



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS**

**SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

“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”.

---

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en  
Comunicación Social.

**AUTOR:**

FABRICIO JAVIER GARZÓN ESTÉVEZ

**TUTORA:**

Lic. Mg. Nelly Gabriela Guamán Guadalima

**Ambato – Ecuador**

**2020**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR.**

En calidad de Tutora del trabajo de investigación sobre el tema: “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”, del Sr. Fabricio Javier Garzón Estévez, Egresado de la carrera de Comunicación Social, de la de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

.....  
Lic. Mg. Nelly Gabriela Guamán Guadalupe

Ambato, febrero 19 de 2020

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “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”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

.....  
Fabricio Javier Garzón Estévez

CI: 050300149-7

Ambato, febrero 19 de 2020

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.**

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “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”, presentado por el Sr. Fabricio Javier Garzón Estévez, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la UTA.

Ambato,.....

Para constancia firma:

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## **DEDICATORIA**

*A mi madre por su amor,  
esfuerzo e incondicional  
apoyo que me brindó  
siempre.*

*A José, Roberto, Tatiana,  
Franklin y Robertito por estar  
conmigo cuando más lo  
necesitaba.*

*A todos los artistas, músicos y  
compositores ecuatorianos  
independientes.*

**Fabricio Javier Garzón Estévez**

## **AGRADECIMIENTO**

*A todos mis profesores por compartirme sus conocimientos y haberme aguantado cada día de clases.*

*A mi tutora, gracias por su paciencia, tiempo y buen humor.*

*A mis amigos, panas y compañeros, amores y ex novias, sin ustedes mi vida universitaria no hubiera sido vida.*

*A mi hermano Franklin, sin ti nunca hubiera conocido esta linda y gran vida de ser músico.*

*A todos mis colegas músicos, artistas y compositores que de una u otra manera hemos compartido escenario y conocimientos musicales.*

**Fabricio Javier Garzón Estévez**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR. ....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO .....	x
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I .....	1
MARCO TEÓRICO .....	1
1.1 Antecedentes Investigativos .....	1
CAPÍTULO II .....	44
METODOLOGÍA .....	44
2.1 Materiales .....	44
2.2 Enfoque de la investigación .....	44
2.3 Modalidad básica de investigación .....	45
2.4 Nivel o tipo de investigación .....	45
2.5 Operacionalización de variables .....	47
2.6 Plan de recolección de información.....	50
CAPÍTULO III .....	62
3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	62
3.2 CRUCE DE VARIABLES.....	70
CAPÍTULO IV .....	74
4.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
4.1.1 Conclusiones .....	74
4.1.2 Recomendaciones .....	75
4.1.3 MATERIALES DE REFERENCIA.....	76
Bibliografía .....	76
4.1.4 ANEXOS .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1</b> : Fuente: Fabricio Garzón .....	47
<b>Tabla N° 2</b> : Fuente: Fabricio Garzón .....	49
<b>Tabla N° 3</b> : Fuente: Entrevistas realizadas a Actores Clave .....	61
<b>Tabla N° 4</b> : Fuente: Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	62
<b>Tabla N° 5</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	63
<b>Tabla N° 6</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	64
<b>Tabla N° 7</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	65
<b>Tabla N° 8</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	67
<b>Tabla N° 9</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	68
<b>Tabla N° 10</b> : Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	69



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1:</b> Fuente: Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	8
<b>Gráfico N° 2:</b> Fuente: Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	9
<b>Gráfico N° 3:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	10
<b>Gráfico N° 4:</b> Fuente: Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	63
<b>Gráfico N° 5:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	64
<b>Gráfico N° 6:</b> Fuente :Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	65
<b>Gráfico N° 7:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	66
<b>Gráfico N° 8:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	67
<b>Gráfico N° 9:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	68
<b>Gráfico N° 10:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	69
<b>Gráfico N° 11:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	70
<b>Gráfico N° 12:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	71
<b>Gráfico N° 13:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga .....	72
<b>Gráfico N° 14:</b> Fuente : Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal <i>Latacunga</i> .....	73

## RESUMEN EJECUTIVO

**Tema:** “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”.

**Autor:** Fabricio Javier Garzón Estévez.

**Tutora:** Lic. Mg. Nelly Gabriela Guamán Guadalima.

La presente investigación analiza “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”. Para obtener la información adecuada se realizó entrevistas a los principales gestores de las radios objeto de estudio que permita conocer el nivel de difusión de la música alternativa.

Los estereotipos que han marcado la sociedad y que aún siguen vigentes en cuanto a este tipo de música y sus audiencias, crean rechazos y discriminación para la realización de eventos culturales no comerciales y más aún para difundir por medios masivos de comunicación todo este tipo de contenidos musicales.

Para profundizar el tema, se inició por la investigación en libros, artículos científicos, archivos audiovisuales y analizando la programación de las dos radios puestas en estudio en diferentes franjas horarias.

De esta manera se concluye que la difusión de este tipo de música es escasa durante las transmisiones radiales en las franjas horarias establecidas, por lo que las audiencias prefieren escuchar música comercial en mayores cantidades y elegir canciones que están de moda. Dentro de los géneros musicales considerados en la escena alternativa independiente ecuatoriana tenemos el Indie, Reggae, Hip Hop, Ska, Rock y Metal, los cuales solo 3 de los 6 géneros identificados en el análisis de contenido, y estos son transmitidos en mínimas cantidades y los restantes no tienen ninguna preferencia e interés por las audiencias.

**Palabras Clave:**Música independiente, Discografía, Programación radial, Difusión,  
Escena.

## ABSTRACT

**Topic:** The diffusion of independent Ecuadorian alternative music and the radio media in the city of Latacunga. Case study: Municipal Radio Latacunga and Stereo Latacunga FM.

**Author:** Fabricio Javier Garzón Estévez

**Tutor:** Lic. Mg. Nelly Gabriela Guamán Guadalima

The present investigation analyzes “The diffusion of Ecuadorian independent alternative music and radio media in the city of Latacunga. Case study: Radio Municipal Latacunga and Stereo Latacunga FM”. To obtain the appropriate information, interviews were conducted with the main managers of the radios under study that will be able to know the level of diffusion of alternative music.

The stereotypes that have marked society and that are still valid in terms of this type of music and its audiences, create rejections and discrimination for the realization of non-commercial cultural events and even more to disseminate all this type of content by mass media and musicals contents.

To deepen the subject, it was informed by research in books, scientific articles, audiovisual archives and analyzing the programming of the two radios put into study in different time slots.

In this way it is concluded that the dissemination of this type of music is scarce during radio broadcasts in the established time slots, so audiences prefer to listen to commercial music in larger quantities and choose songs that are fashionable. Within the specific musical genres in the Ecuadorian independent alternative scene we have Indie, Reggae, Hip Hop, Ska, Rock and Metal, which only 3 of the 6 genres identified in the content analysis, and these are transmitted in minimum quantities and the rest have no preference and interest in the hearings.

**Keywords:** Independent music, Discography, Radio programming, Broadcasting, Scene

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes Investigativos

La profunda investigación realizada a través de varias fuentes bibliográficas referentes al problema, permitió encontrar trabajos investigativos concernientes al tema, recurriendo también a varios artículos científicos, libros y material audiovisual para poder construir los antecedentes de la presente investigación.

Indagar en el tema de música alternativa independiente en Latinoamérica es reflexionar la realidad de países íconos como México, Argentina y Colombia, que con el pasar del tiempo han formado un movimiento basado en la autogestión musical. Colombia lleva alrededor de 40 años representando y dando a conocer todo el trabajo musical independiente, el cual puede ser tomado como referencia a Ecuador por su cercanía territorial y cultural, pero con un contexto mucho más local. Sin embargo, no debemos excluir u olvidar a Argentina, ya que este país fue el punto de partida para que explote y se dé a conocer en realidad el campo de la música independiente de América Latina mediante su cultura musical y diferentes expresiones artísticas.

El proyecto de investigación realizado por German (2018) denominado “Difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato” realizado en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador, el cual determinó que la ciudadanía en realidad no tiene conocimiento sobre el tema de música alternativa independiente. Gran parte de la colectividad cree que lo que se transmite en las radios es el mejor contenido musical existente y desconoce mucho el aporte artístico local, generando un vacío cultural enorme y escasa falta de identidad.

German (2018) concluye que las personas que trabajan en las radios tienen poco conocimiento sobre géneros musicales diversos, se limitan a lo establecido y se enfocan más en la parte económica. Cada vez es mayor la proliferación de material

de bandas en la escena independiente, pero la falta de difusión de géneros alternativos independientes no permite que los artistas subsistan de su arte y es por eso que con el pasar del tiempo se van desvaneciendo por la falta de apoyo.

En la investigación realizada por Villacis (2017) en la Universidad Técnica de Ambato, cuya temática es “La programación radial FM y la difusión de la música independiente ecuatoriana en la provincia de Tungurahua”, trabajo realizado para obtención de Licenciatura en Comunicación Social. La idea fue analizar cómo la programación radial FM influye en la difusión de la música independiente ecuatoriana en la provincia de Tungurahua; y de la misma manera, describir la realidad social de los artistas dentro de la escena independiente ecuatoriana en los medios de comunicación. Si tomamos en cuenta la temática de esta investigación, observamos que se ajusta dentro del contexto a explorarse y representa avances comunicacionales eficientes que generan impacto social, dejando a un lado mitos y tabúes en la sociedad y de esa manera generar conciencia en las personas mostrando un ámbito cultural desde otro enfoque.

Finalmente, Villacis (2017) concluye que no existe algún tipo de apertura por parte de las radios FM en sus diferentes programaciones y que además desconocen el material discográfico realizado por parte de los diferentes artistas ecuatorianos. Por ello, es necesario mejorar la realidad social de los artistas independientes locales y nacionales, generando espacios para darse a conocer y generar una concientización de su arte musical.

Evidenciando la escasa difusión de géneros alternativos independientes y la “crisis” en cuanto a medios tradicionales, la era digital y los medios alternativos van ganando terreno y abren las puertas a músicos independientes. Aparecen diferentes grupos periodísticos y plataformas digitales las cuales dan total apertura y apoyo con nuevos formatos y lenguajes innovadores; como por ejemplo Radio COCOA con formato online, el medio web Plan Arteria que posee contenido variado incluyente y de difusión artística independiente nacional y la revista Enfoque, publicado mensualmente por la Universidad San Francisco de Quito.

Vega (2014), estableció como tema de tesis “Impacto de los medios alternativos en la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana. Caso de Estudio: Radio

COCOA”, para la obtención del título de tercer nivel en la Universidad San Francisco de Quito. Dicha investigación contiene otra perspectiva, que a diferencia de los medios tradicionales de comunicación, esta se enfoca más en los géneros alternativos y digitales eligiendo a Radio COCOA como medio de apoyo e investigación. “Los medios alternativos crean un nuevo sistema de producción de noticias, a través de nuevas narrativas y el uso de nuevos medios” (Vega, 2014, p.11). Por lo tanto, la cultura y obviamente la escena independiente ecuatoriana se beneficia en este cambio de tradicional a multimedia que es el formato que Radio COCOA maneja y se destaca a nivel nacional e internacional, ya que también se ha convertido en un ejemplo para otras radios online existentes y que han ido incrementando sus audiencias gracias a la calidad de su producción, estilo y especialización.

Mediante avances tecnológicos y el uso extremo del internet, los nuevos productores de contenidos musicales, audiovisuales, de fotografía, entre otros, han trabajado conjuntamente para crear contenidos nuevos y de vanguardia que se diferencian del resto de medios y así ganan audiencias. Actualmente casi todo funciona mediante el internet, hasta los medios tradicionales han optado por crear plataformas digitales para que de esa manera sus seguidores sigan consumiendo diariamente su contenido periodístico. Las radios online han revolucionado el formato tradicional y es una manera de elección o decisión para cada gusto personal. Es por eso que nacen cada vez más nuevas ideas y propuestas para generar y difundir contenido.

En la investigación de Carrera (2016) titulada “La Creación de una Plataforma Virtual como Canal de Difusión de la Escena Musical Independiente en Quito”, Universidad San Francisco de Quito, genera su propia propuesta para ayudar y solucionar en mayor parte la escena independiente ecuatoriana. La creación de su propia plataforma virtual tiene como finalidad facilitar la formación de bandas empezando a nivel local (Quito) con posibilidad a expandirse. Gracias a la creación de espacios virtuales y físicos, la comunidad de músicos independientes encontrará nuevas opciones y maneras para su mejor organización.

De la misma manera, Musello (2015) en su investigación denominada “Estrategias para el crecimiento de la escena de la música independiente local”, se enfoca en el desarrollo y revisión de estrategias para el crecimiento de la escena de la música

independiente local. Las estrategias promoverán la consolidación de la comunidad que gestiona la escena, y que están basadas en la generación de plataformas, mecanismos y convocatorias para los artistas.

### **1.1.2 Fundamentación filosófica**

La música a través del tiempo va cambiando y evolucionando, llegó desde sonidos andinos utilizando instrumentos de la naturaleza, hasta sonidos actuales que en su mayoría son digitales y de diferente instrumentación. En el Ecuador, se vive una era musical amplia, la cual ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, llegando a tener producciones profesionales y de calidad en varios géneros musicales.

Tomando en cuenta la cultura de convergencia, el fenómeno mediático es el que posibilita el presente estudio y en cuánto a la comunidad. Para poder analizar la situación real de la música, artistas independientes ecuatorianos y la difusión radial en la ciudad de Latacunga, es necesario entender la realidad social para conocer las características que definen cada uno de los aspectos a estudiar.

Con el presente proyecto lo que se quiere llevar a cabo es el reconocimiento que la mayoría de bandas y solistas independientes ecuatorianos poseen dentro y fuera del país. Las personas deben conocer la calidad de música que nuestros artistas nacionales exponen y de igual manera apoyar y difundir su trabajo musical con la finalidad de que se incremente la producción nacional y cada vez más nazcan artistas ecuatorianos de calidad.

Ante la pluralidad de contenidos y la imposibilidad de competencia al interior de una escena musical en emergencia, la estrategia para el crecimiento y la oficialización de sus medios independientes digitales no podría nunca estar basada en el formato de una campaña comercial en redes o en el fortalecimiento de las relaciones de consumo, sino en las posibilidades expresivas y participativas de los consumidores que conforman la comunidad.



### **1.1.3 Axiológica**

El enfoque axiológico está basado indispensablemente con los valores y juicios valorativos del ser humano enfocados desde la naturaleza, la cultura y la jerarquía (Sánchez & Azcona, 2001). El estudio desarrollado pretende analizar un cierto tipo de género musical que no es comercial y muy poco aceptado en la sociedad ecuatoriana, ya que las personas que desconocen de este tipo de música, catalogan a sus autores con varios estereotipos y tabúes, lo cual marca un campo negativo y poco aceptado para la difusión de la escena independiente ecuatoriana.

De esta manera trataremos de generar apoyo para la respectiva difusión y conocimiento en los programadores radiales y todas las personas que están inmiscuidas en el ámbito musical, rescatando los valores y principios culturales y artísticos que a causa del bombardeo de música comercial y poco ética que la mayoría de medios radiales transmiten diariamente.

La fundamentación axiológica coopera con el desarrollo individual, ya que la persona que es responsable y aplica valores en su profesión, se observará claramente el desenvolvimiento de una mejor manera en la sociedad, poniendo a consideración, la solidaridad, el cuidado de la integridad y sobre todo el respeto por uno mismo.

### **1.1.4 Ontológica**

Es importante recalcar que la educación que posee una persona no solo parte de los establecimientos educativos, sino también de lo que aprende en el vivir diario y de la manera en que se desenvuelven, ya sea consumiendo su tiempo en internet, plataformas digitales o escuchando música actual y comercial que la mayoría de programaciones radiales transmiten. En relación con esto, decimos que la ontología estudia el mundo derivando conclusiones a partir de las teorías de las ciencias naturales, las cuales según Quine (1953) son nuestras mejores fuentes de conocimiento acerca de cómo es el mundo.

La transmisión de música comercial con contenido no aptos para todo público ya lleva muchos años al aire y cada vez sigue aumentando, lo cual es una problemática para las audiencias ya que consumen dichos contenidos por “popularidad y

actualidad”, mientras que los medios radiales siguen produciendo más contenido musical comercial con el objetivo de ganar más rating y posesionarse en un alto grado de competencia.

### **1.1.5 Fundamentación Legal**

La Ley Orgánica de Comunicación, es el recurso legal en el cual los medios de comunicación fundamentan sus actos, debido a la imposición legal que esta genera en el desarrollo del trabajo comunicacional; es así, que dentro de esta investigación se ha evidenciado las disposiciones legales, estipuladas en varios artículos de dicha norma.

Es importante tomar en consideración el fin mismo de la Ley Orgánica de Comunicación (2019) el mismo que está estipulado en el artículo 1 de dicha normativa, que textualmente dice:

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 (Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de Febrero del 2019).

Este primer e importante artículo estipula básicamente la ratificación de los derechos fundamentales reconocidos en el país, a través de las leyes y reglamentos, en cuanto a los medios de radiodifusión y demás medios.

De acuerdo a lo estipulado en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación, que dice: “Se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva” (Registro Oficial, Suplemento 22 de 25-jun.-2013), es así que se toma en consideración dentro de este tema investigativo; como fuente a dos de las más importantes radios de la ciudad de Latacunga, las cuales son: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga FM, las mismas que son reconocidas como tal.

De acuerdo a lo determinado en el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, vigente en nuestro país que estipula que:

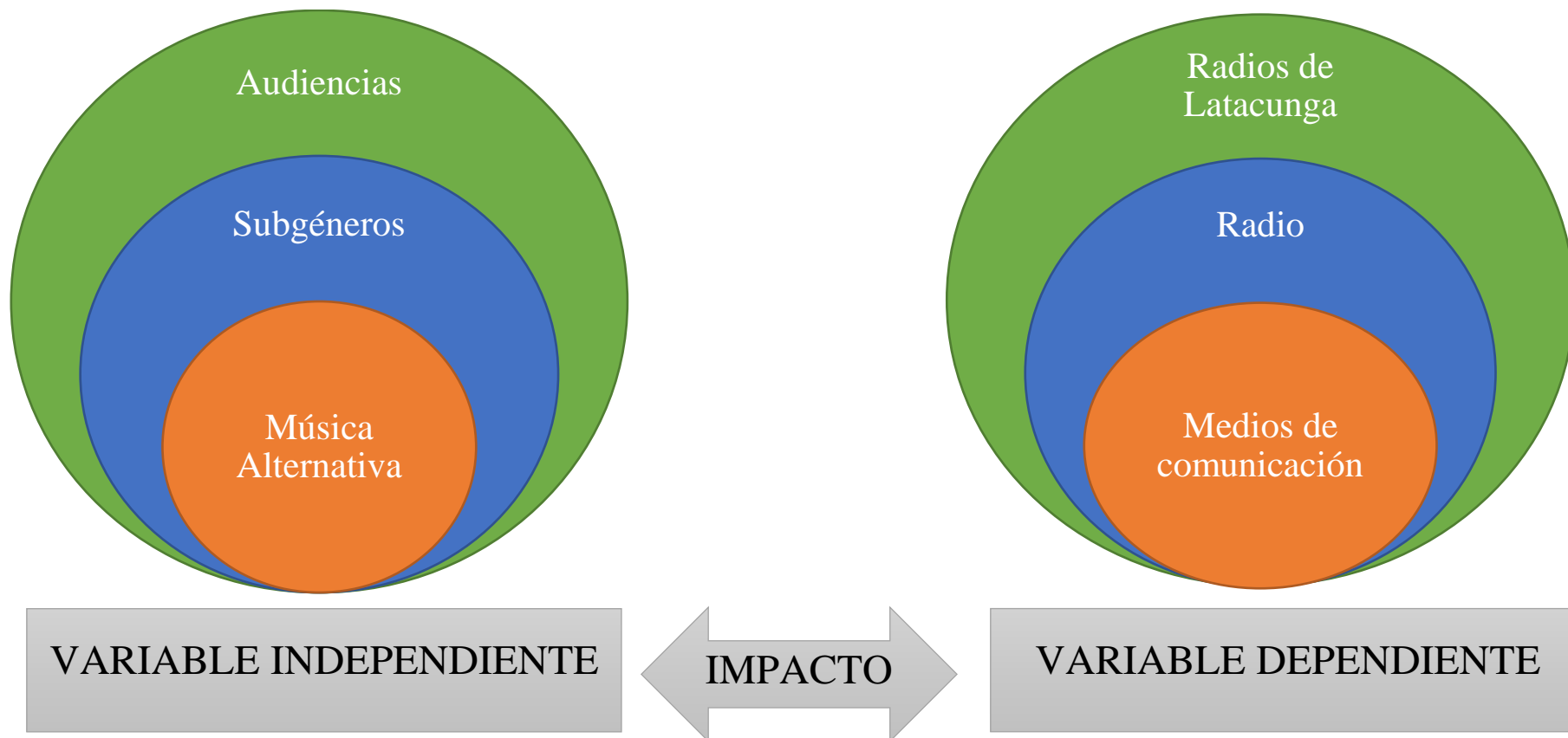
En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora, el espacio destinado a la emisión de música producida, compuesta o ejecutada en el Ecuador, o en el extranjero por intérpretes, compositores o artistas ecuatorianos que residan en el extranjero; así como a la emisión de contenido periodístico de 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 (Registro Oficial, Suplemento 22 de 25-jun.-2013).

