

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2024-2025



**El renacer del vinilo: El formato clásico regresa para
revolucionar la música moderna**

Alumna: Laura Sánchez Alonso

Tutora: Mireia Pascual Molla

Resumen

El disco de vinilo ha experimentado un notable crecimiento en el panorama musical contemporáneo, posicionándose como un formato valorado por oyentes de diferentes generaciones capaz de resistir ante el consumo digital masivo.

En un contexto dominado por las plataformas digitales y la inmediatez, el vinilo representa una forma de escuchar música más pausada, física y emocional. Su regreso no se debe únicamente a la nostalgia, sino también a una revalorización del objeto como pieza musical artística y coleccionable que conecta al oyente con una experiencia mucho más sensorial.

Este fenómeno se ve impulsado por diferentes factores. Por un lado, la implicación de las discográficas ha sido fundamental, que han apostado por lanzar ediciones en vinilo. Por otro lado, iniciativas como el Record Store Day, que dan visibilidad a las tiendas de discos especializadas. Además, existe una comunidad de coleccionistas, DJ's y melómanos que valoran la experiencia sensorial que ofrece este formato, que va desde su sonido analógico hasta el diseño cuidado de las portadas. A este resurgir se le suma la nueva generación de jóvenes que descubren el vinilo y se interesan por la manera de relacionarse con la música a través de él.

En conjunto, el regreso del vinilo refleja un movimiento cultural que busca recuperar el valor de lo físico, el ritual, la espera y la materialidad en la cultura musical actual. Se trata de una reacción frente al consumo rápido de la música en las plataformas digitales.

Palabras clave: Discos de vinilo, música, sonido analógico, coleccionismo, nostalgia, cultura

Abstract

Vinyl records have seen a remarkable resurgence in the contemporary music landscape, becoming a valued format among listeners of different generations and managing to resist the dominance of digital consumption. In an era driven by streaming platforms and instant access, vinyl offers a slower, more physical and emotional way of listening to music. Its return is not solely rooted in nostalgia, but also in a renewed appreciation of the record as an artistic and collectible object that enhances the sensory experience of music.

This revival has been driven by several key factors. Independent record labels have embraced vinyl editions as a way to offer added value and uniqueness. Initiatives such as Record Store Day have also helped energize the market and highlight the role of specialized record stores, which serve as cultural hubs for music lovers. A vibrant community of collectors, DJs and audiophiles continues to champion the analog sound, the importance of album artwork, and the ritualistic nature of playing a record.

Adding to this phenomenon is a new generation of young listeners who are discovering vinyl for the first time, drawn to its aesthetics, exclusivity, and a listening experience that demands greater attention and emotional involvement. Altogether, the return of vinyl records reflects a broader cultural shift, a desire to reconnect with the tangible in response to the dematerialization of music, restoring the value of physicality, anticipation, and mindfulness in an increasingly fast-paced and digital music culture.

Keywords: Vinyl, analog music, nostalgia, culture, collecting, materiality

1. Introducción y justificación	5
Material y método de trabajo	6
Contenido del reportaje publicado	7
3.1 Reportaje publicado	15
4. Interpretación derivada de la investigación	15
5. Bibliografía y fuentes documentales	16
6. Anexo 1: Anteproyecto TFG	17
6.1 Definición de la técnica y enfoque	17
6.2 Definición de los objetivos de la investigación	18
6.3 Cronograma de trabajo	19
6.4 Relación de documentación recabada sobre el asunto	19
6.5 Selección y presentación de las fuentes que aparecerán en el reportaje	20
6.6 Presentación del autor y breve CV	21



1. Introducción y justificación

En plena era digital, donde el consumo musical se ha vuelto inmediato y dominado por las plataformas de streaming, el disco de vinilo ha logrado recuperar un lugar importante en la industria musical y ser relevante para las nuevas generaciones. Esta investigación periodística se centra en analizar el resurgimiento del vinilo como fenómeno cultural, comercial y emocional, explorando los motivos que hay detrás de su popularidad, así como el perfil de quienes apuestan por este formato frente a las plataformas digitales.

El enfoque de esta investigación se pregunta el por qué del regreso de un formato como el vinilo en una época en la que todo tiende a lo digital y lo inmediato. A partir de ahí, se plantea como objetivo comprender las razones de este auge, identificar a los que lo impulsan (discográficas, tiendas especializadas, coleccionistas, jóvenes oyentes) y analizar el significado que el vinilo tiene hoy en día más allá de lo musical: como objeto artístico y símbolo cultural.

El interés periodístico radica en que se trata de una tendencia que pone en cuestión los modelos de consumo actuales, revalorizando la experiencia musical desde una perspectiva más sensorial, pausada y emocional. A través de entrevistas con profesionales del sector como discográficas, tiendas de discos, DJs y coleccionistas, además de encuestas a oyentes, se busca aportar una mirada actualizada sobre este fenómeno.

La relevancia del tema ha sido abordada por diversos medios nacionales e internacionales en los últimos años como *Rolling Stone*, *The Guardian*, *El País* o *Pitchfork*, que han informado sobre el crecimiento de las ventas de vinilos y el impacto del Record Store Day como evento cultural. Sin embargo, muchos de estos artículos se centran en los datos de mercado y dejan de lado la visión emocional o simbólica de este fenómeno. Esta investigación pretende ofrecer una visión más humana, para comprender el verdadero valor que representa el vinilo en la actualidad.

