Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, El arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación.

AUTOR:

Víctor Daniel Morocho Vargas

DIRECTOR:

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2022

Certificación

Loja, 4 de octubre de 2022

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg. Sc.
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber orientado, dirigido y revisado cuidadosamente el presente Trabajo de Integración Curricular denominado "**Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja**, cuya autoría corresponde al egresado: **Víctor Daniel Morocho Vargas,** con **cédula de identidad Nro. 1104888969.** Previa a la obtención del grado de **Licenciado en Comunicación.** En virtud que el presente informe cumple con losrequisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipula las normas generales de graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, autoriza su presentación.

Firmado electrónicamente por:
ALEX RENE
JARAMILLO
CAMPOVERDE

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde. Mg. Sc.
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Víctor Daniel Morocho Vargas**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1104888969

Fecha: Loja, 31/10/ 2022

Correo electrónico: victor.morocho@unl.edu.ec

Teléfono: 0983121053

Carta de autorización por parte del autor, para la consulta de producción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Víctor Daniel Morocho Vargas,** declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: "**Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja**", como requisito para optar el título de **Licenciado en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los treinta y un días del mes de octubre del dos mil veintidós.

Firma:

Autor: Víctor Daniel Morocho Vargas

Cédula: 1104888969

Dirección: Loja, Av. 8 de diciembre y Diego de Troya.

Correo electrónico: victor.morocho@unl.edu.ec

Teléfono: 0983121053

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Mg. Sc. Alex René Jaramillo Campoverde

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres, Mariana Vargas y Víctor Morocho, a mis hermanas y, por último, a Dios que siempre me acompaña y me guía por el buen camino.

Víctor Daniel Morocho Vargas

Agradecimiento

Expreso mi gratitud y reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, especialmente a la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, y con mucha honra a la Carrera de comunicación, y a sus autoridades por permitirme cursar mis estudios superiores y haberme formado como profesional de manera ética.

Mi gratitud, al Mg. Sc. Alex René Jaramillo Campoverde, por tan acertada dirección, ciencia y metodología para el desarrollo de esta investigación. A los responsables de las radios por el buen recibimiento y facilidad para el desarrollo de este trabajo. A los artistas independientes de Ecuador. A los docentes de la Carrera de Comunicación por haber impartido sus conocimientos a lo largo de mi formación como profesional. Extiendo un abrazo inmenso de gratitud a toda mi familia, especialmente a mis padres, hermanos y hermanas, quienes siempre creyeron en mí, motivándome que, si puedo conseguir grandes cosas, incluso más de las que puedo imaginar.

Víctor Daniel Morocho Vargas

Índice de contenidos

Portada ..... *i*

Certificación ..... *ii*

Autoría ..... *iii*

Carta de autorización ..... *iv*

Dedicatoria ..... *v*

Agradecimiento ..... *vi*

Índice de contenidos ..... *vii*

- *Índice de Tablas:* ..... *x*
- *Índice de Gráficos:* ..... *xi*
- *Índice de fichas de observación:* ..... *xi*
- *Índice de anexos:* ..... *xii*

1. Título *1*

2. Resumen *2*

2.1. Abstract *3*

3. *Introducción* *4*

4. Marco Teórico *7*

4.1. Antecedentes *7*

4.2. Comunicación y Música *10*

4.2.1 ¿Qué es Comunicación? *10*

4.2.2. Concepto de Música *10*

4.2.3. ¿Qué es Género musical? *11*

4.2.4. ¿Qué es subgénero musical? *12*

4.2.5. ¿La música es un Medio de Comunicación?..... 12

4.2.6. ¿La Música es un Lenguaje Universal?.....14

4.2.7. La Música y su Interpretación Como Vehículo de Expresión y Comunicación.....15

4.3. Inde 16

4.3.1. ¿Qué es Inde?..... 16

4.3.2. Definiendo al Artista Independiente….....17

4.3.3. ¿Qué es la Música Independiente?.....18

4.3.4. ¿Qué Entendemos Como actividad Económica del Artista Independiente?..... 19

4.3.5. Las Oportunidades que las TIC Traen al Artista Independiente……....20

4.4. Medios de Difusión Digitales 20

4.4.1. ¿Qué es Internet?.....20

4.4.2. Redes Sociales…… 21

4.5. Redes Sociales Populares *22*

4.5.1. Facebook…….. 22

4.5.2. Instagram…… 23

4.5.3. YouTube…… 24

4.6. Fundamento Filosófico 25

4.7. Fundamento Legal 26

4.7.1. ¿Qué Señala la Constitución de la República de Ecuador Sobre la Difusión de Música Ecuatoriana en los Medios de Comunicación Radiales?.....26

4.8. La Radio.....27

4.8.1. Historia e Inicio de la Radio…… 28

4.8.2. La radio en América Latina…….....29

4.8.3. La Radio en Ecuador…… 31

4.8.4. La Radio en Loja…….32

4.8.5. La Radio y la Música……..34

4.8.6. Lenguaje Radiofónico…… 35

4.8.7. Radio por Internet…….. 35

4.8.8. Emisión y Recepción…….. 37

4.9. Radios Objeto de Estudio 38

4.9.1. Radio Luz y Vida…….38

4.9.2. Radio La Hechicera……41

4.9.3. Kocodrilo Radio……..48

4.9.4. Radio Loja…… 50

4.9.5. Radio Rumba Estéreo……..53

5. Metodología 55

6. Resultados..... 60

6.1. Resultados de la ficha de observación 61

6.2. Resultados de la encuesta 65

6.3. Resultados de las entrevistas..... 79

7. Discusión 91

8. Conclusiones 94

9. Recomendaciones 95

10. Bibliografía 96

11. Anexos 105

Índice de Tablas:

Tabla 1. Direcciòn y contacto de Radio Luz y Vida 40

Tabla 2. Parrilla de programaciòn de Radio Luz y Vida 40

Tabla 3. Direcciòn y contacto de Radio La Hechicera 46

Tabla 4. Parrilla de programaciòn de Radio La Hechicera 47

Tabla 5. Direcciòn y contacto de Radio Kocodrilo 49

Tabla 6. Parrilla de programaciòn de Radio Kocodrilo 49

Tabla 7. Direcciòn y contacto de Radio Loja 51

Tabla 8. Parrilla de programaciòn de Radio Loja 52

Tabla 9. Direcciòn y contacto de Radio Rumba Estèreo 54

Tabla 10. Parrilla de programaciòn de Radio Rumba Estèreo 54

Tabla 11. Sexo y edades 65

Tabla 12. Personas encuestadas que escuchan radio 65

Tabla 13. Personas que conocen mùsica independiente 67

Tabla14. Concepto que define mejor al artista independiente 68

Tabla 15. Gèneros musicales que prefieren escuchar los encuestados 69

Tabla 16. Artistas independientes nacionales 70

Tabla 17. Artistas independientes de Loja 72

Tabla 18. Periodicidad de difusiòn de mùsica independiente en la radio 73

Tabla 19. Programas de radio dedicado a la difusiòn de mùsica del artista independiente 74

Tabla 20. Difusiòn de mùsica de artistas de Ecuador y extranjeros en la radio 75

Tabla 21. ¿Què le gustarìa escuchar a la audiencia en la programaciòn de las radios de Loja 77

Tabla 22. Entrevistas ralizadas a responsables de las radios objetos de estudio 79

Tabla 23. Entrevistas a locutores de las radios objetos de estudio 82

Tabla 24. Entrevistas a artistas independientes 84

Tabla 25. Entrevistas a productores musicales 87

Tabla 25. Entrevista a docente de comunicaciòn 89

Índice de gráficos:

Gráfico 1. Música independiente que difunden las radios durante las tres jornadas 62

Gráfico 2. Días analizados - difusión de música independiente en las radios de Loja 63

Gráfico 3. Géneros musicales que difunden las radios 64

Gráfico 4. Radios de Loja 66

Gráfico 5. Personas que conocen música independiente 67

Gráfico 6. Personas que conocen el concepto de artista independiente 68

Gráfico 7. Gusto musical de personas 69

Gráfico 8. Artistas independientes nacionales 71

Gráfico 9. Artistas independientes de Loja 72

Gráfico 10. Periodicidad de difusión de música independiente en la radio 73

Gráfico 11. Programa dedicado a la música independiente en la radio 75

Gráfico 12. Difusión de música nacional y extranjera 76

Gráfico 13. Preferencias del radioescucha 77

Índice de fichas de observación:

Ficha 1. Análisis de difusión de la música independiente en la radio 61

Índice de anexos:

Anexo 1. Propuesta alternativa 105

Anexo 1.1. *Audio de propuesta alternativa* 107

Anexo 2. Oficios de designación y aprobación del Trabajo de Integración Curricular 110

Anexo 3. Modelo, ficha de observación 113

Anexo 4. Formato de Entrevista realizada a responsables de las radios objeto de estudio 122

Anexo 5. Formato de Entrevista realizada a locutores de las radios objeto de estudio 136

Anexo 6. Formato de Entrevista realizada a artistas independientes 148

Anexo 7. Formato de Entrevista realizada a productores musicales 160

Anexo 8. Formato de Entrevista realizada a docente en comunicación 172

Anexo 9. Formato de Encuesta 175

Anexo 10. Certificación de traducción del Abstract 179

1. Título

Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja.

2. Resumen

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación denominado: Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja**.** Surge de la necesidad de conocer cuál es el apoyo que las radios brindan a la localidad, a través de su programación al artista independiente de Ecuador, para luego identificar la periodicidad de su música que se emite en los espacios del medio.

El enfoque es de carácter mixto con un diseño cualicuantitativo. Se empleó materiales, métodos, técnicas e instrumentos que nos permitieron de manera precisa obtener información directa, una de las más utilizadas es la entrevista, fue aplicada a 20 personas como: representantes de las radios, locutores de programas de música, artistas independientes, productores de música y a una docente en comunicación.

Además, se realizó una ficha de observación, se contabilizaron las canciones emitidas en las radios, tomando en consideración las tres jornadas, mañana, tarde y noche, en un lapso de 21 días. Para enriquecer aún más este trabajo, se aplicó una encuesta a 315 personas de la ciudad de Loja, enfocada a la difusión de música independiente en las radios de la localidad. Sobre la base de los resultados en conjunto se elaboró la discusión, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos, se comprobaron las dificultades y limitaciones que tienen los artistas independientes en cuanto a la difusión de su música en el medio radiofónico, se pudo constatar que en la programación musical su participación es escasa, ya sea por el género o calidad de sus producciones. Es por ello que se procedió a trabajar en una propuesta alternativa que está encaminada a resolver esta problemática, como profesional y apasionado en el arte, se debe vincular a nuestra universidad con la sociedad.

Palabras clave: artista independiente, difusión radiofónica, radio, música.

2.1. Abstract

For the development of the present research work called: Study of the diffusion of Ecuadorian independent music in the radio media of the city of Loja. It arises from the need to know what is the support that the radios provide to the locality, through their programming to the independent artist of Ecuador, to then identify the periodicity of their music that is emitted in the spaces of the media.

The approach is of a mixed character with a qualitative-quantitative design. We used materials, methods, techniques and instruments that allowed us to accurately obtain direct information, one of the most used is the interview, which was applied to 20 people such as: representatives of radio stations, announcers of music programs, independent artists, music producers and a specialist in communication and diffusion.

In addition, an observation sheet was made and the songs broadcasted on the radios were counted, taking into consideration the three days, morning, afternoon and evening, over a period of 21 days. To further enrich this work, a survey focused on the diffusion of independent music on the radios was applied to 315 people in the city of Loja. Based on the results as a whole, the discussion, conclusions and recommendations were elaborated.

From the results obtained, the difficulties and limitations that independent artists have regarding the diffusion of their music in the radio environment were verified, it was found that the participation is scarce in the musical programming, either by the genre or quality of their productions. That is why we proceeded to work on an alternative proposal that is aimed at solving this problem, as a professional and passionate about art, we must link our university with society.

Keywords: independent artist, radio broadcasting, radio, music.

3. Introducción

La música en la radio es un elemento fijo, este medio, desde sus inicios, se ha caracterizado por la cantidad de su programación que dedica a la difusión musical. En un momento dado, cuando pocas personas contaban con un receptor en la ciudad de Loja, un gran número de individuos se reunían en pequeños espacios o cafeterías donde contaban con un aparato receptor para escuchar radio, especialmente la música que está difundía, en esos tiempos el medio era un gran espectáculo por la aglomeración que causaba. Hoy en día lo sigue siendo, ya que incide en el pensamiento, la imaginación, educación y entretenimiento del radioescucha (Zaruma, Hinojosa & Gutiérrez, 2020).

El presente trabajo investigativo, busca conocer y analizar la difusión de música del artista independiente de Ecuador en las radios de la ciudad de Loja, donde pude tener una idea clara de la periodicidad de esta música que emite el medio. Para ello se tomó como referencia cinco radios: Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo, para así conocer la difusión y participación que tiene el artista independiente en la radio.

Teniendo presente que la radio es un medio de comunicación de masas, el cual no puede percibirse sin música, y tomando en consideración que en Ecuador y la localidad existe variedad de música independiente, se considera oportuna la realización de la presente investigación: "Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja", se originó recaudando información referente al artista independiente y a la radio, conceptos básicos; la música y la radio; lenguaje radiofónico; comunicación y música; música independiente; la música un lenguaje universal, y otros. Esta asignación forma parte del marco teórico de esta investigación.

El tema de investigación abordado nace de la necesidad de resolver la problemática planteada, ¿Con qué frecuencia o periodicidad las radios de Loja difunden música del artista independiente ecuatoriano? ¿Existen espacios en la radio para el artista independiente? ¿Las radios apoyan al artista independiente con la difusión de su música? Es por ello que se planteó el siguiente objetivo general: Analizar la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radial de la ciudad de Loja.

De la misma manera se trazan objetivos específicos: a) identificar los géneros musicales existentes en la categoría de música independiente ecuatoriana que difunde radio Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo, b) determinar con qué frecuencia se transmiten los tipos de géneros y subgéneros de música independiente de los artistas ecuatorianos en radio: Luz y Vida, La Hechicera, Cocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo, c) proponer un programa radial, que permita la participación de artistas y la difusión de la música independiente ecuatoriana, en las radios del cantón de Loja, mismos que sirvieron de apoyo para la ejecución del objetivo general y la resolución del problema.

Las técnicas utilizadas en la investigación son: técnica de observación: se realizó la observación en el medio radial, para identificar la difusión de música del artista independiente de Ecuador**,** método analítico: ayudó al análisis de la escena musical de artistas independientes de Ecuador. Método inductivo-deductivo: se obtuvo datos, información y conclusiones a partir de la encuesta y entrevistas realizadas, método hermenéutico: lo percibido se conectó con la literatura científica, a la vez con el objetivo de la investigación, método estadístico**:** se tabuló y analizó los resultados obtenidos de la encuesta y el número de canciones independientes emitidas por las radios. Método científico: Se utilizó para certificar la calidad de la investigación, a través de la información teórica especializada que esté conectada directamente con el objetivo de este estudio.

Es necesario explicar que el desarrollo de este trabajo de investigación parte de un sondeo previo, es decir, el uso de varios métodos científicos, de la misma manera es necesario reiterar que se empleó la técnica de la observación, la entrevista y la encuesta. Cabe resaltar que con todo lo aplicado obtuve los resultados para este estudio, además de contrastar la fundamentación teórica.

La metodología demuestra los procedimientos utilizados para acumular datos; en el establecimiento viable encontramos el "Análisis y discusión de resultados", que muestra las representaciones gráficas y pasteles con el correspondiente análisis cuantitativo y cualitativo de las preguntas de la encuesta, estrategia utilizada para obtener una información más productiva sobre la realidad del tema en cuestión. Las “conclusiones y recomendaciones” expresan percepciones, criterios y conocimientos de la información obtenida durante todo el proceso de la investigación; la propuesta que formula la proposición de un programa radiofónico dedicado a la participación y difusión de la música del artista independiente en donde se abarca las necesidades de los artistas nacionales y locales. Finalmente, tenemos los anexos, se encuentran las fichas de observación que

se utilizó para el conteo y registro de la difusión de música independiente que emitieron las radios objeto de estudio, además, las entrevistas estructuradas que se realizó en la investigación, de la misma manera las preguntas de la encuesta aplicada a la ciudadanía lojana.

Por último, a las personas que tengan la amabilidad de leer esta obra investigativa sepan entender la primera experiencia en la investigación y expresar la crítica y análisis pertinente, con el fin de seguir construyendo un superior y prevalente conocimiento sobre una parte tan notable y extensa de la ciencia, como lo es la comunicación.

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes

Para el desarrollo de este apartado se recurrió a múltiples fuentes bibliográficas relacionadas al problema, lo cual, permitió encontrar algunos artículos, revistas y tesis para la construcción de los antecedentes de esta investigación. Se parte de las experiencias investigativas que han realizado otros autores en torno a la música de artistas independientes a nivel nacional e internacional.

En España la tesis doctoral de Hernández (2020) titulada "*La independencia imaginada: una sociología imaginada del inde en España"*. Este estudio se centra en las características de un artista independiente, quien genera principalmente desde la autogestión, decisiones un poco diferentes a lo acostumbrado en el ámbito y política musical, para el desarrollo y creación de un producto melódico, también explica que así nacieron nuevos géneros como la música urbana que hoy en la actualidad es una de las más influyentes en los jóvenes. Así mismo, afirma que la autogestión es una de las principales herramientas y un valor agregado que el artista independiente posee para la creación de melodías.

En México, la tesis magistral de Julio Zetter Patiño, titulada "*El papel de las tecnologías de la información y comunicación (tic) en la organización y difusión de la música independiente en la ciudad de México*". Esta investigación explica que, las autoridades e iniciativas privadas trabajan en la creación de proyectos que aportan a los artistas independientes, pero al ser efímeros pierden fuerza. Así mismo, tanto la radio como la televisión, tienen criterios como mercancía que se vende y se compra, la música independiente no cumple con sus criterios idealizados y comerciales.

Zetter (2015) afirma que, en tales proyectos debe existir propuestas para la creación de sitios web y redes sociales, para así tener vínculos más cercanos con sus comunidades y hacer que dichos proyectos sean más viables dentro de las plataformas digitales, pero con esto puede haber sobreproducción. Por otra parte, menciona que si no se hace un uso correcto de la web se puede llegar a estar en desventaja.

> Las TIC pueden ayudar mucho a los artistas independientes a organizar y difundir su información, también crea un problema de sobreproducción de información musical. Una de las desventajas de utilizar este tipo de medios digitales es que se puede dar el caso de que exista una simulación y de que el usuario, al gozar de cierto anonimato, puede tergiversar fácilmente información o hacer un uso incorrecto de dichas plataformas. (Zetter, 2015, p. 135)

En Colombia, el trabajo de grado denominado "*Al margen del modelo tradicional: Industria musical, cultura pop y artistas independientes*" de María Camila Posada Sarmiento, es muy eficaz para reforzar esta investigación. El estudio se centra en, cómo los artistas independientes han optado por los medios alternativos para promocionar su música, como lo es internet.

Los artistas, al no contar con recursos para llevar a cabo una promoción musical en los medios tradicionales, optan por canales alternativos. Además, los medios tradicionales al estar centrados únicamente en lo económico y comercial, los artistas ven la posibilidad de difundir y comunicarse con su público por canales que no tienen ningún costo, esto les permite desarrollar una marca personal y a la vez promocionar su música e interactuar con su público. Este trabajo concluye que "la tecnología ha democratizado las posibilidades de construir una carrera en la industria musical sin requerir contactos o dinero" (Posada, 2020, p. 102). Aunque en realidad siempre será importante contar con mínimo o pequeño fondo económico que permita a los artistas independientes tener recursos básicos para su proyecto de difusión musical

En Argentina el trabajo de posgrado denominado "*La música independiente en la era digital*", de Lamacchia, María Claudia. Esta investigación explica que, el uso de la digitalización por parte de autores, compositores, intérpretes y productores de música independiente es una gran ventaja, a la vez una desventaja debido al streaming entre artistas internacionales (famosos) y artistas independientes, ya que la música de artistas internacionales tiene mayores ganancias. Por otra parte, es una gran ventaja, porque la música independiente es de acceso gratis mientras que la música comercial o popular no lo es. Así mismo afirma que:

> La causa de esta sobre-exposición reside en el privilegio de las emisoras radiales, televisivas y la prensa escrita de carácter masivo a los contenidos de amplio consumo y a los personajes famosos o populares, con el fin de atraer tanto a los receptores como a los

> anunciantes, y así obtener mayores ganancias. Aquí hallamos uno de los tradicionales inconvenientes para los músicos autónomos que, en general, tienen pocos recursos económicos y carecen de apoyo externo o contactos para solventar costosas campañas de promoción, entre otras inversiones. (Lamacchia, 2017, p. 179)

En Ecuador la tesis de grado denominada "*La difusión de música alternativa independiente ecuatoriana y los medios de comunicación radiales en la ciudad de Latacunga. caso de estudio: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga Fm*", Garzón (2020), afirma que la música de los artistas ecuatorianos independientes tiene muy poca participación en los espacios radiales, debido a que la audiencia prefiere escuchar música más comercial la cual está de moda diariamente. La escasez de conocimiento por parte de las audiencias deja un hueco inmenso debido a la falta de espacios en los medios de comunicación radiales a artistas independientes dejando una brecha en la identidad cultural de nuestro país.

La música del artista independiente en los medios radiales se difunde con poca periodicidad, según investigaciones demuestran que la producción extranjera predomina en los programas musicales radiofónicos. "La periodicidad alcanza cifras demasiado altas en escasez de transmisión musical de los géneros alternativos independientes ecuatorianos dentro de la programación radial" (Garzón, 2020, p. 74).

En la investigación designada "*Difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato*", de Germán (2018), asevera que la población no tiene realmente datos con respecto al tema de la música ecuatoriana independiente. Una gran parte de la población o audiencia acepta que lo que se emite en las radios es la mejor sustancia melódica existente, y no tiene la menor idea sobre la música creativa de la localidad que generalmente están desinformada sobre el compromiso imaginativo cercano, creando un tremendo vacío cultural y una ausencia en la identidad.

Germán (2018) afirma que, hay variedad de música independiente, sin embargo, los propietarios de las radios se centran más en los intereses económicos, razón por la cual los artistas ecuatorianos independientes no logran sobresalir para dominar o mantenerse económicamente bien, viéndose obligados a salir de la escena, ya que a medida que pasa el tiempo se va desdibujando sus sueños debido a la ausencia de ayuda por parte de los medios radiales.

La música es un fenómeno general que ha ido con la humanidad en casi todo tiempo, ayudándole con la vida solo o en compañía. Hoy en día está disponible en las diversas condiciones en las que residimos, podemos prestar atención a ella en cualquier lugar y en cualquier momento. Según Alcázar, (2018) "Cuando la música es atractiva para el público, el poder comunicativo será mayor y, por ello, provocará una emoción de convicción en el receptor" (p. 13).

4.2. Comunicación y Música

4.2.1 ¿Qué es Comunicación?

Según la teoría de la comunicación, se la define como un proceso que transmite información y afecta a otras personas. Abarca todos los procesos que influyen mutuamente entre personas, todas las acciones y eventos se convierten en aspectos comunicativos, los cuales son percibidos por el hombre de manera inmediata (Pereira, 2005).

Frías (2000), por el contrario, plantea que la comunicación es la transmisión de un mensaje del hombre o de un grupo a otro, lo que permite que exista interacción entre estas dos partes, es decir, hay reciprocidad e influencia mutua, llevando un intercambio de reacciones como el pensamiento y sentimiento, mismo que se manifiesta a través de la retroalimentación, feed-back, que se da entre individuos.

Desde nuestra perspectiva, la comunicación es cualquier acción que el individuo realiza a través de movimientos, vestimenta, timbre de voz, entre otros. Ahora bien, si relacionamos todo esto con lo que los autores plantean, podemos darnos cuenta que la comunicación va mucho más allá de cualquier proceso comunicativo, ya que el hombre desde la antigüedad ha estado comunicando involuntariamente sin la necesidad de utilizar el lenguaje hablado u escrito.

4.2.2. Concepto de Música

Cano & Custodio (2017), la definen como un lenguaje que todos los seres vivos utilizan, es así que, los sonidos son un lenguaje muy común para todo aquel que cuente con un sistema auditivo, de allí parte el proceso de traductor y el siguiente revelado será el adquirimiento de un significado.

Por otra parte, Díaz (2010), la define como, la construcción de sonidos creados por el hombre, que a través de instrumentos cuidadosamente trabajados trasmiten una expresión en fusión con una letra que constituye un sonido sencillamente bien organizado, la persona al escuchar estos sonidos resulta tener un apego que toca sus emociones mediante el viaje de la música que llega hasta el sistema auditivo. Estos sonidos figuran conscientemente y son muy significativos y valorados culturalmente por la humanidad.

Entonces, la música es el lenguaje que toca las emociones del ser humano. Es un sonido que viaja al oído del individuo, lo cual, al ser una melodía en combinación con una letra, de cualquier forma, se convierte en un lenguaje unificado. A nuestro entender, la música es la expresión más sincera del hombre, existen melodías de todo tipo, desde el rechazo hasta la expresión romántica. La música se considera una obra expositiva y se la puede utilizar como signos equipados para comunicar al público de manera objetiva, una amplia gama de pasiones, gestos cálidos y sentimientos.

4.2.3. ¿Qué es Género musical?

El género musical es principalmente para diferenciar el tipo de música existente y así poder clasificarla de manera organizada. Guerrero (2012) dice que, el hombre al crear una pieza musical va ganando experiencias, haciendo fusiones con diferentes sonidos y al hacer la elección de un instrumento, ritmo y estilo hace una negociación consigo mismo o entre otros artistas y músicos, ya que, al existir negación o rechazo a un solo género musical comercial, hacen una elección de ritmos y sonidos , a partir de allí se derivan o surgen nuevas piezas que llegan a convertirse en géneros musicales diversos, diferenciándose unos a otros.

Existe un procedimiento específico para crear una pieza musical que le hace diferente a otros géneros, en consecuencia, la música merece ser clasificada, tanto a la ahora de su creación como a la ahora de su ejecución, lanzamiento e interpretación en un escenario o presentación en vivo. Por lo tanto, la música debe ser clasificada por su estructura, melodía, ritmo, y sus características basadas en la armonía, no hacerlo nos llevaría a las discusiones plateadas (Alcalá, 2015).

En la actualidad, en el mundo se han registrado más de 2.500 géneros y estilos de música. Gracias a la incesante innovación tecnológica y a los escenarios musicales digitalizados, como, Spotify, Bandcamp, YouTube, Deezer, Soundcloud y algunos más, podemos encontrar, ver y prestar atención a nuevos géneros musicales sin importar si es día o noche, en cualquier momento y en cualquier lugar (Garzón, 2020).

4.2.4. ¿Qué es subgénero musical?

Los géneros musicales surgen de la necesidad de organizar las colecciones de música y de retratar las similitudes entre artistas y compositores. Pese a esto, los límites entre géneros musicales todavía siguen siendo difusos, así como su definición, haciendo que la problemática de su clasificación no sea trivial, siendo bastante difícil aislar o separar subgéneros dentro de un mismo género musical (Caparrini & Pérez , 2017).

La página web "Answer-Find.Com" plantea algo similar, menciona que, los géneros musicales pueden dividirse en agrupaciones específicas y son conocidas como subgéneros. Por lo tanto, un subgénero es una subdivisión de una clase de género musical. Por ejemplo, el punk es un subgénero del rock (19-04-2021).

Por lo contrario, Fellone (2022) postula que, en el entorno actual, esta multitud de subdiviciones son susceptibles a ser tratados como pequeños subgéneros de una cultura de genero más extenso o amplio, de manera similar a lo que ha sucedido con los diversos tipos de gèneros musicales englobados dentro de la música del mundo.

4.2.5. ¿La música es un Medio de Comunicación?

De acuerdo a Arango & Correa (2018), la comunicación y la música comparten componentes, es así que, una canción propone un mensaje, aunque no siempre es un mensaje intencionado y discursivo. En ella, los escritores, los artistas y los creadores constituyen el escenario de las comunicaciones, mientras que los miembros del público se sitúan en el escenario de la recepción del mensaje. Además, la percepción melódica se basa en la sensación auditiva, que ha sido utilizada por nuestra especie en su desarrollo para distinguir expresiones escritas que se descubren como peligros en el entorno.

Por lo contrario, Campoverde & Montalvo (2021) indican que, en la Escuela de Birmingham parten de la posibilidad de que los mensajes de los medios de difusión son más polisémicos y tienen más comprensiones potenciales de las que se pueden aceptar. De esta manera, se puede ver que los diferentes grupos sociales fomentan diversos marcos de comprensión de la cultura de masas, la música involucra mensajes en cada letra que componen y puede ser descifrada de diversas maneras, como lo refieren los estudios críticos.

Desde nuestro punto de vista, la música es un medio de comunicación que, contiene un lenguaje fácil de entender en cualquier cultura. Así mismo, es reconocida como expresión artística a través de la fusión de sonidos, melodías, versos o letras que el público las rechaza o acepta, ya que cada interpretación musical, puede emitir mensajes que cada individuo lo entiende o interpreta de diferentes formas.

Lo que el oído percibe en la música no incluye necesariamente un proceso de racionalización, por lo que los mensajes enviados a través del sonido tienen una repercusión prácticamente inmediata en nuestro ser. Arango & Correa (2018) dicen que, "Desde el punto de vista comunicativo, los mensajes compartidos a través de la música tienen un alto impacto emocional y agencian repercusiones mayores que la información recabada por el cuerpo a través de otros códigos" (p. 2).

En palabras sencillas, lo que los autores nos explican es que, la letra y la música de una canción toca las emociones del ser humano, a la vez esta tiene una gran influencia en cada persona que la escucha. No se puede negar el hecho de que, sin duda alguna, la música es un medio de comunicación, ya que el artista puede comunicar y a la vez expresar sus ideas, pensamientos, rechazo a la política o a cualquier otro tema, por lo tanto, la música es un medio de comunicación muy representativo, cada individuo capta los mensajes y le da diferentes significados, en cambio, otros coincidirán.

4.2.6. ¿La Música es un Lenguaje Universal?

León (2018) señala que**,** la música es un lenguaje universal y que conecta con la principal característica de ser natural y tan antiguo como la historia del hombre. Las capacidades melódicas de un niño están directamente relacionadas con los estímulos sonoros y musicales que recibe del entorno y de los adultos que le rodean. El lenguaje y el desarrollo musical van de la mano, ya que nuestra voz es el instrumento principal, los niños producen los primeros sonidos de forma intuitiva, se podría decir que un bebe antes de hablar canta a través de balbuceos entonados.

Entonces, se podría decir que, los bebes aprenden a través del acto del lenguaje que, está firmemente conectado con la instrucción melódica como regla general, considerando la importancia de la respiración, la verbalización, etc. Asimismo, fomentan la musicalidad, especialmente el ritmo, con ejercicios relacionados con el lenguaje, por ejemplo, rimas, descriptores, etc., preguntas, refranes, cuentos, sonetos, entre otros.

Por el contrario, Alcázar (2018) dice que, mientras más atractiva sea una canción para el público, la comunicación llegará a ser mucho más poderosa, esto provoca que el receptor tenga mayor convicción y mayor impacto en lo emocional. Por lo tanto, para las personas resulta interesante que el contenido y ritmo de la "canción" sea lo que se destaque, lo que le permite tomar poder y llegar más lejos.

Por otro lado, López (2008) señala que, los grupos musicales de diferentes etnias tienen algo en común., una de las principales características es que ambos grupos hacen música a través del formato generalizado, es decir, a través del formato canción. También menciona que sea cual sea el mensaje que manejen las bandas o interprete, su música es para el consumo del público en general. Pues resulta evidente que, ahí están asentadas las bases, ya que una canción debe ser trabajada a través del lenguaje, uno que sea fácil de entender, sea cual sea el idioma, es decir, utilizar versos sencillos, para que cualquier persona entienda el mensaje, sin importar su nivel de estudio académico.

Uno puede preguntarse si ¿la música es un lenguaje universal? De acuerdo a los autores, podríamos decir que, la música si es un lenguaje universal, ya que el artista, grupo u banda, sin importar sus raíces, utiliza la voz e instrumentos, pero para llegar al público también utiliza un formato general, es decir, el "formato canción", entonces al hacer música el artista jamás podrá dejar de comunicar., lo que permite que la música se convierta en un fenómeno universal que ha acompañado a la humanidad en todo tiempo y lugar ayudándole a vivir solo o en compañía. Hoy en la actualidad está presente en los distintos ambientes que nos desenvolvemos, la podemos escuchar en cualquier lugar y momento.

4.2.7. La Música y su Interpretación Como Vehículo de Expresión y Comunicación

Desde tiempos remotos a la música se le ha definido como un arte que surge a partir de la combinación de diferentes sonidos. Pero esta definición va mucho más allá, desde que el individuo creo sonidos por primera vez valiéndose de un instrumento. Estas armonías y melodías no solo eran sonidos, sino que eran una expresión de belleza que pronto se convirtió en un lenguaje, una nueva forma de sentir y expresarse, así como transmitir sensaciones, imágenes y conceptos que abarcan desde la simple manera de comunicarse (Gutiérrez, 2013).

Así mismo, el autor señala que, la música merece ser considerada como una forma de lenguaje al igual que la disciplina científica, "cuyo estudio es necesario para conocer el desarrollo de una parcela de la cultura del ser humano y comprender (…) la evolución del mismo dentro de la historia y su necesidad de comunicación" (p.16). Lo que el autor trata de explicar es que, la música es un lenguaje que ha ayudado a conocer la cultura del ser humano, esto ha permitido el desarrollo y evolución de las culturas mediante la comunicación.

Glowacka (2004) dice que, la música es una comunicación misteriosa que establece entre el artista y el oyente. En épocas pasadas los artistas de renombre se expresaban a través de la música con una fuerza emocional extraordinaria que el público quedaba influenciado de su talento. En palabras del autor, "La fuerza de persuasión y de sugestión hacía vivir a los oyentes todos los estados emocionales y físicos" (p.58). Esto quiere decir que, el artista no solo se expresa y comunica, sino que influye y afecta enormemente con su música de manera física y emocional a su público receptor.

Este autor también nos explica que, la música y los sonidos es el principal medio de expresión y comunicación de manera trascendental e individual, ya que el hombre quiere hacer y comprobar sus instintos, la música, el arte, la inventiva son un vehículo para expresar sus pensamientos, sentimientos de manera absolutamente libre, y posteriormente estar en organización consigo mismo, con la naturaleza, la humanidad y el universo, de acuerdo a (Glowacka, 2004).

Teniendo en cuenta esto, considero que, la música y la interpretación del artista si es un vehículo para comunicar y expresarse de manera totalmente libre, esto permite que las melodías y sus letras se conviertan en el lenguaje expresivo que, pueden influenciar o no al público tanto de manera grupal o individual.

4.3. Inde

4.3.1. ¿Qué es Inde?

Se considera un término que se deriva básicamente de la palabra independiente, es así que, se refiere a la autoproducción y autogestión por parte de la labor de los artistas, bandas, músicos y productores independientes a nivel nacional e internacional (Garzón, 2020). El Inde, se diferencia de otros, ya que este se caracteriza por expresar de manera mucho más artística su trabajo, generalmente esta actividad es sin fines de lucro. El inde es original y se sale de la casilla, creando melodías, letras y desafiando a lo establecido, es decir, a lo que comúnmente se hace, diferenciándose enormemente a las producciones de los grandes artistas, dúos, bandas o agrupaciones (Vargas, 2018).

De manera general, a este término se lo conocía para identificar la producción de un solo género musical, pero con el pasar del tiempo esto ha cambiado. Así como lo menciona Vargas (2018):

> En el transcurso del tiempo ha ido cambiando la definición del término independiente con respecto a la música, ya que en épocas pasadas el término se utilizaba para describir un género musical específico, hoy en día además de ser un género con varios subgéneros, se considera como un movimiento o una forma de ser. (p. 18)

A mi manera de ver, el término inde, es una abreviatura de la palabra independiente, que se refiere a las personas que realizan actividades o gestiones para crear un producto musical por su propia cuenta, se encargan de todos los pasos, es decir, desde el inicio hasta el final, y así llega a tener como resultado una pieza musical o una canción, que posteriormente pasará a difundirla en los diferentes medios de comunicación.

4.3.2. Definiendo al Artista Independiente

El artista independiente es aquel que se encarga de la autogestión, durante todo el proceso, desde la creación hasta el lanzamiento de su propia música. Albornoz & Gallego (2012) señalan que, "el sector independiente en el terreno musical está conformado por aquellas empresas, generalmente de talla pequeña, que se encargan de la producción y distribución de fonogramas y de la promoción de artistas por fuera de las grandes corporaciones multinacionales". (p. 2)

Lo que los autores quieren decir es que, la escena independiente es sumamente pequeña a comparación de las grandes corporaciones o industrias musicales. Es así que, el artista independiente generalmente en sus creaciones trabaja solo, en casos especiales busca colaboraciones con empresas o emprendedores de talla sumamente pequeña que, generalmente están conformados por una sola persona, quienes prestan sus servicios a cambio de facturaciones o registro mercantil, el costo depende de cada necesidad del artista.

Los artistas independientes tienen que cumplir múltiples funciones, Albornoz & Gallego (2012) explican que, la mayoría de discografías independientes son empresas pequeñas y de escasa función a las respuestas de profesionalismo y personal, quienes cumplen diversas funciones, "desde la producción de grabaciones sonoras hasta la promoción de artistas, pasando por la organización de conciertos en vivo" (p. 3). Esto quiere decir que, el artista independiente está ligado a este ámbito lleno de actividades, el cual es el responsable de todo un proceso en la realización y ejecución de su proyecto musical.

Quiña (2013), coincide con esta definición, señala que, el artista independiente se hace cargo de múltiples responsabilidades, organizando sus conciertos futuros en vivo como la parte editorial. El carácter independiente de la práctica se afirma no solo en la composición y ejecución de música, sino también desde las distintas prácticas profesionales que supone y conforman lo que

se denomina la gestión, tanto del ejercicio en vivo, grabar, editar, organización, control de entradas, distribución de su contenido, entre otros.

En palabras del autor, el artista independiente toma "Protagonismo y carga sobre sus hombros múltiples responsabilidades, desde (…) buscar salas donde tocar en vivo, realizar la difusión del evento" (p. 126). Tomando en consideración estas palabras, podemos decir que, el artista independiente es su propio piloto en cuanto a producción, organización, difusión de eventos, etc. Pero, según nuestra percepción, esto no quiere decir que el artista se encargue de todas las actividades, en algunas ocasiones lo hará, pero en otras habrá la intervención de otras personas para que algunas cosas sucedan, y él, pueda llevar adelante algún proyecto musical o evento en vivo.

4.3.3. ¿Qué es la Música Independiente?

Según Vargas (2018), el movimiento Indie o independiente es uno de los que más acogida tiene en la actualidad. Esto se debe a que logra crear un vínculo más íntimo con la nueva generación de melómanos que buscan ser diferentes y únicos.