En concordancia con lo que determina la Disposición Sexta de la misma norma que dice:

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 (Registro Oficial, Suplemento 22 de 25-jun.-2013).

Es decir, la ley ha previsto lo necesario en función del desarrollo musical ecuatoriano, que los medios de comunicación sean los llamados a difundir a través de las estaciones de radiodifusión y otros medios, disposiciones que no han sido cumplidas por los medios de comunicación, como se ha comprobado en las dos Radios sujetas a estudio que son: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga FM, en las cuales aun cuando tienen una gran audiencia, la difusión de música producida en Ecuador es escasa, y en menor proporción la difusión de música alternativa independiente.

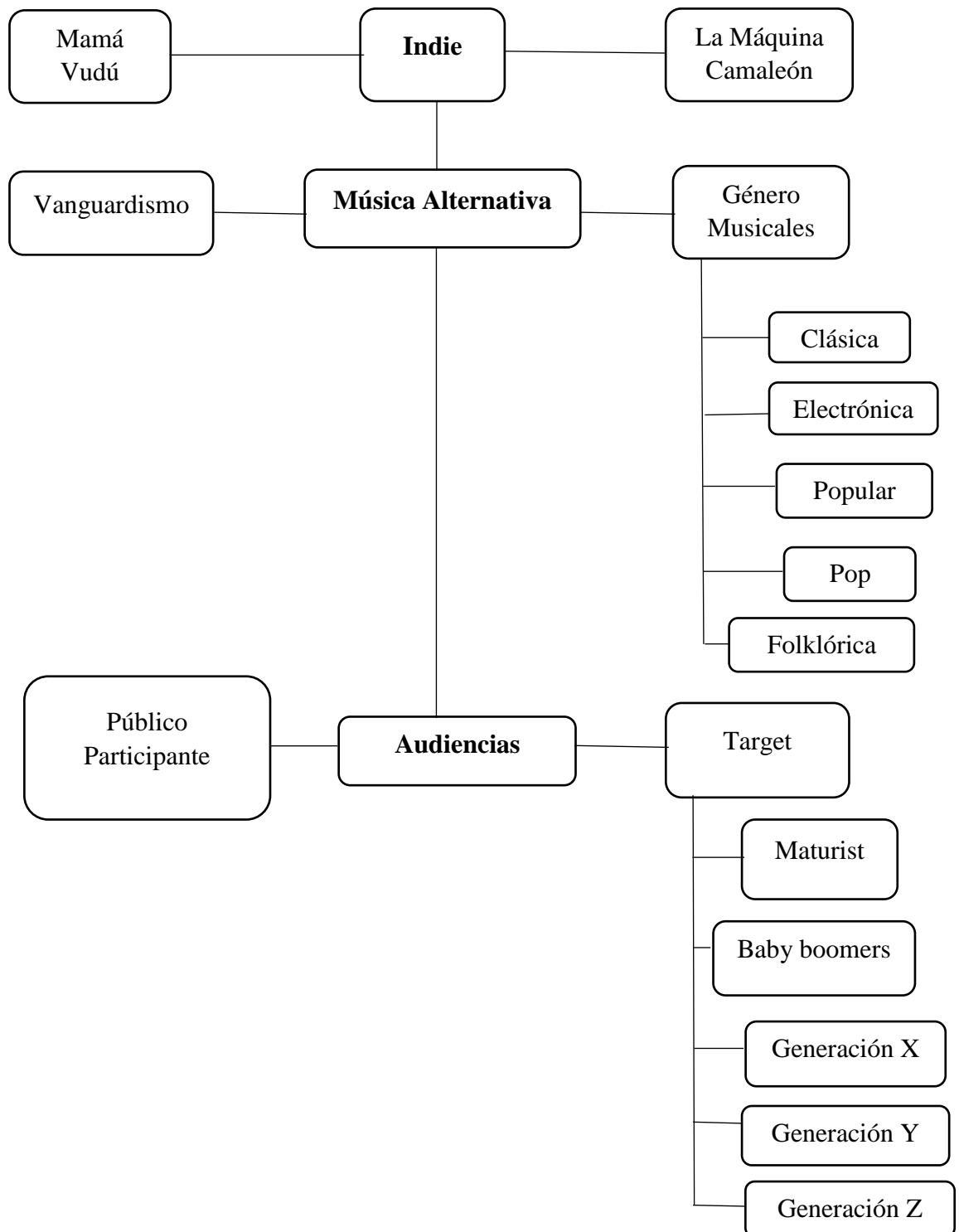
**1.1.6 Categorías Fundamentales:**



**Gráfico N° 1:** Categorías Fundamentales

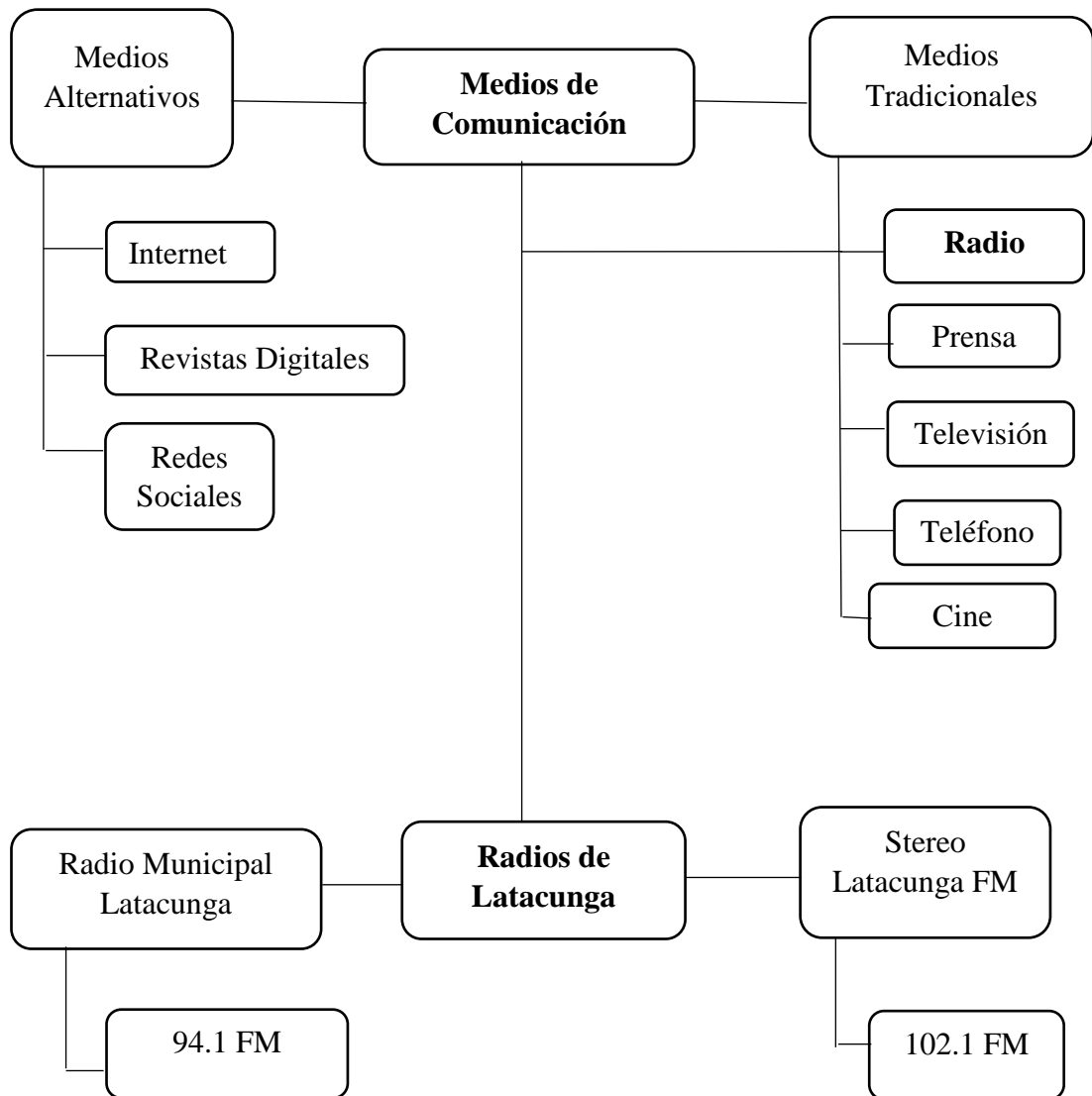
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### 1.1.7 Constelación de la Variable Independiente



**Gráfico N° 2:** Constelación de la Variable Independiente  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### 1.1.8 Constelación de la Variable Dependiente



**Gráfico N° 3:** Constelación de la Variable Dependiente

**Elaborado por:** Garzón (2019)

### **1.1.9 Descripción Conceptual la Variable Independiente**

#### **Música Alternativa**

El término alternativo hace referencia básicamente a todo lo que no es convencional, popular o comercial. Parte de expresiones que no son absolutas, al contrario, son netamente experimentales con tintes originales. Es así que las bandas y artistas nacientes en los años 80's y 90's se enfocaron específicamente en crear propuestas diferentes y alternativas a lo denominado "común". A partir de dichas propuestas aparecen sub géneros de la música alternativa que se derivan del rock tradicional, ritmos electrónicos y tendencias rap o hip hop como: Rock, Grunge, Reggae, Ska, Metal e Indie. "Lo alternativo no necesariamente cuenta con rasgos diferenciadores que la conviertan en un estilo único y reconocible, sino que agrupa gran número de géneros musicales que se alejan de la industria de la música comercial" (Bernal, Carreño, Solórzano, & Morett, 2017, p. 16).

Oficialmente, su origen se coloca en Estados Unidos, con la propagación de la "Movida Undergroud", es decir la que va "por lo bajo", que se opone a todo lo establecido por el sistema de la época y buscaba llegar a cierto tipo de audiencias personalizables en pequeños lugares o bares, lejos de los grandes escenarios.

La música alternativa empezó a comercializarse sin que los artistas y bandas se lo propongan. La palabra "alternativo" se convirtió en un adjetivo frecuentemente que las compañías empezaron a usar para promocionar varios estilos musicales emergentes de la época. A pesar de todo, varios artistas lograron mantener cierta independencia creativa en cuanto a la composición musical y difusión de sus canciones. A causa de esto, permitió la reaparición de un término íntimamente relacionado denominado "Indie".

#### **Indie**

Se considera un sub género de la música alternativa o rock alternativo, básicamente el término "Indie", se deriva de la palabra "independiente". Es decir, se enfoca en lo autoproducido y autogestionado por parte del trabajo de los músicos y bandas Indie nacionales e internacionales. "Se considera bajo esta categoría, asumiendo el significado extendido del término "independiente", a las obras producidas por sellos musicales pequeños o microsellos nacionales, cuyos dueños –productores o incluso

músicos– cuentan con sus propios recursos para financiarlos” (Lamacchia, 2016, p. 9).

Esta característica quedó ya estigmatizada en que el género es sinónimo de producción no profesional o también llamado “LO-FI” que es básicamente una característica estética y especial en donde se enfoca el uso de medios de grabación con baja calidad. Todo esto con el objetivo de obtener como resultado de post producción un sonido auténtico. Los músicos Indie no tienen ningún tipo de límites estéticos al momento de componer sus canciones, respetan los estilos y modas del momento y el tipo de música que la gente quiere escuchar.

Conjuntamente, QUIÑA (2014), explica que existen múltiples categorías del fenómeno “música independiente”, el cual ha generado gran interés en el campo de las ciencias sociales y la cultura en varios lugares del mundo. “Por ello, para elaborar una definición adecuada, el término ‘independiente’ debe considerarse como categoría que se va construyendo socialmente de acuerdo a los actores y a las relaciones de poder que se establecen dentro del campo musical” (Lamacchia, 2016, p.99).

### **La máquina Camaleön**

Es una banda ecuatoriana formada en la ciudad de Quito en el año 2012. Su música encaja en el género Indie, pero con tintes Rock y Pop platónico en cada una de sus canciones. Felipe Lizarzaburu (vocalista y pianista de la banda) inició este proyecto como solista componiendo temas inéditos en Argentina, Buenos Aires, para después tomar el nombre artístico de “El Camaleön”: un tipo joven, flaco, rubio y de lentes gruesos. Conjuntamente con músicos capitalinos establecieron como “La máquina Camaleön” al nombre definitivo de la banda.

Ortiz (2014) al referirse sobre las ideas y pensamientos que expresa el vocalista de la banda mencionó que:

La emoción sigue cuando logras captar la esencia de las letras. Comprendes que no son literales y sientes curiosidad al escuchar términos como amuleto, alas, aire, imperceptibles, existencia, sueños, irradiar (...) palabras místicas que te transportan a un mundo ocultista y desconocido (Echevería Ortiz, 2014).



Catalogada como una de las mejores bandas de los últimos años y con un sin número de fans que incrementan cada día más, “LMC” lleva una reconocida trayectoria musical cumpliendo sus metas y cosechando éxitos dentro y fuera del país. Sus más grandes presentaciones han sido en festivales internacionales como Lollapalooza Argentina, Estéreo Picnic Colombia y nacionales como Quito Fest y FunkaFest; logrando compartir escenario con bandas de renombre como GORILLAZ (Londres), Mac Demarco (Canadá), Aterciopelados (Colombia), Crystal Castles (Canadá), entre otros. “No es una metáfora, la agrupación presentó su disco ‘Roja’ (2014), Amarilla (2017) y ya prepara ‘Azul’, su tercer disco” (El Telégrafo, 2018).

La originalidad de sus shows en vivo, su puesta en escena y el carisma de su frontman, crean la mezcla perfecta de un fuerte magnetismo y cercanía que existe con su público.

### **Mamá Vudú**

Considerada como una de las bandas ecuatorianas de culto en la escena underground independiente más enigmáticas y representativas del género Indie rock nacional. “El nombre de la banda se nos ocurrió buscando un término que se entienda en diferentes idiomas y que tenga alguna connotación étnica, que tenga un sonido fuerte y a la vez se entienda universalmente” (ExpresarteEC, 2014).

A inicios de los años 90 en nuestro país, cuando la vida quedaba registrada en cintas de video para filmadoras, la música se distribuía y se escuchaba en cassettes, los skaters abundaban en los parques y el rock era visto con desconfianza, tres jóvenes imbuidos de rock alternativo (Edgar Castellanos, Roger Ycaza y Álvaro Ruiz) se reunieron para tocar y crear un sonido característico y representativo. Es ahí cuando nace Mamá Vudú, una banda Ambato-quiteña considerada por sus fans como “la mamá de las bandas”.

Con una alineación fija y con muchas ganas de expresar sus ideas y pensamientos mediante la música, en 1998 graban un E.P. titulado “Estación Polar” el cual consigue acercamientos al sonido lo-fi. En 1999 entran a estudio para grabar un nuevo disco denominado “Luna Lombriz”, un trabajo clásico que los lleva a participar en diferentes programas radiales independientes del Ecuador y tocar en el antiguo y conocido Festival Rock en el volcán Pululahua junto a bandas importantes

como: La Ley, Lucybell (Chile) y Babasónicos (Argentina). “Creo que es muy importante que sigan creciendo estos lugares donde la gente pueda acudir a eventos masivos donde hay muchas propuestas musicales” (Vudú, 2011).

Varios años después y con 7 discos ya grabados, varias bandas nacionales e internacionales deciden hacer tributo a Mamá Vudú mediante la grabación de sus mejores temas en el formato de covers al estilo de cada banda como los panameños “Cienfue”.

El último y exitoso trabajo en homenaje a la banda, fue la realización de un documental llamado “Estación Polar” a cargo del director y realizador audiovisual David Holguín, en el cual demuestra toda la historia de la banda de principio a fin y cómo era la gestión independiente de música en el Quito de los años 90. “Siempre sentí necesidad de contar su historia porque desde sus inicios los sentí muy honestos, sin pretensiones y con ánimos de darle la mano a otras bandas que crecían en esa época junto a ellos o detrás de ellos”(Holguín, 2017).

Gracias a esto y muchas cosas más realizadas por la banda, Mamá Vudú se convirtió en un icono del movimiento independiente, siendo los pioneros en crear mecanismos y estrategias para crear, gestionar, difundir y apoyar la música alternativa independiente en Ecuador.

### **Vanguardismo**

El término vanguardia o “avant-garde”, ha sido uno de los más utilizados para el desarrollo del arte en el siglo XX. Se caracterizó por tener un carácter fundamentalmente experimental, innovador y crítico, que transformó profundamente el arte y las ideas innovadoras que engloban este término. La vanguardia es de origen medieval y se usaba en el lenguaje militar representando a la parte más adelantada de un ejército.

A los movimientos artísticos y literarios del siglo XX, surgidos a la par en Europa y Latinoamérica se las denominan vanguardias artísticas. Su propuesta rupturista fue tan radical que más de un siglo después siguen siendo el paradigma del arte de vanguardia, convirtiéndose así en un nuevo fenómeno con respecto a otros periodos de la historia y comprender el arte de nuestra época en las cuales surgen nuevas expresiones como: arquitectura de vanguardia, música de vanguardia, literatura de

vanguardia, cine de vanguardia, entre otros. “Las características fundamentales del vanguardismo fueron su ímpetu renovador y su decidido rechazo al pasado” (Pöppel & Gomes, 2008, p. 197).

En Ecuador se han realizado y se realizan encuentros de compositores de vanguardia, festivales de música, charlas informativas y demás eventos, con el objetivo de dar a conocer lo más representativo de la música, el deporte, el arte al aire libre y en los últimos años el arte actual, en la cual personas de toda edad (especialmente la juventud), participa y aporta positivamente en los procesos de crecimiento cultural, generando una nueva conciencia de política de juventud sensible con su ciudad, administración, artistas y cultura urbana.

Schwartz (2002), en su libro “Las vanguardias latinoamericanas” expone: “una parafernalia de artefactos mecánicos inunda el paisaje utópico de la vanguardia. Es el tránsito de la naturaleza hacia el universo de la cultura, mediatizada por la tecnología moderna” (Schwartz, 2002, p. 87). Sin duda, cada vez más se evidencian en muchos países, festivales de música vanguardista con tecnología de punta, lo cual es la puerta para dar campo al éxito a diferentes bandas emergentes.

El tradicional y nacional festival de música de vanguardia “Festival FFF”, es el máximo exponte de arte vanguardista que se realiza anualmente en la ciudad de Ambato. Contando ya con 15 exitosas ediciones, el Festivalfff sigue dando la oportunidad a niños, jóvenes y adultos para participar y demostrar al público su arte en toda su plenitud. León Vélez, integrante de la agrupación colombiana “Providencia”, aclara:

El festival FFF representa una vitrina donde la música alternativa y de vanguardia tiene un espacio digno y multicultural para ser mostrada. Representa la oportunidad para muchos músicos ecuatorianos y latinoamericanos de contarle a todo el país y el mundo que andan haciendo por medio de la música (Vélez, 2010).