2. Material y método de trabajo

La primera fase del trabajo realizado consistió en la investigación y recopilación ya publicada sobre el regreso del formato vinilo. Para ello, se revisaron artículos periodísticos nacionales e internacionales, estudios de datos de consumo musical, además de publicaciones especializadas sobre el tema. Esta primera fase de documentación sirvió para contextualizar el auge del formato dentro de la industria musical contemporánea y comprender mejor su impacto en la música, la cultura y el mercado.

Después, durante el proceso de elaboración del reportaje, se combinaron varias fuentes de información y además se diseñó una encuesta dirigida a oyentes de música, que se difundió por varios grupos de fans de diferentes artistas y por redes sociales, obteniendo más de 100 respuestas. Esta encuesta se realizó con el objetivo de conocer los hábitos de consumo del público musical, su percepción sobre el formato vinilo y las razones detrás de su posible interés en el formato.

Para conocer diferentes perspectivas sobre este fenómeno, se entrevistó a diferentes perfiles profesionales relacionados con la industria musical y el vinilo. Entre ellos, Josiño Carballo, fundador de la discográfica independiente Ernie Records, a la que pertenecen artistas como Shego o Alba Reche, cuya experiencia permitió conocer la perspectiva desde el ámbito discográfico. También se conversó con Jesús Rodríguez, DJ y coleccionista con casi 50 años de experiencia, que aportó una visión más personal y técnica. Por otro lado, Marta Margalef, propietaria de la tienda de discos de Alicante Naranja y Negro, que permitió conocer la realidad comercial desde la perspectiva de una tienda tradicional y especializada de discos. Finalmente, Manuel Torregrosa, propietario del bar Binalub en Elche, ofreció una visión diferente desde un local en el que se venden vinilos y se organizan sesiones de DJ en las que solo se pincha con este formato.

Para acompañar la lectura del reportaje, se realizaron fotografías en VB22, discoteca en la que pinchó Jesús Rodríguez con vinilos, en la tienda de discos de Alicante Naranja y Negro, en el local ilicitano Binalub y en la superficie de Fnac.

Respecto a la estructura, el reportaje aborda el resurgimiento del vinilo desde diferentes ángulos complementarios, presentando un relato completo que aborda desde el contexto digital actual hasta la visión de futuro, pasando por los aspectos culturales, sociales y económicos que influyen en este auge.

Estructura del reportaje:

- Introducción y contexto histórico. Breve introducción sobre la historia del disco de vinilo.

- El vinilo en la era del streaming. El crecimiento del formato vinilo en la actualidad donde dominan las plataformas digitales.
- La experiencia de escuchar un vinilo.
- Las nuevas generaciones y su interés en el formato, desde moda hasta coleccionismo.
- El comercio local, las tiendas de discos y los precios.
- El futuro del vinilo.

3. Contenido del reportaje publicado

El renacer del vinilo: El formato clásico regresa para revolucionar la música moderna

El formato ha pasado de ser un símbolo cultural a un objeto deseado en plena era digital

El disco de vinilo ha vuelto, y lo ha hecho como un fenómeno cultural que atrae tanto a melómanos como a las nuevas generaciones. Mientras las plataformas de streaming dominan el consumo musical global, el vinilo ha encontrado su sitio, cautivando al público con su calidad de sonido, el encanto de su formato físico y la experiencia única que ofrece.

Desde Edison hasta el Record Store Day

El disco de vinilo es más que un simple formato musical, es un objeto con historia que ha sido una pieza clave en la evolución de la música y la manera de vivirla. Desde los primeros experimentos de Thomas Edison y Emile Berliner, el vinilo dejó una huella imborrable en la industria musical. Sin embargo, no fue hasta 1948 cuando Columbia Records consolidó el formato moderno del vinilo que conocemos hoy en día, mejorando su durabilidad y ofreciendo una gran calidad sonora que sigue siendo apreciada en la actualidad.

Desde 1950 hasta 1980, el vinilo se convirtió en el formato rey, siendo el principal para distribuir la música grabada, además de un referente cultural. Las icónicas portadas de los discos adquirieron un valor artístico y el formato se consolidó como un símbolo de la música. El acto de escuchar música en vinilo implicaba un ritual: sacar el disco, colocarlo en el tocadiscos, limpiar la superficie, bajar la aguja y dejarse llevar.