En cambio, Falconí (2014) añade que, la música independiente surge a través de un plan de bajo gasto o presupuesto, pero de gran calidad musical. La música independiente sigue la idea de hazlo sin ayuda de nadie, es decir, hazlo tú mismo, de este modo, el propio artista es responsable de la creación y publicidad o difusión de su música, porque este no forma parte de una marca discográfica. En cuanto a estilos melódicos, estructuras y géneros musicales, mantiene un carácter individual de cada artista.

Luna Medina, en su portal web, Actitud Fem, de alguna forma conecta con lo que dicen estos autores, pues señala que, todo artista, banda o grupo que hace llegar su música al público por sus propios medios, es decir, sin el apoyo de un sello discográfico, sea cual sea su género o subgénero musical, entra a la categoría de música independiente (26-01-2012).

Una explicación más verosímil sería que, la música independiente es la creación de melodías, letras de manera libre de cada artista, a partir de allí, surgen fusiones de sonidos y, por tanto, nuevos géneros y subgéneros musicales, tales creadores imaginativos a través de su música

se convierten en tendencias al crear piezas musicales inéditas, lo cual, les convierte en artistas únicos y diferentes.

Vargas (2018) añade que, la música independiente es un estilo propio de cada artista, el cual muestra sus creaciones sin depender de las tendencias comerciales o de una disquera que los encasille en cierto género. La música independiente podría entrar en la categoría de culto, ya que puede llegar específicamente a fanáticos que van más allá hablando de lo comercial.

A nuestro entender, la música se percibe como una actividad profesional de la persona libre e independiente, es importante para este tipo de intérprete del siglo XXI tener habilidades en el manejo técnico, teórico y su propia información especializada e hipotética, en regiones como los derechos de autor, la administración social, los negocios, la promoción y el marketing, etc.

4.3.4. ¿Qué Entendemos Como actividad Económica del Artista Independiente?

Existen variedad de artistas independientes, quienes satisfacen las necesidades de entretenimiento de aquellas personas que consumen su contenido. Sin embargo, en muchos casos, estos artistas no reciben remuneración o facturación económica por el servicio o productos que brindan y se conforman con la satisfacción individual o personal. Los artistas independientes no cuentan con una actividad económica, puesto que no están comercializando sus servicios, creaciones o piezas musicales. Pero, también existen otros artistas que, si cuentan con una actividad económica por sus servicios y productos que brindan al público, así lo postula (Ceceña, 2016).

A nuestro entender y ver la realidad sobre el artista independiente, el simple hecho de desenvolvimiento o gestión por sí mismo, sin importar su edad o economía, el artista puede llegar a tener varias actividades, como presentaciones, ventas de su propio contenido musical etc., ya que existen artistas de antaño que toda su vida se han dedicado a la música, pero no han sabido autogestionarse correctamente, pero de repente aparece un joven que pronto se convierte en popularidad debido a las gestiones que aplica sin retroceso y de manera correcta, llevándole a facturar y a tener una actividad económica equilibrada.

4.3.5. Las Oportunidades que las TIC Traen al Artista Independiente

Según Ceceña (2016) señala que, las grandes "compañías han desarrollado grandes redes para producir, promocionar y distribuir música, con enlaces a otras compañías que venden entradas para espectáculos, mercancías, o hacen arreglos de giras nacionales e internacionales con una logística que abarca un abanico de actividades" (p.58). Pero, los artistas independientes al no tener conocimientos y efectivos económicos, estas actividades no las pueden realizar, y se ven en desventaja frente a las grandes empresas de la música.

Sin embargo, los artistas independientes con menor nivel educativo también se ven beneficiadas de estas herramientas tecnológicas, es decir, las TIC, lo que les permite compensar en la parte de los recursos faltantes, como el nivel educativo o aprendizaje, es así que, internet se convierte en una herramienta para equilibrar la participación social (Jiménez & Pérez, 2020).

De acuerdo a Velasteguí (2019), utilizando estas herramientas, internet nos abre un abanico de posibilidades, ya que es de libre acceso, la plataforma más económica, a pesar de ello nos ofrece acceso a toda la información necesaria que el hombre requiere, y con la adquisición de nuevos conocimientos le convierte en un nuevo ser humano que, por ningún lado está limitado a barreras, y no solo forma a un nuevo ser humano, sino que a todo un nuevo mundo que sin duda alguna de una u otra forma se materializa dentro de el.

A nuestro juicio, coincidimos con los autores, ya que las TIC permite que las personas aprendan por su cuenta, "autoaprendizaje". Entonces, las TIC son herramientas que le permite al artista independiente adquirir nuevos conocimientos, desde escribir una canción hasta promocionar su música a través de las plataformas digitales, porque estas no están limitadas o condicionan para difundir contenido musical.

4.4. Medios de Difusión Digitales

4.4.1. ¿Qué es Internet?

Garzón (2020) señala que, Internet se considera la mayor red de comunicación virtual del planeta. Sus inicios se remontan a los años 60 y 70, debido a la necesidad de que las organizaciones y los centros de investigación tuvieran la opción de hablar entre sí de manera más viable. Además, se creó para garantizar los datos secretos en caso de guerra, es decir, se hizo para uso militar.

En cambio, Zamora (2014) la define como, una red que está formada por miles de redes y PCs interconectados en todo el planeta a través de enlaces y señales de telecomunicaciones, lo que implica una innovación típica para el movimiento de la información.

Por otro lado, Mejía & Gómez (2017) expresan que, Internet es un recurso inimaginable para ayudar a la difusión de datos y a la escolarización, de hecho, es una de las mayores fuentes de información abierta, se dice que estamos en la era del conocimiento y la comunicación. Así, el significado de esta asociación de asociaciones o red de redes, que hoy en día se extiende de un lado a otro en el planeta, disminuye el tiempo y el esfuerzo gastados en la búsqueda de datos e información.

Hütt (2012) plantea algo similar, explica que, hoy en día, no se habla de medios de comunicación, sino del método de difusión, de un plan convencional a una interacción cambiante y dinámica. En otras palabras, los medios de comunicación incluyen actualmente tanto los medios tradicionales junto con los espacios virtuales, donde las redes sociales y los diferentes sistemas de interacción como., comunidades y personas que se apoyan en las redes sociales. La regla principal en esta última comunidad o grupo es que no hay normas, es decir, no hay un control, línea de publicación o limitación que marque la regla en este tipo de espacios.

Por lo tanto, Internet es un recurso considerable para mejorar el punto de vista de las personas y la forma más común de investigar, evaluar e incorporar diferentes datos, es la esencia del proceso-desarrollo de la información. En este caso, inclinándonos hacia nuestro estudio, los artistas independientes, están incorporando su contenido musical en las diferentes plataformas digitales que internet nos ofrece, teniendo una comunicación más viable y directa con sus seguidores, grupos o comunidad virtual, llegando más lejos sin importar el espacio y tiempo. Además, no existen reglas, límites o control que les impida seguir adelante en el proceso.

4.4.2. Redes Sociales

La identificación o idea inicial de las plataformas de la red social en Internet, parte de la teoría de los seis niveles de separación. Esta Teoría fue adelantada de manera natural en 1929 por el escritor Frigyes Karinthy en un breve relato titulado Cadenas. Según el autor, la cantidad de conocidos de un individuo se vuelve importante tras varias conexiones en una cadena, que serían

las conexiones humanas. En este sentido, solo unas pocas conexiones serían relevantes para interconectar a cualquier individuo con el resto de la población (Ros, 2009).

Por otro lado, Cabrera & Jiménez (2021) afirman que, tal vez, una de las mejores ventajas de las *redes sociales* es la puerta abierta que ofrecen a las agrupaciones, sobre todo a las minorías, para que transmitan sus exigencias o necesidades, sus sentimientos y, en consecuencia, para que se les vea. Por lo tanto, no hay duda de que las *redes sociales* son una oportunidad para la libre expresión, donde las personas, a través de sus perfiles, pueden exteriorizar lo que piensan para que sus seguidores y, por regla general, los usuarios conozcan sus sentimientos u opiniones.

En cambio, Garzón (2020) indica que, son escenarios o destinos de Internet hechos para la utilización de cualquier individuo en todo el mundo con intereses y actividades normales. Son medios por los que la comunicación y la difusión de contenidos es rápida.

Las relaciones interpersonales son importantes para la esencia natural del hombre, y sin duda esta dinámica se traslada a las corporaciones, que como sustancias vivas y armoniosas requieren y se apoyan en una cooperación duradera entre sus individuos y el clima social. Evidentemente, la forma en que estos se comunican, como en el caso de las personas, puede ser en una dinámica característica y sin restricciones, o dentro de un plan direccionado y estratégico (Hütt, 2012).

En este caso, nuestra investigación, al tratarse sobre la difusión de música independiente del artista ecuatoriano en las radios, tales artistas, no se han quedado estancados esperando espacios para difundir su música en la radio, sino que, han buscado otras alternativas, inclinándose al uso de las diferentes redes sociales más populares, son populares, por el gran número de usuarios en todo el mundo. Además, les permite conocer a su público de manera objetiva sin ningún costo y a la vez interactuar con ellos.

4.5. Redes Sociales Populares

4.5.1. Facebook

Facebook es la red social más popular de hoy en día por el gran número de usuarios en todo el mundo, en esta podemos encontrar múltiples funciones; chat, ver y subir videos, imágenes entre

otros. Además, reaccionar o interactuar en comentarios, compartir contenido, darle like, insertar hipervínculos o promocionar algún negocio a través de una *fanpages* o nuestra página personal.

Zeler (2017) opina que, entre los medios digitales accesibles, Facebook se considera la más famosa y con mayor penetración. Las oportunidades que Facebook ofrece a las asociaciones es la posibilidad de crear páginas de fanspages, a través de las cuales se puede difundir mensajes clave, compartir historias y entablar debates o conversaciones. Mantener una presencia experta en Facebook es una parte fundamental del sistema de estrategias de comunicación, ya que las redes sociales permiten fortalecer las conexiones y los vínculos de confianza entre organizaciones y multitudes o públicos.

Gonçalves en su portal web menciona que, Facebook es la comunidad vitalmente informal del planeta. Una organización de conexiones virtuales, cuyo objetivo principal es ofrecer una ayuda para entregar y compartir contenidos. Facebook vino a ampliar los resultados potenciales de las relaciones sociales y provocó una delicada insurgencia en el ámbito de los intercambios. “El marketing no fue ajeno a este cambio, encontrando en esta modalidad un terreno fértil para nuevos conceptos y abordajes” (01-09-2016).

A nuestro entender, Facebook es la red social más potente, hablando de usuarios e interactividad entre los mismos. Además, en cualquier lugar y parte del mundo podemos tener acceso, y quizás, sin costo alguno hablando de lo económico.

4.5.2. Instagram

Instagram es una red social que se caracteriza por la gran variedad de imágenes y videos que podemos encontrar y compartir, además tiene una interfaz muy cómoda, que nos permite chatear, subir historias o compartir contenido en nuestro perfil. El lanzamiento fue en octubre de 2010, es una red social gratuita para compartir fotografías, grabaciones y comentarios entre cuentas, al principio solo en clientes de Apple y desde 2012 tras ser adquirida por Facebook también en Android. Está pensada para ser usada en un teléfono móvil y no en un PC (Rojas & Panal, 2017).

Es una red social en la que se intercambian fotos y grabaciones de video en tiempo corto, entre usuarios de la misma red. A decir verdad, se caracteriza por ser un método rápido y particular

para compartir experiencias y vida a los compañeros o amigos a través de una variedad de fotos (Torres, 2017).

Es así que, Instagram es una de las redes sociales más populares de hoy en día, donde podemos conocer cosas que suceden a nuestro alrededor, mantener una buena relación con los demás, reunirse con personas que comparten intereses comunes, estar informado sobre amigas, amigos y familiares. Para crear un espacio personal, grabar eventos diarios, para expresar quien soy realmente y para compartir mi información personal con otros.

4.5.3. YouTube

YouTube es una plataforma digital que se caracteriza por la diversidad de contenido audiovisual (vídeo) además es pionera en el contenido visual reproductor. Prieto & Clemete (2017), mencionan que:

> YouTube, además de ser la plataforma de vídeo más usada del mundo, se ha convertido en una herramienta imprescindible para la estrategia de comunicación y publicidad de las marcas, ya que en YouTube pueden generar un contenido audiovisual realmente relevante, con posibilidad de ser interactivo, comentado y compartido. (p. 201)

En más de 10 años de historia, YouTube se ha encontrado con un desarrollo notable que ha sacudido totalmente Internet y el variado mundo de los medios y creación de contenidos. YouTube es una plataforma y red social didáctica, dedicada exclusivamente a los audiovisuales que permite a cualquier usuario hacer público productos multimedia en cualquier lugar del planeta. Cuenta con 1.500 millones de millones de usuarios, y más de mil millones de horas de contenido de vídeo se consumen constantemente, lo que le convierte en el mayor proveedor de vídeo de Internet. Además, hoy en día YouTube sigue siendo el segundo buscador más grande de la web o Internet, sólo por detrás de Google (Rucandio, 2019).

"YouTube ha ido evolucionando, y ha pasado de ser una supuesta moda pasajera, a convertirse en una plataforma de uso diario para mucha gente y en un gran abanico de oportunidades para el mundo de los negocios" (Rucandio, 2019, p.11). Al ser una plataforma con una interfaz muy amigable y de fácil acceso, por una parte, tiene su función de pago que nos

permite disfrutar una experiencia sin anuncios, exquisita en sus funciones, pero no hay límites si el usuario no decide tener una cuenta Premium, ya que esta plataforma tiene acceso gratuito en cualquier lugar y momento. Así mismo, podemos subir contenido e insertar hipervínculos o enlaces, como también suscribirse a algún canal que sube contenido frecuentemente (audiovisuales) lo que nos permite comentar y darle like. A más de ello, nos permite configurar la calidad de video y su velocidad de reproducción.

Al igual que otros medios de comunicación digitales, YouTube se presenta como un canal de vídeo que está constantemente en renovación que invita a la participación activa en él, ya sea compartiendo material realizado por el usuario, comentando o coordinando sus elementos dentro de otras aplicaciones, como sitios o redes sociales. A pesar de que no es el único portal de vídeo en internet, genera mayor seguimiento en la actualidad; más allá de haber sido el primero en aparecer, se convirtió rápidamente en un punto de referencia en la cultura informática-, su obtención por parte de Google amplió su aspecto comercial, sus resultados potenciales mecánicos y, por decirlo claramente, su fama (Pérez, 2012).

Desde nuestra perspectiva, estamos totalmente de acuerdo con los autores, YouTube hoy por hoy es la plataforma de video más popular, debido al gran contenido que sus usuarios generan y ofrecen, podemos encontrar desde un tutorial x a disfrutar de una canción o melodías que relajan el estado del ser humano.

4.6. Fundamento Filosófico

Este trabajo lo hemos realizado de manera crítica constructiva referente a lo social, basándonos en las expectativas de acontecimientos, como manifestaciones culturales que se dan en nuestro contexto, con seguridad de dar respuesta a la problemática existente al existir poca difusión de trabajos de artistas independientes, quienes tienen sin duda alguna un talento intachable aunque algunos con ideas y gustos diferentes, quienes tienen derecho al igual que los artistas de renombre pertenecientes a las grandes industrias.

La forma de cómo se difunde la información es de gran importancia, ya que la percepción de la audiencia se hará de la misma. Es de gran responsabilidad y deber por parte de quienes están frente a una cámara o micrófono, informar, entretener y educar a la sociedad, ofreciéndoles

expectativas e información de todo aquello, para así darles la opción de elegir. Así mismo, a la parte gerencial de los medios de comunicación deben ser de gran conciencia el inmenso poder que tienen en sus manos, y no enfocarse en la facturación económica, sino que, cambiar por beneficios sociales en los diferentes sectores para así fomentar el desarrollo cultural (Germán, 2018).

Con la presente investigación lo que se quiere llevar a cabo es reconocer a los artistas independientes ecuatorianos dentro y fuera de nuestro país. Las personas deben conocer el gran potencial que tienen nuestros artistas nacionales, como también apoyar y difundir la producción musical independiente de Ecuador, con el objetivo de incrementar la producción nacional, ya que cada vez surgen artistas ecuatorianos con un enorme potencial y de buena calidad.

4.7. Fundamento Legal

4.7.1. ¿Qué Señala la Constitución de la República de Ecuador Sobre la Difusión de Música Ecuatoriana en los Medios de Comunicación Radiales?

Hemos tomado como punto de apoyo a la Constitución de la República de Ecuador, basados en los artículos que se refieren a las principales normativas que rigen en nuestro país.

> Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación. (Ley Orgánica de Comunicación, 2021, p. 3)

En el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación dice que, los medios de comunicación social son las " a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, que ejercen la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio" (Ley Orgánica de Comunicación, 2021, p. 3), en este caso se toma como fuente principal las siguientes radios de la ciudad de Loja: Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo. Así mismo, en el artículo 103 nos indica que:

> En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora, el espacio destinado a la emisión de música producida, compuesta o ejecutada en el Ecuador, o en el extranjero por intérpretes, compositores o artistas ecuatorianos que residan en el extranjero; así como a la emisión de contenido periodístico de producciones de origen nacional, deberá representar al menos el 50% de los contenidos emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley, en el caso de la música nacional. Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado. (Ley Orgánica de Comunicación, 2021, p. 29)

En el artículo 119 en concordancia con la Disposición Sexta donde dice textualmente que:

> La autoridad nacional, en materia de cultura e industrias culturales, en coordinación con la autoridad nacional de comunicación y la encargada del desarrollo industrial, realizarán programas y proyectos anuales para fomentar la producción musical, que incluyan todo el ciclo productivo; a fin de que las obras musicales de producción nacional puedan ser generadas, registradas y difundidas a través de las estaciones de radiodifusión y otros medios. Llevará una estadística de producción musical nacional que será presentada en su rendición de cuentas. (Ley Orgánica de Comunicación, 2021, p. 34)

Es así que, la ley dispone lo necesario al desarrollo de la música nacional, y que los medios de comunicación radiales sean los encargados de difundir producción musical de ecuatoriana.

4.8. La Radio

La radio es un medio de comunicación masivo que llega a las personas de forma individual o personal, es el medio con mejor alcance, ya que llega a todas las clases sociales. La radio considera un contacto más personal, porque proporciona al oyente un nivel de cooperación específico en la información que está emitiendo (Mosquera, 2020).

Así mismo, Garzón (2020) señala que, la radio llega a cada sector, rincón o lugar, gracias a la modulación de las ondas electromagnéticas, posibilitando tener un alcance distante. En palabras del autor: “Mediante la modulación de ondas electromagnéticas, este aparato electrónico posibilita la transmisión de señales sonoras que llegan a lugares distantes” (p. 34). Este medio fue

considerado en épocas pasadas como el medio de comunicación más influyente, ya que emite información y entretiene al público que escucha la radio.

La percepción de Yunga (2021) respecto a la radio es muy similar a estos dos autores, pues señala que, la radio es un aparato de escucha que facilita la información para que un gran número de personas estén al tanto de los acontecimientos. Además, postula que, el medio radial es un instrumento que posibilita la transmisión de sonidos mediante la modulación de ondas electromagnéticas, y que las principales características de estas ondas son., la longitud, amplitud y frecuencia.

Teniendo en cuenta estos requisitos considero que, la radio es y ha sido la ayuda para las personas que no cuentan con acceso a Internet o a algún otro medio comunicacional, ya que su alcance o cobertura es más amplia, de igual forma, este medio de comunicación no tiene ningún costo y podemos escucharla en cualquier momento, esto muestra claramente que, la radio desde sus inicios y conforme pasaba el tiempo se convirtió en un medio masivo elite, el aliado y la mejor compañía ganándose el espacio de cada oyente, ya que la radio te acompaña en el trabajo, en el auto, en el medio de transporte público etc. Así mismo, abarca un lenguaje que lo puede entender desde la ama de casa hasta el Doctor Científico. La radio, aparte de mantener informada a su audiencia, está llena de espacios musicales emitidos en sus diferentes programaciones.

4.8.1. Historia e Inicio de la Radio

Hablar del surgimiento de la radio, es hablar de grandes personajes investigadores e inventores, cada uno aportó significativamente para el surgimiento de lo que hoy conocemos como radio, primeramente, se descubrió la obtención de energía, otros trabajaron en el transmisor, también se usó el código Morse, desde allí parte el surgimiento de la radio. Es así que, en 1888 Enrique Hertz, “descubre que una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor a un metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación. Profundizando en sus estudios, demuestra que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio” (García, 1980, p.12)

Tras los aportes de Hertz y otros investigadores como, Marconi y Flemin. En 1903 – 1907 Fleming y Forest, ponen las bases de la radio, descubrieron las válvulas de electrodos, conocidos también como tubos de vacío u válvulas amplificadoras. Esto no solo les permitió que las

vibraciones eléctricas fuesen percibidas de la misma forma que se emitían, sino que estas señales pudieran ser audibles (García, 1980).

Tras la resultante historia, donde algunos personajes descubrieron como transmitir el sonido a través del espacio, llenando el medio de transmisión con todas las manifestaciones de la energía de las ondas que transmitían los mensajes. A partir de ahí empezaron a dar un diseño adecuado a ese sonido y a esos mensajes.

Es así que, en 1920 surge la radiodifusión, que, poco a poco, va creando un giro innovador, dando a los individuos otra razón de ser en diversión, cultura y datos. La última opción fue la principal esencial en los inicios de la radio: las noticias.

La radiodifusión americana asumió un papel importante; por la misma época, 1920, se iniciaron los servicios de radio estándar y se enmarcó la parte comercial. Los datos políticos o sociales se unieron a los datos sobre el clima, la temperatura, etc. Los comunicados se regularon como programas, con una medida de tiempo específico para cada apertura. La música, los poemas y las obras artísticas se utilizaron como componente de la sustancia de estos mensajes. También se establecieron planes u horarios para las transmisiones diarias (García, 1980).

A lo largo del tiempo, los aparatos de radio se fueron puliendo y perfeccionando, convirtiéndose en el "receptor de radio", un aparato que se puso a la venta en todo el mundo y que fue obtenido por muchos individuos que necesitaban prestar atención a las noticias y a la música desde la soledad de sus hogares, transformando así la radio en un instrumento de correspondencia excepcionalmente habitual (Pozo, 2013).

Entonces, todo comenzó en 1888, cuando Hertz observó una descarga eléctrica, desde ese entonces tuvieron que pasar 32 años para perfeccionar la emisión de mensajes a través de la electricidad. Invento que hoy en día se la conoce como radiodifusión o simplemente radio.

4.8.2. La radio en América Latina

Rodríguez (2016) menciona que, la radio tuvo un comienzo lento, en vista de que en ese entonces los aparatos para lograr su creación requerían una alta inversión, esto fue durante la década de 1920. Las emisoras de radio más famosas se acababan de fundar en Norteamérica y

Europa, sin embargo, en América Latina, tardó 10 años en fundarse este medio, ya que surgió a mediados de los años 30, en países como Argentina; y en Centroamérica, en países como México, donde las reuniones o grupos de aficionados a la radio estaban en ese punto siendo formadas, sostenidas desde luego por la autoridad pública o gobierno, que mostró interés en crear oficinas o instalaciones para hacer una comunicación más directa a los individuos.

Esto quiere decir que, la radio tuvo una inmersión tardía en América Latina, a diferencia de Europa. Este medio se lanzó como el instrumento de datos informativos por excelencia, obteniendo posteriormente una extraordinaria significación en la opinión pública. La radio sigue funcionando a largo plazo y se ha convertido posiblemente en el principal medio de comunicación a lo largo de la existencia de la humanidad; ya que es un enlace o vínculo para el proceso de comunicación de masas y un canal para vigorizar las diferentes características del clima o entorno social.

A razón de Ballesteros (2012) indica que, cada país agrupa sus radios según la necesidad, no exclusivamente de nombrarla, sino de hacerla viva para que responda a objetivos abiertos que favorezcan las oportunidades y el derecho de informar y de estar informado. No es simplemente cualquier orden, sino que es un carácter, un enfoque para ver el mundo y el entorno.

Así mismo, este autor señala que, las diferentes estaciones de radio en casi todos los países de Latinoamérica están estancadas debido a las regulaciones públicas legislativas. A la vez, afirma que, los nombres o problemas encontrados de las estaciones radiales en los países objeto de estudio, es decir realizó un estudio en las estaciones radiales de los países de América Latina, y los resultados son: “Frecuencias de uso público y uso privado, Radios comerciales. Radios comunitarias. Radios culturales. Radios originarias. Radios educativas. Radios en onda corta. Radios de A.M y F.M. Radios de gestión estatal y gestión privada con y sin fines de lucro” (Ballesteros, 2012, p. 39).

A nuestro entender, las radios en Latinoamérica han venido siendo limitadas, ya que el estudio de Ballesteros (2012) así lo demuestra, pero hoy tienen más oportunidades debido a los avances tecnológicos, abriéndoles nuevos caminos y oportunidades a las estaciones radiales.

4.8.3. La Radio en Ecuador

González & Betancourt (2014) mencionan que, la radio en Ecuador comenzó como una radio exploratoria en diferentes localidades del país. Las principales emisoras fueron la Radiodifusora Nacional HC1DR en Quito y en 1926 radio París en Guayaquil, que, promovida por el Estado, estaba funcionando únicamente en las noches con una programación variada, emitiendo un amplio surtido de artistas ecuatorianos y transmitiendo deportes coordinados en el coliseo San Blass, y, en poco tiempo, estaba en ese punto comunicando noticias públicas.

Algo similar menciona Grijalva & Yaguana (2019) explican que, la radio de prueba apareció en Ecuador en 1925, primero en la ciudad de Guayaquil y después de cuatro años en Quito. Centrándonos en el año en cuanto al surgimiento de la primera radio en Ecuador no existe concordancia entre estos autores, porque seguramente la radio llegó a Ecuador entre 1925-1926, a partir de allí, solo hizo falta una emisora para el surgimiento de más radiodifusoras en nuestro país.

Radio El Prado de Riobamba sería la principal emisora en ofrecer una programación regular desde el 13 de junio de 1929. Posteriormente, se concibió la radiodifusión oficial durante el mandato del Dr. Isidro Ayora, quien dio el Reglamento de Instalaciones Radioeléctricas y Radiotelefónicas en 1928 que, impulsó la presencia de medios sonoros que se elevarían en las regiones de Guayas, Pichincha, Azuay, Chimborazo e Imbabura (Grijalva & Yaguana, 2019).

Por su parte, López (2021) postula que, el 25 de diciembre de 1931, Quito obtiene su primera señal radiofónica, HCJB “La Voz de los Andes”. Los celosos pastores, propietarios de esta emisora, obtienen una licencia de funcionamiento por 25 años concedida por el Presidente de la República, Dr. Isidro Ayora. En 1940, apareció Radio Quito, una emisora que tenía un lugar con los propietarios de Radio El Comercio. El 12 de febrero de 1949 se emitió la forma radiofónica de "La guerra de los mundos" de Orson Welles a través de Radio Quito. Lo que causó alarma entre los quiteños, al darse cuenta de que era solo una radionovela, respondieron resentidos contra la emisora.

Es así que, en 1996, comenzó a funcionar el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL). Se encargó de controlar la actividad de las frecuencias de radio y televisión en

Ecuador. La programación recordada para las radios primarias tenía música de Ecuador y Extranjera, interpretada por grupos militares o por artistas-especialistas del piano, el clarinete, la guitarra., solistas, dos o en conjunto, de acuerdo a (López, 2021).

Entonces, la radio en Ecuador viene siendo un hito, desde sus inicios hasta la actualidad, ya que ofrece contenido variado, desde noticias, música, deportes, radionovelas hasta mensajes reflexivos, lógicamente cumpliendo o rigiéndose lo que dicta la Ley de Comunicación.

4.8.4. La Radio en Loja

La radio en Loja data sus inicios en 1935, cuando aún en aquel entonces no era consolidada. Los radioescuchas acudían a lugares privados que poseían radiograbadoras para mantenerse al tanto. Este medio de comunicación en Loja surgió poco a poco, pues no todas las personas contaban con una radio en sus casas, pero, por lo menos, en cada parroquia una persona contaba con un aparato receptor, es así que, la gente se reunía para escuchar los acontecimientos que emitía este medio de comunicación. Ya para 1936, en una cafetería pública del señor Daniel Baltazar Palacios, fue instalado un aparato receptor para que los clientes escuchen radio de las emisoras nacionales, y, después de dos años en 1938, en la primera planta de la casa del señor Carlos Burneo, los ciudadanos se reunían para escuchar noticias y preferentemente música, ya que estos equipos eran de mejor calidad que los anteriores (Zaruma et al., 2020).

Así fue el inicio de la radio en la ciudad de Loja, las personas apasionadas a este medio se daban cita a los lugares mencionados, para saciar la necesidad de información que carecían, pero sobre todo entretenerse. Desde nuestra perspectiva creemos que en aquellos tiempos la radio era todo un acontecimiento, pues no solo emitía noticias, sino que también acompañaba a la población lojana con melodías o piezas musicales.

Mientras pasaba el tiempo surgen las primeras radios lojanas, con la llegada de Radio La Voz de Loja, Coro Santa Cecilia, 28 de mayo, entre otras radios pioneras en constituirse como los principales medios de comunicación masivos propios, al servicio de la colectividad lojana, de acuerdo a (Sinche & Valdivieso, 2008).

4.8.4.1. Radio la Voz de Loja. Según Sinche & Valdivieso (2008), en 1940, Radio la Voz de Loja, fue la primera emisora en ser introducida, dando actividad inicial en la ciudad lojana, quien estaba bajo la responsabilidad del señor Antonio Asemani, y con sus gestiones, introdujo un pequeño transmisor dispuesto a cubrir únicamente un par de cuadras a la redonda.

La radio estaba situada en la Escuela Bernardo Valdivieso y su motivación era avanzar en un espacio para los artistas y aficionados al verso-poesía, y, la música como método de difusión de la cultura lojana. En esta emisión radiofónica también se escuchó artistas como Segundo Cueva Celi, Dr. Carlos Arrobo Carrión, Amelia Anda Aguirre, entre otros artistas prestigiosos (Sinche & Valdivieso, 2008).

4.8.4.2. Radio Coro Santa Cecilia. Los individuos de Radio Coro Santa Cecilia, tuvieron una dura tarea para conseguir una emisora de radio. En las noches realizaron, espectáculos, conciertos y comedias hasta que adquirieron los equipos, y en 1940 comenzaron sus actividades radiofónicas. La emisión de radio se introdujo específicamente en áreas de seguridad, debido al conflicto con Perú, así lo menciona (Zaruma et al., 2020).

A razón de Sinche & Valdivieso (2008), el gasto de la emisora fue de 51.000 sucres, de los cuales 10.000 fueron un compromiso del Gobierno Nacional y 41.000 sucres se recaudaron de las presentaciones coordinadas por las personas que la establecieron. La emisora estaba situada tras la Catedral y su motivación era impulsar las actividades artísticas, sociales y culturales que ocurrían en la Academia Santa Cecilia. Así mismo, señala que, contaba con la colaboración de Segundo Cueva, una de las contribuciones más emblemáticas que el medio radiofónico tenía.

Se podría decir que, todo inicio en 1935, en ese entonces, pocas personas contaban con un aparato radiofónico receptor, por ello, se reunían para escuchar los acontecimientos y música que la radio emitía, con el pasar del tiempo algunos apasionados por este medio fundaron las primeras emisoras radiofónicas en la ciudad de Loja, incluso haciendo gestiones propias o individuales para recaudar dinero y comprar los equipos.

4.8.5. La Radio y la Música

La música ha estado generalmente ligada a la radio y, desde sus inicios, las emisiones radiofónicas han dedicado parte de su programación a largos tramos de espacios de música. Hoy en día, este componente está disponible en una amplia gama de emisiones y proyectos radiofónicos, y su utilización dentro del lenguaje radiofónico puede considerarse tan libre y exploratoria como ella misma. En esta línea, la idea de música o concepto es omnipresente en los manuales de creación radiofónica. Entender sus capacidades y su significado es fundamental para crear una experiencia alternativa y extraordinaria para la audiencia (Aragón, 2017).

Según nuestra perspectiva, no se puede escuchar radio que no emita música, canciones que en sus letras expresan un mensaje con un significado que va directamente al oído del oyente creando experiencias únicas, por lo tanto, la radio ha sido el medio que difunde mensajes que narran historias de todo tipo a través de la música.

Moreno (1999) menciona que, la radio no puede percibirse sin música. Desde sus inicios, el medio radiofónico se dotó de sustancia musical para realizar sus transmisiones de prueba y posteriormente organizar su modificación. La radio inició una relación con la música que a lo largo del siglo XX se ha ido estrechando progresivamente.

La música es un elemento fijo de la radio. La importancia de la música en la programación ha sido creada para el desarrollo del propio medio radiofónico, debido a su gran importancia, sustancia que fue la premisa en su programación hasta la última parte de la década de 1930 y mediados de la década de 1940, cuando hubo, en general, una mejora más notable de la radio-espectáculo y la radio-información (Moreno,1999).

Lo que los autores nos explican es que, la radio desde sus inicios siempre se ha caracterizado por la difusión de música, ya que esta es un elemento fundamental y fijo en este medio de comunicación. A nuestro entender, en las programaciones radiofónicas es inevitable que el conductor deje de usar música, ya sea un programa informativo, deportivo u radionovelas, siempre se utilizará una cortinilla, algún fondo musical o canción para mayor elegancia, en este sentido, sin duda alguna, estamos totalmente de acuerdo con los autores, pues la música es el principal elemento en las estaciones de radio.

4.8.6. Lenguaje Radiofónico

Ballesteros et al. (2019) señala que, el lenguaje radiofónico, como comúnmente sabemos, es desenfadado, coloquial y busca acercarse al discurso habitual, ya que las personas se exponen o expresan en sus relaciones de manera rutinaria. En consecuencia, algunos profesionales en comunicación radial recurren comúnmente a formas de hablar y a enunciados típicos, tratando de acercarse a los miembros de la audiencia. Desde una perspectiva, esta metodología informativa es vital para garantizar una comunicación más efectiva. Así mismo, es importante conocer la utilización de palabras descortés y ofensivas.

Por otro lado, Godinez (2020), indica que, se ha venido insistiendo en que los elementos del lenguaje radiofónico son., la voz, la música, los sonidos y el silencio. Por su parte, Vilcapoma (2018) coincide con estas características del lenguaje de la radio. Además, explica que, la sustancia natural de este tipo de lenguaje en primera instancia es el sonido. De este modo, sostiene que en el lenguaje radiofónico hay un componente único que lo constituye, que se puede materializar a través de ondas sonoras para contactar con la multitud o audiencia y hacer varias figuras como palabras, música, señales de audio y silencio.

En este sentido, estamos totalmente de acuerdo con los autores, ya que, si el conductor de una radio se expresa con tecnicismos, el oyente no va a entender e inmediatamente cambiará de emisora, entonces, este aplica un lenguaje fácil de entender utilizando palabras habituales. Así mismo, si hablamos de lenguaje radiofónico, hay que referirse a un conjunto de formas sonoras y no sonoras abordadas por los marcos expresivos de la palabra, es decir, la música, los efectos de audio y el silencio, cuya significación debe estar determinada por un conjunto de patrones técnicos–expresivos en las reproducciones sonoras, junto con estos procesos o factores característicos, le llevaran al escucha hacia un viaje imaginativo, es decir, el oyente tiene una expresión imaginativa en el ojo de su mente.

4.8.7. Radio por Internet

Quezada et. al. (2021), postulan que, la radio es un medio de comunicación que se presenta en la sociedad de forma gratuita y de libre acceso para cualquier persona, ya que únicamente se requiere un aparato receptor de señal radiofónica. Pero, mientras avanza el tiempo surgen cambios,

por lo tanto, nuevas oportunidades para este medio de comunicación, y con la llegada de la tecnología las puertas se abren y en cualquier punto pueden separar los límites de la realidad, rompiendo barreras del espacio y tiempo al involucrarse la radio a internet.

Según estos autores, hoy en día, la radio por internet no es cosa nueva o de moda, mencionan que, una de las primeras radios estadounidenses se involucró en internet en 1993, en palabras de los autores: "Los orígenes de la radio en Internet se remontan al año 1993, con la primera radio en línea *Internet Talk Radio*, desarrollada en EE.UU por *Carl Malumud."*(p.92).

Según nuestro criterio, en nuestro país quizás estamos un poco retrasados con la tecnología, pero sin duda alguna actualmente si no estás en internet, probablemente sería muy extraño para un buen puñado de personas, y, por lo tanto, quizás para ellas no existas, ya que hoy en día todo se ha vuelto digitalizado, lo que nos permite llegar más lejos y de forma inmediata. Es evidente que Internet ha hecho que todo sea momentáneo y mundial, podemos decir que, la audiencia radiofónica no está en este momento cerca sino en todo el mundo y muchos aficionados no han comprendido la fuerza de este medio de comunicación.

Por otro lado, Cardona & Vaca (2018) señalan que, la radio ha sido uno de los medios de comunicación que más ha cambiado y avanzado ante las nuevas tecnologías, esto ha creado un progreso en la calidad del sonido, estabilidad y recepción, ya que este es el elemento principal de este medio de comunicación, es así que, la radio tradicional aún sigue sonando, pero el centro de consumo se ha trasladado a los nuevos aparatos tecnológicos, como: *tablets,* computadoras, dispositivos móviles o celulares, que le permiten al usuario informarse y entretenerse de manera transitoria.

Las radios online utilizan la tecnología *estreaming* que permite el audio-video y que hace posible generar una transmisión en tiempo real a través de internet. Esto se lo hace a través de la forma básica de uso de un computador para la transmisión de sonido a un servidor en la web con una programación de *streaming*, este sonido en algunas redes no permanece alojado, sin embargo, tiene la posibilidad de pasar persistentemente a ser prestado atención por cualquier individuo en tiempo real, por lo tanto, a tener una inclusión más prominente y llegar a cualquier punto del planeta. Entre sus ventajas se encuentran la disminución de la metodología de permisos, la inclusión global, la transmisión a bajo costo desde cualquier lugar, teniendo en cuenta los

requisitos tecnológicos básicos y mínimos, la minimización de gastos y la generación de sistemas de medios interactivos o multimedia (Cardona & Vaca, 2018).

Videla & Piñeiro (2017) opinan que, la radio al traspasarse a la red a adaptado la recepción de las posibilidades visuales y sonoras e interactivas de los medios digitales. Aunque la radio ha sido tradicionalmente el medio más cercano y generalmente más participativo. Pero actualmente, es en Internet donde esta inteligencia consigue su mayor participación tanto por el punto de vista de los oyentes como por la relación que el medio establece con su público.

A nuestro juicio, internet ha arrojado una lluvia de posibilidades para que los medios de comunicación tengan mayores posibilidades de llegar más lejos con un costo o facturación mínima, a la par que tengan una participación más cercana con su audiencia. Por otro lado, refiriéndonos a la audiencia y la relación de esta con el medio, creemos que un medio radial que no cuente con una audiencia sería muerta o inválida, ya que el público es quien le hace popular, si un medio de comunicación no tiene público es muy probable que desaparezca. Es así que, internet ha facilitado que los medios de comunicación tengan un público fiel que les ayuda a posicionarse y sobre todo con la posibilidad que estos puedan interactuar desde cualquier parte del mundo.