Colectivamente, Pablo Rodríguez (2016), Comunicador Social y Periodista especializado en Música argumenta:

El espacio que se abre en este festival se ubica como uno de los más imprescindibles para la difusión y puesta en escena de la música independiente que se hace en Ecuador. Es elemental prestar el apoyo necesario a este encuentro cultural, sobre todo en un medio donde nadie reconoce la valía de la música independiente ecuatoriana, al punto de oponerse a la ley del 1×1 en una posición manifestada tanto

en medios masivos de contenidos simples e inclusive en respetadas voces de la radio (Rodríguez, 2016)

Por lo tanto, este y otros eventos masivos que exponen el arte vanguardista, vienen a ser un nexo entre la propuesta musical independiente y el público, lo cual lo ubica como una herramienta especializada para medir la validez de las propuestas musicales ecuatorianas entre su público objetivo, por lo cual, es imprescindible la participación de varios artistas nacionales para establecer parámetros culturales locales que devengan en la configuración de la cultura ecuatoriana.

### **Género Musical**

La música ha sido considerada como el lenguaje universal de cualquier cultura y también reconocida como una expresión artística de la sociedad. Mediante la fusión de sonidos, melodías, ritmos e incluso letras, las personas generamos comunicación.

Los géneros musicales son básicamente términos que sirven para distinguir y clasificar el tipo de música. Para Miranda (2018), aclara “la música debería clasificarse de acuerdo a su estructura, a sus características basadas en la armonía, melodía y ritmo, el no hacerlo nos llevaría a las polémicas antes descritas, y deberíamos dejar atrás la parte social”.

La música es sinónimo de libertad y cualquier persona tiene el derecho de crear y componer canciones a su gusto y manera de ver el mundo. Para crear música no existe ningún tipo de barreras ni limitaciones, los géneros musicales son y serán infinitos. “Si, a pesar de todo, los géneros musicales del Barroco parecen tan fáciles de determinar, es debido a su relación directa con la función que tenían asignada religiosa, teatral, divertimento, etc.” (Denizeau, 2005, p. 70).

Es desconocido el origen de la música, ya que desde la aparición del ser humano, no existían aun instrumentos musicales para interpretarla, quizás solo la voz humana misma o la percusión corporal, pero aun así no existe algún rastro arqueológico que lo demuestre.

El interés y curiosidad por fabricar nuevos instrumentos musicales y componer nuevas canciones, generó el incremento de artistas y compositores que eran y siguen siendo admirados por la sociedad. Existen varios escritos sobre música y su aparición, entre los cuales está “Breve historia de la música” publicado por López

(2011) que manifiesta: “Los siglos nos han dejado una enorme cantidad de documentos donde se plasma cómo se escribían los sonidos en cada época, aquello que normalmente conocemos como partitura, o con más exactitud, como notación”.

Durante el siglo XX, la radio era el mejor medio masivo por el cual la música era difundida a nivel gigantesco:

Si hay algo palpable en la música del siglo XX en su variedad estilística, algo que se antoja coherente con una sociedad que carece de una visión unitaria del mundo, donde las comunicaciones y la transmisión de información crecen año tras año, decenio tras decenio, de una manera exponencial (López, 2011, p. 247).

Actualmente, se han registrado más de 2.500 géneros y estilos musicales en el mundo. Gracias a la imparable tecnología y por medio de plataformas musicales digitales como: Spotify, Bandcamp, YouTube, Deezer, Soundcloud y muchos más, podemos descubrir, ver y escuchar nuevos géneros musicales cualquier día, en cualquier momento y en cualquier lugar. “Los estilos se suceden y conviven, lo cual provoca que haya autores difíciles de encuadrar, o con unas características estilísticas muy personales” (López, 2011, p. 247).

En efecto, no hay que olvidar que casi toda producción musical era, en primera instancia, el resultado de un encargo, cosa que implicaba que el compositor debía plegarse a las expectativas de un público, a las circunstancias de una ceremonia, a la composición de una orquesta u otros requisitos (Denizeau, 2005, p. 70).

## **Música Clásica**

Apreciada por muchos como música culta y de un ambiente formal o refinado, la música clásica será catalogada por mucho tiempo como una expresión de lo bello mediante los sonidos.

Algunos de los mejores y excepcionales compositores de música clásica fueron: Wolfgang Amadeus Mozart, Johann Sebastian Bach, Johannes Brahms, Tchaikovsky, Ludwig van Beethoven, entre otros magníficos artistas, marcaron la primicia de la música. Para Downs (1998) en su libro “la música clásica” señala “Se consideraba artista como un hombre especialmente dotado para un arte en particular, quien, con aplicación y estudio, podía refinarse y pulirse” (Downs, 1998, p. 27).

La música clásica fue, es y será el género más respetado y mejor percibido por el oído. Será siempre la base de los géneros musicales ya existentes y para la creación

de los nuevos ritmos que a futuro nacerán. “la música clásica es de escuela, pero no por eso aburrida o solo para cierto tipo de público” (Jiménez, 2017).

### **Música Popular**

Comprende una serie extensa de géneros musicales que resultan atractivos para el público masivo y que generalmente son producidos y distribuidos a través de la industria musical.

La música popular posee un amplio carácter internacional basado en el lugar, época y significado específico que cada población construye, obviamente esto depende mucho de la región o pueblo en el que nos situemos. Para muchos países, especialmente en las regiones rurales, la música popular es aquella que se transmite de generación en generación como parte de una herencia cultural.

Bartók (1997), en su libro “Escritos sobre música popular” señala que “la música popular enseña la esencialidad de la expresión, es decir, y en sustancia, justamente aquello que nosotros buscábamos, después de la prolija expansividad de la época romántica” (Bartók, 1997, p. 16). Es decir, la música popular proviene desde muchas épocas atrás y conformemente ha ido transcurriendo el tiempo, dicho género musical se ha expandido y ha ido tomando mayor identidad por parte de cada pueblo.

Para Cripps (2001), “La música popular del siglo XX” aclara que “los cantos de trabajo y los espirituales música de los esclavos resultaron de la fusión de las ideas musicales africanas y europeas. Más tarde, esta mezcla dio lugar al jazz y a la música popular del siglo XX” (Cripps, 2001, p. 11). Dicho escrito es una introducción al conocimiento de las principales formas y estilos de la música popular del siglo XX, en el cual se analiza un determinado grupo de estilos musicales relacionados entre sí, estudiando su evolución, entorno social, características musicales distintivas y técnicas principales de la música popular.

Actualmente, y en plena nueva era musical, la tecnología es de mucha importancia para colaborar con el mundo musical. Las personas fácilmente revisan las redes sociales de mayor popularidad como Facebook, Instagram o YouTube para tener conocimiento de los artistas clásicos o de actualidad, ya que por medio de los típicos “views” o vistos, se mide automáticamente el éxito de cada artista.

Sandra Pino Bacca, escritora del medio de información digital “El Espectador”, comenta:

La música popular viene del campo, del sentir de la gente que se identifica con las letras de despecho. Es una armoniosa mezcla de ritmos como rancheras, corridos y huapangos provenientes de México; pasillos y valsos de Ecuador, y sambas de Brasil. Como también incluye elementos cercanos a tangos, pasillos y valsos de Argentina (Pino Bacca, 2018).

Esto ha proporcionado a los artistas de la música popular una plataforma sólida para su desarrollo. “Hay música popular para todos los gustos, colores y preferencias, y se puede asegurar que este género se canta a todo pulmón” (Pino Bacca, 2018).

### **Música Folklórica**

La palabra “folclor” o “folklóre” hace referencia al conjunto de creencias, costumbres y tradiciones que realiza un pueblo. Mediante la música folklórica, las personas representan su cultura con la danza tradicional, incluyendo instrumentos musicales andinos propios de su cultura y también la vestimenta.

Para entender de qué se trata la música folklórica, es necesario realizar un pequeño análisis sobre lo que significa “folklóre”. La palabra Folklore proviene de la unión de dos términos: “Folk” que significa “pueblo” y “Lore” que quiere decir “conocimiento, sabiduría”. Literalmente “Sabiduría del Pueblo” (William, 1964, p. 23).

El folklore de un pueblo es sumamente importante para entender la forma en la que éste vive, conocer su historia, y saber cómo fue surgiendo la estructura social que hoy podemos conocer.

Una relación entre los folklorólogos es su impactante concepción de la cultura popular frente a la modernización de la sociedad. Carlos Miñana Blasco, profesor de la Universidad Nacional de Colombia, menciona en su escrito “Entre el folklore y la etnomusicología”

Se están acabando las tradiciones bajo la locomotora implacable del progreso, por eso hay que recogerlas, fotografiarlas, filmarlas, y grabarlas. La cultura popular tradicional no es actual, es una “supervivencia” del pasado, una especie de fósil viviente que hay que proteger y exhibir en esos “zoológicos culturales” que son los festivales folklóricos, los museos y los centros de documentación (Blasco, 2000, p. 2).

Blasco (2000, p. 3), argumenta también que “los proyectos folkloristas se ligan desde un comienzo a proyectos nacionalistas. En el folklore, en ese pasado idealizado, embalsamado y consagrado por la autoridad del folklorista, está la esencia de la identidad nacional”.

Ecuador ha sido uno de los principales países de Latinoamérica que se ha enfocado en difundir su cultura a nivel internacional. Nuestro folklóre, costumbres y tradiciones han sido puntos específicos para fomentar el turismo e incrementar inspiración en músicos folklóricos que desean difundir su arte.

Luz Irene Lozano, estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana (Sede Cuenca) mediante su trabajo investigativo “La importancia de la música folklórica y su difusión en las radios cuencanas, a partir de la nueva ley de comunicación”, comenta:

En la actualidad estos aspectos culturales se han ido perdiendo por su poca valorización y escasa difusión, en todos los medios de comunicación sus protagonistas han afrontado problemas económicos, y la falta de apoyo de las entidades gubernamentales ante esta realidad (Lozano, 2016, p. 14).

Cabrera (2015) citado por Lozano (2016), también cita en su escrito al director musical de la agrupación folklórica “ÑukanchiRimay”, en el que comenta:

Como músicos la tarea no es fácil, ya que se encuentran trabas en el camino, por ejemplo, no tener los suficientes recursos económicos para la producción musical y discográfica independiente. Frente a estas problemáticas, los músicos independientes buscan las herramientas necesarias para darse a conocer y luchar por sus derechos como entes culturales y civiles (Cabrera, 2015).

De todas maneras, es importante apreciar lo nuestro, lo propio de cada rincón de nuestro país, pero también es necesario comprender de dónde venimos, para saber hacia dónde vamos.

## **Música Pop**

Explicar un género musical masivo como es el Pop sin mencionar a grandes representantes y exponentes como Michael Jackson, Madonna, BackstreetBoys, SpiceGirls, entre muchos más, es imposible. La definición del término Pop se establece en un cierto tipo de música ligera y popular. A partir de la década de 1950 en Estados Unidos y Reino Unido, la música pop se ha encasillado en un género distinto y destinado a un mercado joven, caracterizado también como una alternativa suave al Rock and Roll.



La música pop en sus inicios, se inspiró en la balada sentimental, el góspel y el soul para tomar su forma y armonía vocal. El jazz y el rock para especificar su instrumentación y al hip hop, dance y música electrónica para definir su tempo y acompañamiento en general. Sus orígenes de creación se remontan al siglo XIX, pero no fue hasta el siglo XX para convertirse en una realidad de consumo musical, desarrollando todo su potencial mediante la industria discográfica.

Noemí Fernández, mediante la plataforma digital de música y farándula “Los 40”, comenta:

Aunque todo en este mundo tiene una evolución, siempre hay un punto de inflexión que origina el cambio. Ese momento en la historia de la música pop son los últimos años de la década de los 50. Dentro de un universo musical liderado por el rock and roll surge este nuevo estilo musical más comercial y accesible al público general. Y es que, el término pop no es nada menos que la forma breve de decir popular music (Fernández, 2019).

Catalogar como máximo exponente de la música pop, es sin duda nombrar a Michael Jackson, considerado como “El rey del Pop”. En este momento, el pop vive una segunda revolución gracias a nuevas y novedosas tecnologías e instrumentos musicales digitales que crean nuevos sonidos y dan lugar a hitos musicales como “Thriller”.

Rodríguez (2002, p.86), en su tesis doctoral “El futuro ya está aquí’ música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985” expone que “el desarrollo de la música pop está ligado desde sus orígenes a la radio. En los inicios de la música grabada, era a través de la radio y como los discos llegaban a la gente”.

Para aquella época dorada en donde las radios estaban infestadas de pop y rock, las familias acostumbraban a reunirse para escuchar música juntos, lo que mediatizaba el tipo de música que las emisoras se atrevían a radiar. “Para ser popular un disco tenía que trascender las diferencias entre oyentes: tenía que dirigirse a todas las edades y clases y razas y regiones, a ambos sexos, a todos los estados de ánimo y culturas y valores” (Frith, 1981, p. 32).

Es así como nació el Pop, considerado actualmente como un género musical globalizado, expresando canciones desenfrenadas, con amor juvenil en la premisa de

sus letras y con una estructura verso-estribillo que se repite para llevarse todo el protagonismo.

### **Música Electrónica**

A diferencia de otros géneros musicales, este tipo de música tan particular es compuesta mediante instrumentos electrónicos como: sintetizadores, samplers, pads y diferentes mecanismos electromecánicos que poseen tecnología antigua y actual.

El “fonoautógrafo”, invención y patente del francés Léon Scott en 1857, fue el primer dispositivo en grabar un sonido electrónico. Este extraño aparato era considerado como una curiosidad de laboratorio para el estudio de la acústica y usado para determinar la frecuencia de un tono musical y también para estudiar el sonido y el habla. Posteriormente, en el año 2008, estudiosos de la historia del sonido lograron reproducir por primera vez el sonido grabado por un fonoautógrafo, la cual resultó ser una grabación de 10 segundos de alguien cantando la canción popular francesa “Au clair de la lune”.

Mucha gente considera como “ruido” a la música electrónica, pero en realidad no lo es. Una forma muy conocida y popular de reconocer este género, es mediante el uso de sintetizadores electrónicos, interpretando temas de grandes compositores clásicos como Bach, Ravel o Debussy. El escritor mexicano Juan Arturo Brennan, mediante su libro “Cómo acercarse a la música” argumenta “Estos experimentos son muy interesantes, pero de ninguna manera deben sustituir a las versiones originales de la música” (Brennan, 1992, p. 32).

Actualmente, las siglas “DJ” que significa “Disc jockey”, es el principal creador, productor o generador de música electrónica gracias a la imparable evolución de la tecnología y sus novedosos softwares para poder componer temas electrónicos de vanguardia. DJ’s y productores musicales de elite como: Tiësto, Skrillex, Deadmau5 y David Guetta, son considerados como los mejores exponentes de este género musical mediante productoras musicales comerciales y obviamente su público oyente.

Javier Blánquez y Omar León, escritores del libro “Loops 1”, considerado como “la biblia de la música electrónica”, argumentan:

Se ha dicho, y se sigue diciendo, que la música electrónica es la música del futuro. La idea de la música generada a partir de medios no naturales, con instrumentos que se sirven de fuentes de energía no humanas, pues, en muchos sectores todavía es un misterio, una entidad que cuesta comprender y, por supuesto, compartir” (Blánquez & León, 2018, p. 4).

La música electrónica ha llegado a tener gran acogida y popularidad por sus seguidores a nivel mundial en los últimos 30 años y sigue siendo cada vez más uno de los géneros musicales más solicitados en la actualidad. “La música electrónica es la música de nuestro tiempo presente porque, se mire por donde se mire, está en todas partes” (Blánquez & León, 2018, p. 6).

En fin, la música electrónica es considerada actualmente como la nueva forma de hacer música.

### **Audiencias**

Toda persona que interactúe con algún medio de comunicación, al igual que los espectadores de un evento social, se la denomina audiencia. Se las puede clasificar en variables específicas como edad, sexo, nivel socioeconómico, entre otras, para poder determinar el nivel de audiencia.

Al hablar de “audiencia real” nos referimos al número de personas que siguen un programa radial, televisivo u evento social. Mediante este número de personas podemos definir un índice de audiencia, el cual es el porcentaje que podría tener ese programa comunicativo u evento social. Por otra parte, los escritores Miguel de Aguilera, Joan E. Adell y Ana Sedeño, en la publicación de su libro “Comunicación y música II. Tecnología y audiencias”, definen “las audiencias, su calidad, su actividad o pasividad, están, aunque de forma elidida, en el centro de las controversias sobre el valor de la música popular”. (Aguilera, Adell, & Sedeño, 2008, p. 111).

Otra definición interesante a cargo del profesor Jon Murelaga Ibarra, profesor de la Universidad del país Vasco – EuskalHerrikoUnibertsitatea (UPV-EHU) define a las audiencias como “el conjunto de individuos que forman parte de un colectivo que por unas circunstancias similares reciben un estímulo (entretenimiento, información o educación) por medio de un canal (por ejemplo, la radio) dentro de un contexto y tiempo determinados” (Ibarra, 2008).

## **Público Participante**

Entre los años 1940 y 1977, la participación de los radioescuchas en los programas de radio era solamente divulgativa y lúdica. Las voces del público participativo sólo estaban presentes en programas referentes a la denominada "radio de evasión". La radio, con el pasar del tiempo, parecería estar convirtiéndose en uno de los medios masivos más olvidados en el mundo audiovisual. Sin embargo, se mantiene viva y sigue siendo un medio de gran competencia como la televisión o internet en determinados momentos del día.

Martínez & Herrera (2007, p. 30), docentes de la Universidad de Navarra aseguran que “la participación directa de los oyentes en los programas de radio hace posible que los oyentes intervengan en el contenido de los programas de radio”. Desde la intervención de las llamadas telefónicas con los programas radiales en vivo, la participación de los radioescuchas se hizo mucho más eficiente hasta la actualidad, ya sea para dar opiniones del tema del día, denunciar algún tipo de problema social en la comunidad o simplemente llamar a pedir una canción favorita. El uso del teléfono se generalizó a finales de los años setenta, previamente se lo usaba de manera residual.

A finales de esa década, con la llegada de las libertades informativas, cuando la radio experimentó una importante transformación que afectó también a la participación de los oyentes. De manera progresiva, éstos fueron siendo interpelados no sólo para consultar una información o participar en un concurso, sino también para opinar e interpretar sobre la realidad (Martínez & Herrera, 2007, p. 31).

El público participante, radio escuchas y las audiencias en general, son un pilar fundamental para mantener viva una emisora de radio mediante programas dinámicos con contenido informativo, educativo y cultural. Según Ortiz & Cuesta (2003, p.30), “la evolución de la sociedad hace que se adapten también las estructuras de algunas emisoras, ancladas todavía en unos modelos tradicionales de producción que resultan incompatibles en la actualidad”.

Las preferencias musicales van cambiando o aumentando según los gustos de los radioescuchas. La globalización no se detiene y esto afecta en gran medida a las audiencias, ya que a corto o a largo plazo, el oyente radial puede surgir cambios preferenciales. Según Soengas (2013, p.8), “la nueva radio tiene como principal

objetivo adecuarse a las necesidades y exigencias de una sociedad en constante cambio”.

### **Target**

La palabra inglesa “target”, hace referencia al objetivo, destinatario o básicamente se refiere al “público objetivo” al que pretende llegar un servicio o un producto con sus correspondientes campañas de difusión y las acciones de una empresa.

El target se emplea a menudo en áreas como el marketing y la publicidad, ya que, por ser una construcción ideal, se desarrolla mediante los estudios de mercado. En ocasiones, captar las demandas de los clientes de un negocio es la mejor manera de identificación del target.

En este caso, al ser una investigación enfocada en la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana a través de medios radiales, el target o público objetivo serían los radioescuchas y las audiencias de este género musical.

José Eduardo Simón Onieva, mediante su tesis doctoral titulada “Gabinetes de comunicación universitarios y redes sociales. Estudio del uso de redes sociales por las universidades públicas andaluzas” aclara “cuando hablamos de ‘delimitar nuestro target’, nos estamos refiriendo a ‘delimitar nuestros públicos objetivos’. Este punto es muy importante, ya que identificar el tipo de usuarios que acceden a nuestra cuenta de las redes sociales, es fundamental” (Onieva, 2016, p. 235).