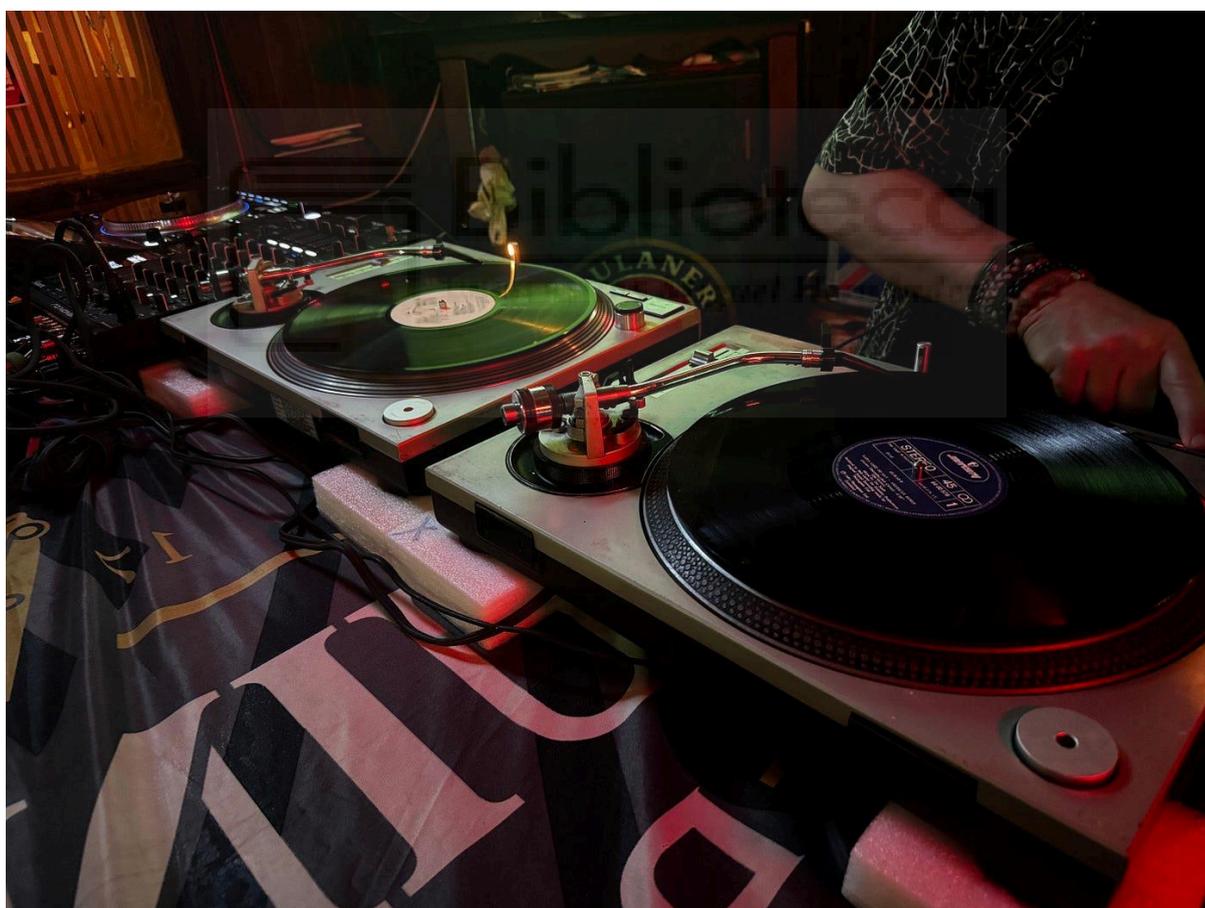
Pero a finales del siglo XX, con la llegada del cassette y posteriormente del CD, el vinilo comenzó a perder terreno. El CD, con su sonido digital y tamaño compacto arrasó con el mercado llevando al vinilo al olvido, donde solo permaneció en manos de coleccionistas y DJ 's.

El resurgimiento del vinilo en la era del streaming

En los primeros años del siglo XXI, mientras el streaming se consolidaba como el método dominante de consumo musical, el disco de vinilo experimentó un sorprendente resurgimiento, impulsado por la nostalgia y el deseo de una experiencia musical más completa.

En 2021, las ventas de vinilos en Estados Unidos superaron a las del CD por primera vez en décadas según la Recording Industry Association of America (RIAA). Se vendieron más de 41 millones de discos de vinilo, frente a 31 millones de CD's, lo que marcó el inicio de una nueva era para el formato.

Eventos como el 'Record Store Day', fundado en 2008, han sido claves para impulsar este renacimiento. Este evento celebra las tiendas de discos independientes y lanza ediciones exclusivas para coleccionistas, fomentando desde su creación la compra de música en formato físico destacando el valor de las tiendas de discos y atrayendo a las nuevas generaciones de compradores.



Tocadiscos preparados en BV22 para la sesión en vinilo del DJ Jesús Rodríguez

Una experiencia única con un valor añadido

Más que una revolución sonora, el renacer del vinilo responde a factores culturales, visuales y emocionales. La experiencia de escucharlos, las portadas grandes y su estética vintage convierten el objeto en algo muy atractivo con valor añadido.

Para muchos artistas y sellos independientes, el vinilo es una forma de revalorizar la música como una obra completa. El álbum vuelve a tener sentido como unidad narrativa. Josiño Carballo, jefe de la discográfica Ernie Records, lo tiene claro: “Ya no fabricamos CD. Solo vinilo. Todo tiene otro valor: la portada grande, la edición cuidada, el ritual de escucha...Hace más compacto el proyecto”.

Escuchar un vinilo es una experiencia totalmente distinta al consumo digital de hoy en día en plataformas como Spotify, Amazon Music o Apple Music. El oyente debe implicarse: elegir un disco, colocarlo en el tocadiscos, girarlo a la mitad de la escucha y prestar atención tanto a las canciones como al diseño de la portada. Es una forma de disfrutar de la música de manera pausada y es uno de los principales atractivos del vinilo frente a la inmediatez del streaming. En Binalub, un establecimiento ilicitano que fusiona vinilos, libros y cerveza, también apuestan por esta filosofía en sus sesiones, con DJ's que pinchan exclusivamente en formato vinilo. “Ver cómo cogen un vinilo, lo cambian, buscan la canción... tiene algo mágico. No es lo mismo que hacerlo con un ordenador y darle a un botón”, asegura Manuel Torregrosa, su propietario.