4.8.8. Emisión y Recepción

La comunicación e información a través de la radio circulan en horarios específicos, esto depende de la parrilla de programación, la cual será interesante, por lo que el oyente en el mismo instante que la radio está emitiendo un programa en vivo se conecta para escuchar su programación. Según Ballesteros et al. (2019) explica que, hoy en la actualidad, la tecnología posibilita que la escucha de la radio sea más personalizada, es decir, el oyente elige a qué hora y día consume radio o algún programa específico.

Hoy, la tecnología es una herramienta fundamental, ya que permite llegar a más público y que esta audiencia tenga un mar de posibilidades de elecciones al escuchar audio radio. Algunos formatos en los cuales el receptor u oyente puede acceder ha contenido como:

Streaming: Tecnología que permite emitir contenido de manera continua de audio, se lo puede hacer en vivo o por demanda.

Web radios: Transmisiones o exhibiciones de contenido auditivo a través de internet, ya que el audio son características principales de un medio radial.

Aplicaciones: Consiste en escuchar música de manera online, el usuario u oyente también tiene la posibilidad de descargarla.

Radio WhatsApp: Radio que se comparte por WhatsApp.

Pódcast: Productos sonoros que presentan contenidos segmentados.

A nuestro entender y basándonos en lo que nos dice el autor, la radio es un medio de antaño, pero, la tecnología le ha permitido migrar a las diferentes plataformas digitales, lo que permite que este medio de un giro de 180 grados, ya que no solo se la escucha a través de un receptor llamado equipo de sonido, sí no que también en Internet desde un ordenador, teléfono móvil, Tablet o laptop. Y no solo eso, comúnmente los programas de radio son en vivo, pero la tecnología les ha permitido colgar sus emisiones grabadas para que el oyente fiel pueda escuchar las veces que quiera, por si se llega a perder su programa de radio favorito. Entonces, la tecnología hace que la radio tenga diversas posibilidades, como: subir programas grabados en las plataformas digitales, música, entrevistas, etc., esto hace que tenga mayor alcance, por lo tanto, mayor audiencia o publico receptor, llegando a cualquier parte del mundo con sus diversos productos sonoros.

4.9. Radios Objeto de Estudio

4.9.1. Radio Luz y Vida

Historia de Radio Luz y Vida

> Según su portal web, Radio Luz y vida fue creada el 11 de octubre de 1967 por el padre Julián Lorente Lozano, quien vio la necesidad de fundar este medio alternativo religioso hace 53 años. Nos cuenta en su autobiografía: “Por cierto que venía sintiendo como una voz interior que me repetía: Jesucristo necesita una Emisora de Radio”. De tal manera sentía clara la exigencia del Señor, que le dije un día al señor José Coronel, dueño de la Emisora Centinela del Sur: “¿Me permitiría usted que en mi programa semanal dijese este slogan: Jesucristo necesita una emisora?”. (29 de junio de 2019)

– Me dijo: “No hay dificultad alguna, pues incluso yo le puedo vender una emisora de las dos que tengo”. Empecé a lanzar al viento…el mensaje que el Señor me inspiraba y empezó a venirme dinero de las gentes sencillas y pronto fue una realidad el tener una Emisora Católica, que llamamos “Luz y Vida” y que fue pagada al contado: 85 mil sucres, una vez instalada. Siendo testigos el señor José Coronel y el Gerente del Banco del Azuay, en aquel entonces. Siempre he dicho y lo repito: – “Las obras de Dios nunca se hunden por falta de medios económicos, sino por falta de entrega a ellas, por falta de espíritu de fe”. (29 de junio de 2019)

Se instaló primeramente en la parte alta de la Casa conventual de la Parroquia de San Sebastián, pero más tarde paso al Convento de las Misioneras Sociales de la Iglesia, donde ellas trabajaban, tanto como locutoras, y como radio-operadoras, además de tener necesidad de seglares de profesión, tanto técnico de radio como profesionales de locución. El Padre Julián trabajaba en la Emisora como Director de Programación y llevaba algunos programas diarios y semanales. (29 de junio de 2019)

“Esta Emisora ha sido y es una fuente de LUZ para muchas personas que viven en el error. Y fuente de VIDA porque lleva la vida sobrenatural a través de sus programas religiosos” (29 de junio de 2019).

“Tal como lo dice su lema está al servicio de Dios, la Patria y Cultura. Mantiene una programación religiosa, noticiosa, musical y deportiva con un amplio espacio de audiencia a nivel de la región” (29 de junio de 2019).

Misión

Somos un medio de comunicación radial que laboramos en la provincia de Loja, siguiendo los postulados de nuestro fundador el P. Julián Lorente, apegados a los objetivos y fines para los que fue creada, al servicio de Dios, la patria y la cultura de acuerdo a la realidad del pueblo lojano, buscando satisfacer las necesidades de comunicación con nuestros oyentes y clientes publicitarios, mejorando los diferentes programas diarios que pone a disposición la radio, utilizando personal capacitado y eficiente, dotada de tecnología y equipos modernos que hagan posible confluir en los espacios de la post modernidad. (Luz y Vida, 06-2019)

Visión

Ser un medio de comunicación radial católico que lidere entre las radios emisoras del cantón Loja y su provincia, con alto nivel de audiencia, distinguiéndonos por el contenido y la calidad de cada

uno de los programas en el aspecto: religioso, musical, informativo, deportivo y publicitario, como aporte al crecimiento empresarial y desarrollo de la ciudad y provincia de Loja. (Luz y Vida, 06-2019)

Objetivos

Estar al servicio de la colectividad, la patria y la cultura ofreciendo espacios a aquellas personas que no tienen posibilidades de expresarse.

- Evangelizar a nuestra audiencia a través de contenidos y programas religiosos.
- Dar espacios a la parte cultural, musical y política a través de nuestra programación.
- Buscar la verdad, siendo Luz y Vida para aquellas personas que nos escuchan en las diferentes partes de nuestra región.

Tabla 1

Dirección y Contacto de Radio Luz y Vida

Ubicación	Contacto	Plataforma
Loja Ecuador Rocafuerte 11-43 E/ Juan José Peña y Olmedo.	Tel:2570 426 Tel: 2571 916	Web:radioluzyvidafm.com Twitter:@radioluzyvida
	Email: luzyvidaloja@hotmail.com	Facebook:com/radioluzyvida88.1/

Nota: Elaboración propia.

Tabla 2

Parrilla de Programación de Radio Luz y Vida

HORARIO	NOMBRE
04h00 a 06h00	Nuevo Amanecer
06h00 a 06h30	Luz en el camino
06h30 a 07h00	Ecuador en Contacto
07h00 a 09h00	Notiradio I Emisión
09h00 a 11h00	Cita con el Amor
11h00 a 12h00	Anuncios Hora Clave
12h00 a 13h30	Notiradio II Emisión
13h30 a 14h00	Caminos de fe
14h00 a 16h00	Onda Positiva
16h00 a 17h00	Santa Eucaristía
17h00 a 18h00	Radio Deportes
18h00 a 19h30	Notiradio III Emisión

HORARIO	NOMBRE			
19h30 a 20h30	Defensa de la Fe	Otra Conmigo	Santa Eucaristía	Encuentro latinoamericano
20h30 a 22h30	Melodías del Corazón			
22h30 a 23h00	Completas			
	SÀBADOS			
05h00 a 06h30	Luz en el Camino			
06h30 a 07h00	Revista Semanal			
07h00 a 08h30	Música Baladas			
08h30 a 11h00	Luz de las Parroquias			
11h00 a 12h00	Programa religioso			
12h00 a 13h00	La voz del transportista			
13h00 a 14h00	Vive tu patrimonio			
14h00 a 16h00	Música Lojana			
16h00 a 17h00	Santa Eucaristía			
17h00 a 19h00	Canta Ecuador			
19h00 a 20h30	El gris la radio que te escucha			
20h30 a 23h00	Música Nacional			
	DOMINGOS			
06h00 a 07h00	Luz en el camino			
07h00 a 08h00	Santa Eucaristía			
08h00 a 09h00	Presencia de Une			
09h00 a 11h00	Encuentro Latinoamericano			
11h00 a 14h00	Gala de pasillo Ecuatoriano			
14h00 a 16h00	Entre canción y canción			
16h00 a 17h00	Santa Eucaristía			
17h00 a 19h00	Canta Ecuador			
19h00 a 20h00	Santa Eucaristía			
20h00 a 22h00	Con Cristo todo sin Cristo nada			
22h00	Cierre			

Nota: (Radio Luz y Vida, s.f.).

4.9.2. Radio La Hechicera

La Hechicera estación, inició su difusión en el año 1996 y opera durante las 24 horas, trayendo a su audiencia multitud de segmentos con música variada para todos los gustos, sucesos regionales, muy buena compañía y otros cortes de gran interés. (Radios.com.ec, 2022-05-17)

Visión

Consolidarnos como la antena de la democracia en el Sur del Ecuador y la escuela de formación periodística de quienes camina por el sendero de la comunicación.

Misión

Somos la primera empresa de radiodifusión con altos estándares de credibilidad y formación periodística cuyo principal objetivo es construir una masa crítica sustentada en valores y refrendada en su identidad propia como lo es nuestra la Lojanidad.

Valores

• Creatividad
• Crítica
• Diversidad
• Honestidad
• Imparcialidad
• Libertad
• Veracidad

a) Creatividad:

La creatividad debe ser una actitud preeminente en la labor cotidiana de quienes conformamos LA HECHICERA. En todas las áreas de la institución procuraremos hacer posible la generación de propuestas e ideas originales en las distintas tareas del quehacer periodístico y los retos que la sociedad nos impone en nuestro diario vivir. (Radio la Hechicera, s.f.)

Hemos sido pioneros en la comunicación social y la apertura a nuevas soluciones, que, a lo largo de nuestra vida institucional, han sido el motor que impulsa nuestro trabajo y generar con el una mejora continua en el proceso de informar, recrear, educar y respetar la comunicación y la libertad de expresión de los ciudadanos. (Radio la Hechicera, s.f.)

b) Crítica:

En cumplimiento a nuestra línea editorial hemos sostenido que el examen y el juicio de la realidad debe ser el camino por el que se sustente un juicio crítico propositivo como sustento fundamental para la democracia y el ejercicio efectivo de una
Ciudadanía debidamente informada. (Radio la Hechicera, s.f).

De igual modo, no aspiramos a librarnos de la crítica: por el contrario, creemos que ésta debe ejercerse desde nuestros programas, y hacia nuestros programas. (Radio la Hechicera, s.f.)

La crítica, la discusión y el debate abren los ojos, sacuden los prejuicios y son motivación constante para mejorar y corregir, para crear y experimentar; acompañan la libertad, impulsan las transformaciones y contribuyen a mejorar la calidad de nuestro trabajo y a incrementar nuestra productividad. (Radio la Hechicera, s.f).

c) Diversidad:

Visibilizamos con absoluta idoneidad la multiplicidad de conductas, modos de vida y visiones del mundo forman parte de la condición humana y son fuentes de intercambio, transformación y creatividad. (Radio la Hechicera, s.f.)

Es una práctica de nuestra entidad el respeto a las diferencias individuales, esto, como principio esencial de los derechos humanos. (Radio la Hechicera, s.f.)

Nuestra programación tiene una mirada incluyente que posibilita el enriquecimiento de la palabra y el diálogo en función de la pluralidad de pensamiento. (Radio la Hechicera, s.f.)

La programación que generamos dará a conocer una amplia variedad de realidades, favoreciendo así el intercambio del conocimiento y la comprensión entre quienes se piensan o se miran distintos. (Radio la Hechicera, s.f.)

d) Honestidad.

Dentro de nuestra organización conceptualizamos la honestidad como la congruencia entre el pensamiento, la palabra y la acción. (Radio la Hechicera, s.f.)

Por habernos constituido a lo largo de nuestro trabajo periodístico en la esperanza de los lojanos, este valor está presente en cada una de nuestras acciones: honestidad y transparencia en el desarrollo de nuestro trabajo periodístico al interior y al exterior de la institución y el desempeño laboral de cada uno de los miembros de la organización. (Radio la Hechicera, s.f.)

Nuestra honestidad se traduce en fidelidad al servicio que entregamos teniendo presente siempre el bien común de la gran mayoría de lojanos y ecuatorianos, promoviendo procesos democráticos, con objetividad en cumplimiento a la Ley, el derecho, a la información, el acceso a la cultura y a la participación ciudadana. (Radio la Hechicera, s.f.)

e) Imparcialidad

Fieles a nuestra Visión y Misión institucional no hay cabida para prejuicios de ningún tipo. La igualdad, la rectitud y la transparencia serán las guías de nuestra actuación como medio de comunicación, teniendo siempre como objetivo final el bien común de todos sin excepción ni exclusión de ninguna naturaleza. (Radio la Hechicera, s.f.)

Nuestra calidad moral nos permitirá tomar decisiones equitativas con respecto a la adquisición, producción y programación de los
contenidos. No se privilegiará a ningún individuo o grupo con base en preferencias personales, ni por afinidad ideológica o intereses económicos políticos, personales o familiares. Las decisiones que se tomen estarán basadas en criterios profesionales y de servicio, así como en la intención de mantener una programación balanceada, ausente de dogmatismos y posturas reduccionistas. (Radio la Hechicera, s.f.)

En nuestras emisiones informativas no tomaremos partido ni emitiremos juicios sobre los acontecimientos, sino que otorgaremos el mismo rango e igual dignidad a las diversas voces con el fin de mostrar la realidad de una manera armónica, equilibrada y abierta, manteniendo siempre nuestra línea editorial que dice: “sin abanderamientos políticos”. (Radio la Hechicera, s.f.)

f) Libertad

Sostenemos que todas las actividades del ser humano deben desarrollarse en un ámbito de libertad, valor fundamental para alcanzar la eficacia y la eficiencia en nuestra labor periodística, por ello, respetamos la capacidad de autodeterminación y toma de decisión de quienes colaboran en esta estación de radio. (Radio la Hechicera, s.f.)

En ningún caso se ejercerá coerción o censura y no se sancionará a ningún integrante de esta organización con motivo de sus creencias políticas o religiosas, por sus opiniones, nacionalidad u orientación sexual. (Radio la Hechicera, s.f.)

La libertad, consagrada en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la Constitución Política de nuestro país, conlleva necesariamente la responsabilidad sobre los propios actos y palabras. Los límites de la libertad son el respeto al derecho de terceros y aquellos que la Ley de Comunicación o su Reglamento impongan a quienes ejercemos esta garantía constitucional. (Radio la Hechicera, s.f.)

g) Veracidad

La veracidad es el fundamento de la libertad de información. Es deber de nuestra institución ofrecer al público información cierta, auténtica y comprobable, de modo que los contenidos y programas radiofónicos que se presenten deberán ser el resultado de una investigación seria y acuciosa de los acontecimientos. (Radio la Hechicera, s.f.)

La elección rigurosa de fuentes informativas, contrastadas y contextualizadas de manera seria y profesional y presentadas en conocimiento de la audiencia serán criterios permanentes en esta emisora; la información que presentemos deberá ser clara, bien fundamentada y expresada con una óptima aplicación del lenguaje. (Radio la Hechicera, s.f.)

IV. Principios De Conducta

Dentro del trabajo diario de nuestra organización está prohibido en cumplimiento del marco jurídico ecuatoriano, difundir información falsa o que induzca al error en forma intencional, ya sea a través de estados financieros, datos financieros u otros registros de la organización empresarial que representamos. (Radio la Hechicera, s.f.)

Las contribuciones políticas o pagos a funcionarios gubernamentales están restringidas por la Ley y por disposición expresa del presente cuerpo normativo. Además, queda estrictamente prohibido llevar a cabo, directa o indirectamente, acciones por cualquier medio a fin de pagar o fomentar, ofrecer, prometer o autorizar el pago de cualquier cantidad o entregar u ofrecer un obsequio, o prometer dar o hacer algo, incluyendo prestar un servicio de valor a cualquier funcionario de gobierno, o cualquier candidato a un cargo público, nacional o extranjero con el fin de ayudar a un funcionario o empleado de la empresa para obtener o conservar algún negocio, beneficio, concesión o permiso, para sí o para alguna persona, o para referir algún negocio o beneficio a terceros. (Radio la Hechicera, s.f.)

La presente línea de conducta institucional no tiene la intención de prohibir la libertad del personal para ejercer sus actividades cívicas en apoyo de candidatos y causas políticas en los términos permitidos por la ley; sin embargo, en el ejercicio de dichos derechos, el personal debe tener cuidado a efectos de que su participación cívica no pueda interpretarse de manera alguna que tiene

por objeto influir en decisiones gubernamentales para la obtención de beneficios o negocios a favor de alguien en particular, menos aún de nuestra empresa radial. (Radio la Hechicera, s.f.)

V. Independencia Editorial Y Autorregulación

Todo el personal de nuestra empresa radial desempeña su labor informativa con total independencia de las autoridades gubernamentales, individuos o grupos influyentes de la sociedad y del medio político, cultural, comercial o industrial, así como de anunciantes o patrocinadores. (Radio la Hechicera, s.f.)

Nuestra distinguida audiencia puede confiar en que las decisiones que se toman en materia editorial, pues no están sujetas a cambios generados por intereses políticos, económicos ni personales, sino que tienen su base en estrictos criterios profesionales. (Radio la Hechicera, s.f.)

Enfocados en nuestra convicción democrática y con la garantía de nuestra libertad de expresión, asumimos la autorregulación como el compromiso voluntario de hacer uso responsable de la libertad de la que somos depositarios y garantes. (Radio la Hechicera, s.f.)

En lo referente a la censura entendida esta **-si esa fuera la concepción-** como el mecanismo mediante el cual el Estado o grupos de poder buscaren ejercer control sobre la libertad de expresión, limitarla, prohibirla o sancionar su ejercicio, queda completamente fuera del marco de independencia y del diario trabajo periodístico de nuestra empresa radial. (Radio la Hechicera, s.f.)

Tabla 3

Dirección y Contacto de Radio La Hechicera

Ubicación	Contacto	Plataforma
Loja Ecuador Mercadillo y Olmedo.	**Teléfono** (07) 2 561166	**Web:** https://www.lahechicerafm.com/
	Secretaria +593 98 166 8073	**Facebook:**www.facebook.com/LaHechiceraFM/
	Cel. Estudio +593 98 000 3738	**Twitter**:@hechicera889
	Email: radiolahechiceraenvivo@hotmail.com	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 4

Parrilla de Programación de Radio La Hechicera

TIPO CONTENIDO	PÚBLICO OBJETIVO	CLASIFICACIÓN AUDIENCIA	DÍAS TRANSMISIÓN	HORA INICIO	HORA FIN
Entretenimiento - E	Adultos	Familiar	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Sábado, Domingo	19:00:00	5:29:00
Informativo - I	**Adultos**	**Familiar**	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes	5:30:00	8:29:00
Entretenimiento - E	Todo público	Familiar	Domingo	6:00:00	8:59:59
De Opinión - O	Adultos	Familiar	Sábado	6:00:00	8:25:00
Informativo - I	Todo público	Familiar	Domingo	9:00:00	10:29:00
Formativo / educativo /cultural - F	Todo público	Familiar	Lunes, Miércoles, Viernes	8:30:00	8:59:59
Entretenimiento - E	Todo público	Familiar	Lunes, Miércoles, Viernes	9:45:00	11:59:59
Entretenimiento - E	Todo público		Martes y Jueves	9:15:00	11:59:59
Formativo / educativo /cultural - F	Todo público	Familiar	Domingo	10:30:00	13:00:00
Entretenimiento - E	Todo público	Familiar	Sábado	10:30:00	13:30:00
Informativo - I	Adultos	Familiar	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes	12:00:00	13:59:00
Entretenimiento - E	Adolescentes y jóvenes	Familiar	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes	14:00:00	16:59:00
Entretenimiento - E	Adolescentes y jóvenes	Familiar	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes	17:00:00	16:59:00
Entretenimiento - E	Adolescentes y jóvenes	Familiar	Lunes, Miercoles y Viernes	9:00:00	9:45:00
Entretenimiento - E	Adolescentes y jóvenes	Familiar	Martes y Jueves	8:30:00	9:15:00
Entretenimiento - E	Adultos	Familiar	Viernes	19:00:00	23:59:00

Nota: (Radio la Hechicera, s.f.).

4.9.3. Kocodrilo Radio

Kocodrilo difunde numerosos eventos que tienen lugar en la comunidad de Loja, para todos aquellos amantes de la música, en especial de los ritmos potentes de rock, en Ecuador y el mundo entero. (Radios.com.ec, 2022-05-17)

Historia

Fabricio Oñate Valdivieso, venía trabajando varios años en Radio Poder de la ciudad de Loja y su contrato terminaba en septiembre de 2011. Por iniciativa propia decide implantarse un nuevo medio de comunicación radial, venía trabajando todos los detalles de la nueva radio en el ojo de su mente, pero también de manera física que empezó a trabajar todos los detalles desde el en el mes de agosto del mismo año, y a hacer emisiones de prueba, música y avances de expectativa, durante todo el mes de septiembre de 2011.

El 30 de septiembre de 2011, el contrato de Fabricio con Radio Poder finalizó, y quedó desempleado únicamente un fin de semana, ya que el 3 de octubre de este mismo año, Kocodrilo Radio fue fundada por Fabricio y empezó a emitir programación radial. Desde sus inicios el objetivo de Kocodrilo Radio era seguir creciendo como medio de comunicación y posicionándose como una estación líder en el Sur del Ecuador.

Misión

Brindar a la ciudadanía contenidos radiofónicos de alta calidad que contribuyan a su formación e información, entreteniendo sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales y culturales, cautivando a nuestra audiencia y aportando al éxito publicitario de nuestros clientes.

Visión

Posicionar y mantener a Kocodrilo Radio 104.5 como la emisora líder en su segmento de mercado mediante la innovación constante y la oferta de programación y servicios de la más alta calidad, convirtiéndola en un medio de comunicación eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio integral y participativo para la ciudadanía en general.

Tabla 5

Dirección y Contacto de Radio Kocodrilo

Ubicación	Contacto	Plataforma
Loja Ecuador Miguel Riofrío 162-25 y Olmedo, Loja, Ecuador	**Tel**.:25 70 700 - 09 82 80 80 80	**Web**:kocodrilo.com,
	Cel: 09 82 80 80 80	**Facebook:**www.facebook.com/kocodriloradio/
	Email: kocodriloradio@yahoo.com	**Twitter**:@kocodriloradio

Nota: Elaboración propia.

Tabla 6

Parrilla de Programación de Radio Kocodrilo

HORARIO	NOMBRE	CONDUCTOR
		Lunes a Jueves
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big show	Juan Carlos González, Gaby Núñez
10h00	Caída y limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja negra	Damian Cabral
21h00	Nochentoso	Brenda Valdivieso
		Viernes
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big show	Juan Carlos González, Gaby Núñez
10h00	Caída y limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja negra	Damian Cabral
		Viernes
19h00	América Radio Top	Ya'akov Ferdinand
21h00	Globo Beat	Dj Nova & Dj Williams
		Sábado
07h00	Rock Bumerang	Félix St.Jordy
10h00	Kocodrilo Clásico	Pablo Costa
12h00	Con Todo Al Aire	Fernando Hidalgo
14h00	Radiografía	JuanC González
15h00	Los Más Buscados	Stefany Patiño
17h00	David Guetta	Play List David Guetta
19h00	Kocodrilo On The Rock	Jonathan Peralta
22h00	Globo Beat Clásico	Dj Nova & Dj Williams
		Domingo
06h00	Kocodrilo Clásico	FDS
10h00	Los Más Buscados	Stefany Patiño
12h00	Radiografía (Reprise)	JuanC González

HORARIO	NOMBRE	CONDUCTOR
		Domingo
13h00	Kocodrilo Clásico	FDS
17h00	Desconcierto	

Nota: (Radio Kocodrilo, s.f.).

4.9.4. Radio Loja

Un 26 de noviembre de 1982, salió al aire la primera estación radial lojana en frecuencia modulada y sonido estereofónico de alta fidelidad, bajo el nombre de "STUDIO 97.9 FM STEREO, El Sonido de la Ciudad". En Loja se inauguraba un nuevo concepto de hacer radio, no sólo desde la tecnología de última generación, sino también desde una filosofía diferente, de profundo contenido antropológico, social, educativo, cultural y ciudadano. (Radio Loja, 2014-08-08)

Gracias a la iniciativa de Eduardo Ruiz, destacado artista lojano que tiene como carta de presentación una amplia trayectoria artística exhibida en diversos escenarios internacionales, nace lo que, actualmente, es Radio Loja 97.7 FM, con el objeto de aportar y consolidar la cultura lojana y contribuir a redimir a la provincia de Loja del aislamiento y del atraso con relación a los llamados polos de desarrollo nacional. Por entonces, muy pocos diarios llegaban a Loja y los que lo hacían llegaban con retraso. En este contexto, la radio se convirtió en medio para reivindicar las aspiraciones de la gente, en una compañía para el trabajo y un medio para el contacto con familiares que se encontraban lejos. (Radio Loja, 2014-08-08)

El 26 de noviembre se recuerda el aniversario del día en que su mentor inició las transmisiones por primera vez desde el barrio Chorrillos de la ciudad de Loja, un hecho de trascendencia que lo convierte en pionero de las radios en frecuencia modulada en esta región de la Patria. Radio Loja 97.7 FM; con una cobertura provincial, es un medio de comunicación colectiva con un enfoque editorial, de opinión orientadora, sobre un amplio espectro de temas que van desde la política, pasando por la vida cultural y, claro, la música en todas sus manifestaciones. (Radio Loja, 2014-08-08)

El eslogan de "La radio es música..es cultura de Loja", al término de más de un cuarto de siglo de existencia cobra más vigencia que nunca, por haberse caracterizado por ser un medio de comunicación que de manera desinteresada ha apoyado las causas culturales de Loja y del país, sin consideraciones de ideología política, credo o posición social. (Radio Loja, 2014-08-08)

Radio Loja a lo largo de su trayectoria de servicio se ha caracterizado por haber estructurado una programación orientada a satisfacer todos los gustos de su amplia audiencia. En el aspecto eminentemente periodístico cuenta con dos espacios informativos, que gracias al prestigio y credibilidad que han sabido ganarse son referentes de información objetiva y orientadores de la opinión pública. (Radio Loja, 2014-08-08)

A pesar del avance de la tecnología en el campo de la comunicación y de la informática, el rol que juega la radio en la sociedad en insustituible y creemos que aún tiene mucho que dar, que su mejor momento aún está por venir, porque la magia de la radio es única. (Radio Loja, 2014-08-08)

Este 26 de noviembre del 2012, celebramos 30 años de educación permanente a niños, jóvenes y adultos desde esta eficiente cátedra de la ciudad. (Radio Loja, 2014-08-08)

Eduardo Ruiz es un artista de las artes del lenguaje y de la música, un visionario que institucionalizó un nuevo paradigma de hacer radio en Loja, junto con su personal administrativo, periodístico, viene planificando de manera muy detallada su programación, bajo el control, supervisión y evaluación semanal de sus contenidos, cuyo propósito fundamental es cumplir con nuestra política institucional. Orientar, Educar, Informar y entretener a la comunidad con eficiencia, eficacia, objetividad, imparcialidad, independencia y ética profesional con responsabilidad social. (Radio Loja, 2014-08-08)

Tabla 7

Dirección y contacto de Radio Loja

Ubicación	Contacto	Plataforma
Loja Ecuador Calles: 24 de Mayo s/n y Azuay, Esquina	**Tel** (593-7) 2584979	**Web:**www.radioloja977.com
	Tel: 2584975	**Facebook**:www.facebook.com/LojaFm97.7/
	Cel: 0984887375	**Twitter**:@radioloja
	Cel: 0986762298	
	Cel: 0995551435	
	Email: radioloja977fm@hotmail.com	

Nota: Elaboración propia.

Tabla 8

Parrilla de programación de Radio Loja

	LUNES A VIERNES
05:00	Inicio De Programación - Música Nacional
06:00 **07:00**	"Buenos Días Sr. Agricultor". Entrevista con profesionales del agro, sugerencias prácticas para el productor del campo, motivaciones y música nacional. Conducción Ing. Agr. Patricio Cisneros
07.00	Música Libre
07:30	"Nadies Mi Oye" revista informativa, cultural, musical, curiosidades con invitados especiales. Conducción: Pato Narváez
09:30	"MUSICA LIBRE"
10:00	"Chacoteando Con Las Pispirillas ", magazine informal, radio show dinámico y entretenido, con enseñanza- contenido educativo y musical. Conducción: Patty Flores Y Juliana Orellana
	LUNES A VIERNES
12:00	Break Deportivo, Conducción: María Eugenia Rivas
12:30	"Comunicando" encuentro urgente y directo con la noticia: Ilvar Jaramillo
13:30	"Clásicos A La Carta"
15:00 **16:00**	Música Libre
16:00	"Cafetéate", música de actualidad e invitados, (lunes a viernes) Conducción: Daniela Jaramillo
17:30	"Back Music" , clásicos en inglés y español, conducción Lalo Ruiz(Lunes a Viernes
19:00	"Jubilados" programa entretenimiento, musical, emprendimientos, etc. Conducción: Paul Galán. Lunes y viernes "Los 5 Miembros", programa interactivo, cómico, conducción Carlos Sandoval "El Bufete De Rock" Conducción: Luis Alfredo Cocios, los miércoles. "Cultura Política" conducción: Rodrigo Monsalve y Andrea Rojas
21:00	"Ensueño Romántico", Música del recuerdo inglés y español. Conducción: Rene Loaiza
23:00	"Cierre De Programación"
	SÁBADO
06:00	"Clásicos En Radio Loja"
08:00	Música Libre
12:30	Sin Límites. Noticias, reportajes de la labor progresista del discapacitado Ecuatoriano, conducción: Vanesa Gordon
	SÁBADO
13:00	Música Libre

14:00	“La Clave De La Salsa”, Conducción: Paola Feijo, Rene Loaiza y Manuel Salcedo
18:00	“LOS CLASICOS CON EL DOC”, la historia de la música en inglés y español Conducción: Cosme Zaruma Torres.
21:00	“Los Buenos Tiempos”. Romance solo en español Conducción: Patricio Bárcenas
23:00	“Cierre De Programación”
	DOMINGO
06:00	“Clásicos En Radio Loja”
06:50	Educa Radio. Difusión de contenidos educativos y culturales. MIN. Educación
07:00	“Toda Mi Música Para Ti Señor” lectura y reflexiones de la Palabra de Dios.
08:00	"Buenos Días América”, Conducción Franco Cobos
09:00	"El Artista Lojano” Conducción Franco Cobos
10:00	“Música Libre”
16:00	“Outerbeats” By Thiago G. Las mejores mezclas electrónicas de los Grande dj´s de Estado Unidos.
18:00	“Música Libre”
22:00	“Cierre De Programación”

Nota: (Radio Loja, s.f.).

4.9.5. Radio Rumba Estéreo

Historia*:* Según su portal web dice que:

El CORNATEL el 2 de octubre del 2001 resuelve autorizar a Radio Súper Hit frecuencia 106.9 MHz, la reutilización de la frecuencia para operar la estación repetidora en la Ciudad de Célica. (Radio Rumba, 2013-04-15)

Año más tarde se solicita el cambio de nombre de Radio Súper Hit a Radio Rumba Stereo 106.9 FM, y dando cumplimiento algunos requisitos legales pertinentes CORNATEL autoriza el cambio de nombre a la Radio; e inicia sus actividades como Radio Rumba Stereo 106.9 FM el 25 de abril de 2002, con el objeto de operar y transmitir una programación regular apto para todo público. (Radio Rumba, 2013-04-15)

Desde entonces Radio Rumba Stereo 106.9 FM, hoy en día denominada Loja Rumba Lorum S.A. lleva 19 años brindando a la ciudadanía a través de su diversidad de programaciones, dinamismo, veracidad, objetividad y respeto a la comunidad. (Radio Rumba, 2013-04-15)

Misión

Brindar a la ciudadanía contenidos radiales que permitan informar, entretener, educar e interactuar con la población, avivando y fortificando los valores familiares, sociales, culturales de la toda la comunidad.

Visión

Ser un medio de comunicación eficiente, competitivo y moderno que permita integrar la participación de la ciudadanía en general.

Tabla 9

Ubicación y contacto de Radio Rumba Estéreo

Ubicación	Contacto	Plataforma
Loja Ecuador Ramón Pinto y Venezuela	**Tel.:**072 587273	**Web**:rumbafmloja.blogspot.com
	Email: radiorumbaloja@yahoo.com	**Facebook:**com/radiorumba106.9fm/
		Twitter:com/radiorumbaloja

Nota: Elaboración propia.

Tabla 10

Parrilla de programación de Radio Rumba

HORA	PROGRAMA	CONDUCCIÓN
00:00 A 05:00	Rumba Activa	Producción
05:00 A 06:30	Zona Lojana	Producción
06:30 A 08:30	Noticiero Primera Emisión	Dr. Rodrigo Mejía
08:30 A 10:00	Al Natural	Lic. Marcia Aguilera
10:00 A 12:00	Publianuncios	Elsa Apolo Córdova
12:00 A 13:00	La salsa Vive	Jean Pierre Mejía
13:00 A 14:00	Tertulina con Mayra	Mgs. Mayra
14h00 A 17:00	Tardes de Rumba	Jorge Sarmiento
17:00 A 19:00	Noticiero Segunda Emisión	Lic. Alejandro Gualàn
19:00 A 20:00	De Todo un Poco	Lic. Jenny Carrión
20:00 a 00:00	Estación Juvenil	Producción

Nota: (Rumba Estéreo, s.f.).

5. Metodología

La metodología de Investigación, es aquella ciencia que proporciona al investigador una serie de conceptos, normas y reglamentos que le permiten encauzar de modo productivo y de manera eficaz el proceso de la investigación. El objeto de estudio de la metodología se lo define como el proceso de la Investigación que se compone de una progresión o serie de pasos coherentemente bien organizados e interrelacionados entre si (Cortés & Iglesias, 2004).

La importancia de la metodología de la investigación científica radica en ser un medio esencial para encauzar y orientar diferentes herramientas teóricas y prácticas para abordar la problemática a través del método científico, estos conocimientos cuestionan actividades de racionalización del contexto investigativo en el sistema real (Viñán et al., 2018).

Enfoque

Esta investigación tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. Se procedió a la recopilación de información, a través de la observación, la encuesta y la entrevista.

5.1. Métodos

Los métodos que se aplicó en esta investigación son los siguientes:

Método observacional: El método de observación es cuando el investigador usa sus sentidos como "la vista, la audición, el olfato, el tacto y el gusto; realiza observaciones y acumula hechos que le ayudan tanto a la identificación de un problema como a su posterior resolución" (Díaz, S, 2011, p. 15). Se realizó la observación en el medio radial, para identificar la difusión de música del artista independiente de Ecuador en las siguientes radios: Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo.

Método analítico: El método analítico "consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular" (Jalal et al., 2015, p. 15).

Este método ayudó al análisis de la escena musical de artistas independientes de Ecuador, como también a entender con qué periodicidad difunden este tipo de música las radios tomadas como

objeto de estudio. De esta manera se logró deducir las políticas del medio radial, además, nos permitió entender que detalles debe cumplir una producción musical para que la radio pueda difundirla.

Método inductivo – deductivo:

> Es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 10)

Se obtuvo datos, información y conclusiones a partir de entrevistas realizadas a artistas independientes, expertos en música, especialista en comunicación y difusión, locutores y responsables de las cinco radios que se seleccionó para esta investigación. Así mismo, se aplicó encuestas a la ciudadanía lojana.

Método hermenéutico: "En este método el investigador manifiesta un estilo empático y comprensivo que se corresponde con un enfoque cualitativo u holístico" (Ríos et al., 2009, p. 193). Lo que se observó, se lo relacionó con la escritura científica referente al objetivo de esta investigación, esto permitió una conexión entre la verdad dentro y fuera de las radios analizadas, y los puntos favorables y desfavorables que los artistas independientes tienen para difundir su música en este medio.

Método estadístico: "Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente" (Angulo, 2016, p. 116). Este método fue utilizado para tabular y analizar los resultados obtenidos de la encuesta y la ficha de observación que, ayudó a la representación gráfica y a la interpretación de datos.

Método científico: "El método científico es la forma de abordar la realidad, de estudiar los fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento con el propósito de descubrir su esencia y relaciones" (Bueno, 2003, pp. 16-17). Se utilizó para certificar la calidad de la investigación, a

través de la información teórica especializada que esté conectada directamente con el objetivo de este estudio.

5.3. Técnicas

Observación: se desarrolló deliberadamente recogiendo las cualidades de relación interpersonal, la ficha de observación para registrar la difusión de música independiente en la radio y una encuesta aplicada a la población lojana.

La parte de artistas independientes y otros actores fue intervenida a través de la entrevista.

La entrevista: se aplicó a artistas independientes para la recopilación de datos sobre la difusión de su música en las radios de Loja. Además, se realizó a productores musicales, docente de comunicación, locutores y responsables de cinco radios que, ayudó a tener una idea clara y precisa para desarrollar esta investigación.

Encuesta

La encuesta se aplicó en la ciudad de Loja con la finalidad de conocer la participación y difusión de música independiente en las radios de la localidad.

Instrumentos

Guía de observación: se estructuró una tabla con las variables a observar a las que el investigador registró la información obtenida mediante la escucha.

Guía de entrevista estructurada: permitió realizar preguntas puntuales sobre el tema de investigación, para de esta forma indagar sobre los aspectos que se requieren.

Encuesta: reflejó los datos sobre la difusión de música independiente en las cinco radios objeto de estudio que llega a través de la escucha a la audiencia lojana, lo que permitió abordar con mayor certeza el problema de investigación.

Fichas: Las fichas se llevaron a cabo con el fin de analizar la difusión de música independiente en radio Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo, con la intención de identificar y analizar cuantas canciones se emitieron en la mañana tarde y noche, dedicando un tiempo o periodo de observación de tres a dos horas durante 21 días.

Población

Procedimiento para aplicación de la encuesta a la ciudadanía de Loja

La población la conforman 214.855 personas del cantón Loja, de acuerdo al (INEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Esta herramienta facilitó la información necesaria para acoger o desechar el ejercicio de la difusión de música del artista independiente en el medio radial.

Se tomó el tamaño de la muestra utilizada para aplicar la encuesta calculando sobre la base de universos limitados-finitos, el público fue la población de la ciudad de Loja, mayores de 18 años, a partir de la que se extrae la muestra en base a la siguiente fórmula.

Fórmula

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q \times N}{E^2(N-1) + \sigma^2 \times p \times q}$$

Dónde:

σ= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 2.

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

n = tamaño de la muestra o población a estudiar.

N = tamaño de la población

E = error

σ = (sigma) nivel de confianza

p = varianza, que indica las proporciones de las características a estudiar dentro del Universo. (Es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

Sigma (σ), tiene un valor de 3, cuando el nivel de confianza es del 99.7%; y, tiene un valor de 2, cuando el nivel de confianza es de 95.5%.

Datos

N= 214.855

E= 1

σ= 95.5 %

p= 50

q= 50

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q \times N}{E^2(N-1) + \sigma^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{2^2 \times 50 \times 50 \times 214.855}{1^2(214.855-1) + 2^2 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 214.855}{1(214.854) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{2148550}{214.854 + 10000}$$

$$n = \frac{2148550}{10214.854}$$

$$n = 210.34$$

$$n = 210$$

Por lo tanto, la muestra queda determinada en 210 personas a encuestar. Sin embargo, se sacó provecho la colaboración de las personas de la ciudad de Loja que escuchan radio y para enriquecer aún más este trabajo se encuestó a 315 personas.

