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2971/2971124014006.pdf>
- Higuera Bilbao, M. (2015). *Acciones socioeducativas de las orquestas sinfónicas españolas y de Gran Bretaña* (Tesis doctoral). Universidad del País Vasco. Recuperada de: <https://addi.ehu.es/handle/10810/16009>
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/14494>
- Michels, U. (1992). *Atlas de música, 2*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pardo, J. L. (2008). *Esto no es música. El malestar de la cultura de masas*. Presentado en Aula de Cultura Fundación Vocento, Bilbao. Recuperado de <http://servicios.elcorreo.com/aula-de-cultura/2008/jose-luis-pardo/03.htm>
- Rhodes, J. (2019). *James Rhodes Playlist: Rebeldes y revolucionarios de la música*. Barcelona: Crossbooks.
- Rodríguez, R. (2010). "Música clásica y medios de comunicación: Roll over, Beethoven." *Trípodos*, 26, 95-105. Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/14494>
- Toledo, B. y Leonardo, C. (2010). "Conversaciones con Marta Zatoryi: ética y estética, industria y cultura, dimensiones complejas del arte." *Revista Hermeneutic*, 9, 1-13. Recuperado de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/22598>

Webgrafía

- AEOS. (2018). *Home*. Recuperado el día 4 de mayo de 2020, de: <https://www.aeos.es/>
- Andalocio la guía cultural de córdoba. (2020). *Agenda de música y conciertos*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de: <http://www.andalocio.es/node/4>
- Ayuntamiento de Córdoba. (2020). *Presupuestos 2020*. Recuperado el 2 de Mayo de 2020, de: <https://www.cordoba.es/el-ayuntamiento/m-presupuestos-municipales/presupuestos-2020>
- Ayuntamiento de Córdoba: Delegación de Cultura y Patrimonio Histórico. (2015). *Orquesta Joven Filarmonía Leo Brouwer*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://cultura.cordoba.es/agenda-cultural/orquesta-joven-filarmonia-leo-brouwer>
- BBC. (2019). *Proms. The World's Greatest Classical Music Festival*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.bbc.co.uk/events/eb4mzc>
- Conjunto monumental Mezquita Catedral de Córdoba. (2020). *Música*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://mezquita-catedraldecordoba.es/musica/>
- Conselleria Presiència, Cultura I Igualtat. Fundació Orquestra Simfònica Illes Balears. (2019). *Concierto Familiar*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://simfonicadebalears.com/es/content/concierto-familiar>
- Conservatorio Profesional de Música "Músico Ziryab". (s.f.). *Inicio*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://cpmcordoba.com/>
- Conservatorio Superior de Música de Córdoba Rafael Orozco Córdoba. (2018). *Historia*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.csmcordoba.com/historia>
- Coro Brouwer. (2018). *El coro Brouwer*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://corobrouwer.com/>
- Coro de Ópera de Córdoba. (8 de marzo de 2018). Coro de Ópera de Córdoba. El actual CORO DE ÓPERA DE CÓRDOBA se constituyó en diciembre de 1986 bajo la denominación de CORO TITULAR DEL GRAN TEATRO DE CÓRDOBA Se dio a conocer públicamente en un concierto celebrado el 20 de junio de 1987. [Nuestra Historia]. Recuperado el 3 de mayo de 2020, de: <https://www.facebook.com/corooperacordoba>
- Coro Ziryab. (2009). *Inicio*. [Canal de YouTube]. Recuperado el 3 de mayo de 2020, de: <https://www.youtube.com/user/CoroZiryab>
- Euskadiko Orkestra / Basque National Orchestra (2019). *Errefuxiatuena. Iزارo - Euskadiko Orkestra - Fernando Velázquez*. [Vídeo]. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.youtube.com/watch?v=I6m80P-Redg>
- Festival de la Guitarra de Córdoba 2020. (2020). *Dod Magazin*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.dodmagazine.es/festivales/festival-guitarra-cordoba/>
- INAEM. JONDE. Joven Orquesta Nacional de España. (s.f.). *Biografía: Introducción*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <http://jonde.mcu.es/>

- Junta de Castilla y León. (2019). *Ciclo de Conciertos Extraordinarios*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.oscyl.com/eventos/temporada/temporada-2019-2020/ciclo/conciertos-extraordinarios/>
- London Symphony Orchestra. (2019). *Half Six Fix: what the audience says*. [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=AmaPanPU5TQ&list=PLTjZ3o6K-BOkmclfA58N4DETVFkJMTVku&index=3>
- London Symphony Orchestra. (2020). *Half Six Fix*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://lso.co.uk/whats-on/half-six-fix.html>
- Orquesta Ciudad de Granada. (2019). *Ensayos abiertos*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.orquestaciudadgranada.es/ensayos-abiertos/>
- Orquesta de Córdoba. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 27 de mayo de 2020, de <https://orquestadecordoba.org/>
- Orquesta de Córdoba. (2020). *Programación*. Recuperado de: <https://orquestadecordoba.org/programacion/#programacion>
- Orquesta Filarmónica de Málaga. (2020). *Programa: Ciclo Frente al Mar*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <http://orquestafilarmonicademalaga.com/programa/> <https://www.obc.es/ca>
- Orquesta Joven de Córdoba: desde 2012. (s.f.). *Sobre nosotros*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://orquestajovendecordoba.com/>
- Orquesta Sinfónica de Barcelona y Nacional de Cataluña. (2020). *OBCPops*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.obc.es/ca/obc-pops-19-20>
- Orquesta y Coros Nacionales de España. (2020). *Ciclos satélites*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <http://ocne.mcu.es/inicio#filter-zone>
- Ösrm. Orquesta Sinfónica de la Región de Murcia. (2020). *Otros conciertos: conciertos canalla de la ösrm*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <http://sinfonicaregiondemurcia.com/conciertos/otros-conciertos/>
- Philharmonia. (2020). Concert and Events. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://philharmonia.co.uk/series/music-of-today/>
- Programa Andaluz para jóvenes intérpretes. (2020). *Orquesta Joven De Andalucía*. Recuperado el 2 de mayo de 2020, de: <https://www.juntadeandalucia.es/cultura/oja-jca/oja>
- Real Orquesta Sinfónica de Sevilla. (2020). *Programación: Calendario*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <http://www.rossevilla.es/programacion/calendario.html>
- Royal Philharmonic Orchestra. (2020). What's On. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.rpo.co.uk/whats-on/london-venues/locations>
- RSNO Scotland's National Orchestra. (2020). *RSNO at the Movies*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.rsno.org.uk/film/>
- Scottish Chamber Orchestra. (s.f.). *Insights*. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de: <https://www.sco.org.uk/insights>