“Ya no fabricamos CD. Solo vinilo. Todo tiene otro valor: la portada grande, la edición cuidada, el ritual de escucha...Hace más compacto el proyecto” Asegura Josiño Carballo, de la discográfica Ernie Records

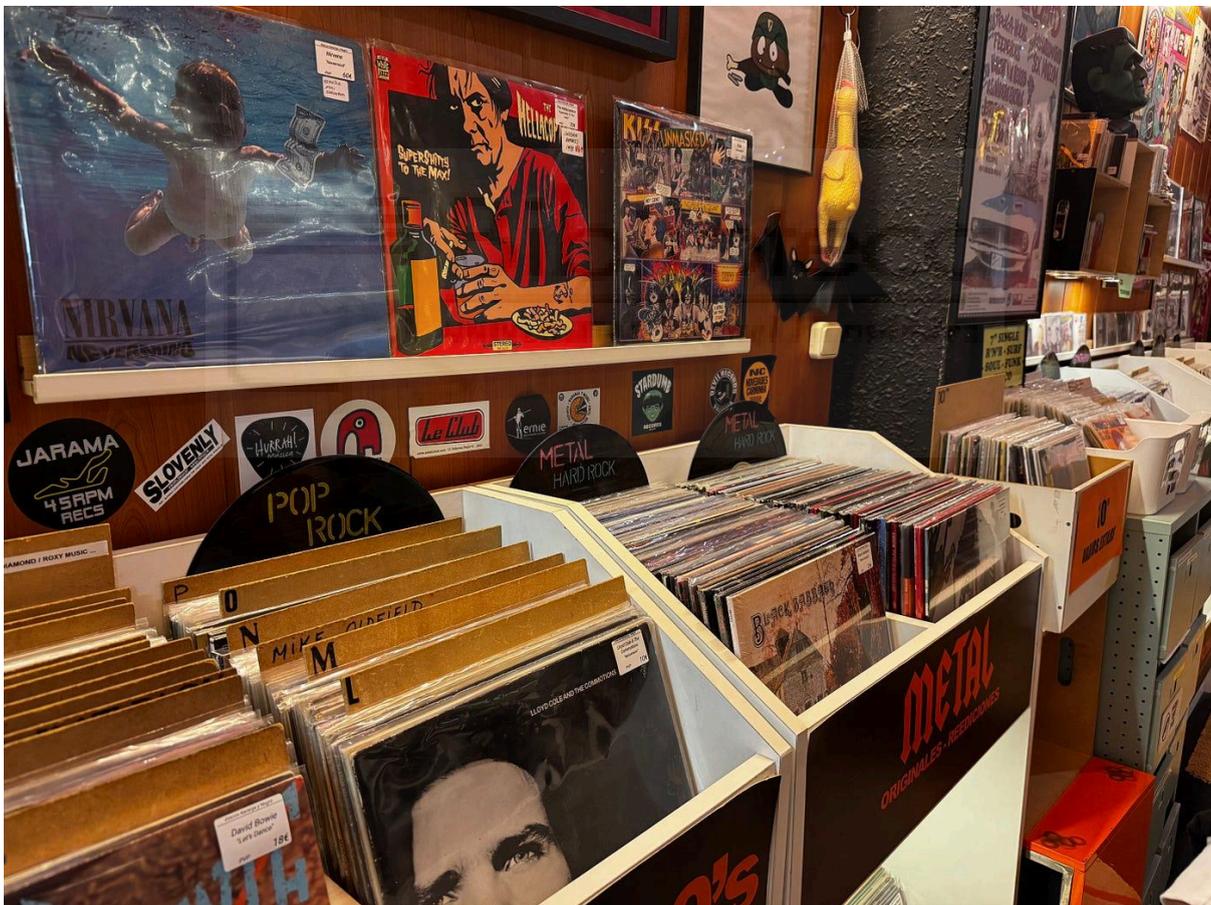
A través de una encuesta realizada a más de 100 consumidores musicales, se ha comprobado que el 65,5% escucha los discos en momentos de relajación o desconexión, el 55,2% lo hace para escuchar álbumes al completo y el 53,4% lo utiliza como decoración o colección. Además, se ha comprobado que el 63,8 % de los encuestados considera que el vinilo transmite una conexión más especial con la música que el formato digital, un dato que demuestra que existe una vinculación emocional con el vinilo y que refleja una búsqueda de autenticidad en el consumo musical, especialmente entre los jóvenes, que valoran tanto la experiencia física como el diseño y el ritual de escucha. Tan solo un 1% considera que el formato digital es suficiente, lo que demuestra una clara preferencia por la experiencia que ofrece el vinilo.

No se trata únicamente del formato y el ritual de escucha, sino también de la calidad del sonido que ofrece un buen vinilo frente al CD o la música digital. “El CD suena limpiísimo, igual que lo digital, pero con vinilos buenos como los de Led Zeppelin, los Rolling Stones o los Beatles, puedes apreciar matices que no se perciben en un CD”, afirma Marta Margalef, dueña de la tienda de discos Naranja y Negro. Esa riqueza sonora se debe en gran parte al sonido analógico y a la forma en que fue grabada y prensada la música en su época. Así, un

vinilo bien producido y reproducido en un equipo de alta calidad puede ofrecer una experiencia auditiva más envolvente y auténtica que la de los formatos digitales.