6. Resultados

Para verificar los resultados obtenidos se aplicó la presente ficha de observación que contiene un resumen general de las canciones de música independiente de Ecuador que difundieron las cinco radios objeto de estudio, se realizó la observación a través de la escucha en un lapso de 21 días y se registró numéricamente las canciones emitidas con su género musical respectivo, arrojando los siguientes resultados que se detallan en la ficha1.

6.1. Resultados de la ficha de observación

Ficha 1: análisis de difusión de la música independiente en la radio									
RADIOS: Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Rumba Estéreo y Radio Loja.									
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**			**Nro. Total**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el día**				
Lunes	13-06 al 27-06 - 0222	6	6	5		-Balada romántica -Reggaetón	-Bachata -Pop	-Cumbia -Bomba	17
Martes	14-06 al 28-06 - 2022	7	5	4		-Balada romántica -Reggaetón -Salsa Urbana	-Rock -Cumbia -Nacional -Chicha	-Pop	16
Miércoles	15-06 al 29-06 - 2022	5	3	4		-Balada romántica -Pop	-Cumbia -Reggaetón		12
Jueves	16-06 al 30-06 - 2022	8	5	5		-Balada romántica -Reggaetón -Pop	-Rock -Nacional -Chicha -Bomba	-Cumbia	18
Viernes	17-06 al 01-07 - 2022	6	5	6		-Balada romántica			17
Sábado	18-06 al 02-07 - 2022	8	7	9		-Balada romántica -Pop -Rock	-Bachata -Cumbia -Nacional-Chicha	-Reggaetón	24
Domingo	19-06 al 03-07 - 2022	7	7	6		-Folclore -Balada romántica	-Pop -Rock	-Reggaetón -Nacional – Chicha	20
Total		47	38	39					124

Nota. La ficha se creó con el fin de contabilizar el número de canciones de música independiente que difundieron las cinco radios objeto de estudio. Elaboración propia.

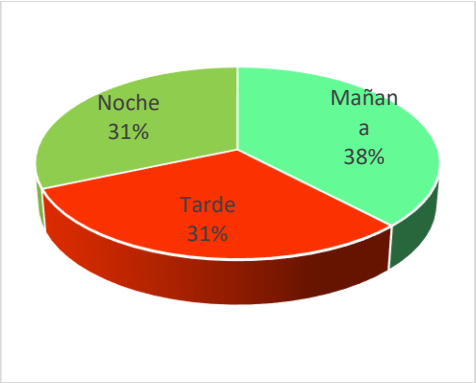
ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE RESULTADOS

Luego de contabilizar el número de canciones del artista independiente ecuatoriano emitidas en las cinco radios. Los resultados de la ficha de observación global, muestra que durante los 21 días se difundió 124 canciones de distintos géneros musicales. El único género de raíz ecuatoriana es la música nacional-chicha, según Ríos (2017) afirma que, "Este género musical es considerado peyorativamente por las élites como chicha o chichera, ya que asociaban a esta música con los tragos de mal gusto o mestizos que consumían las clases populares" (P.19). Se trataba de un recurso que permite referirse de manera negativa a lo que consumían los mestizos, tragos desagradables, mientras escuchaban música, de ahí surge el nombre o género chicha o música nacional.

Los géneros musicales que emitieron las radios son mayoritariamente de origen extranjero, se puede afirmar que, solo la música nacional o chicha es de origen ecuatoriano, sin embargo, todos los géneros que se muestran en la ficha de observación no dejan de ser música del artista independiente de Ecuador.

Los datos que nos que deja la ficha de observación lo representamos en los gráficos: a1, b2 y c3.

Gráfico 1. Música independiente que difunden las radios durante las tres jornadas



Nota: El gráfico muestra el porcentaje de música independiente que emitieron las radios durante la mañana tarde y noche. Elaboración propia.

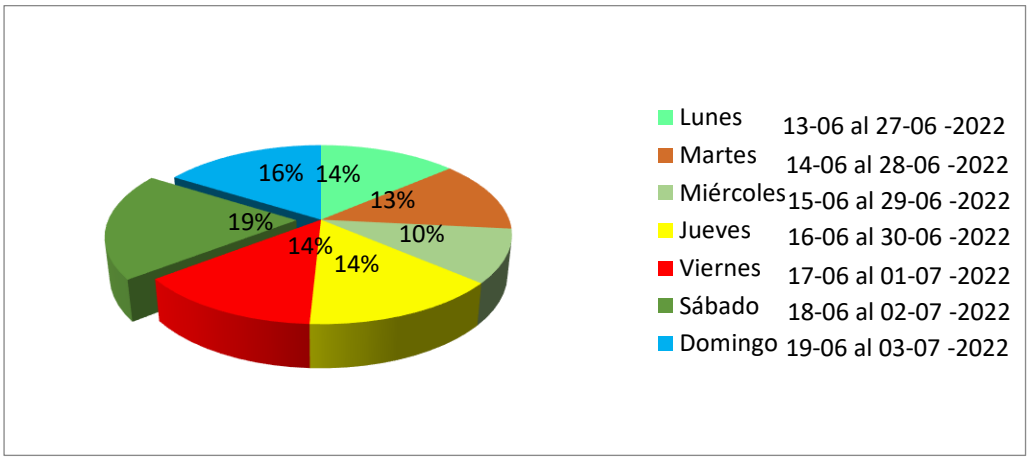
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se realizó un levantamiento de información a través de la ficha de observación que presentamos anteriormente.

En el análisis estadístico se puede determinar que, de las 124 canciones emitidas un 38% se difundió en la mañana, en cambio, en la tarde 38 y noche 39 canciones equivalente a un 31%.

Las radios dedican gran parte de su programación a espacios de música, ya que este recurso es característico, es decir, el audio y la música son los elementos principales del medio radiofónico.

Gráfico 2. Días analizados - difusión de música independiente en las radios de Loja



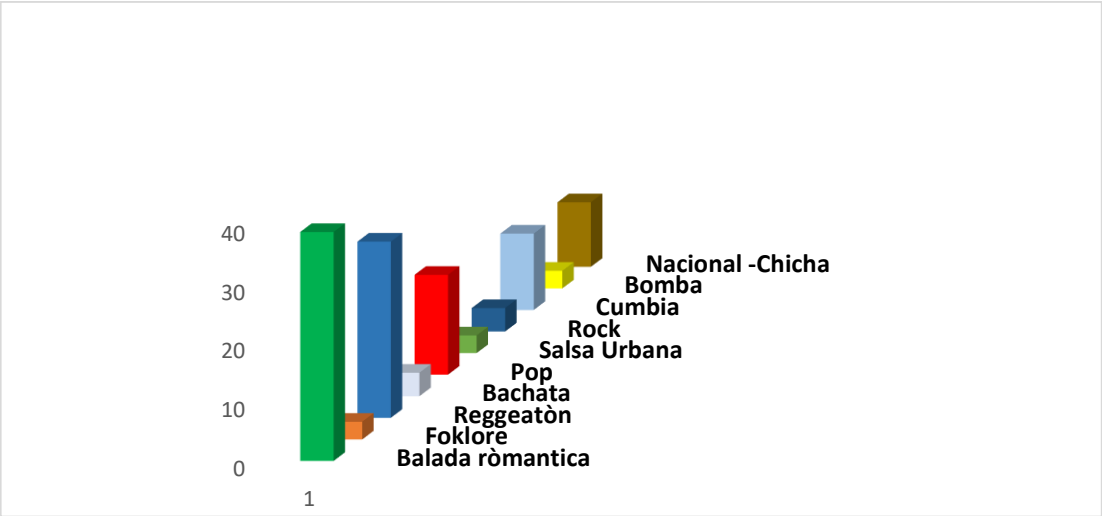
Nota: Análisis de la difusión de música independiente en las radios de Loja.
Elaboración propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La representación estadística del grafico b2 pertenece a la difusión de música independiente de Ecuador que se observó a través de la escucha de lunes a domingo en las cinco radios mencionadas anteriormente.

Se evidenció que los días sábados se difunde mayormente música independiente de Ecuador equivale a un 19 %, los domingos un 16%, los lunes, jueves y viernes un 14%, los martes con un 13%, pero los miércoles solo se emitió un 10 % de música del artista independiente de Ecuador.

Gráfico 3. Géneros musicales que difunden las radios



Nota: El grafico muestra los géneros musicales que emitieron las radios durante la observación. Elaboración propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos a través de la ficha de observación, evidencia que el mayor indicador de difusión musical en las radios es la balada romántica, el reguetón es el segundo género, el pop es el tercer género musical. La cumbia y la música nacional-chicha se mantienen en niveles similares, mientras que el folklore, salsa urbana, rock, bomba y bachata, son los géneros musicales que se difunden con menor frecuencia.

Se evidencia que la música nacional-chicha, género musical propio de Ecuador se emite con menor periodicidad, mientras que los géneros de la parte exterior se difunden con mayor frecuencia, la balada romántica, el reggaetón, el pop son los géneros musicales que las estaciones radiales emiten frecuentemente en sus programas de música. Sin embargo, todos los géneros musicales son de artistas independientes, quienes no dejan de ser parte de Ecuador.

6.2. Resultados de la encuesta

Población: Ciudadanía Lojana

La encuesta se aplicó a 315 personas de la ciudad de Loja, con el objetivo de recolectar información sobre la difusión de música independiente ecuatoriana en los medios radiales de la ciudad de Loja.

Tabla: 11

Sexo y edades

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	EDAD	
26 a 45 años	136	43
26 a 45 años	99	32
26 a 45 años	80	25
Total	315	100
	SEXO	
Masculino	201	36
Femenino	114	64
Total	315	100

Nota: La tabla muestra las edades y sexo de personas encuestadas. Elaboración propia.

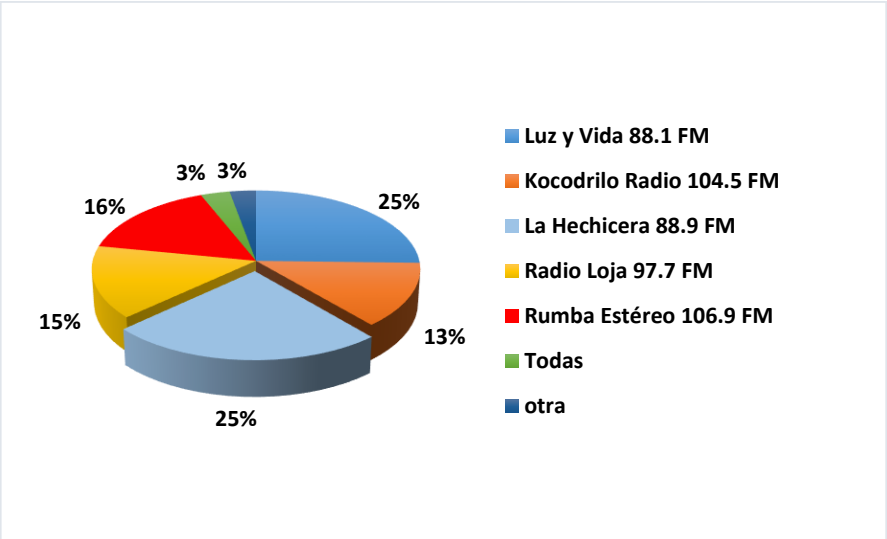
Tabla 12

Radios que escuchan las personas encuestadas

Indicadores	F	%
Luz y Vida 88.1 FM	80	25
Kocodrilo Radio 104.5 FM	42	13
La Hechicera 88.9 FM	77	25
Radio Loja 97.7 FM	47	15
Rumba Estéreo 106.9 FM	50	16
Todas	10	3
Otra	9	3
Total	315	100

Nota: La tabla muestra las radios más escuchadas en Loja. Elaboración propia.

Gráfico 4. Radios de Loja



Nota: El gráfico muestra las radios más escuchadas en la ciudad de Loja. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

La encuesta proporcionó como resultado que, el 25% de las 315 personas encuestadas escuchan radio Luz y Vida y otro 25% radio La Hechicera, Rumba Estéreo el 16%, Radio Loja el 15%, Kocodrilo el 13%. En cambio, solo el 3% escucha las cinco radios, pero, otro 3% prefiere escuchar otra emisora.

La música ha estado generalmente ligada a la radio y, desde sus inicios, las emisiones radiofónicas han dedicado parte de su programación a largos tramos o espacios de música (Aragón, 2017).

Radio Luz y Vida, se caracteriza por emitir mayormente programas dedicados a la música romántica y tiene una audiencia adulta. En cambio, Radio La Hechicera es juvenil, cuenta con una programación variada, y emite música de artistas de actualidad. Rumba estéreo, es tropical, como la salsa, la cumbia, el merengue entre otros, Radio Loja ofrece una programación variada, desde clásicos hasta canciones de actualidad, Radio Kocodrilo, se caracteriza por el rock, pop, balada pop y otros géneros musicales de la actualidad.

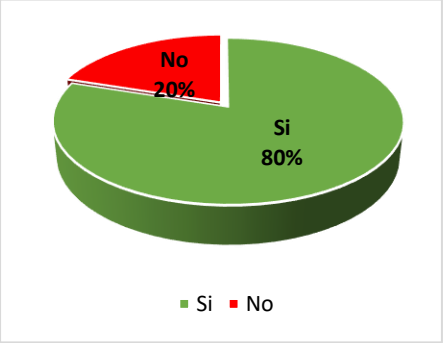
Tabla 13

Personas que conocen música independiente

Indicadores	F	%
Si	252	80
No	63	20
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra el porcentaje de personas que conocen música independiente. Elaboración propia.

Gráfico 5. Personas que conocen música independiente



Nota: Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

La información obtenida muestra que, el 80% de las 315 personas encuestadas si conocen que es música independiente, en cambio, solo el 20% no la conoce.

Se evidencia que solo una pequeña parte de la ciudadanía lojana no conocen este tipo de música.

> Martínez (2022) manifiesta que, "La música del artista independiente es aquella que se desarrolla bajo la autogestión del propio artista, él mismo es el que se encarga tanto de componer sus letras o melodías y a su vez de cubrir todos los gastos que conlleva el poder sacar este producto, es decir una canción ya desarrollada". (Productor musical, José Martínez 11 junio 2022)

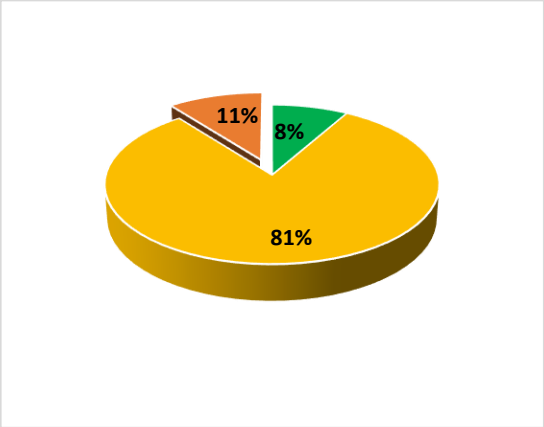
Tabla 14

Concepto que mejor define al artista independiente

	Indicadores	F	%
a.	Un artista independiente es aquel que ha firmado con una disquera.	26	8
b.	Un artista independiente es aquel que, se encarga de la autogestión - autoproducción, es decir, hace música por su propia cuenta, durante todo el proceso, desde la creación hasta el lanzamiento de su propia música.	256	81
c.	Ambos	33	11
Total		**315**	**100**

Nota: La tabla muestra el porcentaje de personas que conocen el concepto de artista independiente. Elaboración propia.

Gráfico 6. Personas que conocen el concepto de artista independiente



Nota: El gráfico muestra el porcentaje de personas que conocen el concepto del artista independiente. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

De las 315 personas encuestadas, el 81% conocen perfectamente el concepto que define al artista independiente, en cambio el 11% y 8 % seleccionaron las opciones incorrectas, por lo tanto, no conocen.

Garzón (2020) señala que, la labor de los artistas, bandas, músicos y productores independientes a nivel nacional e internacional, se caracteriza por la autoproducción y autogestión.

Actualmente, la tecnología ofrece diferentes mecanismos para producir música, los artistas tienen la opción de trabajar con los diferentes softwares existentes para hacer música, además tienen la facilidad de promocionar su contenido a través de las plataformas digitales.

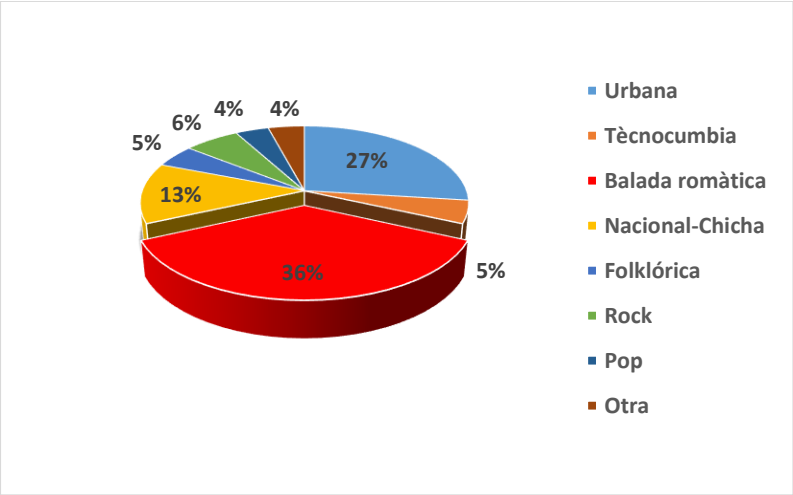
Tabla 15

Género musical que prefieren escuchar los encuestados

Indicadores	F	%
Urbana	85	27
Tècnocumbia	15	5
Balada romántica	115	36
Música nacional - Chicha	40	13
Folklórica	15	5
Rock	20	6
Todos	12	4
Otro	13	4
Total	**315**	**100**

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 7. Gusto musical de personas



Nota: El gráfico muestra los gustos musicales de las personas que escuchan radio. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los resultados señalan que, los gustos musicales de las personas encuestadas es mayormente la balada romántica, equivalente a un 36%, el 27% música urbana, el 13 % música nacional-chicha, el 6% rock, el 5% tecnocumbia y otro 5% música folklórica, en cambio, el 4% escucha música pop y por último 13 personas equivalente a un 4% escucha otro tipo de género musical.

El género musical es principalmente para diferenciar el tipo de música existente y así poder clasificarla de manera organizada. Guerrero (2012) postula que, el hombre al crear una pieza musical va ganando experiencias, haciendo fusiones con diferentes sonidos y al hacer la elección de un instrumento, ritmo y estilo hace una negociación consigo mismo o entre otros artistas y músicos, ya que, al existir negación o rechazo a un solo género musical comercial y político, hacen una elección de ritmos y sonidos , a partir de allí se derivan o surgen nuevas piezas que llegan a convertirse en géneros musicales diversos, diferenciándose unos a otros.

En la actualidad, se han registrado en el mundo más de 2.500 géneros y estilos de música. Gracias a la incesante innovación tecnológica y a los escenarios musicales digitalizados, como, Spotify, Bandcamp, YouTube, Deezer, Soundcloud y algunos más, podemos encontrar, ver y prestar atención a nuevos géneros musicales sin importar si es día o noche, en cualquier momento y en cualquier lugar (Garzón, 2020).

Tabla 16

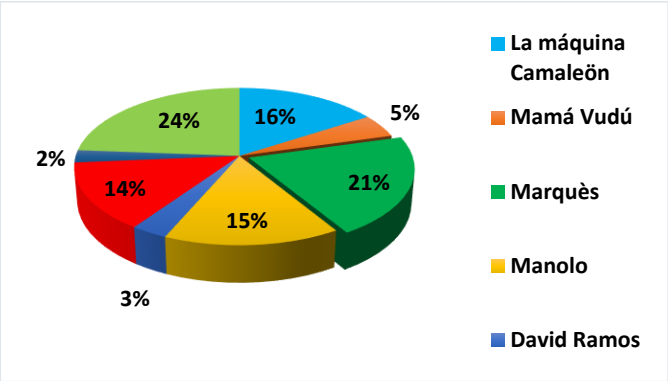
Artistas independientes nacionales

Indicadores	**F**	**%**
La máquina Camaleön	50	24
Mamá Vudú	15	5
Marqués	65	16
Manolo	48	15
David Ramos	10	3
Carlos Cortez	44	14
Todos	8	2
Ninguno	75	21
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra la música independiente nacional que emiten las radios de Loja.

Elaboración propia.

Gráfico 8. Artistas independientes nacionales



Nota: El gráfico muestra el porcentaje de difusión musical de artistas nacionales en el medio radial. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los datos obtenidos de la encuesta muestran que, el 24% no ha escuchado a ninguno de estos artistas en la radio, el 21% menciona que han escuchado a Marqués, el 16% a La Máquina Camaleön, el 15% a Manolo, el 14 a Carlos Cortes, el 5% a Mamá Vudú, el 3% a David Ramos y solo el 2% a escuchado a todos los artistas mencionados.

Soledad Villigua (2022), Directora de Radio Luz y Vida, menciona que los medios radiales tienen programas de música establecidos y se difunde mayormente géneros como la balada romántica, dependiendo de cada medio, en este sentido, podemos mencionar que, los artistas deben hacer un estudio previo en los medios, lo cual les permitirá identificar las características de la parrilla de programación y los géneros musicales que se difunde, y así optar por el medio correcto para promocionar su contenido musical.

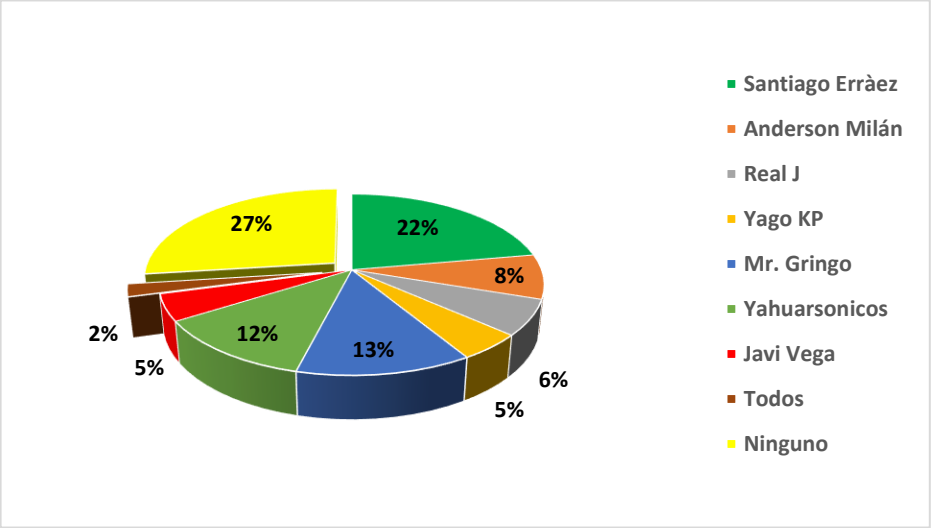
Tabla 17

Artistas independiente lojanos en las radios Loja

Indicadores	F	%
Santiago Erràez	70	22
Anderson Milán	25	8
Real J	20	6
Yago KP	15	5
Mr. Gringo	40	13
Yahuarsonicos	38	12
Javi Vega	15	5
Todos	7	2
Ninguno	85	27
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra la música independiente lojana que emiten las radios de Loja.
Elaboración propia.

Gráfico 9. Artistas independientes de Loja



Nota: El gráfico muestra el porcentaje de música independiente lojana que difunde el medio radial.
Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los datos de la encuesta arrojan que, el 27 % no ha escuchado en la radio a ningún artista lojano, en cambio, el 22% a Santiago Erráez, el 13% a Mr. Gringo, el 12% a Yahuarsonicos, el 8% a Anderson Milán, el 12% a Real J, el 5% a Yago KP y a Javi Vega, y solo el 2% a todos los artistas mencionados.

Manay G, (2022) artista independiente menciona que, generalmente las radios difunden producción extranjera, y cuando la música de un artista ecuatoriano se emite es porque ya está posicionado.

José Martínez (2022), productor musical, indica que los artistas, cuando son muy jóvenes, escriben un par de rimas y empiezan a grabar, lo que deberían hacer es, elegir primeramente su público y que canales de comunicación van a utilizar para difundir su producción musical.

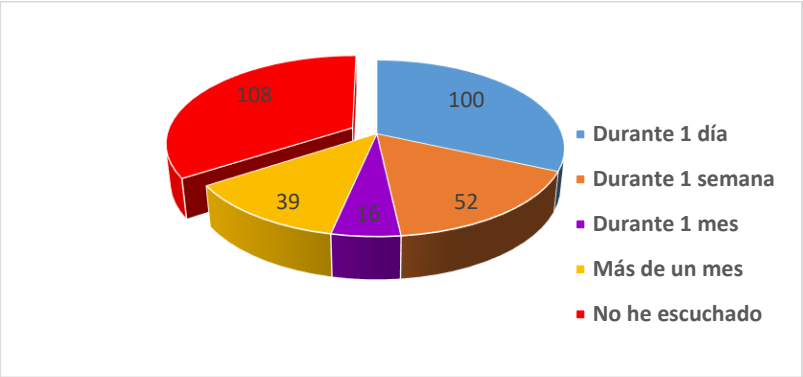
Tabla 18

Periodicidad de difusión de música independiente en la radio

Indicadores	**F**	**%**
Durante 1 día	100	32
Durante 1 semana	52	17
Durante 1 mes	16	5
Más de un mes	39	12
No he escuchado	108	34
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra con que periodicidad las radios difunden música del artista independiente de Ecuador. Elaboración propia.

Gráfico 10. Periodicidad de difusión de música independiente en la radio



Nota: El gráfico muestra el porcentaje y periodicidad de música Independiente que emiten las radios. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los resultados señalan que, el 34% de las personas encuestadas no han escuchado en la radio música de los artistas que se mencionan en el gráfico 8 y 9, pero el 32% si ha escuchado durante un día, el 17% durante una semana, el 12 % más de un mes, en cambio solo el 5% ha escuchado durante un mes.

> Patricio Villareal (2022) manifiesta que, es importante entender el tema de música independiente dentro de la industria. Por ejemplo, es súper duro para un artista que no escribe interesante, hablemos del reggaetón de los artistas ya famosos, tienen su disquera, obviamente la Sony tiene una infraestructura inmensa a nivel global. Tienen los recursos, los mecanismos, la situación económica de poder posicionar a un artista, entonces para un artista independiente posicionarse dentro de ese género es bien difícil porque no tenemos todos los materiales, todo lo necesario. Sony es un pulpo que tiene en todos lados, tiene cómo posicionar la pieza. Mientras que, para algunos, sea rock, todo siendo independiente, más difícil, más complejo posicionar. Desgraciadamente Loja no tiene una industria musical, Ecuador no tiene una industria musical como otros países, como México, como es Colombia, como Chile, como es Argentina. Todavía no tenemos la industria. Entonces, si nosotros dejamos de producir, dejamos de hacer propuestas para el país, para las ciudades, para el país y el mundo (Productor musical, Patricio Villareal 14 de junio 2022)

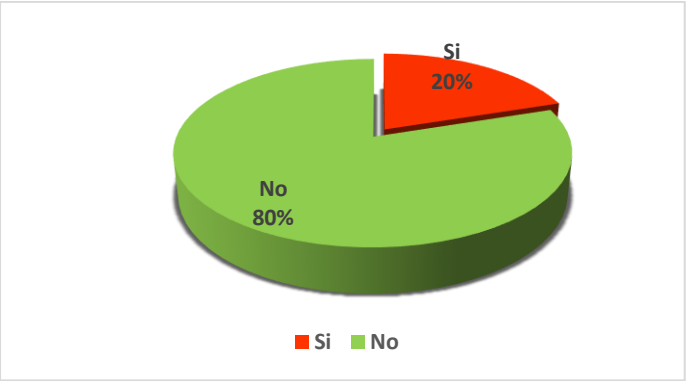
Tabla 19

Programas de radio dedicado a la difusión de música del artista independiente

Indicadores	**F**	**%**
Si	258	80
No	57	20
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra si las personas han escuchado programas de música independiente en el medio radial. Elaboración propia.

Gráfico 11. Programa dedicado a la música independiente en la radio



Nota: El gráfico muestra, si las personas han escuchado en la radio un programa dedicado a la música independiente de Ecuador. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

El 80% de las personas encuestadas señalan que, no han escuchado un programa dedicado a la música del artista independiente, por el contrario, el 20% indican que sí han escuchado programas dedicados a este tipo de música.

Leonardo Eras (2022), Director de Radio Rumba Estéreo afirma que, él propondría un segmento, más no un programa dedicado únicamente a la música independiente.

Soledad Villigua (2020), Directora de Radio Luz y Vida, explica que existe poca producción del artista independiente, además, no tienen una calidad óptima, por lo tanto, no tiene ninguna propuesta para la difusión de música independiente.

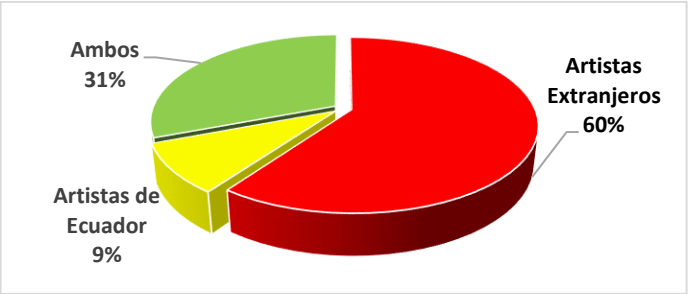
Tabla 20

Música de artistas de Ecuador y extranjeros en la radio

Indicadores	**F**	**%**
Artistas Extranjeros	29	15
Artistas de Ecuador	189	9
Ambos	97	76
Total	**315**	**100**

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 12. Difusión de música nacional y extranjera



Nota: El gráfico muestra, si las personas han escuchado en la radio música ecuatoriana, extranjera o ambos. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los resultados indican que, el 60% de las personas encuestadas han escuchado en el medio radial música de artistas extranjeros. En cambio, el 31% música tanto nacional y extranjera. Pero, solo el 9% música de artistas de Ecuador.

En el gráfico podemos apreciar que, la difusión de música ecuatoriana tiene poca participación, se difunde mayormente producción extranjera, pero ¿porque sucede esto?, veamos lo que dice Fabricio.

Fabricio Oñate (2022), propietario de Radio Kocodrilo, expresa que, un producto sonoro de buena calidad siempre va a ser emitido en los medios radiales, los artistas que actualmente están en el top son aquellos que hacen nuevas fusiones y tienen una propuesta interesante con una producción de alta gama.

Por su parte, Patricio Villareal, productor musical, señala que, una canción debe tener o cumplir parámetros internacionales, además hay que ser muy creativo al momento de escribir una letra.

Podemos decir que, la producción musical independiente quizás no cumple con los parámetros, es decir, una buena letra, calidad y otros detalles que debe tener una canción.

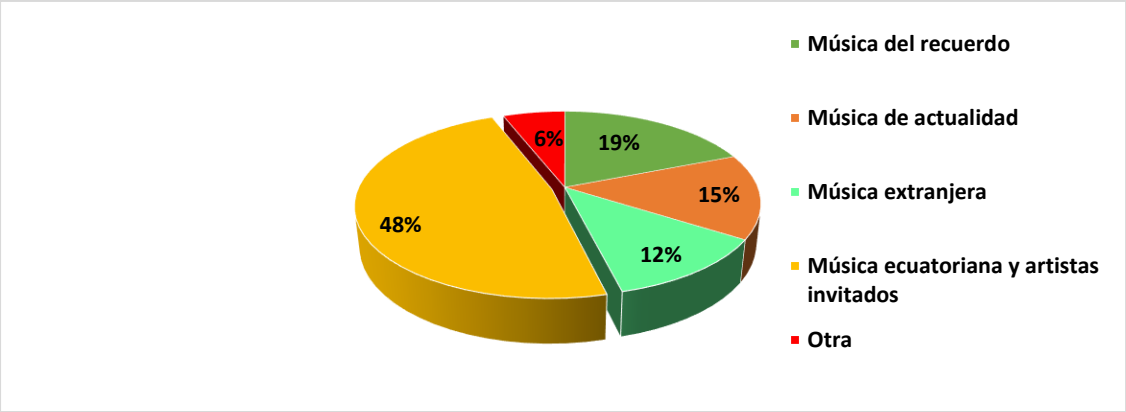
Tabla 21

¿Qué le gustaría escuchar a la audiencia en la programación de las Radio de Loja?

Indicadores	**F**	**%**
Música del recuerdo	60	19
Música de moda	47	15
Música extranjera	38	12
Música ecuatoriana y artistas invitados	151	48
Otra	19	6
Total	**315**	**100**

Nota: La tabla muestra el número y porcentaje de personas que prefieren la implementación de programas musicales en las radios. Elaboración propia.

Gráfico 13. Preferencias del radioescucha



Nota: El gráfico muestra, que tipo de programación le gustaría escuchar a las personas en la radio. Elaboración propia.

ANÁLISIS CUANTI-CUALITATIVO

Los datos que arroja la encuesta, indican que, el 48% les gustaría escuchar un programa de música ecuatoriana y artistas invitados, el 19% música del recuerdo, el 15% música de actualidad, el 12% extranjera, y solo el 6% expresan que les gustaría otro tipo de programación.

El porcentaje más alto demuestra que, a la audiencia le gustaría escuchar un programa dedicado únicamente a la música de Ecuador con artistas invitados. Fabián Coronel (2022), Gerente

Propietario de Radio La Hechicera, expresa que no existen nuevos lanzamientos, ni canciones pegadas o en tendencia, si fuera el caso los estrenos tuviesen una buena participación en el medio, es por ello que no existen programas para la difusión de música independiente de Ecuador.

6.3. Resultados de las entrevistas

ANÁLISIS CUALI - CUANTITATIVO DE ENTREVISTAS

Se aplicó la entrevista a los siguientes actores:

- Responsables de radio: Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Rumba Estéreo y Radio Loja.
- Locutores de programas musicales de las radios mencionadas en la línea anterior.
- Artistas independientes.
- Productores musicales.
- Docente de comunicación.

Con la intención de enriquecer y fortalecer la presente investigación que, tuvo como principal propósito recopilar información acerca de nuestro tema de investigación, que se pudo aportar con datos esenciales para poder desarrollar y comprobar uno de los objetivos establecidos en este estudio.

Tabla 22

Entrevistas a responsables de las radios objeto de estudio

Nombre	Cargo	Radio	País /Ciudad
Soledad Villigua	Directora	Luz y Vida 88.1 FM.	Loja
Fabricio Oñate	Gerente propietario	Kocodrilo 104.5 FM.	Loja
Eduardo Ruiz	Gerente general	Loja 97.7 FM.	Loja
Leonardo Eras	Director	Rumba Estéreo 106.4 FM.	Loja
Fabián Coronel	Gerente propietario	La Hechicera 88.9 FM.	Loja

Nota: La tabla muestra la lista de actores responsables de cada radio que se eligió para este estudio a quien se les realizó entrevistas estructuradas. Elaboración propia.

Responsables de radio definen al independiente

Con relación a la percepción que tienen los responsables de los medios de comunicación radiales seleccionados para este estudio, mencionan que, los artistas independientes son aquellos que producen su propia música sin depender de ninguna empresa discográfica. Dichos artistas comenzaron a lanzar su música, ya no con empresas discográficas, sino solos, para difundir a través de las redes sociales. Otra de las percepciones es que, el artista independiente es mucho más creativo, porque al no tener recursos necesariamente tienen que hacer un buen producto para intentar llegar lo más lejos posible, a partir de allí nacen los géneros musicales como el reguetón, la música alternativa, entre otros.

Garzón (2020) señala que, el artista independiente es aquel que no pertenece a una disquera, se considera bajo esta categoría al asumir la expresión "independiente", incorporando a las obras producidas por sellos musicales pequeños o microsellos locales o nacionales, cuyos propietarios - productores o incluso mismos intérpretes - tienen su propio dinero para producirlas.

Por lo tanto, tienen conocimiento que es un artista independiente y a la vez han mencionado que, si difunden música independiente, inclinándose más a la ley de comunicación, la cual exige que las radios emitan producción nacional equivalente al 50 % y otro 50% producción extranjera.

¿Qué proponen las responsables de las radios para que la música del artista independiente se difunda con más frecuencia en el medio?

Los responsables de radio Luz y Vida y Kocodrilo, Soledad Villigua y Fabricio Oñate, postulan, para qué la música del artista independiente se difunda con mayor frecuencia en las radios, deben tener una producción de buena calidad. En cambio, Leonardo Eras, de Rumba Estéreo, propone un segmento de entrevistas, espacio dedicado al artista independiente. Fabián Coronel de La Hechicera manifiesta que, el artista tenga más contactos, de esta manera se le haría más fácil llegar a otros medios de comunicación, comúnmente los grandes artistas así lo hacen y les va bien. Eduardo Ruiz de Radio Loja, explica que el medio jamás ha cobrado por difundir este tipo de música, además, propone difundir al artista independiente cada vez que les visite para una entrevista o promoción musical a través de las redes sociales de la institución radiofónica.

¿Las radios apoyan al artista independiente con la difusión de su música?

Todos los medios que se eligió para este estudio lo han hecho a través de entrevistas, a más de ello, difunden producción nacional en los espacios programados, tomando en consideración que sean producciones musicales de buena calidad, si no cuentan con este requisito el medio radiofónico no difunde.

Tiempo que dedican las radios a la difusión de música independiente

Eduardo Ruiz, gerente general de Radio Loja menciona que, de 20 horas de programación, se difunde 7 horas de música independiente ecuatoriana. Fabricio Oñate de Kocodrilo explica que, aproximadamente el 40% de música que se emite es de Ecuador, en cambio, Radio Rumba dedica programas sintetizados para difundir este tipo de música, especialmente en la noche y madrugada que, según Leonardo Eras, Director de la radio, equivale a un 30 %.

En Radio La Hechicera difunden estrenos o lanzamientos de música nueva, Fabián Coronel menciona que, no hay continuamente música de actualidad, además, las producciones deben cumplir ciertos detalles para poder emitir en el medio. En radio Luz y Vida, se difunde muy poco, especialmente por la baja calidad de sonido, Soledad Villigua Directora del medio, señala que, se han quedado solo con las producciones de buena calidad porque hay artistas que necesitan tener mayor inversión.

¿Las radios abren las puertas al artista independiente?

Los responsables de las cinco radios que se eligió para este estudio, mencionan que siempre están predispuestos a recibir al artista independiente, pero insisten que la principal característica que se debe tomar en consideración es la calidad de la producción musical, si califica ingresa a la parrilla de programación, pero si es de baja calidad no se puede apoyar.

Tiempo que la radio está dispuesta a difundir música del artista independiente

De manera general, los medios radiales siempre están difundiendo música del artista independiente y en sí señalan que, no existe tiempo, si habría promoción o estrenos, se lo haría a diario, dependiendo de la acogida que tenga el artista, pero también depende del oyente o público receptor, muchas veces son ellos quienes solicitan música, sea producción nacional o extranjera. Sin

embargo, existen programas sintetizados en horarios específicos para difundir música del artista independiente, pero esto también depende del género musical, porque cada medio maneja o se caracteriza con programas establecidos, como; música romántica, de actualidad entre otros.

