

XIII Congreso internacional de la Comisión de Música y Prensa

La música hispana en EE.UU. a través de la prensa y medios de comunicación: recepción, construcción, crítica.

La estrecha relación entre Estados Unidos y los países hispanos se remonta, cuando menos, al comienzo del siglo XIX, cuando la corona española cede distintos territorios a la nueva nación, y México pierde los territorios de la costa Oeste tras la guerra mexicano-estadounidense en la expansión norteamericana hacia el Pacífico. El sustrato hispano en estos territorios es sustancial, y a ello se suman las oleadas migratorias de población de habla hispana, ya sea americana o española, durante los siglos XIX y XX. Las relaciones establecidas entre la comunidad anglosajona y la hispana tienen implicaciones en los constructos identitarios de estas poblaciones y en sus expresiones culturales, y, en concreto, musicales.

El estereotipo español en EE.UU. fue conformado por bailarines, intérpretes y compositores españoles y extranjeros que buscaron el éxito en Norteamérica a través del exotismo español. El mejor ejemplo es la de *Carmen* de Bizet, que gozó de un enorme éxito, traspasando las esferas adineradas para convertirse en un fenómeno popular. Durante el siglo XX la incorporación de población hispanoamericana y nuevos símbolos de españolidad e hispanidad fueron modificando y creando nuevas identidades. Intérpretes y músicos viajaron a EE.UU. en busca del reconocimiento y éxito económico en el país que empezaba a ser el más poderoso del mundo, un polo de atracción ineludible tanto para las expresiones “cultas” como para las populares.

La cultura hispana —o latina, según la etiqueta popular actual— en la música, en la escena y en el cine ha convivido con la anglosajona. La hispana estaba, y está en la actualidad, en posición de inferioridad respecto a la cultura hegemónica, aunque su reivindicación se haya utilizado para reclamar una posición de poder.

El objetivo de este congreso es revisar los discursos y narrativas sobre la música hispana a través de músicas y músicos españoles e hispanos en EE.UU. desde el siglo XIX al XXI en distintas manifestaciones, como la escena, la canción o el cine a través de la prensa y medios de comunicación.

Se ha escogido al actor, cantante, director de cine y empresario teatral Manuel Noriega como imagen de este congreso. Nació en Asturias, aunque no se conoce de forma exacta la fecha y el lugar de su origen, pero sabemos que murió en Ciudad de México en 1961. Se le conocía popularmente como “Manolo”. En la serie de veinte entrevistas publicadas por Florentino Hernández Girbal entre febrero de 1935 y julio de 1936 en la revista *Cinegramas* se menciona que Noriega nació en Rivadevera en 1880. Esta población celebra un festival de cortos “REC”, y su primer premio es un «Manolín», es decir, una pequeña escultura de cerámica en honor al propio Manuel Noriega. Este artista tuvo una carrera internacional que empezó probablemente en México, y continuó hacia EE.UU. Allí desarrolló dos facetas: fue el creador de la primera productora española en territorio

estadounidense que filmó la película *El pobre Valbuena* (1916), basada en la zarzuela homónima de Quinito Valverde, y también fue el impulsor de varias compañías teatrales en Nueva York que crearon temporadas de teatro español, lírico o no, por primera vez en la ciudad.

Fechas 11-13 de junio de 2025.

Las líneas temáticas no excluyentes son las siguientes (siglos XIX-XXI):

- Discursos sobre música hispana/latina en la prensa en EE.UU., tanto en español como en inglés.
- Música, escena y cine español/hispano o de temática hispana en EE.UU. a través de la prensa y medios de comunicación.
- Producción, consumo y circulación de géneros y repertorios desde (y/o gracias a) la prensa.
- Intérpretes, compositores/as, productores/as, directores/as de cine a través de la prensa.
- Prensa y construcción/negociación de identidades.
- Festivales musicales y escénicos hispano/ latinoamericanos en la prensa.
- Construcción/discusión de cánones musicales y artísticos.
- Prensa musical digital y medios de comunicación estadounidenses y comunidades hispano (latino) americanas.
- Grabaciones musicales, industria fonográfica... en prensa y medios de comunicación (publicidad, marketing).

Las propuestas deben incluir:

- Resumen (250-300 palabras).
- Filiación institucional (si procede), breve biografía y dirección electrónica de contacto.
- Medios audiovisuales requeridos.