Sin embargo, también existen limitaciones. Jesús Rodríguez, DJ veterano y coleccionista con más de 50 años de trayectoria, lanza una advertencia: “Hay vinilos muy mal grabados y muchos tocadiscos actuales suenan peor que un móvil”. También se asegura que los tocadiscos en forma de maleta, que han ganado mucha popularidad por su estética retro, generalmente ofrecen una calidad de sonido bastante inferior a la de un iPhone.

Además, muchas personas desconocen que gran parte de las reediciones modernas utilizan el mismo máster digital que los CDs, sin adaptación específica al formato analógico. “Solo si lleva una pegatina que indique ‘remasterizado para vinilo’ desde la copia original puedes estar seguro de que hay diferencia”, explica Marta Margalef. “De lo contrario, es probable que estés escuchando el mismo audio que un CD, simplemente prensado en vinilo, lo que puede resultar en una experiencia sonora incluso peor.”



Interior de la tienda de discos alicantina ‘Naranja y negro’

Las nuevas generaciones: de la moda al coleccionismo

La antigua idea de que el vinilo solo atrae a nostálgicos y personas mayores ha quedado atrás. Cada vez más jóvenes se interesan por este formato, ya sea por el gusto por el coleccionismo, la llamativa estética vintage, el deseo de tener una edición especial limitada

o la conexión con los artistas. “Aquí vienen incluso chavales de 15 años todas las semanas solo para mirar vinilos, aunque no traigamos novedades”, asegura Manuel Torregrosa, propietario de Binalub.

El público busca experiencias tangibles y los jóvenes valoran la experiencia física de poseer vinilos y escuchar música en un tocadiscos, lo que les permite una conexión más profunda con los artistas. Además, escuchar vinilos ofrece una pausa del consumo digital, brindando momentos de atención plena y disfrute consciente. Las redes sociales han popularizado y fomentado la compra de vinilos entre los jóvenes, presentándose como un símbolo auténtico, vintage y de calidad.

No obstante, como advierte Marta Margalef, dueña de la tienda Naranja y Negro en Alicante: “Hay nuevos compradores, pero no vuelven. Se hacen con dos o tres discos y ya está. El vinilo se ha puesto de moda, pero no hay fidelización. La mayoría no empieza una colección. Se quedan con los cuatro discos que hay que tener y ya está”.

Las respuestas de la encuesta realizada coinciden con lo mencionado: la mayoría de jóvenes compra entre uno y cinco vinilos al año, y no todos disponen de tocadiscos o un equipo de calidad. Muchos los compran para tenerlos aunque no los escuchen o no puedan reproducirlos, por lo que supone tener el objeto. Esto demuestra que su valor no se limita a su sonido, y ha traspasado su función original como soporte musical para convertirse en un objeto simbólico.

A su vez, estos datos reflejan una diferencia clara en la forma de consumir música. El 62,1 % de las personas que coleccionan vinilos prefieren el pop como género principal en sus colecciones, seguido del rock y el indie. En cambio, el 100 % del público que escucha reggaetón, ritmos latinos o música urbana afirma utilizar únicamente plataformas digitales, sin intención de comprar vinilos. Con estos datos, se puede diferenciar entre dos perfiles de oyentes: por un lado, quienes buscan una conexión más profunda y duradera con la música, valorando el formato físico; y por otro, quienes consumen canciones de forma más rápida.

Jesús Rodríguez, DJ y coleccionista, lo resume así: “La mayoría de la música actual es rendimiento de pocos meses y no se edita en vinilo”, haciendo referencia a estos géneros urbanos que no están pensados para perdurar ni adaptarse a un formato físico como el vinilo.

El 62,1 % de las personas que coleccionan vinilos prefieren el pop como género principal en sus colecciones, seguido del rock y el indie

Esta brecha también se percibe en espacios como Binalub: “A Binalub viene gente más joven, de 20 y pocos, y se nota que tienen un interés distinto, otras inquietudes musicales.

No es el perfil típico del chaval de 23 años que luego se va a la típica discoteca”, explica Manuel Torregrosa, su propietario. Este tipo de público demuestra que hay una parte de la juventud que sigue apostando por una relación más consciente, pausada y estética con la música.



Interior de Binalub, local ilicitano que combina vinilos, libros y cerveza

Un mercado en tensión: especulación y comercio local

Las ventas de vinilos han aumentado en los últimos años, pero a su vez se han generado algunas tensiones en el mercado, debido a que las grandes superficies como Fnac, El Corte Inglés o Amazon han capitalizado el fenómeno, dejando a las tiendas de discos de toda la vida en segundo lugar. Todas las grandes superficies que antes no vendían vinilos, actualmente venden millones y su margen de ganancia es mucho mayor que el de una tienda de discos especializada.

Aun así, hay clientes fieles que prefieren ir a la tienda de discos a preguntar primero, antes de acudir a una gran superficie. “Hay gente que, aunque yo les mande al Corte Inglés, me dicen que prefieren preguntar primero en mi tienda.” Asegura Marta Margalef, dueña de la tienda de discos alicantina Naranja y Negro que cuenta con más de 15 años de trayectoria en el sector.