Tabla 23

Entrevistas a locutores de las radios objeto de estudio

Nombre	Cargo	Radio	País / Ciudad
Bolívar Loarte	Conductor de programa musical	Luz y Vida 88.1 Fm	Loja
Raiza Espinosa	Conductora de programa musical	Kocodrilo 104.5 Fm	Loja
Pablo Ruiz	Conductora de programa musical	Loja Fm 97.7 Fm	Loja
Carolina Ludeña	Conductor de programa musical	La Hechicera 88.9 Fm	Loja

Nota: La tabla muestra una la lista de locutores de cada radio que se eligió para este estudio a quien se les realizó entrevistas estructuradas. Elaboración propia.

Música independiente de Ecuador en programas de radio

Los locutores que conducen programas de música en las radios que se seleccionó para este estudio, mencionan que, si difunden música de artistas independientes de Ecuador, tanto de antaño como música de actualidad.

Pablo Ruiz, locutor de Radio Loja expresa que, siempre ubican o emiten producción nacional, pero al ser realista no se cumple con la difusión del 50 - 50, más bien depende de lo que la audiencia quiera escuchar, quienes hacen peticiones de producción nacional o extranjera, pero en espacios programados se toma en consideración a la música de Ecuador. Carolina Ludeña y Raiza Espinosa, locutoras de radio la Hechicera y Kocodrilo explican que, los artistas independientes siempre van a su programa a promocionar su música, especialmente talentos lojanos, y que se les recibe con gusto a más de ello les dedican un espacio para que participen con entrevistas.

La música independiente ¿Cómo llega a las radios?

Los locutores explican que, actualmente la tecnología es el mejor aliado del artista independiente y les hacen llegar su música a través de los diferentes canales digitales, una vez que tengan sus producciones, sea cual sea el género lo continúan difundiendo. Además, coordinan entrevistas a través de Zoom o presencialmente. Pero, en radio, Luz y Vida, al tener políticas diferentes, cuenta con una colección o discoteca de música ya seleccionada para la difusión, además, el locutor de este medio indica que los artistas deben ir a entregar su música para poder promocionarla.

Periodicidad de música independiente de Ecuador en las radios de Loja

Los conductores de radio comentan que, el mérito siempre se lo ha llevado el artista extranjero, pero, si existen espacios para la difusión de música independiente, sin embargo, depende del género musical que produce dicho artista, ya que cada radio se caracteriza mayormente por programas de música, como; romántica, de actualidad, clásicos entre otros. Son espacios ya definidos y distintos a las otras estaciones radiales existentes, pero, si este fuese el caso el de no adaptarse al género que cada programa radial maneja, al artista solo se le da espacio para una entrevista y para emitir la canción en ese momento.

Economía del artista independiente para la difundir su música en las radios

Según la percepción de los locutores, explican que, la economía es muy importante para difundir música continuamente en las radios, no solo para la difusión, sino también para la producción de una canción, a partir de ahí en adelante dependerá de cada artista, si invierte o no para difundir sus temas musicales. Carolina Ludeña, locutora de radio La Hechicera, menciona que, existen artistas extranjeros que contratan espacios, para difundir sus canciones en este medio radiofónico, pero lamentablemente los artistas independientes no cuentan con estas posibilidades hablando de economía.

Calidad de la música independiente según el oído del locutor

Los locutores expresan que, al momento de escuchar producciones de artistas independientes siempre se llevan una sorpresa, ya que son buena calidad. Pero, para llegar a la excelencia es muy

difícil, sin embargo, es cuestión de hacer un listado y ver que la producción independiente es muy buena.

Aparte de ello explican que, la economía es un papel fundamental, ya que muchas veces termina truncando los sueños de los artistas, porque, para trabajar con un buen ingeniero de sonido, un buen estudio, buenos músicos, se necesita dinero, y solo así, el artista reunirá un equipo que garantiza una calidad óptima de una producción musical.

Tabla 24

Entrevistas a artistas independientes

Artista independiente	Seudónimo	País
Santiago Alexander Erràez Ventimilla	Santiago Erràez	Ecuador
Luis Armando Capa	Yago Kp	Ecuador
Anderson Migue Febres Zuqui	Anderson Milán	Ecuador
Fabián Javier Guzmán Gálvez	Manay G	Ecuador
Jonatán Yunga	Real J	Ecuador

Nota: La tabla muestra una lista de artistas independientes a quien se les realizó entrevistas estructuradas. Elaboración propia.

Difusión de música independiente en las radios de Loja ¿qué dice el artista inde?

Los artistas independientes mencionan que, la mayoría de veces les han abierto las puertas, especialmente a quienes son conocidos o llevan varios años en la música artistas como Santiago Erràez y Anderson Milán. En cambio, artistas jóvenes que aún no son muy conocidos indican que, “no todas las radios son iguales, unas te reciben y otras no”.

Periodicidad de difusión musical independiente en las radios de Loja

Manay G manifiesta que, algunas radios están interesadas en facturar económicamente y le han puesto precios para emitir sus canciones de tres a cuatro veces a la semana. Yago KP señala que, él tenía amistades que trabajaban en la radio, pues le ayudaban a difundir su música, el artista cree que depende del círculo social de cada persona. Santiago Erráez lleva varios años en el ámbito musical y explica que, su música si tiene espacio en las radios, especialmente en los programas de

la madrugada. De la misma manera, Anderson Milán, con su primer proyecto musical, indica que las radios siempre le han apoyado.

Rating y economía de las radios de Loja desde la perspectiva del artista independiente

Manay G menciona que, la música del artista independiente se difunde con poca frecuencia, ya que las radios le dan prioridad a la música extranjera, si el artista independiente quiere promocionarse en el medio "hay que pagar". Real J y Anderson Milán, de alguna manera coinciden, afirman que, todo medio de comunicación es un negocio, y para que una radio pueda subsistir económicamente las empresas deben pautar o publicitar, pero para ello primeramente debe generar rating, y esto se genera emitiendo música extranjera, es lamentable para el artista independiente, ya que no tiene dinero para pagar a una radio, Milán explica que, en alguna ocasión, las radios le pusieron precios para difundir su música, pero actualmente existen otras alternativas como las redes sociales.

Por otro lado, Santiago Erráez señala que, hoy en día los artistas tienen una ley que les ampara, y su música actualmente si tiene mayor difusión. Yago KP opina que, hoy en día no importa si los medios de comunicación apoyan o no, ya que, si un artista hace buena música tarde o temprano, va a alcanzar el éxito y los medios de comunicación serán quienes van a buscarle.

A nuestro juicio, es verdad que las radios deben subsistir a través de la publicidad, pero rigiéndonos en la Ley de Comunicación, la radio debe difundir 50% música nacional y 50 % música extranjera.

Un programa de radio dedicado al artista independiente ¿Qué opinan los artistas?

Los artistas entrevistados opinan que, eso debería existir para que participen los talentos jóvenes o quienes recién están empezando, un programa con entrevistas y difundir música de artistas conocidos y no conocidos, ya que actualmente los medios de comunicación dan más espacio a artistas ya posicionados y es muy difícil para un joven que recién está iniciando. Por otra parte, manifiestan que, los medios de comunicación, aunque quieran apoyar, si un artista no produce nueva música seguiría igual, lo mejor es tener un propósito y definir fechas, trabajando con el corazón, si se lo hace así, un artista va a tener éxito.

Difusión constante de música independiente en las radios

Una mirada del artista independiente

Los artistas independientes mencionan que, si tuviesen apoyo constante por parte de las radios, sería significativamente valioso, ya que este tiene su público y al emitir sus canciones estarían llegando a esa audiencia, pero “se debería ver que radio te da la mano”, puesto que hay emisoras con políticas o programas con géneros musicales específicos. Sin embargo, actualmente existen las redes sociales y están promocionando su música por estos medios digitales. Anderson Milán tiene una percepción diferente, opina que se debe trabajar en una producción de buena calidad, ya que, aunque las radios apoyasen constantemente, pero si no es el agrado para el oído del público, no aportaría en nada.

Otras alternativas para difundir música independiente

Actualmente, los artistas independientes no solo tienen una mirada a los medios tradicionales para difundir su música, están aprovechando las diferentes plataformas digitales, como; Facebook, Instagram, YouTube, Spotify y TikTok. Son las redes sociales más populares de hoy en día. Anderson Milán, afirma que un artista aprovecha las redes sociales para conocer a su público objetivo, además para tener una relación más íntima con sus seguidores, ya que se va narrando ahí todo el proceso de una creación musical.

Desde la percepción de Santiago Erràez, señala que, hay que buscar estrategias para lanzar música en cada una de estas redes sociales como, por ejemplo, cambiar el diseño de una imagen o formato de un video. Por último, Yago KP, comenta que, al lanzar su música por TikTok alcanzó medio millón de reproducciones y likes, él opina que, son extractos que solitos se viralizan y después de ello, hay mucha gente que llega para conectar con su contenido musical.

Tabla 25

Entrevistas a productores musicales

Experto	Productora	País
Patricio Villareal	VillaMusic	Ecuador
Carlos Troya	GranMaster Producciones	Ecuador
José Martínez	MH Studio	Ecuador

Nota: La tabla una lista de productores musicales a quien se les realizó entrevistas estructuradas. Elaboración propia.

Percepción de productores de música sobre la producción independiente

Los productores musicales explican que, en Ecuador, la mayoría de artistas son independientes y no pertenecen a una disquera; ellos mismo pagan sus producciones, sus proyectos, crean sus letras, ritmos y hacen música poco comercial, ya que es una manera de expresarse, pero es importante no estar divagando y no saber qué es lo que se busca, lo mejor de todo será quedarse con un género específico y no estar con varios estilos, porque esto hace que se pierda de horizonte.

La calidad de música independiente según expertos en música

Patricio Villareal productor musical en VillaMusic, desde la perspectiva profesional, afirma que hay producciones de todo un poco, algunas son muy buenas y cumplen con los parámetros internacionales, en cambio, otras no cómo se debería, pero se podría rescatar lo bueno, es decir, la parte inédita y agregarle los parámetros internacionales que una canción debe cumplir.

Desde otro punto de vista profesional, Carlos Troya productor en GranMaster Producciones, menciona que, la calidad de música independiente es económica, y algunos artistas trabajan a la ligera, y no invierten para tener una canción de calidad, como resultado no son producciones muy buenas, pero existen artistas más comprometidos que tienen objetivos y saben dónde quieren llegar, por ende, invierten más dinero y obtienen buenos resultados.

Por su parte, José Martínez, productor musical en MH Studio expresa que, la composición depende de los gustos del público, es decir, existen canciones que son de agrado para la gente y el artista tiene éxito, aunque individualmente no le guste ese tipo de música. Pero en la parte técnica

menciona que, hay artistas que no cuentan con recursos para pagar una buena producción, y el error que cometen es comprar los equipos y ellos mismo adentrarse al mundo de la edición y por eso suelen tener malos resultados.

Detalles de una canción para que difunda cualquier medio radial

Según los productores de música señalan que, una producción musical debe ser trabajada desde la postproducción, tener una planificación, es decir, ¿en qué medio se va a difundir?, además, se debe tomar en cuenta el tiempo que debe tener una canción, de 3 minutos a 3:20 máximo, a la vez tomar en consideración lo que está en tendencia. Así mismo, explican que, depende del público al que se quiere dirigir el artista, a partir de ahí se puede trabajar en una mediana o buena producción.

Por otro lado, señalan que, para crear una canción hay que trabajar en una buena letra, ya que, si esta contiene un lenguaje no adecuado o explícito, un medio de comunicación jamás lo aceptará.

Experiencia al crear una producción independiente

Uno de los productores musicales señala, por una parte, el artista independiente es muy a la ligera e invierte poco, por ello quizás no llegan muy lejos, en cambio, existen otros que son más comprometidos consigo mismo e invierten más y los resultados son diferentes, ya que se trabaja con una buena calidad de sonido.

En cambio, otro de ellos explica que, hay que realizar trabajos de buena calidad sin importar quién sea el artista, lo que se ofrece es su parte profesional, puesto que esta comprometido con su trabajo y profesionalismo, por ende, ha posicionado en el mundo de la música a algunos artistas que actualmente son reconocidos.

La difusión y autoproducción musical del artista independiente

A juicio de los productores musicales comentan que, primeramente, el artista debe escribir o crear buenas letras, a partir de ahí el artista está fallando, de la misma manera en la autoproducción, ya que la calidad de sonido que obtienen no es buena, pero principalmente están fallando en la difusión de sus producciones musicales.

Varios artistas difunden su contenido musical en las redes sociales y ahí muere todo, sin darse cuenta que existen más canales de comunicación y difusión. A la vez señalan que, el artista independiente no está invirtiendo en la difusión y promoción, Carlos Troya explica a través de un ejemplo que, la producción puede ser la misma, incluso puede ser el mismo artista que cuenta con dos canciones, en una canción invierte una cantidad x de dinero en promoción y publicidad, y a la otra únicamente la comparte en las redes sociales, como resultado tendrá buena acogida en la canción que invirtió en publicidad, pero la que compartió en las redes sociales no.

Sugerencias de productores de música al artista independiente

La principal sugerencia que los productores musicales les dan a los artistas independientes es que sigan produciendo música, porque lamentablemente en Ecuador no existe una industria como en otros países, "no dejen de producir y de hacer propuestas para las ciudades, el país y el mundo". También, entender cuál es el proceso de una producción musical, todos los pasos que hay que seguir de manera global de cómo se maneja una creación musical. A sí mismo, señalan que nunca se dejen de preparar o estudiar, y lo más importante es que, para escribir una canción hay que saber a qué público se van a dirigir, y los canales de comunicación que van a utilizar.

Tabla 26

Entrevista a docente de comunicación

Experto	Perfil	País
Tatiana León	-Máster en Comunicación Política y Empresarial. -Especialista Superior en Comunicación Digital. -Lic. En comunicación Social, por las universidades de Madrid, Quito y Loja.	Ecuador

Nota: Elaboración propia.

Un plan de marketing para el artista independiente

Tatiana León (2022) explica que, el artista independiente hoy en día tiene varios retos y uno de ellos es el de dar a conocer su música, debe tener conocimientos o técnicas para hacerlo correctamente por los distintos canales de comunicación. Es fundamental que cuente con un plan

de Marketing, ya que este tiene como finalidad captar, vender y fidelizar un producto o servicio, a la vez le permitirá saber cuál es su público objetivo para llegarle por los canales de comunicación adecuados, con un lenguaje correcto y planteándose objetivos a lo que quiere conseguir.

Además, señala que el Estado debería dar las garantías suficientes para que el artista independiente, pueda difundir su arte. Pero, el artista quizás no tiene claro cuál es su público objetivo, no conoce a las personas que les podrían seguir y eso puede causar trabas a la hora de comercializar una producción musical.

Forma correcta de difundir música

Para vender una canción, la especialista en comunicación y difusión, explica que, primeramente, hay que conocer el público objetivo, y saber exactamente qué canales elegir para utilizar un lenguaje correcto. La estrategia adecuada serían los medios tradicionales y digitales, dándole peso a los digitales, pues estos permiten llegar al nicho, mercado, público o personas que tienen gustos específicos, además, son más económicos. Así mismo, el artista debe trabajar en su marca personal como músico o cantante.

Y como punto final, señala que, se debería hacer más eventos y festivales para que puedan poner en evidencia el talento de los artistas, ya que hay varias situaciones que pueden ayudar a posicionarlos.

7. Discusión

El medio radial, desde sus inicios hasta la actualidad, generalmente se ha caracterizado por difundir música, este es el primer recurso que las radios utilizan para entretener y relajar la mente de su audiencia. Estos dos están ligados entre sí, pero, el artista que produce música ya no depende tanto de la radio debido a las grandes alternativas que existen hoy en día para la difusión musical, sin embargo, la mayoría de emisoras de la localidad si dependen de la música y siempre están difundiendo producciones extranjeras y con poca periodicidad producción nacional.

Tomando como referencia la gran cantidad de música que produce el artista independiente de Ecuador, consideré viable realizar la presente investigación cuyos objetivos son:

Objetivo General

Analizar la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radial de la ciudad de Loja.

Una vez realizada la investigación de campo y con el análisis tanto cualitativo y cuantitativo, tomando en cuenta el objetivo general, podemos comprobar claramente a través de las preguntas dos, tres, cinco, seis, siete, ocho y diez de las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, pues la mayoría conoce que es música independiente he identificaron correctamente el concepto de este término que es clave, por ende respondieron con éxito el resto de preguntas, con ello, podemos afirmar que la participación o difusión de la música del artista independiente de la localidad y nacional en las radios es escasa.

Las interrogantes fueron las siguientes: ¿En las Radios de la ciudad de Loja ha escuchado algún programa dedicado únicamente a la difusión de música del artista independiente? Los resultados obtenidos demuestran que la ciudadanía lojana no ha escuchado un 80%, si han escuchado un 20%. ¿Qué le gustaría escuchar en la programación de las estaciones de Radio de Loja? Los resultados obtenidos demuestran que a la ciudadanía lojana le gustaría escuchar, música del recuerdo un 19%, música de actualidad 47%, música extranjera 12%, música ecuatoriana y artistas invitados 48%, otra 6%. Es así que, con su programación, la contribución de las radios hacia la difusión de música ecuatoriana es limitada, ya que gran parte de la ciudadanía no ha escuchado un programa dedicado a este tipo de producción musical, existe la necesidad por parte de la audiencia que el medio radial

incluya en su parrilla de programación un programa dedicado a la difusión de música ecuatoriana y artistas invitados.

Con relación al **primer objetivo específico,** el cual consiste en: Identificar los géneros musicales existentes en la categoría de música independiente ecuatoriana que difunde Radio Luz y Vida, La Hechicera, Kocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo.

El presente objetivo, lo hemos comprobado a través de la observación auditiva en la programación musical de las radios durante la mañana, tarde y noche, escuchando la programación musical de la radio. Se registró en la ficha de observación los géneros musicales en la sección "Género" cada vez que las radios difundieron música del artista independiente.

Existen géneros musicales propios de Ecuador, pero también internacionales, los artistas independientes ecuatorianos no solo hacen música nacional, se inclinan también hacia géneros populares nacidos en la parte exterior como; reggaetón, pop, rock entre otros géneros que actualmente son tendencia.

Tomando en consideración el **segundo objetivo específico** que consiste en: Determinar con qué frecuencia se transmiten los tipos de géneros y subgéneros de música independiente de los artistas ecuatorianos en radio: Luz y Vida, La Hechicera, Cocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo.

Este objetivo también se pudo cumplir gracias a la ficha de observación, se observó durante 21 días, la programación musical en la radio, y se registró numéricamente las canciones del artista independiente que difundieron las cinco radios, y podemos deducir que las emisoras emiten poca producción nacional y se inclinan a lo comercial, lo que está en tendencia o de moda que mayormente es música extranjera de artistas reconocidos o famosos.

El objetivo también se lo pudo cumplir gracias a la encuesta realizada a la ciudadanía lojana, se planteó tres preguntas que están conectadas entre sí, en las dos primeras se puso un listado de artistas independientes a nivel nacional y local, el ítem con más respuestas fue que no han escuchado a ningún artista en las radios de Loja equivalente a un 27%, y el más bajo fue que si habían escuchado a todos los artistas con un 2%, y como conclusión se postuló la tercera pregunta que es la siguiente: ¿En las estaciones de radio durante qué tiempo o periodicidad ha escuchado

música de los artistas mencionados anteriormente? Y la respuesta fue, Durante un día 32%, durante una semana 17%, durante un mes 5%, más de un mes 12%, no he escuchado, 34%.

Por otro lado, se realizó una entrevista a cinco artistas independientes (2022) con la pregunta: Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden su música, un día, mes, o continuamente? Y la respuesta fue, la mayoría de veces en la emisora de radio les dan espacio solo para una entrevista y su producción musical se difunde únicamente en el conversatorio con el locutor. Uno de los artistas afirmó que, existen radios que están interesadas en lucrar y les han puesto precios para difundir su contenido. En cambio, otro de ellos señaló que él tenía amistades pertenecientes a la radio, y por ello le ayudaba a difundir su música, el artista cree que depende del círculo social de las personas para conseguir beneficios.

También se realizó entrevistas a locutores de las radios, a quienes se les preguntó: ¿Cuál es el nivel de participación de la música independiente en su programa de radio, alta o baja? y ¿Por qué? En cada una de las respuestas mencionaron que siempre se les da espacios para una entrevista y la música independiente se emite siempre en su programa, pero un locutor señaló que, se difunde cada cierto tiempo, posiblemente una vez al día, pero jamás al artista independiente le dejan sin espacio.

Para comprobar la **hipótesis** planteada:

Existen limitaciones en la difusión de la música independiente de artistas ecuatorianos, en la programación de las radios: Luz y Vida, La Hechicera, Cocodrilo, Radio Loja y Rumba Estéreo.

Puedo concluir mediante la investigación que, la difusión de música del artista independiente de Ecuador en las radios de Loja, si tiene limitaciones, su participación es baja y no se difunde frecuentemente, además pude deducir con las entrevistas y la encuesta que, la producción independiente no cuenta con un programa en el medio radiofónico.

Por ello, he trabajado en una propuesta, la elaboración de un programa radiofónico dedicado a la música del artista independiente de Ecuador, que ayudará a difundir su contenido, con la creación de segmentos, para así, enriquecer y valorar la producción local y nacional. La propuesta está plasmada dentro de “propuesta alternativa”, contiene un guiòn de emisión y un demo en audio, este proyecto ha sido elaborado por mi persona.

8. Conclusiones

Se concluye que, la parrilla de programación de las radios dedica largos tramos o espacios a la difusión de música de actualidad de artistas extranjeros y famosos que, ocupan espacios en horarios de bastante sintonía, mientras que la producción de artistas independientes de Ecuador está limitada.

Con base a las entrevistas realizadas a los responsables de las radios y locutores, se evidenció que, a pesar que existe una Ley de Comunicación, la cual señala que se difunda 50 % producción nacional y 50% música extranjera, no se lo viene realizando de manera correcta, pues, por lo general las radios tienen ya definido programas de música que se caracterizan e identifican por ser; románticos, clásicos, urbana, entre otros.

Gracias a las entrevistas realizadas a productores musicales y a responsables de las radios, se concluye que, la producción musical que difunde el medio radiofónico debe tener normas internacionales, como la duración o el tiempo de una canción que normalmente es de 3 a 3:20 minutos. La calidad de sonido debe contar con detalles normados que se maneja en la música, una canción de baja calidad es difícil que se emita en el medio, además, el contenido de la letra debe manejar un mensaje claro y un lenguaje que no denigre a ninguna persona o a la sociedad.

Gracias al conversatorio con; productores musicales, responsables de radios y docente en comunicación, es necesario que el artista independiente de Ecuador, al momento de crear una canción, desde un inicio hasta el final, debe tener claro a qué tipo de público se va a dirigir, por ello es de gran importancia que cuente con un plan de marketing y estrategias de difusión para promocionar su contenido, así elegir el medio radial correcto.

9. Recomendaciones

Se recomienda a los medios radiales objeto de estudio, que les brinden más espacio a los artistas independientes para que promocionen y difundan su música, a la vez para que esta producción vaya tomando fuerza y se posicione en el top musical de cada radio.

Se recomienda a los medios radiales objeto de estudio, que se rijan en lo establecido en la ley de comunicación, difundir 50% música de Ecuador y 50% extranjera, para ello, incluir espacios, programas o segmentos en horarios que ofrezcan el mismo nivel de sintonía.

Se recomienda a los medios objeto de estudio, abrir las puertas a todos los artistas independientes de Ecuador, aunque su parrilla de programación no se caracterice con el género musical que propone el artista, hacer entrevistas y menciones para invitar a la audiencia a que escuchen su música en otros espacios o medios digitales.

Al artista independiente, se le recomienda trabajar en su marca personal, su misión y valores como artista. Así mismo, tener un proyecto o plan de marketing bien definido, con objetivos claros, señalando que es lo que quiere hacer y conseguir, a qué público se va a dirigir; infancia, juventud, adultez, ancianidad o todos, así mismo, trabajar en estrategias de comunicación, y elegir correctamente los canales de difusión, bien sean tradicionales, digitales o los dos en combinación. Además, hacer producciones de buena calidad o de alta gama para que así las radios la acepten y la incluyan en su parrilla de programación musical.

10. Bibliografía

Albornoz, L. A., & Gallego, J. I. (2012). La industria de la música popular en España: los sellos independientes en la era digital. *Revista de la Asociación Nacional de Posgrados en Comunicación | E-compós, Brasilia, 15*(2), 1-19. Disponible en: https://bit.ly/3Mr3W8R

Alcázar, J. J. (2018). *La música como referente comunicativo en el discurso.* Tesis de grado, Universidad Rey Juan Carlos. Disponible en: https://bit.ly/3yHIdpr

Alcalá, D. M. (2015). *La Música Popular*. Tesis de grado, Universidad Autónoma de Santo Domingo. Disponible en: https://bit.ly/3VyETWq

Answer-Find.Com. (19 de Abril de 2021). *¿Que Son Los Subgeneros De Musica?* Answer-Find.Com. Disponible en: https://bit.ly/3s0r6ur

Aragón, M., G. (2017). La música y sentido musical en la radio, una búsqueda y reflexión sobre los autores y sus trabajos. *Razón y Palabra*, *21*(97),201-228. ISSN: . Disponible en: https://bit.ly/3RTLN79

Arango, C., & Correa, D. (2018.). *Música y comunicación: lo digital en las formas de pensar, producir y comunicar la música.* Investigación academica , Universidad Católica de Oriente. Disponible en: https://bit.ly/3wtMiuo

Ballesteros, T., Caldas, S., Fernández, C., Godínez, F., Lopez, D., Martínez, G., Pedrero, L., Prata, N., Rincón , O., & Yaguana, H. (2019). *¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro.* CIESPAL. Disponible en: https://bit.ly/3ze8MCm

Ballesteros, T. (2012). La radio en América Latina y el Caribe Mapa interactivo. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (118),37-41. ISSN: 1390-1079. Disponible en: https://bit.ly/3AVMiqW

Bueno, E. (2003). *La investigación cientifica: teoría y metodología.* Estudio investigativo, Universidad Autónoma de Zacatecas. Disponible en: https://bit.ly/3sINMjx

Cabrera, K. I., & Jiménez, C. A. (2021). La cultura de la cancelación en redes sociales: Un reproche peligroso e injusto a la luz de los principios del derecho penal. *Revista Chilena De Derecho Y Tecnología*, *10*(2), 277–300. Disponible en: https://bit.ly/3crjGvO

Campoverde, P. G., & Montalvo, P. A. (2021). *El movimiento musical indie en el ecuador y sus prácticas comunicativas durante el confinamiento por la pandemia del covid-19.* Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito. Disponible en: https://bit.ly/3REe5Cd

Caparrini López, A., & Pérez Molina, L. (2017). *Clasificador de subgéneros de música electrónica.* Tesis de grado , Universidad Complutense Madrid. Disponible en: https://bit.ly/3s1mkwz

Cano-Campos & Custodio, N. (2017). Efectos de la música sobre las funciones cognitivas. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 80 (1),61-71. ISSN: 0034-8597. Disponible en: https://bit.ly/3BiuBSn

Cardona Bedoya, J., & Vaca González, Y. C. (2018). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, *17*(34), 177-201. Disponible en: https://bit.ly/3uUvxsq

Ceceña, I. A. (2016). *Vivir del arte: la actividad económica del músico independiente en Tijuana.* Tesis de Gardo, El Colegio de la Frontera Norte . Disponible en: https://bit.ly/3EIYw8s

Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación.* Colección Material Didáctico 10, Universidad Autònoma del Carmen. Disponible en: https://bit.ly/3TvdPps

Clemente, J., & Antolín, R. (2017). YouTube como herramienta significativa para la estrategia de comunicación de marcas: caso de estudio de engagement, insight y creatividad de las cinco campañas más relevantes a nivel mundial de la plataforma de video. Comunicación y Hombre, (13),201-216. ISSN: 1885-365X. Disponible en: https://bit.ly/3EFxChL

Díaz Sanjuan, L. (2011). *La observación.* Copilación , Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: https://bit.ly/3s2gxXu

Díaz, J. L. (2010). Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral. Salud Mental, 33 (6),543-551. ISSN: 0185-3325. Disponible en: https://bit.ly/3qfpVGC

Falconí, M. A. (2014). *Docu-ficción del género indie rock como fenómeno musical postmoderno en la juventud quiteña en la actualidad.* tesis de grado , universidad politécnica salesiana sede quito . Disponible en: https://bit.ly/3lonD5w

Fellone, U. (2022). El género musical en la actualidad: reflexiones ante un contexto digital y globalizado. *El oído Pensante*, *10*(1), 59-85. Disponible en: https://bit.ly/3Tv0FbL

Frías, Rosario (2000). Una aproximación al concepto comunicación y sus consecuencias en la práctica de las instituciones. Nómadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* [en linea]. 2000, (1), ISSN: 1578-6730. Disponible en: https://bit.ly/3MAPony

Garcia, J. (1980). *La radio por dentro* (Primera ed.). CIESPAL. Disponible en: https://bit.ly/3IK3O3k

Garzón, F. J. (2020). "*La difusión de música alternativa independiente ecuatoriana y los medios de comunicación radiales en la ciudad de Latacunga. caso de estudio: radio municipal Latacunga y Stereo Latacunga Fm*". Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato. Disponible en: https://bit.ly/3woUSf9

Germán, B. A. (2018). "*La difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato".* Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato. Disponible en: https://bit.ly/3sIoy50

Glowacka-Pitet, D. (2004). La música y su interpretación como vehículo de expresión y comunicación. *Comunicar*, (23),57-60. ISSN: 1134-3478. Disponible en: https://bit.ly/3IOJGgv

Godinez, F. (2020). La exploración de formatos radiofónicos creativos. *La radio (1920 - 2020) La obstinada vigencia de un medio invisible.* Universiada Nacional de Quilmes . Disponible en: https://bit.ly/3PjXl1C

Gonçalves, W. (01 de sptiembre de 2016). *Facebook: ¡todo sobre la red social más usada en el mundo!* Recuperado el 27 de diciembre de 2021, de rockcontent. Disponible en: https://bit.ly/3PuIO3v

Guerrero, J. (2012). El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización. *Revista Transcultural de Música*(16), 1-22. Disponible en: https://bit.ly/39BraLe

González, M. J., & Betancourt , G. (2014). *Las emisoras de radio de Ecuador debutan en la gestión de redes sociales.* Congreso Internacional Latina de Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de Las emisoras de radio de Ecuador debutan en la gestión de redes sociales. Disponible en: https://bit.ly/3obNhMg

Grijalva , A., & Yaguana, H. (2019). *La brújula sonora. La radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI.* Editorial Universitaria Abya-Yala. Disponible en: https://bit.ly/3Phiz08

Gutiérrez, L. (2013). La música como lenguaje y medio de comunicación. Ecos del lejano oriente en la vanguardia musical orientalismo y japonismo musical. *Entreculturas* (5), 1989-5097. Disponible en: https://bit.ly/3TjHlPn

Hernández, E. (2020). *La independencia imaginada: una sociología imaginada del inde en España.* Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca, Facultad de Ciencias Sociales Departamento de Sociología y Comunicación. Disponible en: https://bit.ly/3sFyzQ3

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones,* 91 (2),121-128. ISSN: 1021-1209. Disponible en: https://bit.ly/3uRtHbF

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC.* Resultados de Censos 2010 provincia de Loja. Disponible en: https://acortar.link/PCA9u0

Jalal, J. C., Ramos, M. R., Ajcuc, A., Lorenty, C. R., & Diéguez, P. (2015). *Metodos de Investigacion.* Investigación Académica , Universidad San Carlos De Guatemala. Disponible en: https://bit.ly/3yPjyPE

Jiménez, M., & Pérez, F. (2020). Las TIC que influyen en un mayor uso del Internet en Oaxaca. *Revista Iberoamerican para la Investigaciòn y el Desarrollo Educativo, 11*(21). Disponible en: https://bit.ly/3ObCIDn

Lamacchia, M. C. (2017). *La música independiente en la era digital.* Tesis de Posgrado, Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en: https://bit.ly/3llyL2S

Leòn, S. C. (2018). *Música sin fronteras.* Tesis de grado , Pontificia Universidad Catòlica del Ecuador. Disponible en: https://bit.ly/3sEax8h

Ley Orgànica de Comunicaciòn. (2021). *Última Reforma: Segundo Suplemento del Registro Oficial 382, 01-II-2021*. República del Ecuador - Asamblea Nacional. Disponible en: https://bit.ly/3yNeDgx

López, J. (2008). Comunicación, cultura y música. Análisis semiótico y discursivo de los grupos musicales "La Grupa" y "Curare" como base para la construcción de la identidad a mestiza ecuatoriana. Alteridad. *Revista de Educación*, 3 (1),36-44. ISSN: 1390-325X. Disponible en: https://bit.ly/3PiHW1q

López, I. (2021). *Proceso para obtener una frecuencia de radio FM en el Ecuador: caso Casa de la cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.* Tesis de grado, Universidad Hemisferios. Disponible en: https://bit.ly/3RzXUpw

Luna, M. (26 de enero de 2012). *¿Qué es la música Indie?*. Disponible en: Actitud Fem: https://bit.ly/3lo4fWc

Mejía-Salazar, Gilberto, & Gómez-Álvarez, Ricardo (2017). Internet como herramienta didáctica en la formación académica en alumnos de nivel medio superior. RICSH *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6 (11), ISSN: . Disponible en: https://bit.ly/3RJcoDN

Moreno, E. (1999). La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. *Comunicación y Sociedad, 12*(1), 89-111. Disponible en: https://bit.ly/3uVBllw

Mosquera, E. R. (2020). *Radio digital: desarrollo de la radio tradicional a la radio multimedia,características e interacción dentro del espacio virtual, caso Radio Casa dela Cultura Ecuatoriana.* Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador. Disponible en: https://bit.ly/3PhgMbq

Naranjo, M. L. (2005). Perspectivas sobre la comunicación. Revista Electrónica "*Actualidades Investigativas en Educación*", 5 (2),1-32. ISSN: . Disponible en: https://bit.ly/3uWBXaq

Pérez, J. P. (2012). La actualidad en youtube: claves de los videos más vistos durante un mes. *Global Media Journal, 9*(17), 44-62. Disponible en: https://bit.ly/3loxMza

Posada Sarmiento, M. C. (2020). *Al margen del modelo tradicional: Industria musical, cultura pop y artistas independientes.* Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Disponible en: https://bit.ly/3lsMFQM

Pozo, D. (2013). *Evolución en la web de las emisoras registradas en el dial FM de la ciudad de Loja, periodo (diciembre 2012/ marzo 2013).* Tesis de grado, Universidad Tècnica Particular de Loja. Disponible en: https://bit.ly/3BmWM2r

Quezada, L. K., Yaguana, H. A., & Marín-Gutiérrez, I. (2021). *La gestión de la radio por Internet.* Universidad Técnica Particular de Loja. ResearchGate. Disponible en: https://bit.ly/3uUvfSm

Quiña, G. (2013). *Parte de la religión. un abordaje crítico sobre la producción musical independiente en Argentina.* Investigación en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: https://bit.ly/3Lp66EP

Radio Loja. (08 de agosto de 2014). *Quienes Somos.* Obtenido de Radio Loja. Disponible en: https://bit.ly/3wBOLTJ

Radio Luz y Vida. (29 de junio de 2019). *Historia*. Radioluzyvidafm. Disponible en: https://bit.ly/3Mo59Om

Radio Rumba 106.9FM. (15 de abril de 2013). *Quienes Somos*. Disponible en: https://bit.ly/3wu5gB6

Ríos, M., Nieves, F., & Ruedas, M. (2009). Hermenéutica: la roca que rompe el espejo. *Investigación y Postgrado,* 24 (2),181-201. ISSN: 1316-0087. Disponible en: https://bit.ly/3eAw7WR

Ríos, D. A. (2017). *La música chichera en el sur de Quito: El caso del músico Jaime Toasa y su banda Rock Star.* Tesis de Maestrìa , Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. Disponible en: https://bit.ly/3EfC726

Rodríguez, A., & Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (82), 175–195. https://bit.ly/3Da4ApK

Rodríguez, E. R. (2016). *Análisis investigativo de la evolución de la radio en la ciudad de Guayaquil.* Tesis de grado, Universidad de Guayaquil. Disponible en: https://bit.ly/3QrkoaC

Rojas, J. L., & Panal, A. (2017). El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de Bleacher Report, L'équipe y Marca. Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*, (38),1-20. ISSN: 1139-1979. Disponible en: https://bit.ly/3caRtcg

Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *Profesional de la información*, *18*(5), 552-558. Disponible en: https://bit.ly/3NDRHWi

Rucandio, J. (2019). *Youtube como canal de comunicación para las organizaciones: marketing de contenidos en youtube.* Tesis de grado, Universidad del País Vasco. Disponible en: https://bit.ly/3RDhIZc

Sinche, N. J., & Valdiviezo, K. C. (2008). *Historia del Periodismo Escrito y Radial en Loja.* Tesis de grado , Universidad Tècnica Particular de Loja. Disponible en: https://bit.ly/3Ofxwyg

Torres, M. A. (2017). *Instagram y su uso como una herramienta de marketing digital.* Tesis de grado , Universidad de Chile. Disponible en: https://bit.ly/3sF6VTq

Vargas, S. I. (2018). *Análisis y propuesta de construcción de identidades. Definición de la imagen visual a partir del diseño de indumentaria. Caso: música independiente.* Tesis de grado, Universidad del Azuay. Disponible en: https://bit.ly/3Nmbzhc

Velasteguí, E. (2019). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Conciencia Digital*, 2(1), 35-45. Disponible en: https://bit.ly/3cmvkrI

Videla, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. *Estud. mensaje period, 23*(2), 1437-1455. Disponible en: https://bit.ly/3T7QNoS

Vilcapoma, Y. (2018). *Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de laconstrucción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018).* Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en: https://bit.ly/3o8HgQf

Viñán, J. A., Navarrete, F. F., Puente, M. I., Pino, S. P., & Caicedo, F. U, (2018): "Metodología de la investigación científica como instrumento en la producción y realización de una investigación", *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo* (mayo 2018). En línea. Disponible en: https://bit.ly/3z6NJkW

Yunga, D. G. (2021). *Análisis del discurso del programa radial "Tardes de diversión" y el impacto social en la ciudad de Loja en el periodo noviembre - diciembre 2020.* Tesis de grado, Universidad Nacional De Loja. Disponible en: https://bit.ly/3IOtYlO

Zamora, M. A. (2014). *Internet.* Presentaciòn, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Disponible en: https://bit.ly/3G1HWiz

Zaruma, J. P., Hinojosa, M., & Gutiérrez, I. M. (2020). *"*La radio como recurso pedagógico en estudiantes lojanos*", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (abril 2020).* Disponible en: *https://bit.ly/3BtfB4q*

Zeler, I. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de américa latina.* Tesis Doctoral , Universitat Rovira I Virgili. Disponible en: https://bit.ly/3aaWuAL

Zetter, J. (2015). *El papel de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la organización y difusión de la música independiente en la ciudad de México.* Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: https://bit.ly/3wqmSz3

11. Anexos

Anexo 1. Propuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROPUESTA ALTERNATIVA

Autor:

Víctor Daniel Morocho Vargas

Director:

Mgtr. Alex Rene Jaramillo Campoverde

LOJA – ECUADOR

2022

1. Nombre del programa: “Nación Independiente”

2. Representante del programa: Víctor Daniel Morocho Vargas

3. Tema del proyecto: Difusión de música independiente de Ecuador en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja.