A partir de la creación de las redes sociales y su uso masivo a nivel mundial, las empresas han utilizado este medio digital para tener mayor acceso y conectividad con su público objetivo y así llegar a un mayor posicionamiento en el mercado. “hay que conocerlo para adaptar los mensajes que se incluyen en la página y huir de los envíos masivos, que pueden no interesar a la mayoría de nuestros seguidores” (Onieva, 2016, p. 235).

Existen tres etapas para determinar nuestro target en las que Rodríguez (2012, p.124-125) establece:

Ira Fase: Segmentación del mercado. - Agrupar a los seguidores en grupos, en perfiles y evaluando “la importancia de cada uno de ellos”.

2da Fase: Escoger los segmentos que más se ajusten a los potenciales usuarios.

3ra Fase: Posicionamiento en el mercado. - Referente a los productos y de “posicionamientos en el mercado”.

La radio ofrece un mercado potencial muy amplio que tiene frecuencias aceptables en relación a una parte de ese mismo mercado. Para Figueroa (1999, p. 200), aclara que “si el publicista presta sus servicios para la radio, debe recordar que la emisora casi siempre cuida que el anunciante se convenza por los resultados y no por las apreciaciones subjetivas que recibe del vendedor o creativo”. Por eso, se programan cuñas radiales entre canción y canción o también anuncios en las películas antes de ser proyectadas.

El contenido, producto o publicidad debe ser entretenido y divertido, o bien oportuno, llamativo, para que llame la atención del público objetivo, ya que, los medios de comunicación son netamente los soportes de los anunciantes de mensajes. “Por eso, un anuncio ‘agradable’, o ‘simpático’ o ‘deslumbrante’ es, por regla general, más efectivo que un simple extracto de información” (Conde, 2007, p. 66).

### **Generación Maturist**

Denominada también como la “generación silenciosa”, se refiere a las personas nacidas entre los años 1925 y 1945, las cuales fueron y son catalogadas como gente con ideas fijas, disciplinadas y cautelosas, en donde no dependían de la tecnología para su vivir cotidiano y mantenían compromisos de por vida, tanto amorosos como laborales. Originalmente se aplicó este nombre a las personas nacidas en Norteamérica y posteriormente a quienes nacieron en Europa, Australia y América del sur.

Varias características interesantes destacan a esta generación, entre las cuales podemos decir que las personas incluyentes de esta, fueron educados para agradar a la gente, obedecer las ordenes de lo que otras personas habían decidido. La familia, la escuela, la iglesia, entre otras, ejercieron férreo un fuerte control sobre la vida de cada individuo. Otro aspecto característico, es que la mujer era devaluada socialmente y el hombre sobrevalorado.

En el año 1951, la revista estadounidense “Time” definió a la generación silenciosa de la siguiente manera: “La juventud de hoy en día está a la espera de que la suerte les toque el hombro, mientras tanto trabajan bastante duro y sin decir casi nada. El hecho más sorprendente de la generación más joven es su silencio. Con algunas raras excepciones, la juventud no está cerca de la tribuna pública. En comparación con la ‘juventud enardecida’ de sus padres y madres, la generación más joven es una pequeña llama. No emite manifiestos, no hace discursos ni lleva carteles”.

Básicamente esta generación está conformada por aquellas personas que nacieron y crecieron durante la Segunda Guerra Mundial, exponiéndose a un comportamiento netamente sobrio y estricto tras el surgimiento de una gran crisis económica mundial durante la década de 1930, conocida específicamente como “La gran depresión”. Molano (2014), aclara que “estos hechos enmarcaron el crecimiento y consolidación de un modelo de vida donde se valoraba el trabajo en equipo y el sacrificio para alcanzar las metas, mientras reinaba la austeridad y el silencio”.

Los medios de comunicación tradicionales como los periódicos impresos, los noticieros radiales y el teléfono, determinaban la relación entre la tecnología de aquella época y sus mismos usuarios, bajo el clásico sistema de comunicación “emisor-mensaje-receptor”.

Aprendieron a callar, atender la autoridad y trabajar para obtener resultados, son nuestros abuelos y aunque no tienen el mayor índice de alfabetismo y apropiación digital, las investigaciones y desarrollos en ciencia y tecnología de su época son las bases de nuestra sociedad digital (Molano, 2014).

### **Generación Baby Boomers**

Conocida también como “Baby boom” o generación plateada, se encasilla entre los años 1946 y 1960, periodo de tiempo en el que se produce un incremento notable de natalidad, especialmente en los países anglosajones como Canadá, Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda. La mayoría de estudios sociológicos describen a esta generación en términos generales como: valorar a la familia, el esfuerzo individual, las tradiciones de cada pueblo y familia y la independencia económica. Los integrantes de esta generación, crecieron con una mentalidad más abierta que los anteriores, pero conservando la idea de un “trabajo de por vida”. Han liderado

movimientos civiles a favor del feminismo, la integración racial y los derechos de los homosexuales.

Por otra parte, en el ámbito cultural, los baby boomers poseen una serie de reseñas sociales y experiencias inolvidables como la música disco, las series de televisión americanas, el estilo de la vida hippie y el masivo y legendario concierto de Woodstock conjuntamente. Es decir, los baby boomers fueron los pioneros en y responsables en cambiar completamente la cara de la música, introduciendo sonidos completamente diferentes al que se escuchaba por la sociedad dominante. Sonidos que formaban parte de la escena psicodélica en la ciudad de San Francisco, hasta la música popular de New York.

Desde el uso frecuente de las redes sociales como Facebook, Youtube o Whatsapp, los baby boomers han demostrado interés en este tipo de tecnología comunicativa para diferentes usos en su vida cotidiana. El escritor Emilio Fernández Lastra, mediante su publicación web en Artyco.com, explica:

A pesar de su edad, están plenamente activos: pasean, van al cine, al teatro, viajan, consumen contenidos en Internet, utilizan el WhatsApp, las redes sociales... Además, la mayoría de ellos han comprado alguna vez por Internet, habiendo asumido la digitalización como parte de sus vidas (Fernández Lastra, 2019).

En el ámbito del marketing, los baby boomers son considerados como un target muy importante para las grandes y pequeñas empresas. En el año 2013, a través del sitio web Merca 2.0, se publicó un artículo titulado “Conoce las características de los Baby boomers”, en el cual aclaran que esta generación es actualmente más importante para el mundo del marketing debido a sus características, ya que son un mercado que ninguna empresa se puede perder.

Para Almeida (2012), mediante su investigación titulada “Trayectoria profesional de la generación de los ‘BabyBoomers’”, describe que:

Actualmente, a nivel mundial la generación de los “babyboomers” está saliendo del mercado laboral, jubilándose debido a su edad o porque están siendo desplazados por generaciones más jóvenes, lo que conlleva a que esta generación se adapte al nuevo entorno y a las nuevas circunstancias dentro de su carrera que podrían redireccionar su trayectoria profesional (Almeida, 2012, p. 2).



Básicamente, los baby boomers son personas de familias numerosas, valoran pasar el tiempo con la familia, son activos y preocupados por su salud, les interesa el mundo digital y consideran que es importante la educación de las personas.

### **Generación X**

Posteriormente a los Baby boomers, nace la generación "X". Denominada de varias maneras como generación "Peter Pan", generación "MTV" (por el canal de televisión) o también como la generación de la "apatía". En esta época nacen básicamente las personas encasilladas entre los años 1965 y 1980. Estas personas ven el entorno laboral como algo más variable e inestable. Desean aprender, explorar y hacer algún tipo de contribución en pro para la sociedad. Se consideran emprendedores e individualistas y los matrimonios se producen a una edad más alta de las antiguamente acostumbradas. "Los X son independientes, empresarios, enfocados en la tecnología, conscientes en los medios, socialmente tolerantes y, lenta pero seguramente, padres de familia" (Russell, Lane, & King, 2005, p. 111).

Cronológicamente hablando, los miembros de esta generación, son hijos de los Baby boomers, que nacieron a finales de la Segunda Guerra Mundial. Afortunadamente, fueron partícipes y testigos del nacimiento del internet y el impacto del ".com" ya en la década de los años 90's, en el que se dejó de hablar de aparatos eléctricos y botones analógicos para empezar a hablar de dispositivos electrónicos. Fueron testigos del nacimiento del CD, el reproductor de música Walkman, y el comúnmente llamado PC de escritorio.

"Ok diario", medio digital de prensa, argumenta "el término generación X fue acuñado por el fotógrafo y periodista Robert Capa en los primeros años de la década de 1950. Empleó el término para un ensayo fotográfico sobre los jóvenes que crecieron después de la Segunda Guerra Mundial"(Ok Diario, 2018).

Mediante un estudio realizado por investigadores en la Universidad de Michigan, la mayoría de personas de la generación X poseen vidas muy activas, felices y equilibradas. Para el 85% de los miembros de esta generación, el éxito en la vida es tener una familia feliz y también les gusta dedicar parte de su tiempo a las actividades culturales, disfrutar tranquilamente de los espacios libres y recreativos y respirar aire puro con tranquilidad.

## **Generación Y**

Denominados comúnmente como “Millennials” o “generación del milenio”, esta comprende a las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, es decir que poseen edades entre 18 y 32 años actualmente. Las acciones y hábitos destacables de la generación son reinventar, inventar, innovar y emprender nuevos desafíos constantemente. Los participantes de esta trascendental generación, han crecido en un contexto social, económico y político que va conjuntamente de la mano con el avance de la tecnología y de esta manera se ha concebido actitudes emprendedoras novedosas e innovadoras que resultan eficientes para la sociedad. Eliana Álvarez, periodista del medio web “Colombia digital” (s.f) define:

Los 'Millennials' representan la nueva fuerza de trabajo global, al menos la mitad de ellos tiene su propio negocio o planea tener uno y el hecho de estar permanentemente conectados a las redes sociales, Internet y a los dispositivos móviles les permite establecer y conectar con nuevas relaciones laborales y profesionales entre sus círculos (Colombia digital, s.f).

Jimmy Andrade, director ejecutivo del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES), argumenta “es necesario conocer a los millennials porque son los que ya están asumiendo roles en los distintos sectores de trabajo”(Andrade, 2015).

Al millennial ecuatoriano, a pesar de tener pensamientos emprendedores, le cuesta ser independientes totalmente, aunque este aspecto resulta ser un tanto favorecedor ya que aporta económicamente a la familia. Para Andrade (2015) comenta también que “el millennial en términos generales es igual: irreverente, impulsivo, tecnológico y le gusta asumir riesgos, pero el ecuatoriano tiene la particularidad de que aún es de su casa; o sea, todavía le gusta estar con su familia”.

En el aspecto publicitario, laborar y comunicativo, a las personas de esta generación les interesa que las marcas no solo les vendan un producto si no también saber qué hace la marca por las comunidades y su entorno. La comunicación creativa e inteligente es la clave fundamental para llegar a un millennial. Según un estudio realizado y publicado por el diario El Universo, con el titular “Generación Y: quiénes son y cómo son los millennials ecuatorianos” (2015), define que:

Los millennials ecuatorianos, en tanto, tienen también sólidas aspiraciones al momento de buscar una empresa. El 69% de los encuestados coincide que debe tener un buen ambiente de trabajo; el 53%, que paguen sueldos justos, el 40% que sea una institución innovadora en lo social, ambiental y tecnológico (Generación Y: Quiénes son y cómo son los millennials ecuatorianos, 2015).

Versatilidad en su forma de pensar y trabajar, multiculturales, nativos digitales y poseedores de un fuerte campo en los estudios, en la carrera profesional y el trabajo, son algunas de las características distintivas y predominantes para poder identificar a un millennial.

### **Generación Z**

Esta nueva generación de personas nacidas en pleno apogeo de las redes sociales y distintas tendencias en internet, se encasilla entre los años 1995 y 2010, es decir, es la generación actualmente más joven y que empezarán a entrar en el mundo laboral. Denominados también como “centennials” o “post-millennials”, tienen mayor dependencia a la tecnología, ya que, antes de nacer, ya poseían un contacto cercano al internet por medio de sus padres. Para Ordoñez (2018), recalca que “se trata de una generación de la que se puede conseguir más respuesta a través de los medios digitales que la anterior, debido a la importancia que éstos tienen en la vida de estos jóvenes y adolescentes”. Básicamente, se considera la generación que más fácilmente se adapta a las nuevas tecnologías existentes a nivel global.

A continuación, se detallan datos con mayor relevancia que distinguen y caracterizan a una persona de la generación Z:

- Son más recelosos con su intimidad
- No conciben un mundo sin Wi-Fi o redes sociales
- Son más autosuficientes, autodidactas y mejor preparados
- Poseen una sexualidad más abierta y fluida
- Buscan trabajos de horarios flexibles desde sus hogares
- Demuestran mayor activismo social

Los centennials (Z) instauran una nueva manera de estar en familia, algo más cercana a los millennials (Y), y bastante alejada de la estructura rígida de la generación X y Baby boomers.

La geógrafa urbanista Sandra Di Lucca, es una investigadora dedicada al estudio de tendencias y comportamientos generacionales en la que define:

Esta generación es distinta a las anteriores dado que vive inmersa en un fenómeno de hipercomunicación, en donde estar juntos no basta para comunicarse, una generación en la que la palabra requiere de un aparato tecnológico para ser transmitida, aunque geográficamente estén en la misma habitación y solo estén separados por apenas cincuenta centímetros el uno del otro(Lucca, 2013, p. 12).

Finalmente, así como esta actual generación, vendrán otras nuevas posteriormente cada vez más similares y más diferentes entre sí, con distintos cambios, pensamientos y costumbres tendremos que entender y acostumbrarnos como consumidores. Cada vez las nuevas generaciones están más familiarizadas con los avances de la tecnología y que no dejarán de sorprendernos.

“Estamos saturados de nuevos conceptos, de anglicismos, de palabras nuevas para designar algo sencillo. Pero nunca está de más manejar nuevas definiciones, adaptarse a los nuevos tiempos” (Matesanz, 2015).

### **1.1.10 Descripción Conceptual la Variable Dependiente**

#### **Medios de comunicación**

En la sociedad que vivimos actualmente, los medios de comunicación son el instrumento más eficaz por el cual se transmite mensajes, imágenes, videos, sonidos o cualquier tipo de información en base a la línea clásica establecida como emisor-receptor. Empresas públicas o privadas a nivel mundial transmiten todo tipo de información mediante medios tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa escrita, es decir, se convierte en comunicación de masas. Pero también se transmite información para pequeños grupos sociales, como es el caso de periódicos o revistas locales.

A partir del nacimiento del internet y mayormente las redes sociales, las formas de comunicación y transmisión de información cambian radicalmente. Las sociedades adoptan nuevas vías de comunicarse entre sí en cuestión de minutos, creando globalmente una manera eficaz y veloz de comunicación. “Los propios medios están en constante cambio, se extienden y se desarrollan, muchas veces en la línea de una manipulación cada vez más elaborada de sus audiencias” (Masterman, 1993, p. 16).

La noción de los medios de comunicación establece comúnmente de que la función principal es proporcionar información, noticias y entretenimiento a sus audiencias estableciéndose como empresas de concienciación. Aunque no todos cumplen este rol, ya que existen medios para promocionar y vender productos. Para Campos (2008), define que “las relaciones de los públicos con los medios están cambiando: crece la fragmentación y se diluye la mediación”.

Actualmente, los medios ya no sólo compiten entre ellos, sino también con sus propias audiencias. Las nuevas formas de comunicación y las relaciones con las nuevas tecnologías están marcando un amplio y complejo desafío para los medios tradicionales, profesionales del tema y la sociedad en general. “Cada día los medios de comunicación son convertidos en una necesidad habitual para las personas, porque es el principal consumo cultural, social y político” (Vasco, 2019, p. 15).

## **Medios de comunicación tradicionales**

Denominados generalmente como medios masivos, tienen la particularidad de llegar a grandes audiencias. Entre los principales mencionamos los siguientes: radio, prensa escrita, televisión, teléfono y el cine.

### **La Radio**

Mediante la modulación de ondas electromagnéticas, este aparato electrónico posibilita la transmisión de señales sonoras que llegan a lugares distantes. La radio fue considerada en años pasados como el medio de comunicación elite para la transmisión de información y entretenimiento de las personas. “El utilizar las emisiones abiertas de radio o grabaciones dependerá de las condiciones locales, incluidas las dimensiones y distribución geográfica de la población” (Jamison & McAnany, 1981, p. 51).

El sector radiofónico mediante la tecnología, ha evolucionado dentro de la tendencia digital. Empresas radiales han incorporado instrumentos digitales que facilitan la emisión de contenidos de forma online y al alcance de todos. Gracias al internet, la mayoría de radios poseen páginas web, lo cual hace posible la medición de datos y cifras que reciben diariamente. Esto significa que las radios pueden saber exactamente cuál es el número de oyentes en tiempo real.

Según Prado (2016, pág. 22), señala que “también existen aplicaciones externas desarrolladas por empresas ajenas a las emisoras radiofónicas. Algunas de estas aplicaciones son Radio FM o TuneIn, que cuenta con 50 millones de usuarios en todo el mundo y más de 100.000 emisoras radiofónicas”.

### **La Prensa**

Tradicionalmente, todas las publicaciones impresas en papel como los periódicos, revistas, magazines, folletos, entre otros, que tengan como objetivo informar y difundir noticias a la población, son considerados como prensa escrita. Considerado como el medio de comunicación más antiguo, aun se lo sigue usando como un medio masivo de comunicación. Oliva (2009), opina que “el periódico de papel no está muerto, puede incluso tener aún larga vida, pero el futuro es sin duda digital”.

Los periódicos de difusión diaria y en general la mayoría de prensa escrita probablemente son los medios que más han evolucionado dentro de la era digital. “Ha sido el sector con un mayor descenso de ingresos en su formato tradicional, por lo que su adaptación a internet es fundamental para asegurar la viabilidad empresarial de la prensa escrita” (Prado, 2016, p. 15, 16). Esto genera cambios fundamentales en el acceso a la información, por lo que la distribución de medios impresos no han podido cubrir en su totalidad al público lector. De esta manera es más fácil para la gente acceder a sitios web correspondientes del mismo periódico que leen continuamente, y se caracterizan por su inmediatez y gran flujo de información actual.

Algunos diarios con mayor acogida a nivel internacional plantean instaurar nuevos sistemas de micropago para que sus seguidores o suscriptores tengan acceso a sus páginas web y de esta manera generar ganancias económicas online.

### **La Televisión**

Aparato electrónico que específicamente mezcla imágenes con sonidos constituido por un sistema de transmisión. Proviene de la palabra griega “tele” (distancia) y del latín “visio” (visión). Se ha definido como el medio de comunicación masivo con mayores índices de público o televidentes a nivel mundial, convirtiéndose en un medio clásico (y favorito para algunos) desde sus primeras transmisiones en los años 30.

Podemos decir que la función específica de la televisión es difundir información de todo aspecto y también generar entretenimiento en el televidente a través de una gran diversidad de contenidos y programas. Tras el incremento de la difusión televisiva en el mundo, generalmente cada familia poseía por lo menos un televisor en su hogar, por lo cual, la influencia de este dispositivo por sus contenidos empezó a generar cambios en las mentes las jóvenes. Para Aguaded (1999), mediante su publicación textual “Convivir con la televisión”, establece:

Con la aparición de la televisión se generó la falta de influencias de la familia en la educación de los más chicos. La televisión ocupa gran parte del ámbito familiar, desplazando así otras rutinas ejercidas por la familia mucho antes que la televisión se introdujera en sus casas (Aguaded, 1999, p. 63).

La televisión establece una gran variedad de programas y formatos a la hora de transmitir el contenido. Entre ellos sobresalen noticiarios, reportajes, entrevistas, telenovelas, documentales, programas culturales y científicos, entre otros. En cuanto a los avances tecnológicos y la influencia masiva del internet, (Prado, 2016, pág. 18), señala que “en líneas generales, internet y las posibilidades de éste para las televisiones no han sido afrontadas como una amenaza o una solución a un problema concreto, sino como una oportunidad para potenciar sus audiencias de forma online”.