El 52,2% de los encuestados compra vinilos en grandes superficies como Fnac, Amazon o El Corte Inglés. Esto revela un cambio respecto a la distribución tradicional en tiendas especializadas, lo que dificulta la supervivencia del comercio local. Según Marta Margalef: “Los precios se han disparado. Las grandes discográficas controlan el mercado y nosotros ganamos muy poco. El vinilo se está convirtiendo en un objeto de lujo”.

“Los precios se han disparado. Las grandes discográficas controlan el mercado y nosotros ganamos muy poco” afirma Marta Margalef, de Discos Naranja y Negro

El vinilo se ha convertido en un producto deseado, pero también en un objeto de especulación y el aumento de los costes de producción, distribución e importación ha encarecido el producto, haciendo que sea accesible para menos personas y, frente a esta realidad, las tiendas independientes enfrentan serias dificultades. “Cada tres meses digo que voy a cerrar”, lamenta Margalef.

La fabricación de vinilos de colores, los picture disc y las ediciones limitadas también han influido en la especulación. “Si hay tres millones de copias en negro y solo 300 en rosa con purpurina, la gente quiere el rosa, porque es exclusivo y más bonito... y hay que pagarlo.” Asegura Marta Margalef. “No es para llegar a más gente, sino para crear algo limitado y exclusivo que permita especular en el futuro”, concluye.

El futuro del vinilo

Los expertos consultados coinciden en que el vinilo no desaparecerá, sino que se mantendrá como un formato valorado por fans, coleccionistas y artistas que entienden la música como una experiencia completa, que va más allá de lo digital. La clave estará en evitar que se convierta en un producto elitista o puramente decorativo, usado solo para posar en redes sociales o como objeto de especulación. Manuel Torregrosa, propietario del bar Binalub, lo tiene claro: “Aquí viene mucha gente que tenía colecciones enormes, o que las tenían sus padres, y se arrepienten de haberlas tirado hace 15 o 20 años. Ahora se dan cuenta de que el vinilo ha vuelto con fuerza. Y yo creo que no es una moda pasajera: va a seguir creciendo cada vez más.”

Josiño Carballo, gerente de la discográfica Ernie Records, matiza que “el vinilo lo compra el fan. No es para cualquiera. Ha encarecido mucho y se necesita tenerlo claro antes de gastar ese dinero”. Estas ideas se refuerzan con la encuesta realizada ya que el 75,9% de los encuestados afirma comprar vinilos por coleccionismo seguidos del 72,4% que asegura decidirse a comprar los discos por ser de sus artistas favoritos.

Según esta misma encuesta, el 74% estaría dispuesto a pagar entre 20 y 50 euros por cada disco, mientras que el 17,2% lo compraría desde 50 a 100 euros. Este dato revela que el

vinilo se puede llegar a percibir en un futuro como un objeto de valor antes que como un formato musical, lo que conecta con la reflexión de Marta Margalef: “O se convierte en algo súper exclusivo o explotará y desaparecerá, como pasó con el CD”.

Se subraya el riesgo de que el vinilo se vea arrastrado por la misma lógica de mercado que hizo que el CD pasara de ser un producto de consumo masivo a un formato en desuso, que actualmente se puede encontrar de segunda mano por tan solo un euro. La clave, por lo tanto, parece estar en encontrar el equilibrio: si el vinilo mantiene su aura de exclusividad sin perder el contacto con una base de público amplia, podría consolidarse como un formato duradero.

A su vez, el futuro del vinilo dependerá de factores clave como la sostenibilidad, las innovaciones tecnológicas y las nuevas generaciones. En España, a pesar de seguir siendo el formato físico más vendido, según los informes de Promusicae, en 2024 se vendió un 8% menos de unidades que en 2023, lo que refleja una breve caída y nos da indicios de que el consumo de vinilos actualmente no va en aumento.

El renacer del vinilo refleja una clara necesidad, la de recuperar una relación emocional y consciente con la música en un mundo en el que domina lo digital e inmediato. Además, el vinilo no compete con el streaming sino que lo complementa. Frente al click fugaz, el vinilo exige atención y tiempo. Su permanencia dependerá de si la industria musical y los consumidores son capaces de sostenerlo. Si se convierte en un objeto exclusivo o decorativo, su ciclo podría repetirse como el del CD. Pero si se mantiene como símbolo de una forma alternativa de escuchar, el vinilo seguirá persistiendo muchos años más.

3.1 Reportaje publicado

<https://medium.com/@laura-sanchez32/el-renacer-del-vinilo-el-formato-cl%C3%A1sico-regresa-para-revolucionar-la-m%C3%BAsica-moderna-9e5f49d3b9f4>

4. Interpretación derivada de la investigación

Este trabajo nació por un interés personal como amante de la música y del formato vinilo, el cual me llama la atención desde hace años, no solo por su sonido, sino por todo lo que le rodea: el ritual de escucha, la estética del objeto, etcétera. Compro vinilos desde 2019, y desde entonces he ido formando una colección que forma parte de mi relación más emocional con la música y mis artistas favoritas. Lo que definitivamente me impulsó para llevar a cabo este reportaje fue ver como cada vez más a mi alrededor, en plena era digital, más personas jóvenes se interesan por el formato.

Me pregunté por qué tanta gente, y sobre todo por qué tantos jóvenes se interesaban en el vinilo en plena era digital y a partir de ahí comencé a construir el reportaje, intentando observar este fenómeno desde los diferentes puntos de vista: cultural, comercial y social.