4. Descripción

“Nación independiente” es un programa radiofónico que se enfoca en difundir música del artista independiente ecuatoriano, pretende llegar a todos los rincones de nuestra ciudad y provincia para relajar la mente y liberar los sentidos de nuestros oyentes. En este espacio escucharás, música, artistas invitados, participación del público y mucho más.

5. Objetivos

- Difundir música que crean y producen los artistas independientes de nuestra ciudad, provincia y el Ecuador.

- Explicar y dar a conocer a la audiencia sobre el mundo musical del artista independiente de Ecuador.

- Brindar y dar espacio a intérpretes y compositores que formen parte de la escena musical del país.

8. Público objetivo

Apto para todo público

9. Tiempo de emisión

60 minutos (1 hora minutos)

Nota: Esta propuesta alternativa tiene como propósito promover la producción musical del artista independiente de Ecuador a través de los medios de comunicación radiales. En el siguiente link podrás escuchar esta propuesta radiofónica, de la misma manera en la siguiente página se encuentra el guiòn de emisión.

Link de propuesta alternativa: https://bit.ly/3Benw5m

GUIÓN DE EMISIÓN

NOMBRE DEL PROGRAMA: "Nación Independiente"

DURACIÓN: 60 minutos (1 hora)

Sección	Indicaciones	Descripción	Tiempo
1	**Intro**	Presentación pregrabada	00:40 seg
2	**Saludo del presentador**	Saludo inicial, agradece al oyente, da a conocer el nombre de la radio, como se llama el programa, da la fecha, hora. Motiva al oyente a participar a través de los contactos de la radio y redes sociales del programa.	2 min
3	**Titulares**	El locutor da a conocer los temas que se desarrollarán durante el programa; artistas invitados, música etc.	2 min
4	**Espacio publicitario**	Publicidad variada	3 min
5	**Segmento: Tu voz en la Radio**	***Pregrabada:*** *Salimos a las calles a escuchar a la ciudadanía, "tu voz en la radio" escuchemos qué dice la gente sobre la música del artista independiente, además, te damos a conocer ¿cómo nacieron estas canciones? ", tu voz en la radio".* Una vez obtenidas las respuestas de la ciudadanía, el locutor emite a través de una grabación al aire. Luego de ello, hace una narración de cómo nació el tema musical e invita a escucharlo.	5 min
6	**Segmento: La entrevista inde – primera parte.**	***Pregrabada:*** *En el siguiente segmento conoceremos inicios, trayectoria musical y mucho más sobre el artista independiente de Ecuador. Presentamos "la entrevista inde".* Se tocan temas como: -Inicios del artista en la música -Trayectoria -Inversiones en la música – audio – video, etc. -Tiempo que le lleva al artista crear o producir una canción -Experiencias del artista en los diferentes escenarios que ha visitado, etc.	15 min
7	**Espacio publicitario**	Publicidad variada	3 min

8	**Segmento: La entrevista inde – segunda parte.**	El locutor presenta al artista para que interprete su última producción musical en vivo. Al finalizar la intervención del artista el locutor continúa con el conversatorio tocando temas como: -Historia, o como nace la canción que acaba de interpretar. -Nuevas propuestas musicales que tiene el artista. -Presentaciones futuras, entre otros. **Cierre de la entrevista** El locutor hace referencia a: -Contactos del artista, móvil, redes sociales entre otros. -Mensaje del artista a los talentos jóvenes que están iniciando una carrera musical.	10 min
	Espacio publicitario	Publicidad variada	3 min
10	**Set de música Inde**	Variedad de música El locutor presenta música de artistas nacionales y locales, además, da a conocer algunos datos curiosos (**"te cuento que"** sobre el mundo musical inde). Toca como: -Micro biografía del artista ecuatoriano 50 segundos. -Estadísticas de canciones más escuchadas, entre otros.	15 min
11	**Despedida del presentador**	El locutor se despide e invita al oyente a la próxima emisión, además, da a conocer temas sobresalientes que se tocarán en el siguiente programa.	2 min
12	**Cierre del programa**	Pregrabada	20 seg

Anexo 2. Oficios de designación y aprobación del Trabajo de Integración Curricular

Oficio No.079-D-CCS-FEAC-UNL
Loja, 10 de mayo de 2022

Magister.
Alex Jaramillo Campoverde.
DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Ciudad.-

De mi consideración:

De conformidad a lo dispuesto en los Art. 227 y 228 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, me permito remitir a usted el Trabajo de Integración Curricular, titulado**: Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja,** de autoría del señor: **Víctor Daniel Morocho Vargas,** estudiante de la Carrera de Comunicación; a fin de que en un plazo de ocho días hábiles, luego de su análisis y revisión correspondiente se emita el Informe de **Estructuray Coherencia** del mencionado Trabajo de Integración Curricular, mismo que deberá ser coherente con las líneas de investigación de la Carrera.

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,
EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA

Firmado electrónicamente por:
HEVER
SANCHEZ

Mgs. Hever Sánchez Martínez.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

HSM/so.

C.c. Interesada, Archivo.

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa"
Telefax 2547192

Loja, 26 de mayo de 2022

Magister.
Hever Sánchez Martínez
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Ciudad.-

De conformidad a lo dispuesto por su persona en el oficio No.079-D-CCS-FEAC-UNL, con fecha 10 de mayo de 2022, me dirijo a usted para dar respuesta a lo solicitado.
Luego de realizar la respectiva revisión y corrección del Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja",** de la autoría delseñor **Víctor Daniel Morocho Vargas,** estudiante de la Carrera de Comunicación Social; me permito emitir el presente Informe de **Estructura y Coherencia favorable** del mencionado proyecto, para que el estudiante continúe con la elaboración de su trabajo de titulación.
Por la atención que le brinde al presente y la ayuda proporcionada, le expreso mis sinceros agradecimientos.

Atentamente

Firmado electrónicamente por:
ALEX RENE
JARAMILLO
CAMPOVERDE

Mgtr. Alex Rene Jaramillo
Campoverde
C.I. 1104492135
DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Oficio No.130-D-CCS-FEAC-UNL
Loja, 06 de junio de 2022

Magister.
Alex Jaramillo Campoverde.
DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Ciudad.-

De mi consideración:

Cordialmente tengo a bien dirigirme a usted a fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Art. 228 del Capítulo III de la Dirección del Trabajo de Integración Curricular, del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja; me permito designar a usted Director del Trabajo de Titulación denominado**: "Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja",** de autoría del señor: **Víctor Daniel Morocho Vargas,** estudiante de la Carrera de Comunicación. En tal virtud; ruego a usted, asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científica la ejecución del Trabajo de Titulación en mención.

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,

EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA

Firmado electrónicamente por:
HEVER
SANCHEZ

Mgs. Hever Sánchez Martínez.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

HSM/so.

C.c. Interesado, Archivo.

Anexo 3. Modelo, ficha de observación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Luz y Vida – Semana 1							
Nombre del programa: Cita con el Amor							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total al día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	13/06/2022	2				-Balada romántica	2
Martes	14/06/2022	3				-Balada romántica	3
Miércoles	15/06/2022	2				-Balada romántica	2
Jueves	16/06/2022	3				-Balada romántica	3
Viernes	17/06/2022	3				-Balada romántica	3
Nombre del programa: Románticas							
Sábado	18/06/2022	2				-Balada romántica	1
Nombre del programa: Encuentro Latinoamericano							
Domingo	19/06/2022	3				-Folclore	3
Total							17

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: La Hechicera – Semana 1							
Nombre del programa: Tardes Mágicas							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total al día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	13/06/2022		3			-Reggaetón -Bachata -Pop	3
Martes	14/06/2022		2			-Reggaetón -Salsa Urbana	2
Miércoles	15/06/2022		1			-Reggaetón	1
Jueves	16/06/2022		3			-Reggaetón -Pop -Pop	3
Viernes	17/06/2022		2			-Pop -Reggaetón	2
Fin de semana							
Sábado	18/06/2022		3			-Balada romántica	3
Domingo	19/06/2022		2			-Balada romántica	
Total							16

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Kocodrilo – semana 1							
Nombre del programa: Ninguno, se observó de manera libre.							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total al día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	13/06/2022			0		Ninguno	0
Martes	14/06/2022			1		-Rock	1
Miércoles	15/06/2022			2		-Balada románica -Pop	2
Jueves	16/06/2022			0		-Ninguno	0
Viernes	17/06/2022			1		-Pop	1
Fin de semana							
Sábado	18/06/2022			3		-Rock pop -Pop -Pop	1
Domingo	19/06/2022			3		-Pop -Rock -Balada romántica	3
Total							8

FICHA DE OBSERVACIÓN GENERAL							
RADIO: Loja – semana 2							
Nombre del programa: Ninguno, se observó de manera libre.							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	20/06/2022	2				-Pop	2
Martes	21/06/2022	1				-Reggaetón	1
Miércoles	22/06/2022	1				-Romántico	1
Jueves	23/06/2022	3				-Pop -Pop -Rock	3
Viernes	24/06/2022	1				-Pop	1
Nombre del programa: Música Libre							
Sábado	25/06/2022	3				-Balada romántica -Bachata -Balada romántica	2
Domingo	26/06/2022	2				-Reggaetón -Balada romántica	2
Total							12

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Rumba Estéreo – semana 2							
Nombre del programa: Tardes de Rumba							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	20/06/2022		3			-Cumbia -Cumbia -Bomba	3
Martes	21/06/2022		3			-Cumbia -Nacional -Chicha -Nacional -Chicha	3
Miércoles	22/06/2022		2			-Cumbia	2
Jueves	23/06/2022		2			-Cumbia -Bachata	2
Viernes	24/06/2022		3			-Nacional -Chicha -Bomba -Cumbia	3
Fin de semana							
Sábado	25/06/2022		2			-Cumbia -Nacional - Chicha	2
Domingo	26/06/2022		3			-Reggaetón -Cumbia -Nacional – Chicha	3
Total							18

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Luz y Vida – Semana 2							
Nombre del programa: Melodías del Corazón							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	20/06/2022			3		-Baladas románticas	3
Martes	21/06/2022			2		-Baladas románticas	2
Miércoles	22/06/2022			2		-Baladas románticas	2
Jueves	23/06/2022			3		-Baladas románticas	3
Viernes	24/06/2022			3		-Baladas románticas	3
Fin de semana							
Sábado	25/06/2022			3		-Baladas románticas	1
Domingo	26/06/2022			3		-Baladas románticas	3
Total							17

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Rumba Estéreo – semana 3							
Nombre del programa: Ninguno, se observó de manera libre.							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	27/06/2022	2				-Bachata -Balada romántica	2
Martes	28/06/2022	3				-Bachata -Pop -Pop	3
Miércoles	29/06/2022	2				-Pop -Reggaetón	2
Jueves	30/06/2022	2				-Pop -Bachata	2
Viernes	01/07/2022	2				-Pop -Reggaetón	2
Fin de semana							
Sábado	02/07/2022	3				-Nacional – Chicha	1
Domingo	03/07/2022	2				-Cumbia -Balada romántica	2
Total							14

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Kocodrilo – semana 3							
Nombre del programa: Ninguno, se observó de manera libre.							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	27/06/2022		0			Ninguno	0
Martes	28/06/2022		0			Ninguno	0
Miércoles	29/06/2022		0			Ninguno	0
Jueves	30/06/2022		0			Ninguno	0
Viernes	01/07/2022		0			Ninguno	0
Fin de semana							
Sábado	02/07/2022		2			-Pop	1
Domingo	03/07/2022		2			-Balada romántica	2
Total							3

FICHA DE OBSERVACIÓN							
RADIO: Loja – semana 3							
Nombre del programa: Ensueño romántico							
Día	**Fecha**	**Jornada**				**Género**	**Nro. Total del día**
		Mañana	**Tarde**	**Noche**	**Todo el Día**		
Lunes	27/06/2022			2		- Baladas románticas	2
Martes	28/06/2022			1		- Baladas románticas	1
Miércoles	29/06/2022			0		- Baladas románticas	0
Jueves	30/06/2022			2		-Baladas románticas	2
Viernes	01/07/2022			2		-Baladas románticas	2
Nombre del programa: Música libre							
Sábado	02/07/2022			3		-Balada romántica -Reggaetón	3
Nombre del programa: Los clásicos con el doc.							
Domingo	03/07/2022			0			0
Total							10

Anexo 4. Formato de Entrevista realizada a responsables de las radios objeto de estudio

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

Entrevista a: Soledad Villigua

Directora de Radio Luz y Vida

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la música de artistas independientes?

Sí, hay artistas, o sea que no pertenezcan fuera, que son nacionales que produzcan su propia música sin depender de ninguna empresa discográfica.

Bueno, dentro de la Ley de Comunicación, está establecido tanto para el porcentaje que debemos transmitir, se puede decir, reproducir que estaba el uno por uno, ósea el 50%, 50, 50. Una ley que en realidad se ha trabajado para que se reforme, porque si vamos a la realidad dentro de todo el contenido musical que tiene, tenernos como país es muy poco como para decir que se transmita en un 50%. Entonces sí, sí sabemos que la ley lo contempla, pero que en la práctica es un poquito difícil llegar a realizar.

2. Usted como responsable de este medio, ¿qué podría proponer para que la música del artista independiente de Ecuador tenga una mayor difusión en la radio?

Yo creo que sería sobre todo la calidad de la música, porque si han venido aquí artistas independientes que hacen su propio trabajo. Pero la calidad del sonido no es tan buena. Entonces eso no nos limita también como medios de comunicación, como radio, a poder difundir esta música, porque la calidad no es óptima. Entonces, creo que sería trabajar un poco más en contenido y también en calidad de sonido.

El medio tiene como política dar la apertura a todos los artistas y mucho más aquellos que están iniciando sus carreras. Pero si se le da el espacio para la entrevista, para que haga su difusión, pero también dentro del medio, aparte de lo que es la calidad del sonido, también son los géneros musicales. El medio Radio Luz y Vida en sí tiene su propio género ya definido. Entonces, nosotros trabajamos más con el género romántico, casi en su 90% de la música que tenemos, pero hay ciertos espacios en los cuales se da paso a lo que es el pasillo. A la música ecuatoriana también se le hace un su espacio, pero si el material no es bueno, lamentablemente no se puede.

3. ¿Cuál es el apoyo que brinda la radio a la música de artistas independientes ecuatorianos?

Creo que principal apoyo es darles esos espacios de entrevistas para que puedan dar a conocerse, para que puedan ellos manifestar toda la parte musical que traen, los géneros que están exponiendo y también cuando lo han solicitado, por ejemplo, en eventos que tenemos específico, se les ha dado la oportunidad también para que participen artísticamente.

4. ¿Cuánto tiempo dedica este medio radial a la difusión de música de artistas independientes ecuatorianos?

Si vamos a hacer eso, o sea, es muy poco. No, no, ya le digo, la mayoría de los que han venido de estos artistas independientes a querer darnos su material que producen, nos hemos encontrado casi es de baja calidad el sonido. Entonces nos hemos quedado claro, sí, con aquellos que tienen buena producción, pero que de ley necesitan una mayor inversión.

5. ¿Este medio radial podría abrir las puertas para que los artistas independientes locales y nacionales difundan su música?

Estamos abiertos a eso. Porque, nuestra misma característica de ser un medio católico, pues nos llama a la universalidad. Entonces pueden venir los artistas independientes para sus promociones, para darse a conocer, siempre y cuando con una debida planificación, de ahí al material que nos dejen ya depende netamente de lo que vengo reiterando, que es la calidad del sonido y la política de la radio que es romántica.

6. ¿Cuál es el tiempo que la radio se compromete para difundir música del artista independiente de Ecuador?

Bueno, de acuerdo al género, pero digamos si este es romántico. Estamos diciendo que esto se lo hace a diario. Ahora si es un género que se yo. Por ejemplo, tenemos definido un espacio de lunes a viernes en las mañanas que es música ecuatoriana y una artista independiente que va por ahí, pues también tiene una posibilidad de hacerlo diariamente, pero en un orden específico, específico. De igual manera tenemos música de pasillos, digamos así los domingos, que también es en un día y en un horario específico. Depende el género de la música.

Entrevista a Fabián Coronel

Gerente propietario de Radio La Hechicera

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la música de artistas independientes?

Claro. Hay bastantes. Ahora, a raíz de la pandemia, se independizaron los artistas y comenzaron a lanzar ya trabajos, ya no con empresas sino solos, que hicieron sus grabaciones en estudios y las participaron a través de las redes sociales.

2. Usted como responsable de este medio, ¿qué podría proponer para que la música del artista independiente de Ecuador tenga una mayor difusión en la radio?

El problema es más de la difusión justamente que la tienen que hacer el propio artista. Mientras tanto, hay empresas ya conformadas que tienen sus contactos y simplemente es el enviar a todos los medios de comunicación y a través de los departamentos respectivos hacen la promoción respectiva solicitando a los medios que se promocionen la canción, que se la toque. Y eso es lo importante. Mientras tanto, los independientes hacen su trabajo solos y muchas de las veces no hay muchos contactos con los medios de comunicación. Entonces, mientras una empresa tiene sus contactos, el artista independiente tiene que visitar, tiene que ir a los medios, tiene que solicitar a la gente de los medios la transmisión. Mientras tanto, las empresas solamente envían y promocionan a través de los medios de comunicación y que son masivos.

3. ¿Cuál es el apoyo que brinda la radio a la música de artistas independientes ecuatorianos?

El momento que llega el tema, si es este calificado, ingresa e ingresa a la parrilla y se lo comienza a promocionar. Y muchas de las veces cuando están aquí o cuando se hace contacto, se hace entrevistas en directo vía Zoom. Hablando del ritmo. Nosotros música nacional casi el fin de semana, música internacional, baladas lo hacemos directamente a través de nuestra parrilla diaria que es importante.

4. ¿Cuánto tiempo dedica este medio radial a la difusión de música de artistas independientes ecuatorianos?

No todo el tiempo y promoción. No todo el tiempo hay material de artistas independientes. Entonces, no es que se dedica un tiempo diario, sino que definitivamente cuando hay el material se lo promociona, la música sale, cada día ingresan canciones nuevas a la radio. Y otra cosa que hay que tomar en consideración es la calidad de producción ingresa a la parrilla de programación de la Hechicera.

5. ¿Este medio radial podría abrir las puertas para que los artistas independientes locales y nacionales difundan su música?

Si, cuando lo requieran, cuando lo soliciten, cuando el tema esté pegando, no hay ningún problema. Las puestas de la radio siempre eta abierta, pero como lo decía hay que ver si el tema es calificado para que ingrese a sonar en la Hechicera.

6. ¿Cuál es el tiempo que la radio se compromete para difundir música del artista independiente de Ecuador?

No hay tiempo. No hay tiempo porque si hay bastante producción no habría tiempo en ningún momento. El tiempo, o sea, si hay promoción de artistas independientes, se promociona diariamente, independientemente del tiempo, claro.

En el álbum vienen 20 canciones. Las 20 canciones no son éxitos. Siempre hay una, dos o tres canciones. Entonces hay que ver la promoción que se haga y la acogida que tenga la música del productor independiente.

Entrevista a Fabricio Oñate

Gerente propietario de Radio Kocodrilo

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la música de artistas independientes?

Sí. De hecho, se podría decir plenamente que la música independiente más bien es la que hoy por hoy está como mejor producida y que encuentra sus opciones más creativas. No netamente comercial, que es lo que ahora mismo puedes oírlo en todos lados, pues como Bad Bunny y no sé, cosas como Jay Balvin y todas esas cosas que mezclan el pop clásico con toda la cuestión del reggaetón y detalles.

Ahí todo está encajonado, todo es igual o no cambia nada. Mientras que sí, la música independiente desde mi óptica es mucho más creativa, porque al no tener recursos necesariamente tienen que hacer un buen producto para intentar llegar lo más lejos posible. De ahí sería que nacen los géneros musicales como el reguetón, la música alternativa, digámoslo así.

Yo pensaría que, por ejemplo, el movimiento alternativo que se dio en los 90, y hasta parte del 2000 o entrados a los primeros años del 2000, fue precisamente por una cuestión, pensaría yo, a título muy personal, en realidad, una cuestión de que las cosas no estaban de la mejor manera y como que las cosas socialmente tocaron fondo en su momento. Y como que la música para muchas personas era una forma de expresarse, una forma de protestar, por eso el movimiento alternativo siempre ha sido un poco más potente, si es que es música alternativa mezclada con Rap te va a salir algo mucho más potente que mezclar pop con rap. Entonces siempre el movimiento alternativo, el género alternativo, siempre ha sido mucho más potente por ese hecho de que es gente que se encuentra e no sé, se quiere meter por ejemplo en la industria musical y básicamente no al encontrar que le cierran las puertas porque el rock no está de moda ahora mismo. Desde ahí empieza un resentimiento y una suerte de protesta hacia el sistema.

Entonces yo creo que la música alternativa siempre ha sido una suerte de protesta hacia el sistema. Llámalo educación, llámalo, salud, llámalo, no sé, pobreza. Todas las cosas que vayan en los sistemas de los países generan precisamente movimientos así. Y no solo es por el lado del rock,

también se ha dado cosas como Rap, han nacido cosas del rock, han nacido cosas como Río Man Bloods y bueno, son millón de géneros que nacen justamente por eso.

2. Usted como responsable de este medio, ¿qué podría proponer para que la música del artista independiente de Ecuador tenga una mayor difusión en la radio?

Yo creería que uno debería tener buena producción o intentar hacer la mejor producción posible, porque obviamente los medios tienen estándares, y eso no solo hablemos de los medios tradicionales que les llaman ahora como radio y ese tipo de cosas, sino que también las plataformas digitales tienen estándares mínimos, estándares mínimos de sonido, estándares mínimos de producción y ese tipo de cosas. Entonces inicialmente ser muy creativos, la creatividad de una canción o la creatividad de algún tipo de música que genere una sensación de que es algo nuevo, va a llamar siempre la atención y obviamente al producirlo bien, al ser honestos con lo que haga. Yo creo que no es difícil entrar en los medios llámalos digitales o convencionales, porque algo bien producido que suene diferente, pero que a su vez suene agradable, es como de pegue masivo. Eso inclusive le pasó a al reguetón que está ahora tan de moda, que explotaban ellos sexo, mientras que el rock venía de explotar droga, rock and roll de fiesta. Pero estos dijeron no mezclemos fiesta y sexo y ahí está, ahí está la fórmula. Entonces, siempre que hay una fórmula nueva, el hombre es animal de costumbres, le das algo nuevo y lo va a adaptar muy rápidamente.

3. ¿Usted primeramente propondría una buena producción musical?

Básicamente, al partir, o sea, en Loja muchas de las veces te traen demo. Y solo un demo así mal grabado. Eso no va a entrar nunca. O sea, algo que lo has hecho. No sé, en la computadora de tu casa es ligeramente complicada, siempre es importante contratar gente, o sea, todo es cuestión de dinero, también hay presupuesto, pero siempre es importante contratar gente que, tenga algún conocimiento de producción y a partir de eso aliarte a este productor. Y a partir de ahí, ir sin perder los hilos de lo que quieres hacer. Supongo que con un buen productor se puede sacar un buen producto. Siempre que haya un buen producto, las cosas se van a abrir más.

4. ¿Cuál es el apoyo que brinda la radio a la música de artistas independientes ecuatorianos?

Sabes que nosotros tenemos una apertura total. Vuelvo y repito, siempre y cuando la cosa por lo menos esté bien producida. Por ejemplo, yo no soy un fanático de la onda urbana. Yo siempre me

mantuve alejado un poco de la cuestión, a mí ya me tiene harto, no sé cómo sea al normal de la gente, pero supongo que debe ser un sentimiento similar. Por eso cada vez más la cosa se está yendo nuevamente al pop. Están regresando inclusive al pop de los 80 y no a la cosa urbana.

Cada vez la cosa urbana se va volviendo como lo que fue la salsa en su momento. La salsa creció muchísimo, se volvió muy masiva el mismo fenómeno reguetonero, pero en la década de los 70, para los 80, la salsa ya era solo un género específico, lo mismo supongo que le va a pasar al reguetón. Estamos cruzando los dedos para que eso pase. ¿Pero por qué te digo esto? Porque recién, sin que me guste, me enviaron un material de un artista guayaquileño que estaba súper bien producido. O sea, tú escuchas eso y eso suena a Maluma. ¿Sería mejor que suene a al artista que me lo enviaron, no? Pero mientras está bien producido, no importa el género, siempre se va a abrir las puertas de acá y nosotros inclusive mantenemos espacios justamente de difusión dentro de los programas. Siempre se ha puesto música hecha en Ecuador y de tales, pero sí se exige un mínimo de producción.

De hecho, hay muchos artistas buenos, que son locales y que han nacido aquí, han crecido, se han proyectado desde aquí, desde esta radio, y son personas que están totalmente agradecidas desde siempre, y cada vez que sacan un nuevo material lo primero es contactarte y decirte sabes que toma y como para que lo roten ¿no? Entonces, si en la política nuestra es, mientras la producción esté bien hecha, la cosa va para adelante.

4. ¿Cuánto tiempo dedica este medio radial a la difusión de música de artistas independientes ecuatorianos?

Yo diría que por lo menos debe ser un 40% dicho nada. ¿Por qué? Porque nosotros ponemos muchas cosas que están fuera de moda, O sea, nosotros no nos basamos, como muchas radios que basan su programación en poner un J. Balvin, un Shakira y un Bad Bunny porque está de moda. O sea, nosotros si ponemos un Bad Bunny no, pero un Shakira un J. Balvin y ese tipo de cosas y las amalgamamos con, no sé, con los artistas del sistema, o cosas como camaleónica o cosas que son bien independientes, no bien alternativas. Entonces se logra una programación balanceada entre las cosas que son muy conocidas y las cosas que son alternativas y se les da difusión todo el día, en realidad, de cómo te digo, más o menos calculo que debe ser un 60 40, o sea un 60 de cosas que son muy conocidas, porque nosotros no dejamos de rotarlas, porque obviamente esto es una radio

comercial y eso es absolutamente necesario, pero si le subimos la dosis a las cosas independientes, alternativas que, suenan bien y que obviamente se amalgaman muy bien con lo que está de moda.

5. ¿Este medio radial podría abrir las puertas para que los artistas independientes locales y nacionales difundan su música?

Si, de hecho, lo hemos hecho. Lo hemos hecho, sabes que hay artistas en todo género, porque no es de que aquí tienen que venir a hacer rock para que se los rote. En todo género se ha apoyado a un montón de artistas, por ejemplo, artistas nacionales. Ha habido artistas que por ponerte el caso y ojalá algún día tuvieras la oportunidad de conversar con ellos. Equilibre. Es una banda que nació un poco con quién te habla, o sea, con esta radio. Entonces sí, siempre la puerta estará abierta para las propuestas interesantes.

6. ¿Cuál es el tiempo que la radio se compromete para difundir música del artista independiente de Ecuador?

Si, por ejemplo, Fernando, que es el vocalista de la banda siempre, siempre que viene, por ejemplo aquí a Loja es como sea, no importa, venga para un concierto chiquito, mediano, grande, siempre él exige estar acá, y equilibre es una banda que a nivel nacional se ha ganado su nombre propio y así hay otras bandas que nacieron con la radio y fueron creciendo, por ejemplo a nivel local que menciono, pues como camaleónica hay detalles que han sido bandas que nacieron aquí, o sea que fue la primera radio cuando nadie les abría las puertas o la primera radio donde dejaron su material funcionó y la cosa se les apoyó superbién. Entonces son bandas que, por citarte dos casos, uno nacional y uno local que siempre se les ha apoyado por el hecho de simplemente hacer bien las cosas.

Entrevista a Leonardo Eras

Director de Radio Rumba Estéreo

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la música de artistas independientes?

Claro, por supuesto. Mire que Radio Rumba es una de las radios que pese al formato que maneja, no hemos descartado la posibilidad en nuestra parrilla de programación implementar programas netamente musicales nacionales, con nuestros artistas, que hoy en día podemos ver que en realidad

hay artistas que no solamente interpretan música nacional, popular, digámoslo, sino también ya hay otro tipo de género que, por ejemplo, Fausto Miño, Daniel Betancourt, Daniel Páez. Mujeres también que están La Toquilla, por ejemplo, muchos artistas que están interpretando otro tipo de género musical y que les gusta a los jóvenes principalmente. De ahí música nacional, popular. Tenemos un programa en la mañana de los artistas antiguos, digamos, que en realidad también tiene sus canciones, ya tienen algunos tiempos y que nosotros acá los proyectamos. Y claro, o sea, la idea, como te digo, es poder hacer conocer y que esa música no muera.

2. Usted como responsable de este medio, ¿qué podría proponer para que la música del artista independiente de Ecuador tenga una mayor difusión en la radio?

Bueno, yo creo que ahí debería de existir, como quien dice 50, 50 y el uno 50%. Me refiero al hecho de que la composición que el artista realiza del tema sea sana, sea bonita, sea agradable de tocar en un medio de comunicación. Porque, por ejemplo, hoy en día vemos a nivel internacional, por citar algunos artistas, Bad Bunny por ejemplo ¿no? Y otros más, que hablan mucho del sexo, de la sexualidad. Entonces esos temas, por ejemplo, muy poca acogida tengo entendido, irán a tener en Radio Serias, porque hay radios que evidentemente van a colocar los temas porque eso les genera a lo mejor rating. Les gusta a los muchachos, ¿verdad? Pero ya en radios serias que manejen un código deontológico apegado justamente a la realidad social que vivimos. Yo creo que no, no, no van a poner ese tipo de música, entonces el 50% está en la letra, que sea bonita, que hable del amor, que no hable del despecho, de la traición, de los cachos y tantas cosas que he escuchado en algunos temas musicales. Pero si usted habla, por ejemplo, del éxito, usted habla del amor, usted habla de la familia, usted habla de la vida, de aferrarse a cosas bonitas, cosas positivas. Yo creo que esas canciones van a tener acogida en todos lados. Por ejemplo, Jorge Serrano sacó esta canción de esta vida, ¡Qué bonita es esta vida! Mira, por ejemplo, como suena en todos los medios de comunicación y a veces es imposible, a veces es imposible no querer tocar lo uno porque la gente es la que la pide. Entonces usted no puede dejar de tocar porque la gente no está pidiendo. En este caso la letra sería primero la letra de la canción y el mensaje que emite.

Entonces lo que propondríamos, es un segmento en donde esté presente el artista y con él podamos conversar sobre su vida, si es que es nuevo evidentemente poder conversar sobre su vida, el trayecto musical que tiene y todo eso. Pero si ese ya tiene algunos años el artista y está sacando un nuevo

tema, entonces, hablamos del nuevo tema, como se inspiró, como lo compuso, qué tiempo lo llevó, si está en plataformas digitales y todo eso, ¿no? Entonces son dos cosas diferentes que un programa de unos 60 minutos a un segmento de unos diez 15 minutos, yo propondría un segmento, el segmento nacional, por ejemplo.

3. ¿Cuál es el apoyo que brinda la radio a la música de artistas independientes ecuatorianos?

Aquí. La política de Radio Rumba, pese a que la ley de Comunicación hoy en día, te exige que tienes que poner música nacional. 50 50, Radio Rumba lleva 20 años ya. La Ley de Comunicación creo que no lleva ni diez años. Ya desde sus inicios, Radio Rumba se caracterizó por apoyar el talento de la música nacional. Entonces, en ese sentido, Radio Rumba siempre ha estado generando este contenido nacional de nuestros artistas y todos los artistas que han venido a pedir un espacio aquí, todos han sido atendidos de manera cordial. Algunos han dejado sus canciones, han dejado sus temas musicales. Todos han sido colocados debidamente, si es que no son en programaciones. Puede ser en la noche programaciones sintetizadas que nosotros decimos, o en la madrugada, o los fines de semana, o en algún espacio en donde se pueda colocar música y apoyar a nuestros artistas.

4. ¿Cuánto tiempo dedica este medio radial a la difusión de música de artistas independientes ecuatorianos?

¿Mira, de toda la programación? Vamos a hablar un 30%. Esto como base, porque, por ejemplo, en la mañana nosotros tenemos desde las 05:00 hasta las 06:30 de lunes a viernes. Un programa que se llama “Zona Lojana”, solamente de artistas locales y a las 00:00 de la noche, hasta las 05:00, tenemos un programa que se llama Alegre Amanecer Ecuatoriano. Entonces ahí viene la música de todos los artistas ecuatorianos, pero de 05:06:30 de la mañana solo lojanos, el programa se llama “zona lojana”. Entonces, mira, yo creo incluso que hablaríamos más del 30%, porque prácticamente son desde las 00:00 de la noche hasta las 06:30, y el fin de semana y más las canciones que podrían colocarse durante el transcurso del día en las diferentes programaciones. Yo creo que estaríamos en un 70%, más bien antes que en un 30. Sería, al revés, 70% de lo nuestro y un 30% de afuera. Ventajosamente, mira, en el medio hay música de nuestros artistas. Eso es lo bueno, porque cuando no hay, te toca entonces recurrir a lo que está haciendo Shakira, a lo que está haciendo Bicky G, ósea los artistas de afuera, ¿no?

Pero en este caso, como hay música nuestra, hay nuevos artistas. Por ejemplo, Michael. Michael es un artista manabita, es un bachatero, en este momento ya lo vemos con otro tipo de música, un tipo de música pop, por ejemplo, a Mirela Chiesa, por ejemplo, una vez también que está todos los días enviando música y hay nuevos artistas. Marco Silva, por ejemplo, el mismo, el mismo David Betancourt, Jorge Luis del Hierro. Entonces cada dos de cada tres meses están ellos experimentando nuevos temas, y aquí no hay ni se diga, aquí tienes a Benjamín, piensa, lo tienes. Bueno, y artistas nuevos como Arsenio, David y muchos artistas que, a nosotros, nos han dado material como para poder ayudarlos a difundir porque lo mismo y lo mismo te va a cansar.

5. ¿Este medio radial podría abrir las puertas para que los artistas independientes locales y nacionales difundan su música?

Sí, la apertura total. Todos los artistas que han venido aquí, han sido atendidos de una manera adecuada, cordial. Si de pronto no ha habido la posibilidad, ese día. Porque, por ejemplo, ya llegó cinco minutos para las 17:00 de la tarde, y a las cinco es el noticiero. Entonces ha habido la posibilidad. El artista a dicho, yo quiero un programa musical, entonces tenemos reprogramado para otro día, pero todos han sido atendidos de una manera satisfactoria.

6. ¿Cuál es el tiempo que la radio se compromete para difundir música del artista independiente de Ecuador?

La radio como tal. Tú sabes que está sujeta a lo que el programador pueda poner. Pero también está sujeta a lo que el locutor va a poner porque alguien le pide. ¿Verdad? Entonces. Tú estás en un programa en la mañana, por ejemplo, y te llama algún oyente, luego otro, y luego tres más. Te llama y te dice Por favor, podría ubicarme el tema de la agrupación x. Entonces tú te ves en la obligación de poner. Dependería más de la audiencia, y como te repito, en espacios donde hay música sintetizada nosotros tratamos de que el 90% sea música nuestra, ósea cuando no hay programas en vivo, pero cuando no toca programar, entonces tratamos de que toda la música sea nuestra.

Entrevista a Eduardo Ruiz

Gerente general de Radio Loja

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la música de artistas independientes?

Claro. Sí, en realidad, mucho conocimiento. Desde antes nosotros hemos estimulado y en sí, siempre difundido y apoyado al talento ecuatoriano, tanto en los emprendimientos, pero ahora netamente en lo musical de que estamos hablando. Siempre ha sido un apoyo, tanto en las entrevistas, tanto en la difusión a sí mismo, como cuando Rafael Correa, el expresidente, puso la nueva ley de comunicación en la que se debía convirtiendo cierto porcentaje del 50 para la difusión de canciones. Nosotros lo hemos cumplido a cabalidad.

2. Usted como responsable de este medio, ¿qué podría proponer para que la música del artista independiente de Ecuador tenga una mayor difusión en la radio?

En primer lugar, nosotros no cobramos nada para difusión de la música. ¿Hay veces que nos escriben los artistas, cuánto nos cobran por pasar diez veces la canción diaria? O sea, nosotros no tenemos un precio estimado para eso, ya que nosotros lo hacemos con el fin de ayudar. Entonces, tanto en las entrevistas, tanto en la difusión de música, subir post a las redes sociales y en cada entrevista también pasar por Facebook Live y hacer la debida publicidad antes que el artista nos visite, de eso nos encargamos nosotros.

3. ¿Cuál es el apoyo que brinda la radio a la música de artistas independientes ecuatorianos?

Primeramente, el apoyo, porque como te digo, nosotros hemos entrevistado a decenas de cantidades de artistas y lo que siempre les pregunto, ¿cuál sería el problema? O ¿ustedes qué le pedirían a la ciudad de Loja? Es como el apoyo, tanto de la gente al asistir a sus eventos, de descargar su música y tanto a las instituciones. Hay bastantes empresas, hay bastantes instituciones que, con un pequeño aporte monetario, no saben cómo pueden ayudar a todo tipo de banda musical y también a solistas. Entonces yo hago un llamado más que todo a todas las empresas, a todas las instituciones que no se cierren, que den cabida al menos a escuchar el proyecto de los músicos, porque en realidad hay bastantes, bastantes músicos que han venido acá a la radio, se les ayuda difundiendo. Es más, cuando me han pedido si les puedo prestar el set o el estudio de grabación para grabar algunas de

sus canciones. Yo, encantado de la vida, he ayudado con mis instalaciones para que puedan salir con el poquito de ayuda, como te digo, que podemos dar cada empresa, podemos ayudarles a ellos y no sabes lo importante que es eso.

Entonces es un pedido a todos, a todas las instituciones que ayuden a las bandas, más que todo a realizar conciertos. Hay veces que obviamente se traen artistas de otros lados por fiestas, pero organizar un número bonito de distintas bandas para que todo mundo vaya conociendo. Y así mismo, en las redes sociales de distintas empresas, yo hablo por ejemplo del Municipio Loja, tratar de promover esta difusión de bandas, así como probamos, promovemos muchas cosas turísticas, también en si hay que meter a la a las bandas musicales en esto, entonces ese sería mi llamado.

Y más que todo el apoyo, sea institución pública o privada, que al momento de que se hagan sus fiestas tratar de contratar bandas locales, igual te hablo hasta de los bares. En los bares obviamente podrían hacer algo una vez al mes, al menos contratar una banda local para ayudarle a dar cabida. Entonces hay distintas formas en realidad que se pueden ayudar a las bandas y obviamente también a la ciudad, a la ciudadanía local, que descarguen sus canciones, que ayuden a compartir, porque después de todo eso es lo que ayuda a salir más al artista local.

4. ¿Cuánto tiempo dedica este medio radial a la difusión de música de artistas independientes ecuatorianos?