### **El Teléfono**

Considerado como un dispositivo de telecomunicación, fue diseñado para transmitir conversaciones y sonidos por medio de señales eléctricas. Fue un invento trascendental para la humanidad y que generó varios avances para la economía, la comunicación inmediata entre una o varias personas y generalmente el modo de vida.

Actualmente, los teléfonos “fijos” o de casa, siguen siendo comunes y útiles en la vida cotidiana de las personas. Pero por otra parte, los teléfonos móviles o celulares, ahora son tendencia y dependencia en cada ser humano. Varias empresas telefónicas han surgido a nivel mundial y han alcanzado posicionarse en niveles demasiado altos en el mercado.

Las personas no podemos de dejar de comunicar. Todo el tiempo y en cualquier lugar comunicamos de alguna manera, y es por eso que el uso del teléfono fijo o celular se convirtió en un dispositivo indispensable para la sociedad, especialmente en pleno siglo XXI, niños, jóvenes y adultos poseen por lo menos un teléfono celular para su uso personal. No olvidemos que el internet y la telefonía fueron la perfecta fusión para dar evolución a un dispositivo capaz de proveer comunicación e información en cuestión de segundos.

Las ventajas y funciones de poseer un celular con tecnología avanzada son varias, por ejemplo: realizar llamadas o videollamadas de calidad y buena recepción a cortas y extensas distancias (de un continente a otro), enviar mensajes de texto, imágenes, audios de voz o música mediante redes sociales como WhatsApp o Facebook, también mirar televisión en vivo o cualquier película del momento y finalmente, leer algún libro o periódico online que sea de tu interés.



## **El Cine**

Considerado como un arte para la humanidad, el cine es básicamente la comunicación a través de las imágenes en movimiento. Un lenguaje que es comunicativo y al mismo tiempo estético, es decir, comunica, expresa algo y no es un sistema de signos homogéneos.

Después de su creación y adaptación en la sociedad, personas con altos cargos sociales y políticos utilizaban este medio para difundir sus ideas totalitarias, convirtiendo al cine en un medio de comunicación masivo audiovisual. Esto genera sentimientos de reflexión sobre las posibilidades de los medios de comunicación masiva para generar contenido e incidir en las decisiones de nuestras sociedades.

Beatriz Morales Romo, profesora de la Universidad Internacional de la Rioja, España, define al cine de la siguiente manera:

Es innegable la importancia del cine como medio de comunicación audiovisual y su repercusión social en numerosos ámbitos. Se dirige primordialmente a las masas, al individuo y a la sociedad; establece un contacto directo con el espectador, con el público y, por tanto, con la sociedad del momento, de la cual también forman parte los y las cineastas (Morales Romo, 2017, p. 27).

En síntesis, el cine también es el reflejo de una época, ya que, como cualquier manifestación artística, refleja una realidad social en la que está inmerso el creador. Nos enseña valores y principios, puede llevar a cambiar nuestras ideologías y nos puede enseñar algo que desconocíamos. “Nos sentimos identificados con las muchas historias que nos cuentan y con ellos nos transmiten emociones; es así que cumple el común denominador de todo medio de comunicación, que es la función comunicadora” (Vinces, Chamba, Armijos, & Medina, 2014).

## **Medios Alternativos**

Los medios de comunicación alternativos poseen mayor accesibilidad para el consumo de nuevos productos, promociones o programas. Lo cual niños, jóvenes y adultos pueden disfrutar del contenido que poseen los medios alternativos, ya sean nacionales o internacionales.

## **Internet**

Es considerada como la mayor red de comunicación virtual existente a nivel mundial. Sus orígenes se remontan a las décadas de 1960 y 1970 dada la necesidad que tenían las empresas y laboratorios para poder comunicarse entre sí con mayor eficacia. También fue creada para proteger información confidencial en caso de guerra, es decir, fue creada con fines de uso militar.

Internet es una red internacional que funciona mediante la conexión de ordenadores y dispositivos electrónicos para obtener cualquier tipo de información de todo el mundo en poco tiempo. “La internet ha hecho posible tal vez más que ninguna otra tecnología, que experimentemos de alguna manera en el presente, la vida del futuro. El surgimiento de la internet adelanto la llegada del futuro y hoy estamos inmersos en él”(Villacorta Michelena, 2005, p.13).

Actualmente, internet tiene un profundo impacto global en el campo del trabajo, conocimiento, entretenimiento y ocio. Millones de personas poseen acceso fácil y rápido para navegar en la web y buscar cualquier tipo de contenido. “El acceso a internet es importante a distintos niveles: actividad económica, interacción social, conocimiento de los acontecimientos contemporáneos y seguimiento político” (Katz & Rice, 2005, p. 26). En conclusión, la red de internet es la herramienta de comunicación, información y formación más poderosa que existe en la actualidad.

## **Revistas Digitales**

Son aquellas publicaciones periódicas con temáticas de contenido variado como ciencia, música, moda, salud, tecnología, entre otros. Por publicaciones electrónicas se entienden tanto los contenidos monográficos (libro electrónico) como los contenidos periódicos (diarios y revistas digitales), independientemente del soporte en que se plasmen y de su modo de acceso y disfrute por el usuario (Cordón, Gómez, & Arévalo, 2013, p. 159). Una de las principales ventajas de este medio alternativo es que los editores y redactores pueden controlar los procesos de edición, es decir, el contenido puede ser modificado y ampliado con la posibilidad de incluir imágenes, animaciones, videos y sonidos, dándole una mejor presentación de contenidos a la revista digital.

Nieto (2016), afirma que “según encuestas realizadas en Estados Unidos, apenas el 1% de los lectores de revistas digitales volvería solo a la edición de papel. De hecho, al 92% le gustaría tener todas sus revistas favoritas disponibles en formato digital”.

Las plataformas de las revistas más populares en la actualidad son: Magzter, Issuu, Yumpu y Joomag.

### **Redes Sociales**

Son plataformas o sitios de internet creados para el uso de cualquier persona a nivel mundial con intereses y actividades en común. Son medios por el cual la comunicación y difusión de contenidos es inmediata. Para Durango (2018), define “las redes sociales son medios de comunicación que vienen creciendo cada vez más, ocupando su espacio en el mundo tecnológico y real”.

Actualmente, las redes sociales de mayor uso a nivel global son: Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter e Instagram, los cuales han marcado mayor interés por sus usuarios y han logrado una comunicación rápida y eficaz con grupos específicos de interés. Según Azua (2009), afirma que “la verdadera revolución está teniendo lugar justo en este momento, y son las redes sociales”.

Debido a las características y a las diferentes opciones que ofrecen a sus usuarios, las redes sociales seguirán siendo uno de los medios de comunicación masiva más importantes en todo el mundo.

### **Radios de Latacunga**

Mediante la investigación realizada por Verónica Alexandra Bustillos Chicaiza, estudiante de la Universidad Central Del Ecuador, encontramos una pequeña entrevista al señor Sócrates Hernández, radialista apasionado y vicepresidente de la Casa de la Cultura núcleo de Cotopaxi del año 2013. Hernández (2013) citado por Bustillos Chicaiza (2013, p.27), menciona que:

Aproximadamente desde hace unos 55 años existían radiodifusoras en la Provincia, como: Radiodifusora Cotopaxi, Radio Latacunga, Radio Once de Noviembre, Radio Nuevos Horizontes, Radio “El Rey”, Radio Casa de la Cultura y Radio ORC, las que funcionaban en amplitud modulada (AM) y gozaban de una gran cantidad de oyentes[Hernández (2013) citado por Bustillos Chicaiza (2013, p.27)].

Actualmente algunas de estas radios mencionadas siguen en funcionamiento y otras han desaparecido. En esta investigación realizaremos el estudio actual sobre la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana específicamente en las radios Stereo Latacunga FM (102.1) y Radio Municipal Latacunga (94.1).

### **Radio Stereo Latacunga FM**

Es un medio de comunicación ubicada en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, la cual cuenta con emisora en FM (102.1) para la región Sierra y (97.1) para la región Costa. Su misión y visión determina a esta radio como un proyecto comunicativo comunitario intercultural sostenible, que desarrolla una programación dinámica, fundamentada en valores evangélicos y humanos, para promover la participación y activa de los ciudadanos/as, en especial: de los jóvenes, los indígenas, los indígenas migrantes y personas con discapacidad. Una radio comunitaria diocesana que busca, además de la evangelización: promover, educar y entretener el SumakKawsay (buen vivir).

### **Radio Municipal Latacunga (RML)**

Es un medio de comunicación que forma parte del Municipio de Latacunga y posee la emisora 94.1 en FM. Su misión se enfoca básicamente en ser un instrumento de información, educación, entretenimiento y orientación de opinión pública que difunde la acción municipal, con el fin de lograr la participación ciudadana por medio de una acción mediadora y democrática contribuyendo al bienestar y desarrollo social, económico, político y cultural de los habitantes de la ciudad de Latacunga, cumpliendo con políticas institucionales dentro de los planes de desarrollo social del GADMC Latacunga.

#### **1.1.11 Funciones atribuidas a los medios de comunicación de masas**

##### **Educación**

Los medios de comunicación tienen que brindar educación para que de esta manera incentive a los espectadores a una buena formación y aprenda algo positivo para su desarrollo personal.

**Informar**

Mantener a la audiencia siempre al tanto de las últimas noticias o acontecimientos importantes. La mayoría son noticieros y programas educativos.

**Entretener**

Es muy importante que las personas tengan un espacio en donde puedan divertirse de manera sana. Los medios ejecutan su programación dependiendo de la demanda del público con relación al porcentaje de sintonía que tenga un programa.

**Formar**

Enfocado en la formación de opinión personal, generar conciencia y sensibilidad.

### **1.1.12 HIPÓTESIS**

Mediante la modalidad investigación del presente proyecto de tesis, se efectuará el proceso de convergencia en medios de comunicación radiales en la ciudad de Latacunga que lastimosamente no ha sido paralelo al crecimiento de la escena.

La proliferación de artistas y bandas requiere de la creación de múltiples espacios específicos que correspondan a la emergencia de cada una, ya que para alcanzar niveles profesionales en la música alternativa independiente ecuatoriana, se exige creatividad, innovación y sofisticación en formatos de producción.

Se necesita colaboradores externos y brindar el espacio radial en diferentes programaciones como principal estrategia de difusión musical.

**H0:** La difusión de música alternativa independiente ecuatoriana no incide en los medios de comunicación radiales de Latacunga.

**H1:** La difusión de música alternativa independiente ecuatoriana si incide en los medios de comunicación radiales de Latacunga.

### **1.1.13 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**Variable independiente:** Música alternativa.

**Variable dependiente:** Medios de comunicación.

### **1.1.14 OBJETIVOS**

#### **General**

- Analizar la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana en los medios radiales de la ciudad de Latacunga, caso de estudio: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga FM.

#### **Específicos**

- Identificar los subgéneros existentes en la música alternativa independiente ecuatoriana.
- Determinar la periodicidad de transmisión de los tipos de subgéneros alternativos independientes ecuatorianos en los medios radiales objeto de estudio.
- Proponer una alternativa llamativa y eficiente que permita la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana en la ciudad de Latacunga.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

#### 2.1 Materiales

Para esta investigación se utilizó materiales que ayudan con el estudio y la práctica de los métodos de investigación cuanti-cualitativo. De manera cualitativa porque se realizaron análisis escrito y oral de las preguntas que se realizaron a los expertos del tema puesto en investigación. Se realizó también métodos cuantitativos porque se hizo un análisis numérico de las veces que se transmitía música alternativa independiente ecuatoriana por las radios elegidas para esta investigación. Algunas preguntas cualitativas arrojaron resultados importantes los cuales describen el problema y de esta manera se podrá realizar un profundo análisis para poder comprobar la hipótesis planteada. Según Forni, Gallarl, &Gialdino (s.f.) dicen que:

Los métodos cuantitativos son muestra de unidades de análisis (generalmente individuales) estadísticamente representativa permiten caracterizar a una población en función de variables, conceptos operacionalizados; la cualitativa se basa en información observacional o de expresión oral o escrita, poco estructurada, recogida con pautas flexibles, difícilmente cuantificados (Forni, Gallarl, &Gialdino, s.f.).

#### 2.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación está orientada al paradigma crítico- propositivo. Tiene que ver con un modelo crítico el cual ayuda a observar de mejor manera la propuesta del problema, para comprender, interactuar, detallar e interpretar las consecuencias que acarrea la sociedad en cuanto a la música alternativa independiente ecuatoriana, donde se aplicará el enfoque cualitativo y cuantitativo.

**Cualitativo:** Este enfoque evalúa la información recogida de los entrevistados. Estos datos pasan a ser analizados y criticados en cuanto al nivel de conocimiento que poseen sobre el tema de investigación.



**Cuantitativo:** Este enfoque permite analizar con procesos matemáticos y estadísticos los datos conseguidos en la investigación, de este modo se obtendrá resultados numéricos para el estudio del problema.

### **2.3 Modalidad básica de investigación**

#### **Investigación exploratoria**

Esta investigación es considerada exploratoria, porque implica el escuchar la transmisión y difusión de música alternativa independiente ecuatoriana por las radios Stereo Latacunga FM y Radio Municipal Latacunga, con la combinación de entrevistas y análisis de resultados realizados a los respectivos radioaficionados y productores de radio. Al llegar a este punto es posible recopilar datos de fuentes primarias con un propósito específico, identificar cual radio es la que difunde música alternativa independiente ecuatoriana y brinda el espacio a sus respectivos compositores para promocionarse.

Este método es importante porque ayuda a estar presente en el lugar de los hechos y sobre todo ser partícipe en tiempo real de las transmisiones musicales y contenidos que generan las radios seleccionadas para esta investigación.

#### **Investigación de documental -bibliográfica**

Esta investigación es bibliográfica, porque se fundamenta en varios libros, artículos, La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador y la Constitución de la República del Ecuador (edición 2013 y reforma 2019) Contiene documentos de apoyo audiovisual para ayudar con la indagación del tema. Mediante el proceso de selección y recopilación de información se encontrará solución a la problemática planteada por medio de la lectura y el análisis de estos documentos, es importante contrastar la información y verificar los datos recopilados.

### **2.4 Nivel o tipo de investigación**

#### **Exploratoria**

Este estudio ayuda con la primera aproximación al problema, dando un mayor panorama en cuanto al conocimiento del tema para familiarizarse de mejor manera y sobre todo tomando en cuenta la información primordial que contribuye con más

conocimiento. Con este acercamiento se puede formular la hipótesis y seguir avanzando con la investigación.

### **Descriptiva**

Esta investigación requiere de análisis en cuanto a las situaciones reales, como su nombre mismo lo dice, describe los datos que son recopilados durante la búsqueda de datos, esta etapa mide la precisión de los conocimientos para poder comparar las situaciones expuestas y seleccionar la mejor información de las fuentes, de este modo se encuentra soluciones a la hipótesis.

### **Explicativa**

Este método ayuda con la explicación del problema planteado en la investigación, beneficiando con más información que aporta a las teorías establecidas, de esta forma podremos encontrar las causas que formaron el inconveniente e interpreta los datos recopilados para inferir el problema.

## 2.5 Operacionalización de variables

**Tabla N° 1. VARIABLE INDEPENDIENTE:** Música alternativa

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Se considera a todo tipo de música que se contrapone a los modelos oficiales comúnmente aceptados por el mercado o la industria musical. No se define como un género estático, al contrario, son muchos estilos que forman parte de este género musical. Las derivaciones más comunes y mayormente escuchadas se derivan del rock tradicional, ritmos electrónicos y tendencias rap o hip hop.	Géneros musicales alternativos independientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rock</li> <li>- Hip Hop</li> <li>- Reggae</li> <li>- Ska</li> <li>- Metal</li> <li>- Indie</li> </ul>	¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada
			¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada
			¿De qué manera usted ha apoyado y difundido el trabajo de músicos alternativos independientes ecuatorianos?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada

Elaborado por: Garzón (2019)

**Tabla N° 2. VARIABLE DEPENDIENTE:** Medios de comunicación

<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
Los medios de comunicación son el instrumento más eficaz por el cual se transmite mensajes, imágenes, videos, sonidos o cualquier tipo de información en base a la línea clásica establecida como emisor-receptor. La noción de los medios de comunicación establece comúnmente de que la función principal es proporcionar información, noticias y entretenimiento a sus audiencias estableciéndose como empresas de concienciación	Radio Municipal Latacunga (RML)	94.1 FM	¿Qué tiempo dedica la RML a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada
			¿Posee la RML, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada
			¿Radio Municipal Latacunga estaría dispuesto a abrir sus puertas a músicos locales o nacionales para que difundan su música?	Entrevista de audio	Guía de entrevista estructurada

<p>Los medios de comunicación son el instrumento más eficaz por el cual se transmite mensajes, imágenes, videos, sonidos o cualquier tipo de información. La noción de los medios de comunicación establece comúnmente de que la función principal es proporcionar información, noticias y entretenimiento a sus audiencias estableciéndose como empresas de concienciación</p>	<p>Stereo Latacunga FM</p>	<p>102.1 FM</p>	<p>¿Qué tiempo dedica la radio Stereo Latacunga FM a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?</p>	<p>Entrevista de audio</p>	<p>Guía de entrevista estructurada</p>
			<p>¿Posee la radio Stereo Latacunga FM, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?</p>	<p>Entrevista de audio</p>	<p>Guía de entrevista estructurada</p>

Elaborado por: Garzón (2019).

## **2.6 Plan de recolección de información**

### **Entrevista a: Eduardo Guerrero**

#### **Director General de Stereo Latacunga FM**

##### **1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Para mí la música alternativa independiente, como nosotros estamos muy vinculados en Cotopaxi, mas es la música que hacen autores independientes de las comunidades campesinas e indígenas. No estoy muy en contacto con la música urbana, de autores urbanos, de compositores urbanos. Mas son los conjuntos, solitas, dúos, tríos, bandas inclusive, que hacen música en el sector rural de la provincia de Cotopaxi, música que no se difunde a través de los medios tradicionales o de internet o en CD's. Es la música que ellos presentan en eventos comunitarios, en eventos masivos, en fiestas parroquiales.

##### **2.- ¿Qué tiempo dedica la radio Stereo Latacunga FM a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

A la música rural si, de las comunidades. Existe en la mañana y en la noche dos programas que son campesinos. El uno es en castellano en la mañana y en kichwa es en la noche. Tomamos en cuenta a los autores que hacen música aquí en Cotopaxi, tenemos alrededor de 100 casetes de autores cotopaxenses que tocan diferentes instrumentos, inclusive tenemos un conjunto de Pujilí que hace música con la hoja de capulí, y entona música con la hoja de capulí, entonces estos dos espacios son para difusión de la música de las comunidades y pueblos indígenas.

##### **3.- ¿Posee la radio Stereo Latacunga FM, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?**

No tenemos ningún dispositivo. En el 2013 hicimos un sondeo de audiencias. Estamos en este 2019 haciendo otro sondeo de audiencias que esperamos tener ya para finales de julio ya los resultados respectivos, para saber cómo es la audiencia y que tipo de música le gusta a la audiencia, porque uno de los temas del sondeo de audiencia, es el tipo de música que le gusta.

**5.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Bueno, por un lado, es que los autores independientes se den a conocer a través de diferentes formas, a través de eventos masivos, a través de actos culturales, eso sería lo primero.

Lo segundo es que busquen los medios de comunicación para que les ayuden a promocionar. Que haya presencia en los medios de comunicación.

Y tercero, que los medios de comunicación estén abiertos a dar la posibilidad de que estos autores puedan transmitir su música, o sea, ellos tendrían que vender su producto, en el buen sentido, no en el sentido económico, sino hacer la venta de su producto y demostrar que es una música que también le interesa a un cierto tipo de público. Y luego que los medios de comunicación estén abiertos a darles oportunidad para que puedan difundir.

**Pregunta extra: ¿Stereo Latacunga FM estaría dispuesto a abrir sus puertas a músicos locales o nacionales para que difundan su música?**

Si claro, nosotros tenemos más música rural, más música de comunidades, porque ese es nuestro estilo de programación.