Desde el principio traté de combinar la parte informativa con la experiencia humana, por eso busqué voces que me ayudaran a comprender lo que hay detrás de esta tendencia, como dueños de tiendas de discos, DJs, coleccionistas, responsables de locales que siguen apostando por el vinilo o responsables de discográficas, además de la encuesta para conocer la opinión de la gente que escucha música a diario.

Me di cuenta de que hablar de los discos de vinilo no es solo hablar de música, sino de nostalgia, de cultura y de arte. Las entrevistas fueron fundamentales para reforzar esa idea y me ayudaron a entender que el regreso del vinilo no es solo una moda, sino una forma de recuperar una conexión más directa y especial con la música, algo que se ha perdido con la inmediatez de las plataformas digitales.

A nivel personal, este reportaje también me ha servido para entender mejor por qué muchos seguimos buscando experiencias físicas en un mundo tan digitalizado. Me preocupa también que este resurgir del vinilo se quede en algo pasajero, por eso también he querido destacar su valor cultural y todo lo que representa.

En resumen, este trabajo ha sido tanto una investigación como una forma de reflexionar sobre cómo escuchamos música hoy, y por qué el vinilo sigue siendo importante para tanta gente e incluso para nuevas generaciones.

5. Bibliografía y fuentes documentales

Informes académicos y libros:

[Mall, Andrew. \(2021, septiembre\) Vinyl revival. University Of California Press.](#)

[Monsalve, W. D. G. \(2024\). El resurgir del vinilo y los coleccionistas de música Oi! Razón y Palabra, 28\(120\), 51-60.](#)

[Del Val, F. \(2019\). ¿Por qué seguimos escuchando vinilos? Uned.](#)

Enlaces a noticias publicadas en medios de comunicación:

[Rivas, A. E. \(2025, 8 abril\). LOS40. LOS40.](#)

[Vázquez, K. \(2024, 8 noviembre\). Vinilos y cámaras con carrete: por qué volvemos a lo analógico. El País.](#)

[E, S. \(2025, 20 marzo\). La Generación Z se rebela contra los smartphone y busca rescatar la tecnología del pasado como el vinilo o la Polaroid. Cadena SER.](#)

[Los 40. \(2024, diciembre 17\). Discos de vinilo de grupos conocidos que ahora valen hasta 30.000 euros. LOS40.](#)

Datos e informes:

[promusicae.es. \(s. f.\). El mercado discográfico español crece un 16,6 en el primer semestre de 2024 - Promusicae. 2025.](#)

[Ifpi.org \(2025\) Global Music Report 2025. Ifpi.](#)

[Promocionmusical.es \(s.f.\) Gen Z y vinilo: Redefiniendo el vinilo en la era moderna.](#)

6. Anexo 1: Anteproyecto TFG

6.1 Definición de la técnica y enfoque

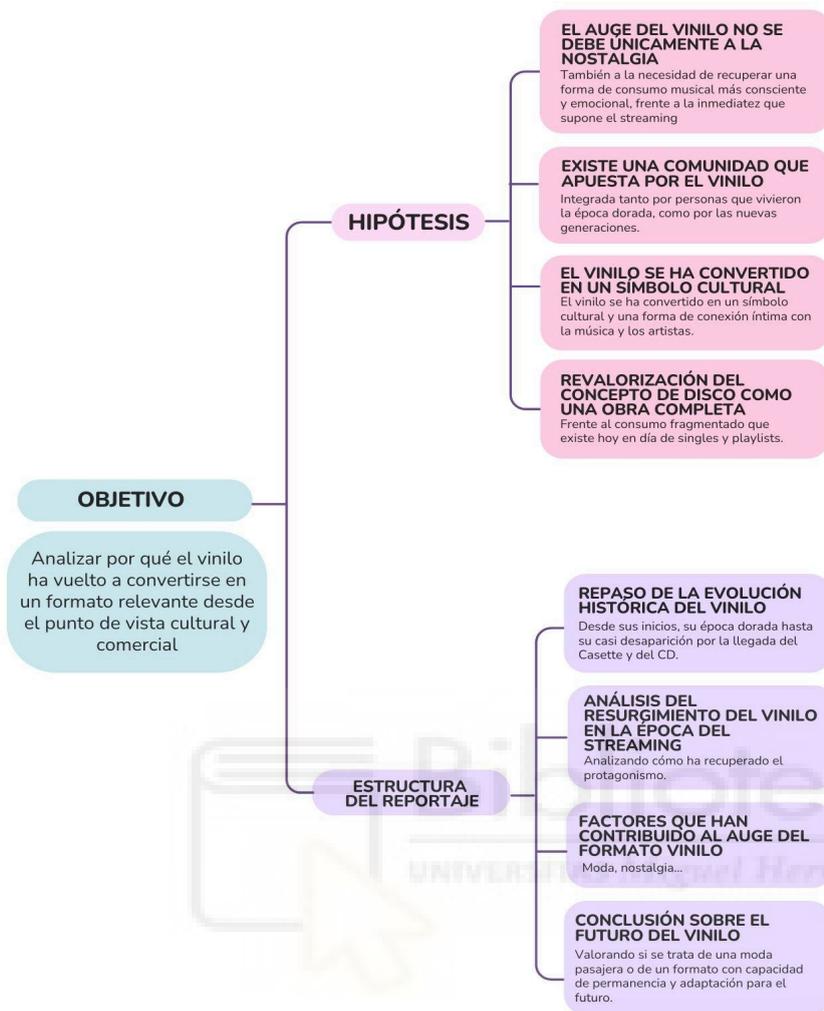
El TFG consistirá en la realización de un reportaje periodístico que explore el auge del disco de vinilo en la actualidad, un fenómeno que parecía imposible en la era digital. A pesar del dominio del streaming, el vinilo ha resurgido como formato físico preferido por muchos melómanos, artistas y coleccionistas, superando incluso al CD.