Es continuamente, porque como te digo, desde que se creó esta ley del 50%, nosotros debemos convivir con eso, y desde mucho antes nosotros hemos venido con eso, antes que se implementará la ley. Nosotros, aquí siempre, hemos tenido la ideología de apoyar tanto el emprendimiento lojano como la música local. Entonces, mucho antes de que se creó esta ley, ahora más con esa ley, es como que, si se le da el 50%, entonces, si es que la radio funciona 20 horas al día, se le da, te pongo ya mínimo 7 a 8 horas de música ecuatoriana, podría decirse así.

5. ¿Este medio radial podría abrir las puertas para que los artistas independientes locales y nacionales difundan su música?

Así es. Han venido igual artistas que empiezan desde abajo, que no se los ha escuchado y hasta me dicen que es la primera emisora que van a poner sus canciones. Así ha sido aquí siempre, siempre

se ha dado la oportunidad para que cualquier artista y más que todo cualquier tipo de género, más que todo a cualquier artista, hemos abierto nuestras puertas.

6. ¿Cuál es el tiempo que la radio se compromete para difundir música del artista independiente de Ecuador?

Si la radio funciona 10, 20, horas al día, te lo promedio que se pone diez horas de música internacional y diez de ecuatoriana o 7 horas de 4 contando también los programas y todo lo que hay. Entonces, en sí, tendría que ponerte por horas, porque yo creo que seguiríamos con lo mismo de 7 a 8 horas, igual porque como te digo, si se le va a dar bastante cabida. Aparte en la mañana también se pone bastante pasillo ecuatoriano desde que inicia la programación, entonces si se difunde bastante en realidad, bastante música del artista independiente.

Anexo 5. Formato de Entrevista realizada a locutores de las radios objeto de estudio

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

Entrevista A Bolívar Loarte

Locutor de Luz Y Vida

1. ¿En su programa de radio ubica música de artistas independientes de Ecuador o extranjeros?

Mi programa es dedicado a nuestros artistas, le damos preferencia a nuestros artistas en sus diferentes géneros como son el vals, el sanjuanito, el pasacalle, todo lo que significa la música de antaño, de los años 60, 70, 80, 90. Y hoy vamos variando con algo nuevo, pero siempre está enfocado a lo nuestro en la parte de la música ecuatoriana de antaño.

2. ¿Los artistas independientes le hacen llegar la música personalmente o como la encuentra para difundirla?

La radio tiene aquí una discoteca que data de los años 60, pero ahí hay muchísima música de antaño, música que nunca se ha tocado. Inclusive nosotros tratamos de buscar ahí, de zambullirnos y entonces poder localizar a aquellos artistas que ya no están, que ya partieron.

Repregunta

¿La música de los artistas independientes de la actualidad de que forma la encuentra para difundirla?

No, es que ellos tienen que llegar a promocionarse, si ellos no vienen a promocionarse difícilmente en la radio suenen la música de ellos.

¿Nunca han venido a promocionarse en su programa?

Han llegado, pero en mi programa no, muy poco que vienen de madrugada.

3. ¿Cuál es el nivel de participación de la música independiente en su programa de radio, alta o baja? Y ¿Por qué?

Las llamadas telefónicas en la radio son muy pocas, pero la mayoría de la gente nos escucha, sobre todo porque es un horario donde todo el mundo se levanta muy temprano, de madrugada y sobre todo en el sector rural, la sintonía es muy buena.

4. ¿Cree que el apoyo económico es fundamental para el artista independiente para que pueda sonar en los medios radiales?

Creo que eso depende de cada persona. Si usted tiene un proyecto musical y quiere difundir su música, tendrá que hacer una inversión. La radio, los medios no le van a decir, tome una cierta cantidad de dinero para que usted difunda, eso no. Eso ya tiene que ver si el ritmo es pegajoso, va a pegar, también si se enfoca con un mensaje en la canción. Hoy estamos en un mundo muy, muy, muy crítico, muy, muy difícil para los artistas.

5. Según su punto de vista, para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación ¿Que detalles debe tener o cumplir?

Bueno, eso depende de los medios que le den apertura. Hay medios como el nuestro que es católico. Entonces, si usted no va a detener una música de reguetón que hable mal de una persona, que hable mal de alguien, como si la música aquí en radio Luz y Vida, debe tener su mensaje y otros medios pueden poner cualquier otro tipo de música, pero aquí no.

Por otro lado, tiene que ser buena para que suene bien, es decir, un buen sonido, buena masterizaciòn y ese tipo de cosas. Si no, si no, no, no es fácil detectar una canción cuando está mal grabada.

A su juicio, ¿Qué calidad tiene la producción musical del artista independiente?

- **Buena**
- **Regular**

- **Mala**

¿Por qué?

Yo no soy partidario mucho de la música de hoy en día. Hay canciones que si tienen mensajes de artistas que están centrados en llevar un mensaje a través de la música. Hay otra gente que cree una canción de la noche a la mañana y piensa que ya es tendencia. No es así.

Debe tener un buen mensaje, buen sonido, la acústica, todo eso de la canción. Hacer una canción con un instrumento y ya esa es la canción. Yo considero que hoy en día yo no soy músico, yo soy simplemente un radiodifusor, pero considero que los artistas de hoy en día debe prepararse, tienen que aprender y sobre todo escuchar para poder hacer una canción. Si usted le gusta la música, pues tiene que meterse al mundo de la música, investigar para proyectarse en lo que usted quiere llegar.

Entrevista A Carolina Ludeña

Locutora de Radio La Hechicera

1. ¿En su programa de radio ubica música de artistas independientes de Ecuador o extranjeros?

Sí, sabes que de hecho vienen muchísimos artistas independientes a presentar su música aquí en la Hechicera. Algo que tiene muy positivo esta radio y la emisora es que siempre abre las puertas a todos los artistas, independientemente de los géneros, independientemente de donde vengan o desde que disquera. Como te digo, aquí han venido muchísimos artistas independientes a lanzar su música.

Son chicos que quieren llegar lejos, que no quieren que nadie se les interpongan en algún género musical, si no quieren hacer lo que a ellos les nace. Alguna vez, no recuerdo el nombre del chico que vino, pero era un artista independiente lojano, y yo le decía porque él era muy romántico. Entonces yo le decía, eres súper joven, cómo no te inclinaste al género urbano, que ahora hoy por hoy todos los jóvenes están inclinándose por ese ritmo. Y él me dijo, que nada que lo haga vender va a ser eso, sino que, porque a él le gusta ese género, o sea que lo apasiona, que a él no le importan los números, que él está haciendo esto porque le gusta y que es una de las razones y los motivos por la que él es un artista independiente.

2. ¿Los artistas independientes le hacen llegar la música personalmente o como la encuentra para difundirla?

Ellos siempre vienen a cabina, ellos siempre vienen, se presentan conmigo, me presentan la música y yo independientemente, como te digo, cuál sea el género o si me guste a mí o no. Aquí se les da un espacio para que presenten sus temas.

3. ¿Cuál es el nivel de participación de la música independiente en su programa de radio, alta o baja? Y ¿Por qué?

Yo por lo general el programa, el que yo manejo, es un poco más juvenil. La radio se maneja en las mañanas un poco más para gente de un poco mayor, pero este programa, de 14h00 a 17:00, tiene un público un poco más juvenil. Como te digo, cuando me vienen a mí a presentar la música a los chicos, yo primero les quedo súper agradecida porque me encanta el talento que hay aquí en Loja y aquí la sonamos cada que podemos, como te digo, independientemente géneros, aquí se las suena cada cierto tiempo, capaz una vez al día, pero si les damos su espacio.

Yo trato de abrir las puertas a todos, cómo te digo, alguna vez vinieron unos chicos que eran de rock, que en realidad aquí casi no paso rock, pero les abrí las puertas. Me dieron su música, me dejaron su música y suena su música aquí en Hechicera. Entonces yo no me cierro a ningún género y peor aún si son artistas lojanos.

4. ¿Cree que el apoyo económico es fundamental para el artista independiente para que pueda sonar en los medios radiales?

Sí, pienso que, y mira, te doy un ejemplo. Por ejemplo, esta canción que está sonando ahora es de un grupo mexicano que es un regional mexicano, nada que ver con el formato que yo manejo. ¿Pero por qué te hablo de esta canción? Porque esta canción contrató un espacio para sonar todos los días y lo pagaron. Y los chicos que son independientes, los artistas que son artistas independientes no tienen esta facilidad, entonces ellos, el único apoyo que cuentan es con nosotros y nuestra buena voluntad de sentir sus temas. Ahora el apoyo económico es súper, súper importante para ellos, porque ellos están solos, ellos no tienen una disquera, entonces el apoyo económico es indispensable para los chicos.

5. Según su punto de vista, para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación ¿Que detalles debe tener o cumplir?

No te puedo responder a esa pregunta porque aquí en La Hechicera, no es porque trabajo aquí, es porque lo he vivido. Y como te digo ahorita está sonando un regional mexicano que tal vez no sea del agrado de muchas personas en Loja, pero se le abren las puertas. Entonces no te puedo responder que tienen que tener una canción o que tiene que tener un tema de un artista para poder entrar, porque he abierto las puertas a muchos artistas, sea o no sea un género que a mí me agrade. Por ejemplo, te digo este regional mexicano no es de mi agrado, pero los sonamos un rock. Vinieron los chicos del rock y los presentamos y les abrimos las puertas y tenemos música allí. Cada que ellos sacan nos envían su música y la sonamos.

Bueno, por otra parte, si estamos hablando de la letra. Claro que sí. Este es un programa, como te digo, más juvenil y hasta me llaman niños. Entonces para mí es indispensable que las letras no sean sexualizadas y no tengan como doble sentido donde los niños puedan confundir esos pensamientos.

6. A su juicio, ¿Qué calidad tiene la producción musical del artista independiente?

- **Buena**
- **Regular**
- **Mala**

¿Por qué?

Es muy buena. Porque las he escuchado. Y si te pones a pensar, son chicos, son artistas que están trabajando netamente desde su bolsillo y llegan acá a presentarme temas de muy alta calidad, muy buenos, con letras muy bonitas. Y sabes que, los artistas independientes tienen ese plus de tener unas letras muy bonitas. Los artistas independientes son muy sentidos con lo que ellos hacen, con lo que cantan. Entonces, me parece que por parte de los lojanos también nos falta un poquito dar ese empuje a los artistas independientes, apoyarlos un poquito más.

Las producciones son increíbles si tú no me vas a creer. O sea, tal vez pueda sonar un tema aquí y yo te digo mira, este es independiente y no me vas a creer porque las producciones son súper buenas,

los chicos, tienen unas voces increíbles. Recién vino un chico que, contactó conmigo y él estaba solo y me dice Caro. Que puedo hacer para yo empezar a sonar más en la radio como tienes algún plan. Entonces yo le dije Sí, pero cuesta esto. Y claro, para ellos es súper difícil y ahí es donde entramos nosotros como público lojano y como audiencia lojana, en este caso yo como medio de comunicación, el estar apoyándolos. ¿Yo qué le dije? Envíame todos los temas que tengas, todos los temas que saques, mándamelos para yo poder sacarlos al aire. Ese es el apoyo que como medio de comunicación yo les puedo dar a los artistas independientes. Ahora ya está en los lojanos ser un poco más empáticos y apoyarlos un poco más a todos los artistas que tenemos aquí, que tenemos muchísimo talento.

Entrevista a Raíza Espinoza

Locutora de Radio Kocodrilo

1. ¿En su programa de radio ubica música de artistas independientes de Ecuador o extranjeros?

Claro, por ejemplo, verás, hablando en principio me voy a centrar en la localidad, en nuestra ciudad, en Loja. Por ejemplo, aquí vienen artistas independientes. Y es totalmente un gusto darles apertura porque, gracias a ellos, también nosotros somos reconocidos como la ciudad cultural y musical del Ecuador. Y claro, también yéndonos a nuestro país, a la música nacional, también hacemos sonar por ejemplo música de artistas que tratan temas de corrientes musicales actuales como por ejemplo el reguetón, el reggae, el pop, el pop rock, en fin, hacemos sonar música de todo, tanto clásico como también música actual. Por ejemplo, los clásicos. Te menciono una agrupación, los Tercer Mundo, que son obviamente íconos de nuestro país, y también claro, les damos paso a los jóvenes que tienen música buena y talento, pues por doquier.

Por ejemplo, de aquí de Loja vienen jóvenes, que inician en una agrupación, pero luego deciden darle espacio a su carrera en solitario, ellos son los que justamente vienen a la radio a promocionar su sencillo y hablar de su trayectoria, es un gusto para nosotros dar apertura, porque gracias a ellos nuestra ciudad ha estado quedando en alto, porque les dan espacio, por ejemplo, en otros escenarios de nuestro país, en otras provincias. Entonces, siempre es un placer recibir a talentos locales.

2. ¿Los artistas independientes le hacen llegar la música personalmente o como la encuentra para difundirla?

Cuando ellos hacen el contacto con nosotros, a través de una llamada, a través de un mensaje en WhatsApp, que ahora mismo tenemos estas herramientas, yo creo que la comunicación ya se hace cada vez más al instante y más fácil. Ellos siempre nos contactan, nos dicen bueno, saben que mi nombre es tal, quiero promocionar este sencillo en su radio. Me encantaría que me den un espacio, una apertura, una entrevista, un pequeño espacio, y claro, cuando desean promocionar su sencillo, nos envían, por ejemplo, el clip, ya sea mediante WhatsApp o también mediante correo electrónico, obviamente los descargamos y hacemos la previa acá en la PC de la radio. Y cuando ellos vienen a lanzar su sencillo, aquí nosotros lo hacemos sonar, y durante las futuras emisiones las sonamos, porque siempre es un gusto apoyar al talento local.

3. ¿Cuál es el nivel de participación de la música independiente en su programa de radio, alta o baja? Y ¿Por qué?

Sí, porque yo apoyo bastante a los artistas independientes. Siempre veo que tienen ese afán, vienen con ese afán, con esa ilusión. Así que para mí es una emoción enorme ver que jóvenes. Tienen ese espíritu juvenil, vienen con esas ganas, vienen ilusionados, pues justamente me transmiten eso, es un gusto apoyarles en ese sentido de difundir. Mi apoyo obviamente es de actuar como difusora de su música, es bastante alentador. Hasta ahora he conocido artistas que no me he imaginado que existen en mi localidad, pero créeme, una vez que los escuchamos y sonamos la música de ellos, tienen un talento espectacular y en futuras emisiones nosotros siempre estamos sonando la música de estos artistas.

4. ¿Cree que el apoyo económico es fundamental para el artista independiente para que pueda sonar en los medios radiales?

He conversado con muchos de ellos, me han manifestado que iniciarse dentro del mundo de la música es un poquito difícil, porque obviamente denota bastante al sentido económico, como por ejemplo tú para hacer la grabación de un sencillo, te van a cobrar, por ejemplo, el espacio, la producción y todo lo que tenga que ver con esto. No estoy muy enterada de todo lo que tenga que ver con la producción, pero, eso es lo que me han comentado a breves rasgos. Obviamente, trabajar

con el apoyo gubernamental sería excelente, pero lastimosamente no se ha dado, por eso ellos se hacen llamar artistas independientes, porque ellos acá todo lo que tenga que ver con su música, todos los gastos, va de la mano del artista y muestran su agradecimiento a todos los medios de comunicación que les dan espacios para lanzar su música, porque es la única manera con la que ellos pueden alcanzar público o hacerse reconocer, por lo menos en la localidad.

5. Según su punto de vista, para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación ¿Que detalles debe tener o cumplir?

Nosotros como un medio privado, primero revisamos en una composición musical, que no tengan términos explícitos, porque una vez que uno reproduce estos temas, la radio es un medio de comunicación amplio que llega a muchos espacios, Kocodrilo llega casi a toda la zona del sur de Ecuador y también a la parte de Perú. Y hacer sonar temas musicales que contengan estos términos y ser más exacta que tengan que ver con el tema sexual, no nos resulta nada favorable, porque en primer lugar podemos ganar sanciones. Creo que eso sería en primer lugar. Una de las características para nosotros apoyar totalmente o darle apertura al artista y a su sencillo que no contenga estos términos. Pero hasta el momento han venido artistas de la localidad que aparte de tener un talento increíble, su música siempre ha tenido que ver, por ejemplo, con inspiración de amor o en desamor, o también quizá en parejas.

6. A su juicio, ¿Qué calidad tiene la producción musical del artista independiente?

- **Buena**
- **Regular**
- **Mala**

¿Por qué?

Si habría un ítem en el que se pueda calificar como excelente, lo haría, porque todos los artistas que han venido a cabina a hacer la presentación de sus sencillos, todos han tenido un talento increíble y gracias a ellos hacen quedar bien a nuestra ciudad, nos hacen reconocer cada día más como la capital musical del Ecuador. Así que, si habría como calificarnos de manera excelente. Yo lo haría, en cuanto a composición musical lo hacen superbién, en cuanto a talento bucal también lo tienen, o

sea, el talento es nato, así que yo calificaría a los talentos de mi localidad, de mi ciudad, como excelente. Y ahora también, si nos hablamos musicalmente de nuestro país, tenemos música excelente alrededor de todo el Ecuador. Se explota el talento y tenemos intérpretes muy buenos.

Entrevista a Gonzalo Ruiz

Locutor de Radio Loja

1. ¿En su programa de radio ubica música de artistas independientes de Ecuador o extranjeros?

Sí, dentro de nuestro programa, siempre estamos pendientes, no como una exigencia, sino más bien como una parte de nuestra radio, de lo que ha sido siempre todo el tiempo, un cumplimiento con lo que en su momento exigía la SUPERCOM, en cumplimiento con el apoyo netamente al artista, incluso progresivo como apoyo al artista nacional, y dentro de la programación de artistas nacionales, llegar a ese punto en el momento tendría que tener, el llegar a un porcentaje del 50, 50, cosa que bueno, ahora hay que ser honestos, no se lo viene haciendo digamos cumpliendo a rajatabla, pero sí siempre, básicamente lo que llegue al programa de estudio estoy pendiente de poder programar artistas de índole nacional, y básicamente también en lo que tiene que ver con el idioma en inglés, hay música muy bonita que tienen covers hechos desde artistas de Ecuador y lojanos que, están produciendo o que están sacando nuevas versiones de clásicos en inglés.

Mi programa es un programa diario. No es un programa semanal que le da la oportunidad de preparar durante toda la semana, que es la música que voy a poner acá. Básicamente, se refiere a un programa diario. Lo que te vaya pidiendo el radioescucha y que lo pueda hacer vía, teléfono y redes sociales. A veces está pendiente que estás poniendo y me dice quiero esta canción. Pero siempre tratamos también de incluir al artista nacional, que también es una exigencia, por decirlo así, de una solicitud musical generada por el radioescucha que a veces pide música nacional.

2. ¿Los artistas independientes le hacen llegar la música personalmente o como la encuentra para difundirla?

Sí. Actualmente, el tema de la globalización, por decirlo así, de la tecnología, le permite al artista que vaya o le facilita su promoción dentro de un medio de comunicación, antes el artista lo hacía

personalmente a través de la gerencia de la radio o del medio de comunicación, solicitar un espacio en el programa para poder difundir su música. Y de paso se hacía una entrevista, se conocía el artista y eso de una u otra forma yo lo veo más complicado. Ahora ciertamente la tecnología nos da la posibilidad de hacer artistas entrevistas vía Zoom, que sería ya un complemento. No es lo mismo, pero ya el artista está en Quito, Guayaquil o donde sea y puede generar una entrevista con el conductor del programa, directamente, bien coordinada, bien preparaba para hacerla vía Zoom. La imagen lógicamente ya no se la ve en la radio, pero sí el audio. Es una calidad óptima, ¿no? Entonces, a más de que ya ellos nos envían su producción musical, que puede ser uno o dos canciones, teniendo las que tengan o cómo las vayan ellos lanzando. Lo que sí hay que tener en cuenta que ellos no lanzan sus canciones de golpe, lo van Lanzando de acuerdo a la campaña que ellos tengan. Entonces, eso se facilita mucho, como digo, a través de las redes sociales, de la tecnología, cosa que a veces evita la presencia física del artista. Si se lo ha hecho así, se lo sigue haciendo. A veces los mismos artistas vienen a presentarse en nuestra ciudad y aprovechan para hacer un giro de medios. Recalcar, obviamente, que hay muy buena producción nacional de los diferentes géneros.

3. ¿Cuál es el nivel de participación de la música independiente en su programa de radio, alta o baja? Y ¿Por qué?

A ver, podríamos decir que el nivel de participación para nosotros está en una categoría de muy buena. Porque obviamente la programación, la parrilla musical completa de la radio, a veces se le lleva siempre el artista internacional, pero para mí ha sido muy destacable, puedo decirlo con mucha honra que nuestra estación, Loja FM 97.7 se ha caracterizado siempre en dar apertura y mucho más con el refuerzo que vino por la SUPERCOM, nosotros tuvimos siempre las puertas abiertas, entonces creo que han tenido la oportunidad los artistas nacionales independientes. Es precisamente en nuestra estación. Desde ese punto de vista considero que ha sido positivo el aporte que desde acá hemos podido dar para que el artista se sienta contento y satisfecho de poder venir a un medio donde se pueda difundir su música. Ojo, aquí quiero aclarar, este es un tema muy a tener en cuenta para los artistas independientes, porque tienen que distinguir su género. A veces, siempre he conversado con artistas que a veces, por ejemplo, viene un artista nacional, que se ha especializado en hacer su creación, sus composiciones o géneros, o por decirlo, como una cumbia, como una bachata. Y es música que generalmente la radio no la ponemos porque el formato musical nuestro no es ese.

Entonces a veces se ha conversado que podemos hacer una entrevista, pero decir que vamos a tocar dicha música a veces es hasta mentir, no lo vamos a hacer. Nosotros tenemos un género de música que lo hemos establecido a nivel de todo este tiempo, entonces, no los podemos salir de esa línea y así hay mucha radio. Hay algunas radios que tocan música bailable durante todo el día, que tienen su espacio de música nacional. Creo que cada artista en su momento debe saber direccionar al mercado de que Radio va.

4. ¿Cree que el apoyo económico es fundamental para el artista independiente para que pueda sonar en los medios radiales?

La verdad. No lo podría identificar o decirlo con absoluta certeza. Yo creo que la parte económica siempre va a ser fundamental para producir, porque el ingenio, la creatividad, la tiene que hacer cada cual, cada artista que se dedica o que nace para esto. Pero después de aquello, el mismo hecho de producir un material discográfico, ya sea en CD, como se venía haciendo últimamente, el hecho de tener acceso a un estudio de grabación totalmente moderno, que le brinde la seguridad de que va a tener una excelente producción en cuanto a calidad, eso ya cuesta, cuesta dinero y eso generalmente a veces tiene que salir del bolsillo del propio artista. Entonces, yo creo que ahí es cuando muchos de los artistas truncan a veces su posibilidad de hacer crecer su carrera.

En este caso, para la difusión. ¿Sería importante la economía o no? Definitivamente, definitivamente. La economía es súper importante, más allá de la de la apertura que la de los medios de comunicación, porque yo creo ahora que ha cambiado esto mucho, ya no es que el artista va al medio de comunicación y le pide permiso y le dice cuanto me cuesta para hacer la entrevista. Yo creo que ahora es mucho más accesible poder acceder a un programa, poder dar la entrevista y poder difundir su material discográfico. Pero insisto la parte económica fundamental porque, previo a llegar a difundir, tiene que producir, y el producir cuesta en un buen estudio de grabación.

5. Según su punto de vista, para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación ¿Que detalles debe tener o cumplir?

A su juicio, ¿Qué calidad tiene la producción musical del artista independiente?

- **Buena**

- **Regular**
- **Mala**

¿Por qué?

Yo creo que, es una producción buena, pero llegar a la excelencia es muy difícil, a veces en una producción musical. Pero creo que la producción nacional es buena, de hecho, los talentos que hacen parte de esa producción musical son buenos, hay buenos artistas en Ecuador, es cuestión de coger y hacer un listado. Pero vuelvo e insisto, a veces se trunca por el tema económico, y en si como calidad de producción musical, cuando usted une un buen artista, con un buen ingeniero en sonido, un buen estudio, buenos músicos, por supuesto los músicos son muy importantes que terminan haciendo los arreglos musicales. Cuando usted reúne un equipo de esos, creo que garantiza una calidad óptima de una producción.

Anexo 6. Formato de Entrevista realizada a artistas independientes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

Entrevista a Santiago Erráez

Artista Independiente

1. Durante su carrera como artista independiente, ¿los medios de comunicación radiales te han abierto las puertas?

Si, en Loja si, bueno a nivel del Ecuador, para qué me voy a quejar, si me han abierto, lo que ha faltado, quizás es más promoción en otras ciudades, porque talvez te dan la oportunidad de la entrevista de votar la canción unos dos días y de ahí se olvidan de poner la canción, pero en Loja si, si suena mi música.

2. Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden su música, un día, mes, o continuamente?

Si mira, bueno como mi música es la mayoría música nacional, por lo general hay programas en eso de las cinco de la mañana, seis, ocho de la noche que ponen música nacional, entonces si la ponen siempre, en ocasiones voy en el carro y la sueltan a la canción, sobre todo Corazón que es un pasillo de mi autoría, pero si, si la ponen siempre.

3. ¿Cree que los propietarios de las radios están interesados únicamente en el rating o facturación económica y difunden mayormente solo música extranjera de actualidad?

Bueno, este, la verdad como dueños de radio, ellos buscan su bienestar, que sería talvez poner música extranjera que todo mundo quiere escuchar, sin embargo, nosotros tenemos una ley que nos

ampara del 50% que las radios deben poner música de artistas nacionales. Entonces, amparados en esta ley, pues sí nos toman en cuenta ahora mucho más que antes.

4. ¿Cree que debería existir un programa de radio donde se difunda únicamente música de artistas independientes ecuatorianos?

Bueno, si mira, sería muy chévere, un programa únicamente dedicado a la música de artistas independientes de Ecuador, donde se ubique música de artistas conocidos y no conocidos, quienes están empezando, un programa con artistas invitados sería lo más lógico y bonito para nosotros, especialmente para los nuevos talentos de Loja y Ecuador, sería un gran apoyo y eso sí debería existir.

5. ¿Al tener apoyo constante por parte de las radios considera que su carrera artística se dispararía?

Si mira, es interesante que las radios te ayuden. Sin embargo, hoy por hoy la música llega a través de plataformas digitales, entonces sería interesante que las radios en su top ten que tienen siempre cada semana por lo menos ingrese música del artista independiente a este top ten, y esto es como que repites todos los días, no, como cuando te levantas y saludas a tu pareja, así sería la radio que todos los días ponga tu música y tú te aprendas de memoria esa canción de tanto que la escuchas, sería interesante. Sin embargo, hoy por hoy tenemos las redes por las que tenemos que optar también, lastimosamente estas no están normadas para que ayuden al artista, se podría decir así, en algunas hay que pagar para la difusión, entonces creo que esto es el futuro y por ahí debemos encaminarnos un poco para arreglar esta situación.

6. ¿Ha buscado otra alternativa para difundir su música?

Si claro, esta YouTube, Spotify, está el mismo Facebook que subes tus videos. De mi parte yo mis videos los hago y los subo a Facebook, las veces que se comparte es interesante porque llagan a nivel del mundo no. Todo mundo tiene Facebook hoy por hoy, entonces todos pueden ver tu canción o el video de la canción. Creó que también es Tick Tock que existe ahora. Son las plataformas donde tú puedes promocionar tu música. Y claro, tienes que armar una estrategia de promoción, talvez ponerle otra imagen a la canción que impacte un poco más, etc. Esas redes son las ideales.

Entrevista a Yago KP

Artista Independiente

1. Durante su carrera como artista independiente, ¿los medios de comunicación radiales te han abierto las puertas?

Durante mi carrera de artista, pues, tampoco es que haya buscado medios radiales para poner mi música, tal vez alguna vez cuando hacía mis primeras canciones le envíe a una la radio que hice para el día de la madre y con mucho gusto me la pasó, eso fue hace muchos años, esa es la única vez que recuerdo. Por lo general a la música siempre la he puesto en medios digitales, como redes sociales y ese tipo de medios. Ahí fue donde uno conoció la música, bueno nosotros también como generación antes conocíamos los CD s, pero luego cuando llegó el internet fue como que toda la música llego al alcance de tu mano, entonces uno más fácilmente si hizo adicto a la música y buscó las maneras de grabar y de subir las canciones ahí mismo en internet.

2. Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden tu música, un día, mes, o continuamente?

No, solo fue ese momento que yo estaba en la radio, también recuerdo que fui en otra ocasión y si me dieron espacio para ubicar mi música. Creo que depende de tu círculo social y tus amistades, ya que yo tenía una amiga que trabajaba en la radio y ella si me ayudaba, pues si ubicaba mi música en su programa.

3. ¿Cree que los propietarios de las radios están interesados únicamente en el rating o facturación económica y difunden mayormente solo música extranjera de actualidad?

Sí, yo creo que podría ayudar en algo, pero no creo que haga tanta diferencia como uno pensaría, porque en realidad cuando un artista es bueno y tiene buena música y lanza temas tarde o temprano se pega, aunque todo lo impida, va a pegar solito, aunque nadie le apoye. Especialmente los medios tradicionales como las radios creo que no, pero redes sociales yo creo qué es importaría el apoyo, pero como te digo si el artista es bueno, yo creo que solito se pega y el apoyo va a llegar, así no vaya a las radios o la TV, más ahora con la magia de internet, los algoritmos permiten que se expanda rápido.

4. ¿Cree que debería existir un programa de radio donde se difunda únicamente música de artistas independientes ecuatorianos?

Sí como te digo, yo creo que seguiría igual porque depende también de como uno saque canciones, si no lanzas música continuamente, por mucho que quieran apoyarte tampoco va a ver novedad para el público. Entonces, yo creo que un artista que trabaje seguido, que se proponga de que aquí a un tiempo, voy a hacer esto y voy a sacar tantas canciones y lo haga de corazón, pienso que va a pegar solito.

5. ¿Al tener apoyo constante por parte de las radios considera que su carrera artística se dispararía?

En el ámbito de la música yo creo que ya solo para los choferes, pero creo que ha evolucionado este medio de comunicación, ahora está en internet y estos también trabajan en los pódcast, esto que está en internet se podría decir que ya no se llama casi ni radio, como te digo son pódcast y en este tipo de contenido hay conversaciones con artistas que permiten que sus públicos les conozcan mucho más a fondo y vean facetas que no conocían de ellos, entonces, ese tipo de cosas es la radio evolucionada y creo que son las que ahora están ayudando mucho a los artistas.

6. ¿Ha buscado otra alternativa para difundir su música?

Sí, te cuento que las redes sociales siempre han sido las plataformas, claro cada red social tiene su singularidad, en este caso podría mencionarte la particularidad de Tick Tock que es la red que más recientemente se ha hecho popular, la que más crecimiento ha tenido, en esa red por ejemplo una canción se me viralizó llegó a medio millón de visitas y muchos liks, me ayudó y llegaron un montón de gente. Pues son extractos que solitos se viralizan.

Entrevista a Anderson Milán

Artista Independiente

1. Durante su carrera como artista independiente, ¿los medios de comunicación radiales te han abierto las puertas?

Cuando empezamos, era bastante complicado, porque Loja al ser una ciudad cultural, musical, realmente no daban mucha apertura. En algunos medios nos serraron las puertas, porque decían que no era el tipo de música que se apegaba a su programación, pero en otras desde el minuto unos nos apoyaron, nos abrieron sus manos y hasta el día de hoy nos siguen apoyando. Los medios que no creían ahora están con nosotros, el crecimiento de la carrera de un artista puede ser más grande con el apoyo de estos medios de comunicación.

2. Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden su música, un día, mes, o continuamente?

Ese es un detalle que hay que tomar en cuenta, la radio, si la canción está sonando, está siendo tendencia, la va a sonar, entonces sí ha sido un tema complejo. Cuando uno realiza canciones y proyectos siempre lo hace con la aspiración de que eso se difunda en varias radios y televisaras. Sin embargo, a menos que el artista tenga un alcance muy provincial o muy global, no va a ser ojo como para los medios de comunicación.

En lo personal, he tenido el apoyo a su manera de los medios de comunicación, con mi primer proyecto "Tú eres perfecta" puedo decir con mucho orgullo y cariño que los medios de comunicación apoyaron bastante este proyecto, lo ubicaban de manera constante en las radios, tú prendías la radio, cambiabas de emisora estaba sonando, ponías en la televisión estaba rodando el videoclip, entrabas a redes sociales y la canción estaba dentro de los rankings de los videoclips más solicitados, entrabas a otro canal local estaba sonando la canción. Entonces, te puedo decir que la experiencia con este proyecto fue bastante buena.

Si te pudiera dar una calificación de uno al diez en cuantas veces han puesto música de Anderson Milán dentro de medios de comunicación, sea tanto local como provincial o nacional, te podría decir dentro de la ciudad de Loja de un diez, podría decir que la música se ha ubicado un cinco, igualmente en videos, en plataformas. Y eso es por la misma razón que te cuento, la programación, las radios, cada una tienen sus filtros y ellos deciden qué poner. A pesar de que cinco parezca un número malo, para un artista local de la ciudad es bastante bueno, porque es como la mitad de la programación, pues casi siempre se ubica este tipo de contenidos que nosotros realizamos.

3. ¿Cree que los propietarios de las radios están interesados únicamente en el rating o facturación económica y difunden mayormente solo música extranjera de actualidad?

Ninguna empresa quiere pautar o quiere pagar publicidad en un medio de comunicación que no tiene rating, y lastimosamente las canciones que están de moda, que están top, las canciones modernas, las canciones actuales es lo que genera rating, eso es algo muy importante que hay que destacar, y es por eso que estas radios dan prioridad muchísimas veces a ese tipo de contenido porque le genera rating, les genera ingresos y esos ingresos les ayuda a sustentarse económicamente. Si es que a uno no le dan oportunidad y no te alcanza el dinero para pagar lo que te pide la radio para sonarte, siempre va a existir alternativas como las redes sociales, las plataformas digitales en donde podamos mostrarle al mundo nuestro arte sin necesidad de ir a poner en los medios de comunicación.

Repregunta

Me decía que a veces no alcanza el dinero para pagarles a los medios radiales, ¿algún medio le ha mencionado, te cuesta cierta cantidad de dinero para difundir su música o le apoyan sin ninguna condición?

Mira algo que la suerte que yo he tenido llamémosle así, porque ha existido el caso de unos colegas que no ha sido el mismo, es que al yo tener una amistad justamente con ellos, digo amistad porque en calidad como artista, pues no solo soy cantante, no solo soy escritor, sino que también soy productor musical, audiovisual, promotor musical de otros artistas, locales como nacionales, entonces eso ha tenido llamémosle así, ha servido como un punto a favor para tener un apego de amistad con ellos, entonces, por gratitud y de cercanía se ha podido realizar este tema de que ellos puedan ubicarme en las radios.

Sin embargo, hubo un tiempo en que nosotros estábamos queriendo entrar en las radios cuando todavía tenían esa relevancia, que la siguen teniendo ojo, no quiero desacreditar lo importante que son los medios de comunicación, pero en un par de ocasiones, si nos supieron manifestar que si queremos estar sonando en “x” radio teníamos que pagarle tanto al locutor porque èl tiene su programa, que no se cuánto, y este locutor nos manifestaba que otros artistas nacionales les pagan cierta cantidad, que no se cuánto, entonces, que ellos no tiene porque estarnos sonando gratis y eso.

Es por eso que no hemos accedido a ello porque si nosotros nos ponemos a pensar los artistas que ellos suenan los que son Trending, los que son Topic, los que son famosos no les dan ni un centavo, sin embargo, ellos distribuyen la música, y nosotros hacerla de esa manera, podríamos llamémoslo así entrar a ese tipo de corrupción que existe dentro de este medio porque ese es un acto de corrupción, o sea es no ponerse la bandera, no sentirse ecuatoriano cien por ciento y apoyar lo nuestro, y pues, más bien sacar provecho a artistas que están en crecimiento.

4. ¿Cree que debería existir un programa de radio donde se difunda únicamente música de artistas independientes ecuatorianos?

Yo creo que sería interesante, estaría de acuerdo, sin embargo, siento que no es la mejor alternativa poner en "x" radio solo música independiente de Ecuador, no es una alternativa. Estoy de acuerdo que, si fuera una estrategia que funcionara, obviamente que genere interacción. Creo que si ir al de poco a poco, es decir, preguntar a la gente que es lo que quiere escuchar y crear una cultura donde la gente pida y luego si implantarle.

5. ¿Al tener apoyo constante por parte de las radios considera que su carrera artística se dispararía?

El apoyo en la actualidad va a depender, y depende a un 99 por ciento de lo que el artista haga con su arte. Una radio puede sonarte una canción un millón de veces, pero si la canción no es buena nadie la va a querer escuchar, lo mismo pasa con el video, pero si tú creas y muestras tu proyecto de manera real, de manera más personal, a través de redes, tú puedes tener la oportunidad de seguir adelante sin la necesidad de un apoyo de medios tradicionales, medio digitales, sino sabiendo ser inteligente, constante, creativo con lo que haces y sobre todo y lo más importante aprovechando las herramientas que tienes a mano, para hacer lo que puedes con lo que tienes. En la actualidad para ninguna persona en ningún tema del arte existe limitantes porque tenemos las herramientas a mano, tenemos todo a nuestra disposición, únicamente depende del artista, su disciplina, su talento y su arte.

6. ¿Ha buscado otra alternativa para difundir su música?

Si, una de las ventajas que tienen los medios digitales con los tradicionales es que en los medios digitales tú puedes conocer tu público a través de métricas, de aceptación, de edades, gustos y todo eso, tú puedes conocerlo porque eso te brindan estadísticas reales de la gente que está con tu producto y todo eso.

En la actualidad nos hemos encargado de hacer promoción tanto tradicional como digital, enfocándonos un poquito más al tema digital, aprovechando las nuevas herramientas, se han tenido resultados aceptables y reales donde hemos visto como las personas de manera real interactúan con la canción, la están haciendo suya la escuchan incluso en presentaciones cuando nos van a ver la están cantando, y esa es una manera que nosotros tenemos de atraer ese público digital al mundo real, porque así hacemos que cada uno forme parte de estas canciones, sea desde el proceso, desde la creación, la letra, la grabación mostrándoles todo para que se sientan parte de, y nos ha resultado bastante bonito, interesante, sentimos que no es una conexión tan amplia, pero es una conexión más íntima con la gente que nos sigue. Entonces, eso crea una tribu de personas que realmente te siguen y te quieren escuchar.

Entrevista a Manay G

Artista Independiente

1. Durante tu carrera como artista independiente, ¿los medios de comunicación radiales te han abierto las puertas?

En algunas ocasiones si me han abierto las puertas. En las veces que yo he ido a pedir la oportunidad que me den chance si me han dado. He en algunas ocasiones no, cuando he pedido que me ayuden con promoción o no me han ayudado, pero no en todas las radios es lo mismo. Entonces, se puede decir que si, que si me han dado la mano en algunas ocasiones.

2. Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden su música, un día, mes, o continuamente?

Solo en el momento en que me presento en la entrevista, es la única oportunidad que hacen sonar mi música, en algunas o algunas ocasiones, algunas radios te dicen que cobran cierto porcentaje por hacerla sonar y creo que eso es incorrecto. No, no lo veo bien, estoy en desacuerdo en esa parte.