**Entrevista a: Patricio Aldana**

**Productor y técnico de Stereo Latacunga FM**

**1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Sí, estoy muy relacionado con eso, primeramente porque hace tiempos atrás tenía mi programa en la emisora Stereo Latacunga en la cual tenía contactos con agrupaciones, colectivos a nivel nacional que buscaban espacios para poder tener la difusión necesaria con los artistas que van apareciendo, más nacionales que locales. Ese es el espacio que tenía yo y siempre he tenido contacto. En la actualidad, como técnico de sonido y de eventos entonces conozco y trato de dar ese espacio.

## **2.- ¿Qué tiempo dedica la radio Stereo Latacunga FM a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

No hay un espacio dedicado, pero cada programador tiene sus preferencias y tiene también su modo de promocionar. Generalmente es cuando están aquí y vienen a presentar su trabajo. Se busca de una u otra manera que el sonido, las composiciones, los arreglos y todo que sea comercial, para que se escuche, porque una de las cosas, no sé si mal o bien, pero si es que un trabajo no está bien hecho, por más que uno quiera ponerle énfasis en promocionarlo, si en la primera al escucharlo, no se nota algo de calidad que no tiene lo que decimos el “feeling, el soul” y no te llama la atención. No es que seamos separadores de cosas, pero no se va a volver a tocarlo en la emisora.

## **3.- ¿Posee la radio Stereo Latacunga FM, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?**

Una de las actuales formas de ir midiendo el rating, es las redes sociales. Las redes sociales son las que van dándonos aviso de cómo está la audiencia, a donde se direcciona y en lo que se encamina.

En lo segundo es que, si las empresas que publicitan la emisora, ellos tienen ya su medio de ir checando como están las emisoras. Ellos también serían una de las grandes ayudas nuestras porque ellos necesitan saber dónde van a promocionar y si son escuchadas o no son escuchadas. Entonces es una de nuestras formas de nosotros saber que las agencias nacionales y empresas grandes vienen a donde nosotros a poner publicidad. Es una de las maneras para saber cómo estamos con la sintonía.

## **Pregunta extra. -¿Desde qué momento implementaron y utilizan este sistema para conocer su rating?**

Desde siempre porque desde que empezó la emisora, lo primero y que se hacía más cercano a nosotros, antes de las redes sociales, era el teléfono. Entonces las llamadas telefónicas eran una manera de ir viendo o palpando como estamos en sintonía. A más llamadas telefónicas, sabíamos que si teníamos sintonía, y a menos llamadas telefónicas, nos preocupábamos.



En la actualidad, por las redes sociales, vemos como están las interacciones, cómo vamos en sintonía. Ahora hay empresas que se encargan de hacer eso, pero pues son retos económicos que si cuestan. Nosotros hacemos un sondeo de mercado y de audiencia anualmente. Mas no se puede hacer mensualmente o semanal. La única medida que tenemos son las redes sociales por cada programa, cada uno tiene su espacio, su Facebook, su Instagram y diferentes cosas por donde vamos checando.

**4.- ¿Conoce usted sobre la ley 1x1 y su respectiva difusión de géneros musicales?**

Sí, tenemos conocimiento del 1x1, pero cada emisora tiene su estilo. Su estilo de programación, de musicalización, tenemos nuestra parrilla musical. Entonces el 1x1 se refiere también, de pronto, si yo tengo música pop, entonces yo debería tener el 1x1 pero no llegamos a ese porcentaje. Tenemos espacios para darle si a los artistas locales, pero no hay el porcentaje de artistas locales con calidad que pueden hacer 1x1.

Hay espacios en los que van directamente artistas nacionales, tenemos en la programación de música ecuatoriana que es absolutamente ecuatoriano. Ahí no puedo poner un artista internacional que me cante un pasillo, entonces por ahí compensamos y tenemos espacios donde si son solo de artistas ecuatorianos. Y en otros programas en los cuales se van alternando en lo posible con los artistas locales.

**5.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Primero buscar espacios de promoción física, llamémosle de esa manera, donde comiencen a promocionarse directamente con la gente. Cuando la gente escucha algo y le gusta, van a pedir a las emisoras. Como hay un dicho por ahí que dice “si no gusta o no lo ves, no existe”. Entonces, se pondrá en la emisora, se les dará el espacio principal, vienen a promocionarse, pero si a la gente no le gusta, no va a pedir y tú no puedes insistirle a la gente con algo que no le gusta. Tiene que tener calidad, tener sentido y aunque de cierta manera esto sea negativo, pero tiene que ser comercial.

**Pregunta extra. - ¿De qué manera usted ha apoyado y difundido el trabajo de músicos alternativos independientes ecuatorianos?**

Sí, sin duda. Yo he tenido la ventaja como promotor y teniendo mi sala de grabación donde se les ha hecho la promoción y he traído el material para ponerlos en la radio. Pero el rato que la gente no pide o no solicita, no podemos seguirla promocionando. Lamentablemente es así, si yo no tengo audiencia entonces yo tengo que buscar cosas que le hacen bien a la emisora, porque si no tengo audiencia, no comemos y nos iríamos de banca rota.

Si nosotros pudiéramos tener un financiamiento externo y que diga a ustedes les pagamos todo lo que es energía, equipamiento y personal, entonces es otra cosa. Pero tenemos que ver también que la emisora este bien, que sea escuchada, publicidad, poder promocionar y hacer programas con cierto carácter de entretenimiento e información en general, pero que vaya de poco a poco uniéndose a todo.

Tratar si de fomentar espacios. Cuando vienen los artistas se les da todo el espacio posible de acuerdo al estilo o formato del programa. Entonces si se les da acá el espacio. Hay programas juveniles, programas deportivos, etc. entonces vemos donde se les pude ayudar para promocionarles y luego ir viendo cómo reacciona la gente.

Si la gente reacciona y pide, va a sonar. Si la gente no le gusta, simplemente no dirá nada.

### **Entrevista a: Carlos Farinango**

#### **Gerente de Radio Municipal Latacunga**

##### **1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Si, antes de llegar a la radio, trabajaba en TV MICC canal 47 y tuve el gusto de conocer en cuanto a esta música alternativa y puedo decir a criterio personal, que aquí en la ciudad de Latacunga hay más de 35 bandas que hacen música alternativa, entre ellos está el rock, el reggae y rap.

##### **2.- ¿Qué tiempo dedica la Radio Municipal Latacunga a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Sinceramente, ahorita no hay un programa estable o un horario establecido para dar paso a estos géneros. Si se los hace, si se pone música alternativa, pero netamente en

este momento no hay un programa que se dé espacio para esta música alternativa y para los grupos que vengan a darse a conocer.

Está plasmado un proyecto que más adelante si se lo va a hacer para estos espacios y géneros en cuanto a culturas urbanas que hay acá en la ciudad.

**3.- ¿Posee la Radio Municipal Latacunga, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?**

Un sistema en sí, no lo tenemos, pero lo que nosotros hacemos para medir nuestra audiencia es mediante las redes sociales, programas en vivo porque la gente llama y escribe y nosotros mediante eso calculamos y vemos que la gente si está escuchando radio municipal Latacunga. Igualmente nosotros vamos por la ciudad y los locales y todo eso están en nuestra sintonía, en base a eso, nosotros tomamos noción y sacamos información de que si se escucha la radio.

**4.- ¿Conoce usted sobre la ley 1x1 y su respectiva difusión de géneros musicales?**

Justamente de lo que yo tengo entendido, el 1x1 es en cuanto a la programación, una música nacional y música internacional. Nosotros acá si lo practicamos, si es en ese sentido, nosotros damos espacios para todos los géneros y también tenemos espacios establecidos donde también se da prioridad al talento, la música netamente latacungueña y de nuestro país.

Al momento la radio está dos años al aire y no habido problema en cuanto a la ley porque se ha cumplido con los parámetros que te dice la Cordicom y el Arcotel. A más de eso, también están plasmados temas interculturales donde toda la ciudadanía tiene espacios y más que todo, la gente se sienta parte de la radio. En cuanto a esos parámetros, si se ha cumplido acá en radio municipal Latacunga.

**5.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Una estrategia que yo la tengo clarísima y la quiero implementar acá en radio municipal Latacunga, es dar los espacios para que estos géneros se den a conocer. Porque a final de cuentas, todo es una cultura que engloba acá a nuestro Ecuador, entonces, en el plan de trabajo está crear un espacio en donde vengan las agrupaciones de todos los géneros y den a conocer sus trabajos y que la gente

también se entere porque hay que ser realistas, acá en la ciudad de Latacunga, no hay los espacios para que estas agrupaciones de música alternativa den a conocer su talento, entonces está plasmado crear un programa justamente para ellos y para que la gente vea que hay talento, cultura y música.

## **Entrevista a: Geovanny Ochoa**

### **Productor de Radio Municipal Latacunga**

#### **1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Existe música alternativa, se conoce, pero no hay a mi criterio personal, promotores que vengán a entregar ese tipo de música. Lo que la gente conoce es lo que pueda escuchar a través de YouTube o lo que poco los DJ's que nosotros trabajamos y traen. Pero en sí, conocer mucho esa música no, porque no existe quien promocióne esa música en los medios de comunicación.

#### **2.- ¿Qué tiempo dedica la Radio Municipal Latacunga a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

Lastimosamente no se conoce música alternativa independiente en gran cantidad para dedicar un solo segmento a ello. Pero intentamos poner lo poco que tenemos. No hay un horario específico, sino que dentro de todas las programaciones, demos la mínima cantidad que el medio posee.

Yo tengo aquí una agrupación de música alternativa llamada "Voltaje", si tú escuchas en un medio de comunicación, no hay. Nosotros mismo hemos difundido.

Entonces se les da el espacio a los artistas en el tiempo que tenemos.

#### **3.-¿Posee la Radio Municipal Latacunga, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?**

El medidor de rating se lo trabaja mediante la publicidad que ingresa el medio de comunicación y las llamadas. Ese es el medidor. Si yo quiero pagar una consultoría, generalmente las consultorías independientes como MK por ejemplo, obviamente me va a ponderar porque yo le estoy pagando. Quien debería realizar las mediciones de rating es el estado, y no uno mismo.

**4.- ¿Conoce usted sobre la ley 1x1 y su respectiva difusión de géneros musicales?**

Nosotros no cumplimos la ley del 1x1, sino que simplemente en cada programa tenemos que intentar poner música ecuatoriana. Siempre intentamos que la gente te trabaje con artistas ecuatorianos que lastimosamente no se conocen.

Nunca hemos sido sancionados porque cumplimos hasta más de lo debido. Creo que nosotros como medio local principalmente es la difusión de los artistas cotopaxenses. En muchos medios de comunicación se dedican a trabajar para el extranjero, pero no se difunde al artista ecuatoriano.

**5.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?**

El mismo artista tiene que buscar el medio de comunicación. Hoy existen estas plataformas, por ejemplo, no sé si aún exista, pero había la plataforma del 1x1 en el que tú entrabas y te descargabas música. Pero para yo descargar solo una canción me toma casi tres minutos. Hay una gran cantidad y tú no sabes bien que género.

Entonces, ¿cuál sería la intención? que estas aristas busquen promotores o ellos mismo puedan acercarse al medio de comunicación. A veces, lo que necesitas es que te den la oportunidad de conocer tu música.

Lamentablemente, algunos manejan la forma del que “pagas para que te difundan”, es decir “tanto pagas y tanto te difundan tu música”, y no es así. Entonces necesitarías promotores que busquen medios grandes y pequeños, porque a veces los medios pequeños o locales, son los que te dan más empuje para llegar al público.

**Pregunta extra: ¿Radio Municipal Latacunga estaría dispuesto a abrir sus puertas a músicos locales o nacionales para que difundan su música?**

Aquí yo tengo gente que me manda música de todo género por la página web. Si ellos llegan acá al medio de comunicación dentro de un horario, yo le doy una entrevista, le transmito la entrevista y le dejo su material para difundir. Esa es la obligación como GAD Municipal y como comunicadores que son.

## 2.7 Plan de procesamiento y análisis escrito de la información recolectada

TablaN°3. Análisis comparativo de entrevistas

<b>Conocimiento / desconocimiento de la música alternativa independiente ecuatoriana en radios de Latacunga</b>
<p>La música alternativa independiente ecuatoriana es apreciada por muchos, pero ignorada por otros. Sus estilos, composiciones y contenidos hacen que se catalogue como un ritmo especial y fuera de lo común. Sus seguidores la denominan como música de la “escena independiente”, la cual ha ido creciendo en nuestro país y cada vez más surgen nuevas bandas con propuestas musicales y escénicas innovadoras y de vanguardia.</p> <p>Eduardo Guerrero (2019), Director General de la radio Stereo Latacunga FM, al referirse a la música ecuatoriana independiente explica que “es la música que hacen autores independientes de las <i>“comunidades campesinas e indígenas”</i>, lo cual no es un concepto erróneo, pero este género musical no se produce solamente en comunidades campesinas, sino en todo el Ecuador.</p> <p>Por otro lado, Patricio Aldana, Productor y técnico de Stereo Latacunga FM afirma tener conocimiento sobre este género musical, gracias a su trayectoria laboral y sobre todo por tener un estudio de grabación y la continua relación con músicos y colectivos nacionales. Actualmente, Aldana (2019) afirma “como técnico de sonido y de eventos, yo conozco sobre la música alternativa independiente y las propuestas que tienen los músicos locales y nacionales, lo cual me parece algo innovador y diferente a la música común y por eso trato de dar ese espacio para que ellos surjan”. Es una buena oportunidad para que los músicos independientes produzcan y den a conocer su trabajo al público en general.</p> <p>Por su parte, Farinango y Ochoa, radiodifusores Latacungueños, afirman tener conocimiento sobre la música alternativa independiente, pero desconocen la existencia necesaria de promotores que trabajen con este tipo de música en los medios de comunicación para su respectiva difusión.</p> <p>De acuerdo a estudio realizado y publicado por el canal de YouTube del festival Quito Fest, explican “cada año se realizan más de 500 conciertos autogestionados en nuestro país. Más de 500.000 personas asisten a festivales de música alternativa independiente y su crecimiento y masividad de audiencias es cada vez más fuerte” (TV Quito Fest, 2011). Por lo cual, las radios locales, nacionales y prensa en general, deberían poner más atención a este campo musical masivo. Dando así, más apertura, apoyo y mejores oportunidades a músicos independientes locales y nacionales sin discriminarlos.</p>

### **Difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana en radios de Latacunga**

Los espacios para la difusión de este tipo de música son reducidos. Existen locutores en diferentes radios del país, que se atreven a decir que no existe *la suficiente calidad musical profesional creada en el Ecuador*, dejando a un lado los prejuicios creados por las personas ajenas al tema y refiriéndose al trabajo realizado por las bandas independientes.

En base a lo mencionado, Guerrero (2019) comenta “tomamos en cuenta a los autores que hacen música aquí en Cotopaxi, tenemos alrededor de 100 casetes de autores cotopaxenses que tocan diferentes instrumentos”. Es muy importante que los medios locales principalmente, tomen en cuenta a los músicos locales respectivamente; de hecho, esa es una de las principales funciones que deberían cumplir como radio local. A pesar de que aún existe el uso de casetes en pleno siglo XXI, pero la difusión de música hecha por autores locales o nacionales es lo que importa, es decir, dar más crédito a la música hecha en Ecuador, lo cual es sigue siendo un inconveniente para algunos músicos. Para Farinango (2019), Gerente de Radio Municipal Latacunga, comenta que “si se pone música alternativa, pero netamente en este momento no hay un programa que se dé espacio para esta música alternativa y para los grupos que vengán a darse a conocer”.

Aldana (2019), explica que “no hay un espacio dedicado, pero cada programador tiene sus preferencias y tiene también su modo de promocionar”. Es por eso que varias bandas independientes prefieren difundir su música a través de diferentes medios de comunicación o plataformas digitales que poseen mayor accesibilidad para la “escena” y apoyo de su trabajo.

Actualmente, la música alternativa independiente se difunde principalmente por internet, específicamente en radios online.

### **Medidor de rating para audiencias en radios de Latacunga**

El análisis de resultados de cualquier empresa es indispensable para saber si se ha mejorado o se necesita corregir fallas. En este caso, el medidor de rating es la pieza fundamental para conocer sobre las audiencias que escuchan Radio Municipal y Stereo Latacunga. En España por ejemplo, existe un sistema de medición de audiencias denominado EGM (Estudio General de Medios), el cual realiza una encuesta trimestral a miles de personas. El personal representativo de Stereo Latacunga no supo mencionarnos nada sobre este tipo de sistema EGM. Sin embargo, poseen otro tipo de estrategias para medir su rating de programación.

Aldana (2019) explica que “una de las actuales formas de ir midiendo el rating, es las redes sociales. Las redes sociales son las que van dándonos aviso de cómo está la audiencia, a donde se direcciona y en lo que se encamina”. De acuerdo al autor, esta forma de medición

es considerada viable para conocer la cantidad de gente que está escuchando algún programa de radio. Aunque esta estrategia no arroja datos exactos, nos permite realizar una aproximación de audiencias. Aldana también explica que la publicidad es otra estrategia para conocer su número de audiencias o incluso ganar más rating radial. Distinto a ello, Ochoa (2019), opina “quien debería realizar las mediciones de rating es el Estado, y no uno mismo”.

Las redes sociales y el internet en general, son los medios más rápidos (pero no exactos) para conocer y saber el comportamiento de sus audiencias en tiempo real.

### **Conocimiento / desconocimiento de la ley 1x1**

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) aprobó el Reglamento para la aplicación del 1x1, una herramienta normativa que garantiza a los contenidos musicales ecuatorianos un espacio de difusión en las radios del país, es decir, el 50% de música transmitida en las radios del país será ecuatoriana. Ley que pretendía mejorar la difusión de la música producida en Ecuador, pero que no tuvo mayormente resultados eficientes.

Si bien todas las radios del país debían regirse y cumplir con esta ley, muchos radiodifusores tenían sus razones por la cual no se aplicaba a cabalidad el 1x1. Por ejemplo, para Ochoa (2019), Productor de Radio Municipal Latacunga, comentó “nosotros no cumplimos la ley del 1x1, sino que simplemente en cada programa tenemos que intentar poner música ecuatoriana. Siempre intentamos que la gente te trabaje con artistas ecuatorianos que lastimosamente no se conocen”. De la misma manera, Aldana (2019), asegura “tenemos conocimiento del 1x1, pero cada emisora tiene su estilo. Tenemos espacios para darle si a los artistas locales, pero no hay el porcentaje de artistas locales con calidad que pueden hacer 1x1”.

Básicamente, las radios pretenden cumplir con esta ley únicamente para no generar sanciones en su contra, pero la realidad es otra. Las audiencias son exigentes al momento de escuchar radio y más aún su programa favorito, por ende, las radios no pueden arriesgarse a difundir contenido “nuevo” o “música diferente” (música alternativa independiente), por el simple hecho de que perderían audiencia y obviamente disminuiría su rating. Y eso, a cualquier radio o medio de comunicación, no le conviene en lo absoluto. Ochoa (2019) finalmente reitera que “en muchos medios de comunicación se dedican a trabajar para el extranjero, pero no se difunde al artista ecuatoriano”.



## **Propuestas para mayor difusión de música alternativa independiente ecuatoriana en radios de Latacunga**

Para difundir la música alternativa independiente, existe una serie de propuestas que permitirán incrementar el alcance con las audiencias. En este sentido y de acuerdo a los entrevistados, podemos evidenciar que las propuestas tienen algo en común, y es netamente la apertura mayoritaria de espacios dedicados específicamente a la música alternativa independiente creada en Ecuador para su respectiva difusión a través de la radio.

Guerrero (2019), propone que “los autores independientes se den a conocer a través de diferentes formas, a través de eventos masivos, a través de actos culturales”. De la misma manera, Farinango (2019), opina “todo es una cultura que engloba acá a nuestro Ecuador, entonces, en el plan de trabajo está crear un espacio en donde vengan las agrupaciones de todos los géneros y den a conocer sus trabajos”.

No todas las opiniones son igualitarias, unas tienen mayor énfasis que otras, pero de igual forma la idea y objetivo tienen relación y concordancia.