El reportaje tratará el resurgimiento del vinilo en diferentes ámbitos: el valor emocional y estético del vinilo, el perfil del consumidor, el papel de las tiendas de discos y el impacto que este formato está teniendo en la industria musical.

El valor informativo del reportaje se centra en su actualidad y conecta con la nueva generación que ha vuelto a interesarse por lo analógico. Además, plantea un debate sobre cómo consumimos música hoy en día.

Aunque el tema ya se ha tratado en algunos medios, este reportaje propone una mirada más cercana y se centra en los motivos que pueden significar este renacer del disco de vinilo. A través de los testimonios de expertos, tiendas de discos especializadas y consumidores, se pretende ofrecer una visión completa y actualizada de este fenómeno.

6.2 Definición de los objetivos de la investigación



6.3 Cronograma de trabajo

Cronograma de Trabajo

	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Concepción del reportaje	del 1 al 18 de febrero				
Documentación		del 1 de marzo al 1 de abril			
Búsqueda de fuentes			del 9 de abril al 22 de abril		
Desarrollo del reportaje			del 9 de abril al 2 de mayo		
Creación del contenido			del 9 de abril al 2 de mayo		
Publicación				20 de mayo	
Entrega				29 de mayo	

6.4 Relación de documentación recabada sobre el asunto

Informes académicos y libros:

[Mall, Andrew. \(2021, septiembre\) Vinyl revival. University Of California Press.](#)

[Monsalve, W. D. G. \(2024\). El resurgir del vinilo y los coleccionistas de música Oi! Razón y Palabra, 28\(120\), 51-60.](#)

[Del Val, F. \(2019\). ¿Por qué seguimos escuchando vinilos? Uned.](#)

Enlaces a noticias publicadas en medios de comunicación:

[Rivas, A. E. \(2025, 8 abril\). LOS40. LOS40.](#)

[Vázquez, K. \(2024, 8 noviembre\). Vinilos y cámaras con carrete: por qué volvemos a lo analógico. El País.](#)

[E, S. \(2025, 20 marzo\). La Generación Z se rebela contra los smartphone y busca rescatar la tecnología del pasado como el vinilo o la Polaroid. Cadena SER.](#)

[E, S. \(2025, 20 marzo\).La Generación Z se rebela contra los smartphone y busca rescatar la tecnología del pasado como el vinilo o la Polaroid. Cadena SER.](#)

[Los 40. \(2024, diciembre 17\). Discos de vinilo de grupos conocidos que ahora valen hasta 30.000 euros. LOS40.](#)

Datos e informes:

[promusicae.es. \(s. f.\). El mercado discográfico español crece un 16,6 en el primer semestre de 2024 - Promusicae. 2025.](#)

[ifpi.org \(2025\) Global Music Report 2025. Ifpi.](#)

6.5 Selección y presentación de las fuentes que aparecerán en el reportaje

Para la elaboración del reportaje se han seleccionado fuentes que permiten ofrecer una visión completa del fenómeno del resurgimiento del vinilo desde distintos ángulos y que pondrán en valor las motivaciones del consumidor, la percepción profesional y la perspectiva desde un punto de vista comercial.

Fuentes propias:

NOMBRE	CARGO	APORTACIÓN
Jesús Rodríguez	DJ veterano y coleccionista de vinilos	Visión sobre la evolución del sector desde la práctica musical profesional, ya que comenzó pinchando con vinilos y ha sabido adaptarse a los formatos digitales
Marta Margalef	Dueña de la tienda de discos Naranja y Negro	Visión histórica del mercado del vinilo y de cómo ha evolucionado el consumo musical desde la perspectiva de una tienda de discos de toda la vida
Josiño Carballo	Jefe de la discográfica Ernie Records	Conocer la perspectiva desde dentro del sector discográfico, así como la importancia que tiene el vinilo en sus lanzamientos actuales
Manuel Torregrosa	Propietario del local Binalub en Elche	Conocer la perspectiva de un bar que sigue apostando por las sesiones con música en vinilo y que además los vende. Entender cómo este formato sigue vivo también en estos espacios.

6.6 Presentación del autor y breve CV

Laura Sánchez Alonso, fotógrafa especializada en fotografía musical desde 2018 y con experiencia en fotografía deportiva. He fotografiado a artistas como Maluma, Jason Derulo, Rod Stewart, Tom Jones, Rauw Alejandro, Nicki Nicole o María Becerra. Además, he trabajado como fotógrafa de boda.

Además del Doble Grado en Comunicación Audiovisual y Periodismo que estoy finalizando, tengo un máster en Ecommerce y Marketing Digital, lo que me ha permitido ampliar mis estrategias de comunicación online. He trabajado como Community Manager, redactora y editora de contenido multimedia.

Soy la creadora de la web musical escuchacomosuen.com, y mi pasión por la música y la fotografía me ha llevado a cubrir eventos y transmitir la energía de cada instante con mis fotografías.