Pues, estaba trabajando y un amigo por ahí me intentó dar la mano para sonar en las radios, pero después de todo me comentaba que me cobraban una cantidad "x" de dinero por lanzar mi música, cuatro o cinco veces a la semana o algo así. Pero, si me han lanzado precios sobre esta para difundir mi música.

3. ¿Cree que los propietarios de las radios están interesados únicamente en el rating o facturación económica y difunden mayormente solo música extranjera de actualidad?

Más que todo, ellos suenan música de gente que está más pegada, de los artistas conocidos que más suenan, y en sí, debería las radios sonar más música de los artistas de acá de la ciudad, porque hay bastante talento también. Entonces sería una oportunidad para que nos hagan escucharnos y conocer más. ¿Y eso? Creo que no estaría de acuerdo, en que suenen solo a artistas que ya están pegados. De mi parte, yo creo que la mejor opción ahí es que apoyen a los talentos que hagan sonar la música, y den más oportunidades para poder hacerse conocer por medio de la radio, ya que a nivel nacional uno está metido en la radio en su trabajo y a veces. Entonces es bueno hacer eso por ese lado también, pero es un poco difícil y complicado a veces. Las radios están más interesadas en cobrar que en apoyarse y no debería ser así. En una radio siempre debería ser apoyo total a la música, llamar a artistas que están para hacerles entrevistas y más que todo, debería ellos estar detrás de los artistas, porque nosotros como artistas somos los que les damos, o producimos música, y les damos movimiento a las radios con nuestras producciones musicales.

4. ¿Cree que debería existir un programa de radio donde se difunda únicamente música de artistas independientes ecuatorianos?

Si seria, es lo que hace falta, un lugar donde apoyen más al talento. Una radio donde inviten a artistas, donde entrevisten, donde hay hablen y estén pendientes de ellos, creo que vendría muy bien un programa de radio dedicado únicamente a los artistas independientes, más que todo en la ciudad de Loja, una radio que apoye al talento local. Creo que los artistas nuevos no tienen mucha apertura o espacios, siempre van a tener los que ya están pegados, a los que les comienzan a hacer entrevistas,

a los que les promocionan, siempre es así, en cambio, un artista que no está pegado es difícil que suene en las radios porque la gente no le conoce mucho.

5. ¿Al tener apoyo constante por parte de las radios considera que su carrera artística se dispararía?

Creo que sí. Me ayudaría un 25% en mi carrera. Porque estaría promocionando mi música, mis videoclips que estoy por lanzar. Entonces sí, me apoyaría porque a veces solo utilizo lo que son redes sociales. Tú sabes que eso hoy en día es muy importante, más que todo. Pero en las radios es algo más presente, es como que te la ponen a sonar tu canción y la gente que conectada o escuchado la radio, pues, te va a conociendo un poco más a través de tu música. Más que todo, creo que para el género de cada artista sería bueno ver una radio que se caracteriza con el tipo de música que haces, si una radio se caracteriza por ser romántica entonces ahí tendría que ir un artista que haga música de ese género.

6. ¿Ha buscado otra alternativa para difundir su música?

En la actualidad, lo que hago es utilizar la tecnología, las plataformas digitales creo que es la mejor forma para auto-promocionarse, como las redes sociales, ya que por medio de estas el artista puede llegar a hacerse conocer, y claro todo eso, pero es más seguro por ahí, porque tú mismo estás dando tu esfuerzo estás vendiendo tu imagen por medio estas plataformas digitales inclinándose a las redes sociales. Yo creo que, me quedaría con las redes sociales para lo que es promocionar mi música, mi imagen como artista y todo aquello relacionado con un artista, Hoy en día utilizo, Facebook, Instagram, YouTube, también ahora estoy utilizando Spotify y todas las plataformas digitales.

Entrevista a Real J

Artista Independiente

1. Durante su carrera como artista independiente, ¿los medios de comunicación radiales te han abierto las puertas?

Pues la verdad es que si, en su mayoría cuando hemos tenido oportunidad de visitar medios de comunicación, en este caso las radios, siempre nos han abierto las puertas para presentar nuestra

música, no para la difusión total de la música que presentamos, sino para presentar los trabajos que tenemos, bueno hay algo un poco en su parte que las radios de Loja si nos han abierto las puertas.

2. Cuando le dan apertura en la radio, ¿durante qué tiempo o periodo difunden su música, un día, mes, o continuamente?

Pues en ese sentido, las canciones les han puesto el mismo día de la entrevista, o sea, vamos a un medio, nos dan apertura, ponen la canción y ya, ahí muere, digamos este al apoyo que nos dan, a excepción por ahí un par de medios que ellos si han apoyado superbién, pero la gran mayoría es así, esa, es la costumbre que tienen y no apoyan, digamos que no apoyan en su totalidad como se debería, pero nos dan la apertura.

3. ¿Cree que los propietarios de las radios están interesados únicamente en el rating o facturación económica y difunden mayormente solo música extranjera de actualidad?

Pues, como en todo negocio la radio también es un negocio aparte de ser un medio de comunicación es un negocio, y yo creo que sí, ellos están enfocados en lo que les de más audiencia y pues si tienen que poner música extranjera, pues, yo sé que la van a poner, y nos van a dejar de lado a nosotros porque los artistas de Ecuador estamos en un proceso de crecimiento en lo que es música, música de cualquier género, pues por ahora la verdad es que yo creo que si prefieren la música de afuera que la de aquí, por detalles de rating mismo, porque la mayoría de la gente tiene más aceptación por la música de afuera que la misma local más aún si no eres un artista digamos consagrado ya nacionalmente o localmente.

4.¿Cree que debería existir un programa de radio donde se difunda únicamente música de artistas independientes ecuatorianos?

Pues la verdad, esa propuesta superbuena, yo creo que eso debería existir, pero a nivel de todas las radios, yo creo que los mismos medios radiales deberían tomar un poco de conciencia y empezar a poner música nacional. Bueno, yo en parte he visto que ya ponen música nacional, pero de algunos artistas que ya están con un nombre a altura nacional, que ya están pegados, antes no hacían eso, ahora ya ponen, pero yo creo que también debería haber un espacio para artistas con música nueva, digamos que tengan nuevas propuestas y que aún no sean conocidos, debería haber ese espacio,

fuera bueno porque como que les dieran un empujoncito para seguir digamos en su trayectoria musical.

5. ¿Al tener apoyo constante por parte de las radios considera que su carrera artística se dispararía?

La verdad es que sí, fuera bueno, en parte el apoyo radial sirve de mucho a un artista cuando está en crecimiento, es verdad, pero de parte, como te digo, porque ahora como existen varias plataformas digitales como., Facebook, YouTube o Spotify, ahora mismo Tick Tock está viral, que ayudan también a que un artista se catapulte. Sería una gran ayuda que los medios de comunicación, en este caso las radios apoyarán de esa manera digamos a cierto artista determinado eso ayudaría mucho claro.

6. ¿Ha buscado otra alternativa para difundir su música?

Siempre se busca alternativas, yo creo que ahora, ahora con esto de las plataformas digitales se tiene bastante ayuda, ya lo es con Spotify, YouTube, Facebook, Instagram, Tick Tock, uno como artista se ayuda bastante, se beneficia porque llega a bastantes personas mediante estas plataformas digitales en todo el mundo.

Anexo 7. Formato de Entrevista realizada a productores musicales

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

Entrevista a Patricio Villareal

Productora: VillaMusic

1. ¿Qué opina de la música independiente?

En Ecuador todos son independientes a la larga, no hay muchos que pertenecen a una disquera. La palabra independiente en la música se entiende mal por músicos o artistas de que ellos mismos se pagan sus producciones, ellos mismo hacen sus proyectos. No pertenecen a una disquera que es quien los maneja y eso en Ecuador es poco. En Quito y Guayaquil es donde más hay productoras que si tienen artistas de su dependencia. La música independiente es una manera de expresar. Muchos de ellos tienen géneros, un poquito diferentes, no muy comerciales, pues hacen música. Yo pienso que en Ecuador existe mucha música independiente y es bastante interesante lo que ellos suman para la biblioteca musical del Ecuador. Eso sería la música independiente para mí.

2. Cómo considera la calidad de la producción del artista independiente, ¿buena, regular o mala?

Eso depende mucho. Hay muchas redes independientes que tienen producciones sumamente profesionales, no le piden favor a una producción bajo un sello discográfico. También hay producciones independientes que no tienen una producción muy buena que se diga, muy buena calidad de producción de audio o de video, pero lo rescatable estas producciones son que son muy buenas, pero si por lo menos cumple los parámetros internacionales de grabación, de audio, de video son cuestiones que se las puede trabajar de mejor manera. Se podría trabajar con todo lo inédito.

No todas las nuevas propuestas son buenas, siempre tiene que haber un filtro. Un filtro, desde el punto de vista, depende mucho ahí, hay artistas independientes que hacen música para un determinado público pequeño, muy musical, y hay artistas independientes que tienen que hacer música comercial. Esa es la diferencia, a veces de artistas independientes, muchos se van la música selecta. La dinámica de grabaciones son muy profesionales, muy musicales, que eso tampoco demerita la música comercial, sino que la música comercial independiente obviamente se trabaja más en el para público, un poco más global.

3. ¿Para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación que detalles debe tener o cumplir?

Decíamos lo que es la dinámica de la producción de la grabación. Normalmente, alguna radio, no todas siempre, exigen una grabación que sea bien profesional, que cumpla todos los parámetros internacionales para poderla presentar. También en lo que es promoción en radios, las canciones normalmente tienen que durar 3 minutos, 3: 20, porque si una canción dura 4 minutos, 5 minutos, es difícil que la radio la ponga, porque obviamente ellos pasan y tener una canción muy larga no les conviene. Entonces hay parámetros que uno tiene que hacer para poderla promocionarla a la canción en algunos medios de comunicación, como en la radio. Obviamente, ahora en las redes sociales, ahí uno puede poner la canción como el tiempo que a uno le plazca, pero comercialmente las canciones siempre se tienen parámetros para poderlas difundir en lo que son medios públicos, medios privados. Siempre hay un límite de tiempo en el cual puedan estar esas canciones sonando. Si una canción suena 6 minutos o 7 minutos que hay canciones así. Normalmente, casi nunca las difunden porque son muy largas.

Por otro lado, parámetros hay muchos, dependiendo el género musical se elabora una canción y un proyecto que cumpla los parámetros de difusión, tanto de audio y video. Si uno hace una producción, sea independiente, de manera casera, independiente, tiene que basarse y proyectarla esa producción de acuerdo a los parámetros que se requiere, para poderla difundir. Creo que a veces, no pensamos en eso, pensamos en la parte de la canción, no pensamos en la parte de la difusión de la posproducción. Es muy importante la construcción de cualquier tema. Uno no tiene que pensar solo grabar la canción, si no qué va a pasar con esta canción, cómo la puedo promocionar, como la puedo difundir. Para poderla difundir y promocionar necesitamos a la vez ir separando, son básicos.

Si hago un reguetón tengo que ver las partes más importantes de este género que puedan funcionar. Tengo que ver también la música si es modas. Ahora, hoy por hoy, el reguetón ya pasó su faceta, como inició es diferente, se utilizan más instrumentos más modernos. Las líricas son un poco más comerciales, más populares. Hay muchos parámetros que uno tiene que tomar en cuenta para poder postproducir una canción y producirla obviamente. Uno puede producir, pero si yo no pienso en la postproducción es una producción nada más. Es una canción que está ahí, que no la estoy buscando un direccionamiento. Decir esta canción va a funcionar aquí, aquí y allá. Es súper sumamente importante la postproducción, si yo voy a hacer algo, tengo que ver los medios, porque la música es factor e importante, y el talón de Aquí de la música es que a veces hacemos muchas producciones sin pensar en la postproducción, sin pensar en la difusión o a veces cometemos el error porque pensamos, como la hicimos nosotros, es música inédita, es música independiente, tiene que haber el apoyo. La gente normalmente consume, la música mientras está en un estudio de grabación, mientras está en las manos de un músico es música, pero luego de eso ya es comercio musical, es negocio, es industria. Entonces, tenemos que empezarnos en la industria, en lo que va a vender. Es como cuando uno tiene, pongo un ejemplo que no viene al caso, pero si mi café es bueno, tengo que buscar los medios, pero si yo tengo la envoltura del café que no llama mucho la atención, a la larga lo conoce al café y no te interesa la envoltura, pero es muy importante si yo tengo una muy buena presentación de ese producto, es más fácil que llegue a la gente, porque la gente lo ve y da Clic. Es igual una portada, un videoclip, si lo ven al video llamativo, ahora la música no es como era hace años, ahora la música es muy visual, necesitamos que tenga una buena producción, una buena imagen, buen videoclip, y eso desgraciadamente, para bien o para mal, la música depende mucho de lo visual.

4. ¿Ha realizado alguna producción musical independiente?

Si, nuestra experiencia son todas muy buenas, nosotros hemos posicionado artistas como Mi Portal, como Yadira Orellana, y el mismo Santiago Álvarez, como Christopher Vélez, hay un montón de artistas. Casi todos los más conocidos han sido producidos por aquí, por la disquera, por VillaMusic, pero son independientes, a la vez son independientes porque no tienen ningún contrato que los haga mi ni cosa puedo decir, ellos hacen su música y buscamos la mejor manera de postproducción, pero a la larga en resumen son independientes.

Todas las producciones que hemos hecho nosotros, alguna vez hay una confusión, VillaMusic es un estudio de grabación de una productora musical, nosotros somos independientes, la gente que trabaja conmigo es gente que paga su producción. Yo les ayudo, colaboro, hacemos una coproducción, pero nosotros no somos un sello discográfico internacional y tenemos una situación económica en, la cual no podemos decir, yo te pago absolutamente todo, porque ¿cuál es la diferencia de ser independiente y tener un sello? Cuando tú tienes un sello discográfico que se encarga absolutamente de todo tipo, de todo tu talento, ya que ellos se encargan de ese arte, videos, fotografía, todo, todo.

Nosotros somos independientes, porque todo lo que hacemos es una coproducción. Ellos también ponen dinero, nosotros ponemos otra parte. Nosotros no manejamos artistas, nosotros no ganamos por un show de un artista, no nosotros tratando de sacar el producto, la producción, que tenga una buena postproducción, que ese tipo sea visible, que pueda llegar y se vuelva comercial, que la gente lo escuche, entonces aquí todos los proyectos son independientes.

5. ¿Cree que los artistas independientes están fallando en la autoproducción o la manera que difunden su música?

Primero, es importante entender el tema de música independiente dentro de la música. Eso es sumamente importante. Entonces, por ejemplo, es súper duro un artista que no escribe interesante, hablemos del reggaetón, de los artistas ya famosos, tienen su disquera, obviamente la Sony tiene una infraestructura inmensa a nivel global. Tienen los recursos, los mecanismos, la situación económica de poder posicionar a un artista, entonces para con un artista independiente posicionarse dentro de ese género es bien difícil porque no tenemos todos los materiales, todo lo necesario. Sony es un pulpo que tiene en todos lados, tiene cómo posicionar la pieza. Mientras que, para algunos, sea rock, todo siendo independiente, más difícil, más complejo posicionar.

6. ¿Qué sugerencias puede darle tanto al artista independiente, a los directores de radios y directores de programas musicales para incentivar la escucha, y el consumo de música independiente?

Lo que siempre digo y mi lema es que la música nunca y para que esto suceda tenemos que seguir produciendo. Desgraciadamente, Loja no tiene una industria musical, Ecuador no tiene una

industria musical como otros países, como México, como es Colombia, como Chile, como es Argentina, todavía no tenemos la industria. Entonces, si nosotros dejamos de producir, dejamos de hacer propuestas para el país, para las ciudades, para el país y el mundo. No es mi sugerencia es seguir produciendo, tratar de llegar al otro lado, entender el proceso de una producción musical, entender lo que es una producción musical, entender todo el círculo a nivel global, de cómo se maneja una producción musical, es entendiendo los pasos que hay que hacer y los perímetros que tenemos que llegar es importante para que nuestra producción sea independiente, habrá uno que pueda llegar a tener éxito.

Es sumamente importante estudiar primero si tú te saltas parámetros. Tú puedes hacer música, la vas a hacer, pero no vas a llegar a los resultados que has estado buscando, son sumamente visibles, funcionó, no funcionó, así sea que funcionó en Loja, pero funcionó. Entonces, si esa canción funciona, tiene que tener un potencial para poder hacer un poco más, más grande, que llegue más gente. Y las sugerencias, obviamente en todo, y no hay que resentirse por eso, son filtros. No todo lo que se propone en Loja o en el país o en el mundo, por más que sea independiente o lo que sea, no todo es bueno. Siempre hay cosas que les falta poco, siempre hay cosas que hay que pulirlas más, siempre hay cosas que hay que hacer más cosas, hay que trabajar más.

A los medios radiales puedo decirles que apoyen las cosas buenas. Las cosas bien hechas, una canción que esté mal grabada, pero que la propuesta musical sea buena es importante. Pero, obviamente, tiene que haber filtros, apoyar, apoyar a las nuevas producciones, pero con una proyección que sean producciones que puedan llegar a un buen fin. No todo lo que se haga independiente o lo que se haga música, porque yo la escribí y soy lojano, tiene que mandar. No todo funciona, es como en todo, hay cosas buenas y cosas malas, hay cosas pésimas, hay cosas súper buenas. Entonces, el criterio que deben tener para mí los medios de comunicación que difunde toda la música tiene que ver eso. O sea que hay una muy buena propuesta musical desde el punto de vista de captación y grabación y también de postproducción.

Entrevista a Carlos Troya

Productora: Gran Master Producciones

1. ¿Qué opina de la música independiente?

Bueno, primero saber en qué horizonte o con qué fin está creando su producción. Siempre pensando en el rumbo que le va a dar. ¿Y cuál es su objetivo? Creo que está bien que cada quien emprenda por su lado, pero tener siempre el concepto muy claro de que es lo que busca. No por ser independiente, creo que puede estar divagando por diferentes estilos o sin saber un fin, una meta muy clara desde un inicio.

Cuando digo de género, tener la meta, creo que no es solamente iniciar con un género, sino enfocarse hacia el público mismo, que desde mi perspectiva al que quiere satisfacer y si necesita dar una solución de mercado, entonces, sí es lo que necesitamos trabajar con música popular, si eso nos va a dar mercado, pues bien, si es urbano y lo vamos a poder industrializar, ok. Y así para cualquiera de los géneros, que se lo va conociendo con el transcurso, con estudio de mercado y con un desarrollo, sabiendo las tendencias muy de temporada, sabiendo lo que es géneros que permanecen y duran por mucho tiempo o simplemente es una onda muy de temporada de acuerdo a un género que nos gusta o por nuestra edad. Entonces todo ello habrá que enfocar, hacia donde mismo nos proyectamos. Si tenemos algo para corto plazo hay géneros que se quedan para corto plazo y después derivaciones de hasta el momento permanecen mucho más amplios.

2. Cómo considera la calidad de la producción del artista independiente, ¿buena, regular o mala?

Hay de todo. La música de muchos al momento, cuando lo llaman independiente en nuestro medio, lo hacen muy a la ligera. Es una producción muy económica y sin bases, sin argumentos de técnicos, sin conocimientos académicos en todos los géneros. También hay algunos que sí lo toman, esto de un mayor grado puede afectar la economía de cada uno de los clientes, etc. Algunos lo toman más en serio, tienen mayor dedicación, mayor esfuerzo, mayor trabajo y por ende una mejor calidad. Y creo que llegan a cumplir sus objetivos. Es mucho más rápido, pero esto es proporcional, tanto invierten, pues tanto ganan.

Al momento de decir Industria es cuánto estás invirtiendo directamente, cuanto le estás metiendo al proyecto para poder poner en marcha. Eso tener claro, porque un proyecto muy económico que sea muy rápido, pero sí está claro, entonces vas a saber hasta dónde vas a llegar. Un proyecto con tanta inversión y el objetivo es a corto plazo, porque con poco dinero creo que no se llegará muy lejos. Puede ser un pilar fundamental, una base, por supuesto, pero hasta dónde vas a llegar, pero si lo puedes manejar, así sea pequeño, vas a llegar a tal lugar. Pero si haces una inversión mayor, con una producción muy elaborada, por ende, tiene otro precio, ya es otra inversión.

Creo que también el objetivo ya lo planteas mucho más grande. Esto no es de para ya, sino que te va a tomar un tiempo mayor. Entonces es eso, de poder canalizar, el concepto que vas a llevar al objetivo, pero saber. No busques un objetivo grande cuando estás invirtiendo poco.

3. ¿Para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación que detalles debe tener o cumplir?

Primeramente, un estudio de mercado y saber la capacidad del cliente, tener conocimientos, tener un equipo que te ayude para poder trabajar, para poder conocer de la materia. Con el estudio del mercado vas a saber qué es lo que está en tendencia, qué es lo que sabes hacer. Porque por más que puedas hacer un género X, si no encuentras tu target o tu nicho al que te estás dirigiendo, por mejor producción, pero no es tu público, entonces estamos desviados por mejor trabajo que hagas.

Entonces, estás dando un trabajo, un servicio, un producto para alguien que no lo necesita porque hiciste un estudio de mercado para un cliente B, te lo tienes que dar en el cliente A. Entonces, hay que saberlo canalizar bien con un estudio de mercado y después si ofrecer la calidad de acuerdo a la tendencia que esté a la temporada, a que llames tu pegar. Hoy en día hay diferentes plataformas, diferentes medios, para unos tener mil seguidores es estar en el top, para otros será tener 1 millón, etc.

4. ¿Ha realizado alguna producción musical independiente?

Sí, trabajamos a diario. Con diferentes artistas independientes, la experiencia es que algunos son muy a la ligera, son extremadamente a la ligera, son muy económicos. Entonces no puedo pedir que esos trabajos vayan a llegar muy lejos, pues tanto invertiste, no fue el costo mayor, fue el trabajo que te costó mínimo, no fue mayor.

También tenemos clientes que están trabajando fuerte con un estudio, con un equipo de mercado, con todo ello, están avanzando, están posicionándose, están ubicándose en diferentes medios para la difusión de su música. En diferentes instituciones están alcanzando algunos sitiales a nivel de concursos, a nivel de participar, de ser nombrados y de seguir adelante con el ministerio, educación, la Cultura, ETC.

5. ¿Cree que los artistas independientes están fallando en la autoproducción o la manera que difunden su música?

Creo que son las dos, porque va lo uno de lo otro. Al momento que digo auto me refiero a lo que es, a lo rápido, a lo de menor esfuerzo. Entonces el artista independiente desarrolla algo de 100 $. Ya no puedes competir con alguien que invirtió 1.000 $. Porque esto pesa, esto es industria, esto es negocio, es el negocio de la música. Entonces es quien está invirtiendo más. Si un artista no tiene dinero por más talento, se queda, en cambio, el que tiene va por más. Te explico, el trabajo es el mismo, el artista A, ocupó 100 $ para su producción musical, simplemente estoy lanzando un valor fuerte por decir. Y el artista B, también lanzó 100 $ para lo mismo, pero el A, le dedicó 900 $ más para difundirlo en diferentes canales, en diferentes medios, etc. Y el B lo dejó que circule de manera orgánica. El orgánico no está llegando a cumplir un objetivo. Entonces son los canales de difusión, ya pusimos que el artista A y B tienen el mismo trabajo. Es más, es el mismo artista, lo podría poner como ejemplo, es el mismo artista que sale y contrata a dos managers, pero le da el mismo audio al manager A y al manager B. manager A lo sube a su página de red social.

Mientras que el manager B, lo invierte de él y le pone equis cantidad de dinero, hay una diferencia y eso lo va a ir haciendo a un lado, al que solamente quiere manejarse de manera orgánica. Entonces no es por más producción que tenga, si no hay la difusión yo lo llamo una vitrina. Si tienes un gran producto, pero si no tienes una vitrina donde exponerlo de nada te va a servir.

Cuando me dices independiente. Me suena a que quiere hacer las cosas por él mismo y sin tomarlo en serio.

6. ¿Qué sugerencias puede darle tanto al artista independiente, a los directores de radios y directores de programas musicales para incentivar en la escucha y el consumo de música independiente?

Sí hay que tocar música nacional. Cuando digo nacional es música producida en Ecuador. Hay muy buena producción nacional, y una infinidad de producciones muy importantes. Creo que todo el mundo toca música nacional. Apoyarnos entre todos en este camino para lograr un objetivo. Los medios también tienen un objetivo, tener un rating de sintonía, entonces de parte y parte nosotros damos calidad y ellos también nos ayudan a poder llegar a la meta. Y me refería a independiente de esto, de autoproducción y vamos que el artista independiente, el mismo se produce solo. Hay artistas que se producen solos, que se promocionan solos, se van a la radio solos o cosas así. Esto es cuando un artista verdaderamente se llama independiente y lo hace todo.

Entrevista a José Martínez

Productora: MH Studio

1. ¿Qué opina de la música independiente?

La música del artista independiente. Se podría contextualizar desde mi conocimiento que es aquella que se desarrolla bajo la autogestión del propio artista. O sea que él mismo es el que se encarga tanto de componer sus letras o melodía y a su vez también de cubrir todos los gastos que conlleva el poder sacar este producto, es decir, una canción ya desarrollada.

2. Cómo considera la calidad de la producción del artista independiente, ¿buena, regular o mala?

Eso dependería de muchos factores. O sea, si hablamos por ejemplo solo de la composición, en este caso no podría dar una calificación si es buena, mala o regular, porque eso dependería del público. Hay canciones, que he escuchado, que no son de mi agrado, pero llegan a pegar bastante en el público. Entonces podríamos decir que es buena porque le funciona, a pesar de que a mí no me agrada esa composición, para mí es mala, pero si le funcionó. Entonces, hay muchos factores que tomar en cuenta para poder realizar esa calificación. Ahora, en el aspecto técnico de grabación y de edición, lo que corresponde a la calidad de audio, ahí sí podría darle una valoración. Por lo general

los artistas cuando están recién iniciando son jóvenes que están adentrándose, la calidad no siempre suele ser buena. Porque el artista joven no tiene los recursos para acercarse a un estudio de grabación y poder pagar. ¿Entonces que hacen para ahorrar? Se compran sus propios equipos y comienzan a incursionar en este mundo de la edición y por eso es que no suelen dar buenos resultados. Así mismo, ahora hay la otra cara de la moneda, hay artistas que si tienen los recursos, entonces, ya desde el inicio se adentran a pagar una buena producción. En ese aspecto sí podríamos decir que hay buenos, regulares y malos, pero a la final con que les funcione yo creo que estaría bien.

3. ¿Para que una producción musical sea aceptada en cualquier medio de comunicación que detalles debe tener o cumplir?

Por lo general, aquí hablando de nuestro país, las razones por las cuales no te suelen aceptar una canción más allá de los aspectos técnicos, es el gusto del dueño del programa o de la radio. Es más, por eso, porque hay canciones en la actualidad que tienen contenido explícito, por así decirlo, y esa sería una de las razones por las cuales te lo detienen. Ha habido muchas de las producciones que yo he realizado, las cuales tienen este contenido, y esa ha sido la razón por las cuales se le han cerrado las puertas en las radios o a veces los dueños de los programas o de las radios les ponen limitantes, como diciendo está mal masterizado. A pesar de que el locutor no tiene ni la más mínima idea de que trata la masterización, les dice eso. Entonces muchos dicen no me dieron apertura o espacio porque me dicen que está mal masterizado. Y uno a veces les pregunta, pero en qué parte y no sabe. Entonces más es por el gusto del de los dueños de las radios, la apertura que les dan estos artistas.

4. ¿Ha realizado alguna producción musical independiente?

Sí, he realizado bastante de artistas que están empezando, jóvenes que empiezan a autogestionarse en este sentido y van conociendo cómo es el mundo de la música. Este tipo de producciones, están bien para empezar, para que el artista empiece, digamos a navegar en este mundo de la música, conocer como es llegar a un estudio, qué conlleva realizar este tipo de producciones, ellos no tienen recursos, o sea, se van dando cuenta cuál es el valor que tienen los gastos que se generan para realizar este tipo de producciones. También he trabajado con artistas que ya tienen cierta experiencia y ya saben qué es lo que quieren y lo que buscan, el sonido que desean. Y hasta he realizado producciones mías que son independientes, porque no tienen ningún auspicio, no tienen apoyo económico de ninguna institución, sino que van o salen del bolsillo del propio artista

5. ¿Cree que los artistas independientes están fallando en la autoproducción o la manera que difunden su música?

En mi experiencia y por los que conozco, si fallan bastante en la autoproducción, porque como te digo, al no haber recursos buscan lo más económico y desde ahí ya están fallando en lo que tiene que ver con la calidad sonora, con el audio. Desde ahí empiezan y no le prestan atención a eso. Ellos lo toman como un aspecto secundario, como que no le dan tanta importancia a algo que debería ser importante.

También en la manera que difunden su música. Pero esto es más por desconocimiento, por ignorancia, hasta yo me incluyo en ese caso, ya sea con la llegada de internet, plataformas digitales para el audio mismo, para la música. Esto ya lleva años en nuestra sociedad y es recientemente ahora que están usando. Creo que, a partir de este año, del año pasado, comienza a ver que los artistas lojanos, en este caso están empezando recién a distribuir su música por las diferentes plataformas como es Spotify, Apple Músic etc., la variedad que hay, cuando estas plataformas ya están presentes desde hace años atrás y es recién cuando se está observando que los artistas están ocupando esas formas de distribuir música y que a su vez les genera ingresos. Entonces es por falta de conocimiento que no están distribuyendo de la manera correcta, por lo general también hay artistas hasta yo me incluyo, en los que sacan una canción, la suben a YouTube y comparten en sus redes sociales fin, hasta ahí llegan la distribución que ellos realizan. Cuando debería haber un trabajo más grande detrás de eso. En este caso, como estamos estudiando comunicación, ya más o menos tenemos conocimiento de todo lo que se tiene que hacer para poder llegar a mayor gente con un producto.

6. ¿Qué sugerencias puede darle tanto al artista independiente, a los directores de radios y directores de programas musicales para incentivar en la escucha y el consumo de música independiente?

A los artistas independientes, la recomendación es que antes de lanzarse a grabar una canción o a adentrarse a lo que tiene que ver con composición, con la canción en general, que estudien mucho al público al que se quieren dirigir, que es lo que ellos quieren hacer. O sea que analicen bien eso porque hay muchos que se lanzan a grabar, escriben un par de rimas sobre una base, se lanzan a grabar, pero sin saber qué es lo que quieren contar, a quién se quieren dirigir, cómo van a hacer para

que ese mensaje llegue a las personas. Y también estudiar aspectos técnicos, qué necesito para que mi canción suene bien, con calidad, eso es lo que le falta a la mayoría de artistas. Esa es mi recomendación, que estudien antes de ir a los medios de comunicación. De igual forma a las radios que no cierran las puertas, es decir, las canciones, por ejemplo, indiferentemente del contenido que tengan, van a tener su público. Entonces, creo que las radios tienen esos espacios, porque según la ley de comunicación, hubo un tiempo en el que querían prohibir el reguetón y ponerlo en ciertos horarios específicos.

Entonces, sí hay los espacios para que música que tenga contenido explícito se pueda transmitir, no poner excusas que no me gusta la canción o no tiene este contenido, no la paso, cuando hay espacios dirigidos a eso. Entonces, sería esa también la recomendación a ellos que no cierren las puertas indiferentemente de si les gusta o no las canciones, porque quien quita y ninguno de esos artistas a los que ellos están cerrando las puertas llegue a convertirse en uno de los ídolos mundiales, así como ha pasado en otros países con Puerto Rico, sus artistas como Bad, Bunny, por ejemplo. Hay canciones del mal que a mí no me gustan, pero a él se le dio el apoyo, me imagino. Se le dio la. Apoyo en su región, en su ciudad y es uno de los artistas más mundiales más influyentes en el mundo.

Anexo 8. Formato de Entrevista realizada a docente en comunicación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

Entrevista a:

Mgs. Tatiana León

¿Qué opina sobre el artista independiente y la música que este produce?

Bueno, yo creo que dar una opinión muy general sería algo muy complejo, pero yo creo que el artista independiente sí que tiene varios retos a la hora de dar a conocer su música y que de alguna manera debe tener conocimiento de ciertas técnicas o de ciertos canales de comunicación para poder llegar a la ciudadanía, a la localidad, con sus trabajos. Entonces, es la visión global que podría dar.

¿Cree que los artistas independientes tanto para producir, difundir o promocionar su música desde un inicio deben contar con un plan de marketing? ¿Por qué?

Sí, porque el plan de marketing tiene esa posibilidad o tiene esa finalidad de captar, reconocer, vender y fidelizar un bien, un producto o un servicio. En este sentido, el contar con un plan de marketing, o al menos con conocimientos de marketing, le van a permitir al artista saber exactamente cuál es su público, cómo llegarle a través de qué canales, a través de qué lenguaje y plantearse ciertos objetivos. Entonces, es fundamental que se cuente con un plan de marketing o de comunicación al menos.

¿En qué cree que están fallando los artistas independientes, la forma en que producen su música, la manera en que difunden o las dos? ¿Por qué?

Yo, creería que no les podemos poner toda la responsabilidad a los artistas. Yo creo que es una triada. Una triada en la cual se tienen que considerar al público, al artista y también a las políticas públicas, porque también el Estado debe dar las garantías suficientes para que el artista independiente, con artista no solo me refiero a música, pueda difundir su arte. Entonces yo no le echaría la culpa solamente al artista independiente. Pero yo creo que una de las principales causas de que a veces no se difunde correctamente su material es primero, el que no conocen a su público objetivo, no conocen a las personas que los podrían seguir, como que no se define muy bien o no está claro eso. Y eso puede causar varias entorpecimiento o varios obstáculos a la hora de comercializar una canción o un disco como tal.

¿Cuál sería la forma correcta de lanzar o difundir música para tener respuestas positivas del público, medios tradicionales, digitales o los dos? ¿Por qué?

Yo creo que primero habría que, conocer el público y saber dónde está, para saber exactamente a través de qué canal llegarle. Sin embargo, estamos en un momento en el que la estrategia debería ser libre, híbrida y online, dándole especial peso a los medios online. ¿Porqué? Porque primero son más económicos y segundo, tienen esa posibilidad de llevarnos exactamente hacia la gente que tiene gustos y preferencias muy especializadas. Ejemplo, si yo soy un artista de rap, yo puedo llegar exactamente al público al que le gusta el rap. Sí, si yo soy un artista rockero puedo llegar, sí sé identificar exactamente a la gente a la que le gusta el rock, entonces, a través de los medios digitales tenemos esa posibilidad de ir exactamente al nicho de mercado. Esto se debe un poco a los algoritmos de las redes sociales. Entonces sí hay que conocer bastante ese tema.

¿Qué sugerencias puede darles a los artistas independientes para que puedan tener éxito al momento de crear y difundir una canción o pieza musical?

Bueno, en cuanto al crear, yo no puedo darles ningún consejo, porque no soy especialista en el tema, sino más bien del lado de la comunicación y del marketing, que es necesario siempre contar con esto. No podemos intentar vender una canción, no podemos intentar que una canción sea éxito, si primero no conocemos el público**,** no sabemos exactamente a quién nos estamos dirigiendo y a

través de qué lenguaje, hacer eso yo creo que sería importante. Segundo, es importante trabajar en una marca personal o en una marca grupal, es decir, en la marca que estamos llevando, no sé, como artista independiente, como grupo, dependiendo de lo que se quiera lograr.

¿Cuál es el mensaje que les da a los artistas independientes de Ecuador?

Yo creo que hay un grupo súper consolidado y muy talentoso de artistas ecuatorianos. Más bien yo diría que la Unión hace la fuerza y que por ejemplo en Loja, de lo que he podido ver, es necesario hacer más festivales, hacer más eventos en los que de alguna manera se pueda poner en evidencia su talento, pero tomando en cuenta que hay varios géneros. Hay varias situaciones que pueden ayudar a posicionar el talento de los artistas. Entonces yo creería que esa parte de la unión es fundamental.

Anexo 9. Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

Carrera de Comunicación

¡Saludo Cordial!

Nos dirigimos a usted solicitando su colaboración, con la finalidad de recopilar información, para el trabajo de Tesis titulado "Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja" que servirá para fines académicos.

Por favor, responda con toda la sinceridad cada ítem propuesto a continuación.

Edad

_____

Sexo

a) Masculino
b) Femenino

1. ¿Cuál de las siguientes estaciones radiales de la ciudad de Loja escucha?

a) Luz y Vida 88.1 FM
b) Kocodrilo Radio 104.5 FM
c) La Hechicera 88.9 FM
d) Radio Loja 97.7 FM
e) Rumba Estéreo 106.9 FM
f) Todas
g) Otra

2. ¿Conoce que es la música independiente?

a) Si
b) No

3. ¿Cuál de los siguientes conceptos es el que mejor define al artista independiente?

a) Un artista independiente es aquel que ha firmado con una disquera.
b) Un artista independiente es aquel que, se encarga de la autogestión - autoproducción, es decir, hace música por su propia cuenta, durante todo el proceso, desde la creación hasta el lanzamiento de su propia música.
c) Ambos

4. ¿Cuál es el género musical de su preferencia?

a) Urbano
a) Tècnocumbia
b) Balada romántica

c) Música nacional – Chicha
d) Folklórica
e) Rock
f) Todos
g) Otro

5. ¿Cuál de los siguientes artistas nacionales ha escuchado en las estaciones de Radio de la ciudad de Loja?

a) La máquina Camaleön
b) Mamá Vudú
c) Marquès
d) Manolo
e) David Ramos
f) Carlos Cortez
g) Todos
h) Ninguno

6. ¿Cuál de los siguientes artistas de la ciudad de Loja ha escuchado en las estaciones de Radio de Loja?

a) Santiago Erràez
b) Anderson Milán
c) Real J
d) Yago KP
e) Mr. Gringo
f) Yahuarsonicos
g) Javi Vega
h) Todos
i) Ninguno

7. ¿En las estaciones de radio durante qué tiempo o periodicidad ha escuchado música de los artistas mencionados anteriormente?

a) Durante 1 día
b) Durante 1 semana
c) Durante 1 mes
d) Más de un mes
e) No he escuchado

8. ¿En las Radios de la ciudad de Loja ha escuchado algún programa dedicado únicamente a la difusión de música del artista independiente?

a) Si
b) No

9. ¿La radio que sintoniza difunde música de artistas de Ecuador o extranjeros?

a) Artistas Extranjeros
b) Artistas de Ecuador
c) Ambos

10. ¿Qué le gustaría escuchar en la programación de las estaciones de Radio de Loja?

a) Música del recuerdo
b) Música de actualidad
c) Música extranjera
d) Música ecuatoriana y artistas invitados
e) Otra

Gracias por su colaboración

Anexo 10. Certificación de traducción del resumen

Certificación de traducción del Abstract

Loja, 11 de octubre de 2022

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): https://bit.ly/3v0JggL así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: **"Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja"**; de la autoría del señor estudiante: **Víctor Daniel Morocho Vargas**, con CI: 1104888969, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado, señor **Víctor Daniel Morocho Vargas**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
ERIKA LUCIA GONZALEZ CARRION

Dra. Erika González Carrión. PhD.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Universidad Nacional de Loja