Aldana (2019) por ejemplo, explica que una de sus propuestas para los músicos independientes sería “buscar espacios de promoción física, llamémosle de esa manera, donde comiencen a promocionarse directamente con la gente”. Lo cual no es una mala idea, pero actualmente debemos aprovechar también de los beneficios tecnológicos que poseemos gracias a Internet y todas sus plataformas digitales exclusivas para difundir música de todo tipo. Por su parte Ochoa (2019), comenta que “estas aristas busquen promotores o ellos mismo puedan acercarse al medio de comunicación. A veces, lo que necesitas es que te den la oportunidad de conocer tu música”.

De manera general, estas propuestas apuntan a la creación de nuevos espacios para los músicos independientes y su respectivo incremento de las horas de difusión de este tipo de música.

**Fuente:** Entrevistas realizadas a actores clave  
**Elaborado por:** Garzón (2019).

## CAPÍTULO III

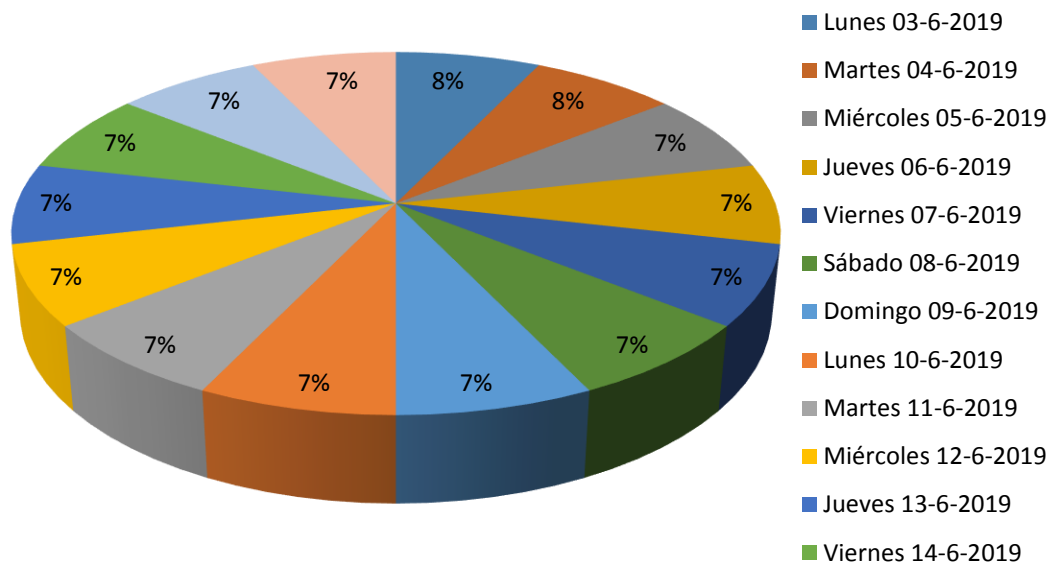
### 3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Variable 1: DÍA

**Tabla N° 4. Días analizados**

		Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Lunes 03-6-2019	6	7,1	
	Martes 04-6-2019	6	7,1	
	Miércoles 05-6-2019	6	7,1	
	Jueves 06-6-2019	6	7,1	
	Viernes 07-6-2019	6	7,1	
	Sábado 08-6-2019	6	7,1	
	Domingo 09-6-2019	6	7,1	
	Lunes 10-6-2019	6	7,1	
	Martes 11-6-2019	6	7,1	
	Miércoles 12-6-2019	6	7,1	
	Jueves 13-6-2019	6	7,1	
	Viernes 14-6-2019	6	7,1	
	Sábado 15-6-2019	6	7,1	
	Domingo 16-6-2019	6	7,1	
	Total		84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 4.** Días analizados

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### **Análisis e interpretación de resultados de la variable: DÍA**

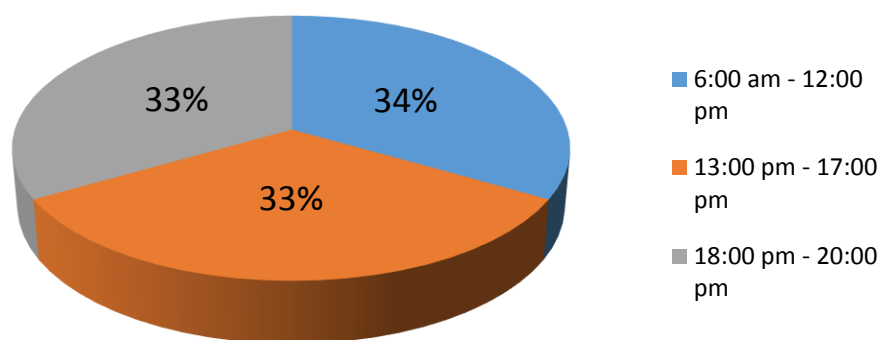
Con los resultados analizados en un horario radial escuchado en un lapso de dos semanas en las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga conjuntamente, se define que sí se cumplió con la identificación de géneros musicales comerciales y alternativos independientes durante los 14 días establecidos.

### **Variable 2: FRANJA HORARIA**

**Tabla N° 5.** Franja Horaria

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	6:00 am - 12:00 pm	28	33,3
	13:00 pm - 17:00 pm	28	33,3
	18:00 pm - 20:00 pm	28	33,3
	Total	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 5.** Franja Horaria

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

### **Análisis e interpretación de resultados de la Variable 2: Franja Horaria**

Con los resultados obtenidos, se observa que las tres franjas horarias establecidas entre las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga, fueron sintonizadas igualmente, lo cual nos demuestra que se cumplió puntualmente con las horas en la sintonización de los programas transmitidos por las dos radios.

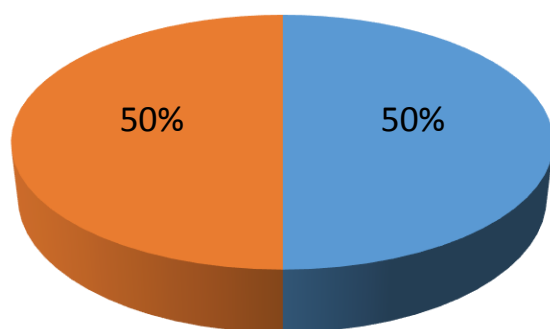
### **Variable 3: RADIO**

**Tabla N° 6. Radios**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	RML	42	50,0
	Stereo Latacunga	42	50,0
	Total	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 6. Radios**

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### **Análisis e interpretación de resultados de la variable: Radios**

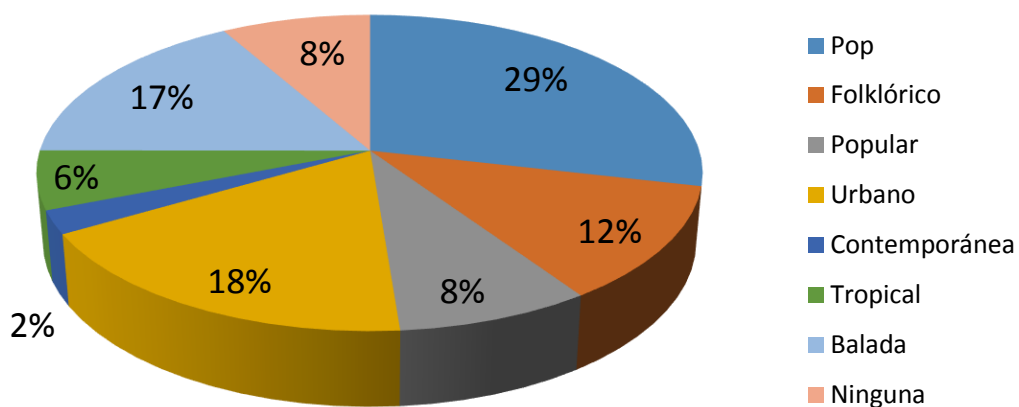
Los resultados arrojan un resultado en el que la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga, fueron escuchadas por igual. Es decir, en las dos semanas analizadas, ninguna radio tuvo más importancia que la otra en el momento de sintonización.

### **Variable 4: GÉNEROS MUSICALES**

**Tabla N° 7. Géneros Musicales**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Pop	24	28,6
	Folklórico	10	11,9
	Popular	7	8,3
	Urbano	15	17,9
	Contemporánea	2	2,4
	Tropical	5	6,0
	Balada	14	16,7
	Ninguna	7	8,3
	Total	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 7. Géneros Musicales**

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### **Análisis e interpretación de resultados de la Variable: Géneros Musicales**

La observación de estos resultados señala que la transmisión musical en las radios Stereo Latacunga y Radio Stereo Latacunga, los géneros musicales Pop, Folklore. Popular, Urbano, Contemporáneo, Tropical y Balada, son mayormente difundidos, ya que las personas prefieren este tipo de música diariamente al ser considerados géneros musicales comerciales y porque están de moda. Mientras que la música Electrónica, Clásica y Alternativa independiente ecuatoriana son minoría en su difusión y petición por parte de los radioescuchas. Por lo tanto, estos tres géneros musicales (electrónica, clásica y alternativa independiente ecuatoriana) no existen en la tabla de datos señalada.

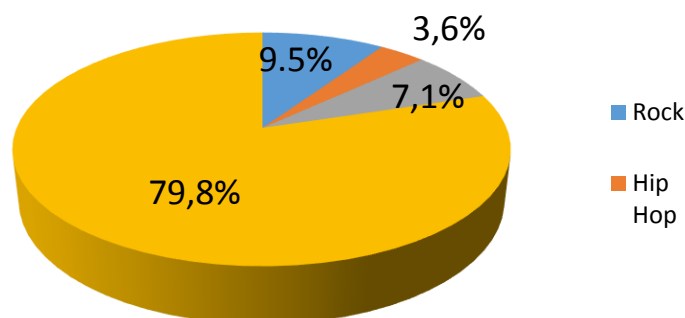
**Variable 5: GÉNEROS ALTERNATIVOS INDEPENDIENTES ECUATORIANOS**

**Tabla 8. Géneros Alternativos Independientes Ecuatorianos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Rock	8	9,5
	Hip Hop	3	3,6
	Reggae	6	7,1
	Ninguna	67	79,8
	Total	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 8. Géneros Alternativos Independientes Ecuatorianos**

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

**Análisis e interpretación de resultados de la Variable: Géneros Alternativos Independientes Ecuatorianos**

Con estos resultados observamos que los géneros musicales alternativos Rock, Hip hop y Reggae son los únicos que se transmitieron en nivel de minoría a través de las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga en diferentes días de las dos semanas establecidas. Tomando en cuenta la puntualidad de sintonización de los tres horarios de la franja horaria implantada. Mientras que en la mayoría de días de las dos semanas analizadas, ningún género alternativo independiente ecuatoriano fue transmitido o difundido, incluyendo el Indie, Metal y Ska. Por lo cual se concluye

que las audiencias de las dos radios puestas en investigación, no tienen ninguna preferencia e interés de escuchar géneros musicales alternativos ecuatorianos.

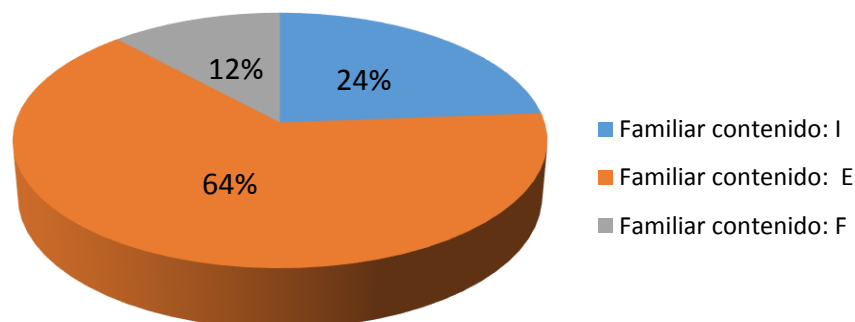
## Variable 6: CLASIFICACIÓN DE CONTENIDO

**Tabla N° 9. Clasificación de Contenidos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Familiar contenido: I	20	23,8
	Familiar contenido: E	54	64,3
	Familiar contenido: F	10	11,9
	Total	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)



**Gráfico N° 9. Clasificación de Contenidos**

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

### Análisis e interpretación de resultados de la Variable: Clasificación de contenidos

Podemos observar con estos resultados que el contenido familiar tipo “E” (Entretenimiento), es de mayor transmisión en los programas de las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga. Mientras que el contenido familiar tipo “I” (Informativo) y tipo “F” (Formativo/ educativo/ cultural), poseen menor transmisión durante las dos semanas analizadas.



## Variable 7: PÚBLICO OBJETIVO

Tabla N° 10. Público Objetivo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Todo público	84	100,0

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a las Radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

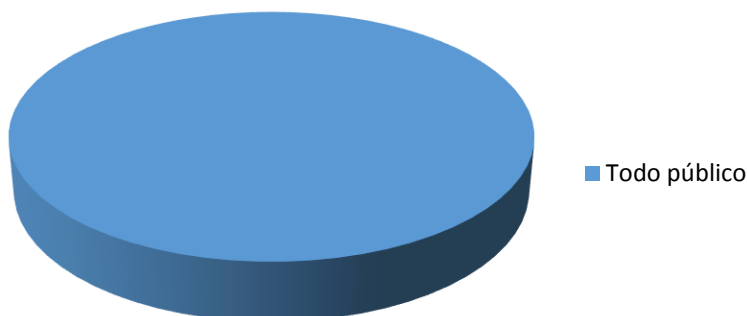


Gráfico N° 10. Público Objetivo

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

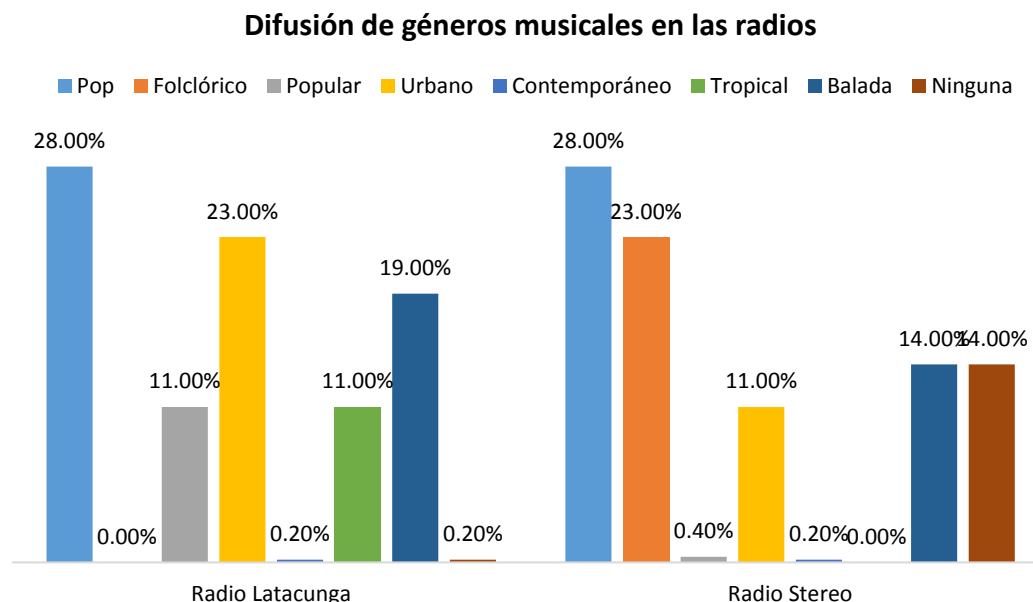
**Elaborado por:** Garzón (2019)

### Análisis e interpretación de resultados de la Variable: Público Objetivo

Todos los programas transmitidos en nuestra franja horaria establecida durante las dos semanas analizadas son de clasificación A, apto para todo público. Lo cual es en su totalidad.

### 3.2 CRUCE DE VARIABLES

#### Variable RADIO y variable GÉNEROS MUSICALES



**Gráfico N° 11.** Difusión de géneros musicales en las radios

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

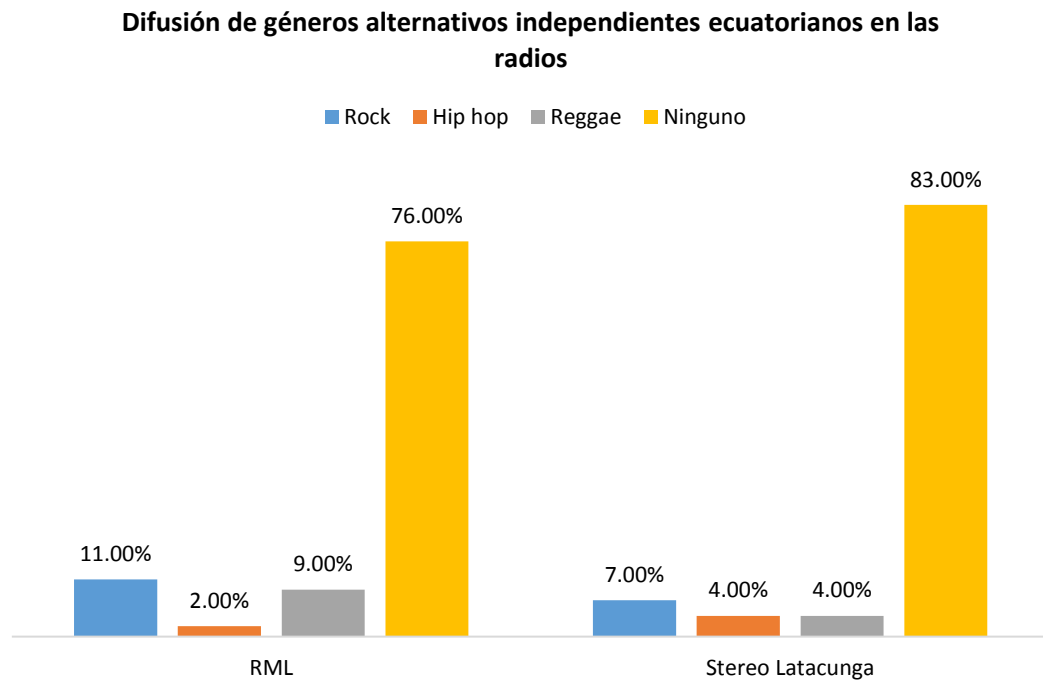
#### **Análisis e interpretación de resultados del cruce de las variables: RADIO y GÉNEROS MUSICALES**

Los resultados obtenidos nos indican que en Radio Municipal Latacunga, la transmisión del género musical Pop es mayoritario, seguido por el género Urbano y Balada. Mientras que los géneros Popular y Tropical se transmiten por igual y finalmente la música contemporánea posee minoría.

En la radio Stereo Latacunga los resultados son variables en cuanto a los géneros musicales transmitidos. El género Pop y Folclórico alcanzan la mayoría. Seguido por los géneros Balada, Urbano y Popular. Finalmente, el género Contemporáneo es transmitido en minoría.

Los géneros musicales restantes fueron obsoletos en los programas transmitidos dentro de nuestra franja horaria establecida durante las dos semanas analizadas.

**Variable RADIO y variable GÉNEROS ALTERNATIVOS INDEPENDIENTES ECUATORIANOS.**



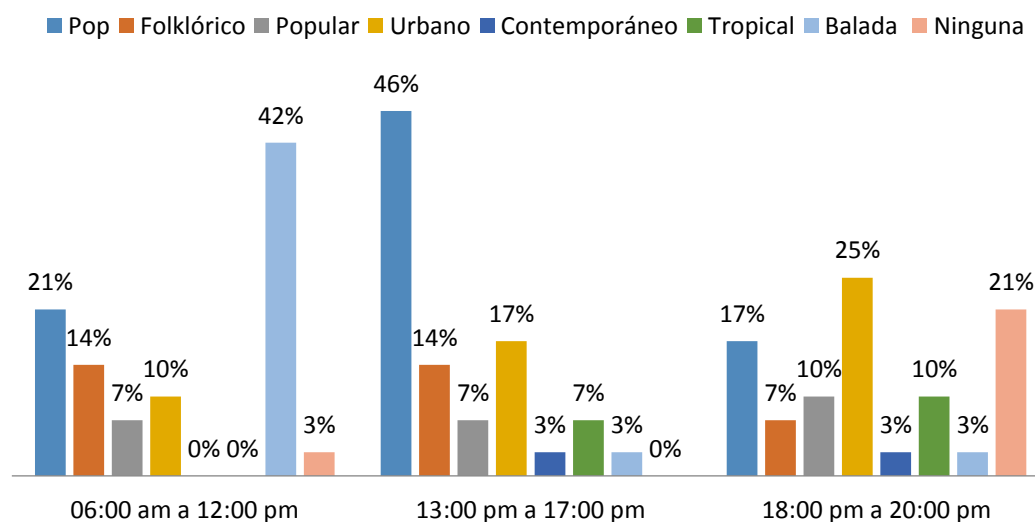
**Gráfico N° 12.** Difusión de géneros alternativos independientes ecuatorianos en las radios  
**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

**Análisis e interpretación de resultados del cruce de las variables: RADIO y GÉNEROS ALTERNATIVOS INDEPENDIENTES ECUATORIANOS**

Con los resultados obtenidos, determinamos que en las Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga, la mayoría de géneros alternativos independientes ecuatorianos no son difundidos. Únicamente se transmiten los géneros Rock, Hip hop y Reggae en mínimas cantidades durante las dos semanas analizadas dentro de nuestra franja horaria establecida. Mientras que los géneros Indie, Metal y Ska no son tomados en cuenta. Por lo tanto, definimos que Stereo Latacunga con la opción “ninguna”, muestra niveles altos de escasos en cuanto a la difusión de géneros alternativos independientes ecuatorianos a diferencia de los niveles de RML.

## Variable FRANJA HORARIA y variable GÉNEROS MUSICALES

### Difusión de géneros musicales en las franjas horarias



**Gráfico N° 13.** Difusión de géneros musicales en las franjas horarias

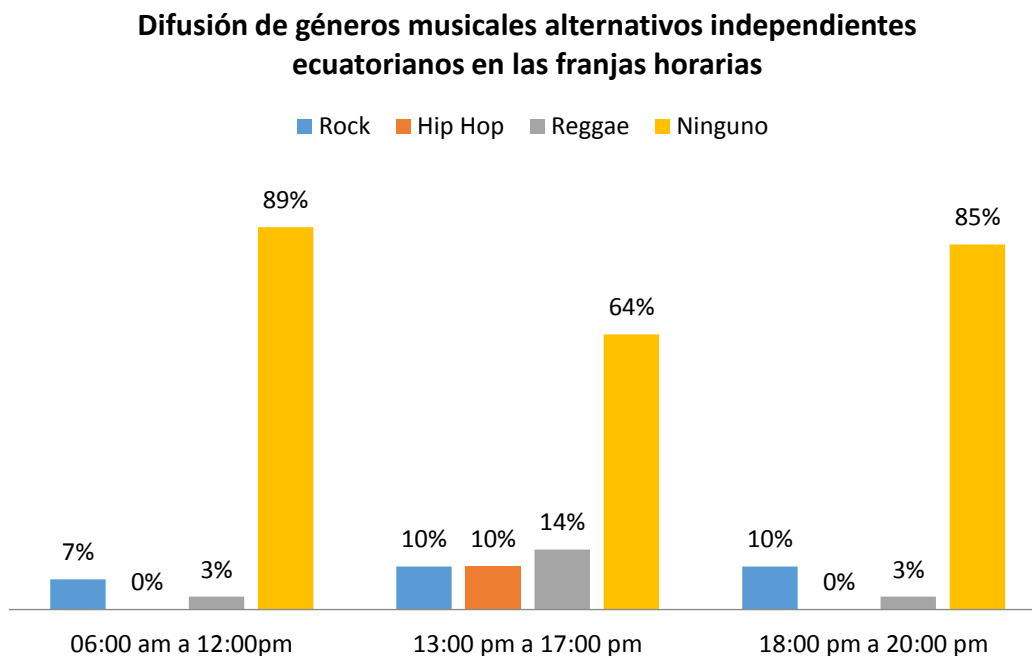
**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga

**Elaborado por:** Garzón (2019)

### Análisis e interpretación de resultados del cruce de las variables FRANJA HORARIA y GÉNEROS MUSICALES

Con los resultados obtenidos se observa que en la transmisión musical de las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga, en el horario de 6:00 am a 12:00 pm existe mayor difusión del género Balada y menor difusión del género Popular. En el horario de 13:00 pm a 17:00 pm la transmisión del género Pop es mayoritario, mientras que los géneros Balada y Contemporáneo abarcan la minoría. Finalmente en el horario de 18:00 pm a 20:00 pm los géneros Urbano y Pop poseen mayor transmisión radial, mientras que los géneros Balada y Tropical poseen baja transmisión.

**Variable: FRANJA HORARIA y GÉNEROS ALTERNATIVOS INDEPENDIENTES ECUATORIANOS**



**GráficoN° 14.**Difusión de géneros musicales alternativos independientes ecuatorianos en las franjas horarias

**Fuente:** Análisis de contenidos realizado a la Radio Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga  
**Elaborado por:** Garzón (2019)

**Análisis e interpretación de resultados del cruce de las variables: FRANJA HORARIA y GÉNEROS ALTERNATIVOS INDEPENDIENTES ECUATORIANOS**

La observación de estos resultados señala que en las tres franjas horarias existe una escasa difusión de los diferentes géneros alternativos independientes ecuatorianos la cual alcanza cifras demasiado altas en la programación de las radios Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga. Los géneros Rock, Hip Hop y Reggae son los únicos que se difunden pero en mínimas cantidades.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1.1 Conclusiones

- Una vez analizada la difusión de la música alternativa independiente que efectuaron las radios Stereo Latacunga FM y Radio Municipal Latacunga; mediante entrevistas realizadas a los actores clave de los medios de comunicación mencionados, se concluye que la difusión de este tipo de música es escasa durante las transmisiones radiales en las franjas horarias establecidas, por lo que las audiencias prefieren escuchar música comercial en mayores cantidades y elegir canciones que están de moda diariamente.
- Después de analizar profundamente todos los contenidos musicales difundidos por las radios puestas en estudio, se identificaron los géneros musicales considerados dentro de la escena alternativa independiente ecuatoriana encontrándose el Indie, Reggae, Hip Hop, Ska, Rock y Metal, los cuales solo 3 de los 6 géneros identificados son difundidos en mínimas cantidades y los restantes no tienen ninguna preferencia e interés por las audiencias.
- A través de la graficación de sus respectivos datos se determinó que la periodicidad alcanza cifras demasiado altas en escasez de transmisión musical de los géneros alternativos independientes ecuatorianos dentro de la programación radial de Stereo Latacunga y Radio Municipal Latacunga.
- Después de una ardua investigación se llegó a la conclusión de proponer la creación de un programa radial con una duración mínima de 30 minutos (media hora) en los dos medios de comunicación establecidos. Programa que será específicamente para la difusión de música alternativa independiente. Todo esto con la finalidad de brindar el apoyo necesario a los artistas y bandas tanto locales como nacionales, y que de esta manera se dé a conocer

en magnitud su trabajo artístico y la escena crezca en un ambiente positivo y eficiente.

#### **4.1.2 Recomendaciones**

- Crear diferentes espacios comunicativos para el conocimiento de los géneros musicales considerados alternativos dentro de la escena independiente ecuatoriana.
- Generar campañas, talleres o diferentes actos sociales de concientización para impulsar el crecimiento de la escena y difusión mayoritaria de la música alternativa independiente ecuatoriana.
- Colaborar de diferentes maneras con el trabajo hecho por los artistas, ya sea comprando sus discos o mercadería, confiar en buenos patrocinadores y brindando terreno para la realización de espectáculos de gran calidad sin discriminación alguna.

### 4.1.3 MATERIALES DE REFERENCIA

#### Bibliografía

1. Aguaded, J. I. (1999). En *Convivir con la televisión: Familia, educación y recepción televisiva* (pág. 63). Barcelona: Paidós Ibérica.
2. Aldana, P. (20 de Julio de 2019). Difusión de música alternativa. (F. Garzón, Entrevistador)
3. Almeida, M. (2012). Trayectoria profesional de la generación de los "Baby Boomers". *Universidad Andina Simón Bolívar*, 1-45. Obtenido de Repositorio UASB: <http://hdl.handle.net/10644/3973>
4. Andrade, J. (1 de Diciembre de 2015). Generación Y: Quiénes son y cómo son los millennials ecuatorianos. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/12/01/nota/5273967/generacion-quienes-son-como-son-millennials-ecuatorianos>
5. Azúa, M. (2009). *The Social Factor*. Estados Unidos: R.R. Donnelly.
6. Bustillos Chicaiza, V. (2013). *Propuesta de Radio-Revista cultural juvenil para los sistemas de comunicación Latacunga (Radio Latacunga y Stéreo Latacunga) Provincia Cotopaxi*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1241/1/T-UCE-0009-49.pdf>
7. Cabrera, D. (12 de noviembre de 2015). Opinión. (L. Muñoz, Entrevistador)
8. Cordón, J., Gómez, R., & Arévalo, D. (2013). *Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags*. Oxford: Chandos Publishing.
9. Echeverría Ortiz, M. (23 de diciembre de 2014). *Sesión Escucha #2: Roja*. Obtenido de Radio COCOA: <https://radiococoa.com/RC/sesion-escucha-2-roja-la-maquina-camaleon/>



10. El Telégrafo. (19 de Marzo de 2018). La Máquina Camaleón sonará en Estéreo Picnic. *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/1/la-maquina-camaleon-sonara-en-estereo-picnic>
11. El Universo. (1 de diciembre de 2015). Generación Y: Quiénes son y cómo son los millennials ecuatorianos. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/12/01/nota/5273967/generacion-quienes-son-como-son-millennials-ecuatorianos>
12. ExpresarteEC. (3 de Febrero de 2014). *Mamá Vudú*. Obtenido de ExpresarteEC: [https://www.youtube.com/watch?v=MIqO5\\_oRo4c](https://www.youtube.com/watch?v=MIqO5_oRo4c)
13. Fernández Lastra, E. (13 de marzo de 2019). *Los Baby Boomers. Cómo seducir a la generación con mayor capacidad de consumo*. Obtenido de Artyco: <https://artyco.com/los-baby-boomers-como-seducirlos-marketing/>
14. Fernández, N. (17 de enero de 2019). *¿Qué es la música pop?* Obtenido de Los 40: [https://los40.com/los40/2019/01/17/musica/1547725106\\_427935.html](https://los40.com/los40/2019/01/17/musica/1547725106_427935.html)
15. Guerrero, E. (20 de Julio de 2019). Difusión de música alternativa. (F. Garzón, Entrevistador)
16. Holguín, D. (2017). *“Estación Polar” es un viaje por la escena de los 90*. Obtenido de Radio COCOA: <https://radiococoa.com/RC/estacion-polar-es-un-viaje-por-la-escena-de-los-90/>
17. Ibarra, J. M. (2008). *La audiencia de la radio. De los oyentes a los usuarios*. Obtenido de Euskonews & Media: <http://www.euskonews.eus/0426zbnk/gaia42604es.html>
18. Jamison, D. T., & McAnany, E. G. (1981). En *LA RADIO al servicio de la educación y el desarrollo* (pág. 51). España: Ministerio de Educación y Ciencia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=R7I9CgAAQBAJ&pg=PA51&lpg=PA51&dq=El+utilizar+las+emisiones+abiertas+de+radio+o+grabaciones+depe>

nder% C3% A1+de+las+condiciones+locales,+incluidas+las+dimensiones+y+distribuci% C3% B3n+geogr% C3% A1fica+de+la+poblaci% C3% B3n&s

19. Jiménez, M. B. (3 de Agosto de 2017). *Festival de música de Morelia*. Obtenido de Festival de música de Morelia: <https://www.festivalmorelia.mx/blog/el-origen-de-la-musica-clasica/>
20. Lucca, S. D. (2013). En *El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico*. (pág. 12). Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/2255\\_pg.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2255_pg.pdf)
21. Martínez, M. d., & Herrera, S. (2007). La participación de los oyentes en la programación de la radio española. Estudio del caso de RNE Radio 1. En M. d. Martínez, & S. Herrera, *La participación de los oyentes en la programación de la radio española. Estudio del caso de RNE Radio 1* (pág. 30). Navarra: Comunicación y Sociedad.
22. Masterman, L. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación. En L. Masterman, *La enseñanza de los medios de comunicación* (pág. 16). Madrid: Ediciones de la Torre. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=yxlxIbrSC-YC&pg=PA16&dq=Los+propios+medios+est% C3% A1n+en+constante+cambio,+se+extienden+y+se+desarrollan,+muchas+veces+en+la+l% C3% ADnea+de+una+manipulaci% C3% B3n+cada+vez+m% C3% A1s+elaborada+de+sus+audiencias&hl=es&sa=X&>
23. Matesanz, V. (8 de Abril de 2015). *Forbes*. Obtenido de ¿Sabes qué es la “generación Z”? : <https://forbes.es/life/6637/sabes-que-es-la-generacion-z/>
24. Molano, A. (2 de enero de 2014). *Generación del silencio o el tiempo de los abuelos*. Obtenido de Colombia digital: <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/6197-generacion-del-silencio-o-el-tiempo-de-los-abuelos.html>

25. Nieto, J. Y. (2016). En *Revista y diarios digitales en España. Historia de una evolución*. Barcelona: Oberta UOC. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=XwzqDQAAQBAJ&pg=PT3&dq=Yunquera+\(2016\)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjEho2s0ZXkAhXLqkKHViPCP0Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Yunquera%20\(2016\)&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=XwzqDQAAQBAJ&pg=PT3&dq=Yunquera+(2016)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjEho2s0ZXkAhXLqkKHViPCP0Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Yunquera%20(2016)&f=false)
26. Ochoa, G. (20 de julio de 2019). Difusión de música alternativa. (F. Garzón, Entrevistador)
27. Ok Diario. (03 de Noviembre de 2018). ¿Qué es la Generación X? *Ok Diario*. Obtenido de OK DIARIO: <https://okdiario.com/curiosidades/que-generacion-x-3298294>
28. Oliva, M. P. (26 de Julio de 2009). *El País*. Obtenido de Las incertidumbres de la prensa escrita: [https://elpais.com/diario/2009/07/26/opinion/1248559205\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/07/26/opinion/1248559205_850215.html)
29. Ordoñez, L. (7 de Noviembre de 2018). *Oleoshop*. Obtenido de La Generación Z es la siguiente generación importante a tener en el radar. Descubre su perfil demográfico y algunos tips para acercarte a ella.: <https://www.oleoshop.com/blog/generacion-z-que-es>
30. Pino Bacca, S. (14 de septiembre de 2018). *Música popular, a todo pulmón*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/musica/musica-popular-todo-pulmon-articulo-812269>
31. Prado, J. F. (2016). En *Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital* (pág. 22). León. Obtenido de [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K\\_GMIM\\_Septiembre21.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1)
32. Romo Morales, B. (2017). El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde de la perspectiva de género. *Fonseca, Journal of Communication*, 27-42. Obtenido de <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/viewFile/fjc2017152742/17795>

33. Russell, J. T., Lane, W. R., & King, K. W. (2005). *Kleppner PUBLICIDAD*. México: Pearson Educación.
34. TV Quito Fest. (2011). Obtenido de <https://www.youtube.com/user/tvquitofest>
35. Vasco, E. A. (2019). En E. A. Vasco, *El impacto del reality show "BLN LA COMPETENCIA" y su incidencia en la comunicación verbal y no verbal en los adolescentes de noveno y décimo de la escuela de educación básica "TENIENTE HUGO ORTIZ" del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua.* (pág. 15). Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/29267/1/FJCS-CS-552.pdf>
36. Villacorta Michelena, A. (2005). *Enredados. El mundo de la Internet*. Perú: Estudio Ghersi Editores.
37. Vinces, L., Chamba, J., Armijos, O., & Medina, D. (3 de enero de 2014). *El cine como medio de comunicación*. Obtenido de Voz digital: <https://vozdigitalccs.wordpress.com/2014/01/03/el-cine-como-medio-de-comunicacion/>
38. Vudú, M. (31 de mayo de 2011). Entrevista a Mamá Vudú. (gkacomunicacion, Entrevistador) Obtenido de [www.gkha.com](http://www.gkha.com): <https://www.youtube.com/watch?v=0fJT-DRVrp4>

#### 4.1.4 ANEXOS

##### Formato de las entrevistas realizadas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES



#### ENTREVISTA

**Tema:** “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”.

**Objetivo:** Realizar entrevistas a los principales representantes y productores radiales de los medios de comunicación puestos en investigación: Stereo Latacunga FM y Radio Municipal Latacunga. Mediante la recolección de información y datos se procederá a la realización del respectivo trabajo investigativo.

- Analizar la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana en los medios radiales de la ciudad de Latacunga, caso de estudio: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga FM.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y responda de acuerdo a su conocimiento y experiencia laboral o profesional.

#### Preguntas para radio Stereo Latacunga

- 1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 2.- ¿Qué tiempo dedica la radio Stereo Latacunga FM a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 3.- ¿Posee la radio Stereo Latacunga FM, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?

- 4.- Pregunta extra.- ¿Desde qué momento implementaron y utilizan este sistema para conocer su rating?
- 5.- ¿Conoce usted sobre la ley 1x1 y su respectiva difusión de géneros musicales?
- 6.- ¿El productor de radio es únicamente el que se encarga de pautar la parrilla musical?
- 7.- ¿De qué manera usted ha apoyado y difundido el trabajo de músicos alternativos independientes ecuatorianos?
- 8.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 9.- ¿Stereo Latacunga FM estaría dispuesto a abrir sus puertas a músicos locales o nacionales para que difundan su música?

#### **Preguntas para Radio Municipal Latacunga**

- 1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 2.- ¿Qué tiempo dedica la Radio Municipal Latacunga a la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 3.- ¿Posee la Radio Municipal Latacunga, algún tipo de medidor de rating para audiencias respectivamente?
- 4.- ¿Conoce usted sobre la ley 1x1 y su respectiva difusión de géneros musicales?
- 5.- ¿Qué propondría usted para que exista aceptación y mayor difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana?
- 6.- ¿Radio Municipal Latacunga estaría dispuesto a abrir sus puertas a músicos locales o nacionales para que difundan su música?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES



## PROPUESTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA RADIAL

**Nombre del programa:** “Voces y sonidos independientes”

**Representante del programa:** Fabricio Javier Garzón Estévez

**Función:** Locutor y productor

**Tema del proyecto:** “La difusión de música independiente ecuatoriana y los medios de comunicación radiales en la ciudad de Latacunga. Caso de estudio: Radio Municipal Latacunga”.

### Proyecto

Es un programa de radio que se enfoca netamente en la transmisión de música independiente ecuatoriana. Un programa que pretende llegar a todos los rincones de nuestro país para relajar tu mente y liberar tus sentidos. A través de “Voces y Sonidos Independientes”, escucharás a las bandas locales y nacionales que representan este género musical y también recibirás noticias del momento, datos curiosos sobre los músicos y las bandas ecuatorianas.

### Objetivos

- Difundir en gran cantidad los contenidos musicales que crean y exponen los músicos independientes ecuatorianos.
- Explicar y dar a conocer a la sociedad sobre “el mundo musical independiente”
- Brindar el espacio necesario a todos los músicos, compositores y artistas ecuatorianos que sean parte de la escena.

### Misión

Producir contenidos radiales de buena calidad, en la cual se difundan productos musicales de artistas y compositores independientes locales y nacionales, apoyando y promoviendo el crecimiento de la escena musical ecuatoriana.

## **Visión**

Consolidarse como un proyecto comunicativo intercultural relevante de creación de contenidos musicales nacionales independientes, para promover la difusión y participación activa de los músicos, artistas y compositores nacionales de toda edad.

## **Público Objetivo**

- Niños
- Jóvenes
- Adultos

## **Tiempo de transmisión**

30 minutos (media hora)

## **Medios de comunicación:**

Radio Municipal Latacunga (RML – 94.1 FM)

## **Estructura del programa**

<b>Tiempo</b>	<b>Actividad</b>
2 minutos	Intro del programa (audio), presentación del programa y conductor, saludos a los radioescuchas
2 minutos	Dar a conocer el tema del día (resumen)
8 minutos	Set de música
5 minutos	Noticias y datos curiosos o entrevista
8 minutos	Set de música
5 minutos	Despedida del programa y música de finalización