



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciado en
Diseño Gráfico

“Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato”.

Autor: Christian Daniel Navarro Morejon

Tutor: Mg. Fernando Rodrigo Fabara Sánchez

Ambato - Ecuador

Enero, 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular sobre el tema:

Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato del alumno Christian Daniel Navarro Morejón, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho Proyecto de Integración Curricular bajo la Modalidad Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, enero 2024

TUTOR

.....
Mg. Fernando Rodrigo Fabara Sánchez

C.C 1804635934

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Christian Daniel Navarro Morejon con cédula de ciudadanía No 1804982021 declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad Proyecto Integrador bajo el tema: Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, enero 2024

AUTOR

.....
Christian Daniel Navarro Morejon

C.C 1804982021

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Navarro Morejon Christian Daniel con cédula de ciudadanía 1804982021 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **“PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA ESCENA MUSICAL INDEPENDIENTE DEL GÉNERO URBANO DE LA CASA DE LA CULTURA NÚCLEO TUNGURAHUA DE LA CIUDAD DE AMBATO”** autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Integración Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, enero 2024

AUTOR

.....
Christian Daniel Navarro Morejon

C.C 1804982021

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad sobre el tema “**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA ESCENA MUSICAL INDEPENDIENTE DEL GÉNERO URBANO DE LA CASA DE LA CULTURA NÚCLEO TUNGURAHUA DE LA CIUDAD DE AMBATO**” de Christian Daniel Navarro Morejón, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Diseño y Arquitectura, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, enero 2024

Para constancia firman

Título. Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C

Título. Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C

Título. Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C

DEDICATORIA

Dedicado a todas las personas que a través de la creatividad y el arte plasman sus emociones y dejan una huella eterna en el mundo.

Christian Daniel Navarro Morejon

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ayudarme en este largo camino.
Y a las personas que de alguna u otra manera estuvieron involucradas en este proyecto, especialmente a mi familia, a María y a mis hermanos del 242 por no dejarme desfallecer en el proceso.

Christian Daniel Navarro Morejon

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPITULO I. ANTECEDENTES.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Análisis Macro	1

1.2.2.	Análisis meso	4
1.2.3.	Análisis micro	6
1.2.4.	Árbol de problemas.....	10
1.3.	Justificación del problema.....	11
1.4.	Objetivos	12
1.4.1.	Objetivo general.....	12
1.4.2.	Objetivos específicos	13
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO		14
2.1.	Estado de la cuestión.....	14
2.1.1.	Producción audiovisual.....	14
2.1.2.	Difusión de la obra de los músicos independientes	17
2.2.	Enfoque Social.....	18
2.3.	Marco conceptual.....	19
2.3.1.	Categorías fundamentales	19

2.3.2.	Redes conceptuales	20
2.3.1.	Variable dependiente	20
2.3.2.	Variable independiente.....	21
2.4.	Conceptualización de variables	22
2.4.1.	Conceptualización de la Variable Producción Audiovisual	22
2.4.2.	Conceptualización de la Variable Músicos independientes del género urbano	37
2.5.	Marco Legal	51
CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO		55
3.1.	Análisis Externo	55
3.1.1.	Análisis PEST	55
3.1.2.	Tendencias.....	61
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial.....	64
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia.....	67
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial.....	69

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia	71
3.2. Análisis Interno	74
3.2.1. Análisis FODA.....	74
3.2.1.1. Fortalezas	74
3.2.1.2. Oportunidades	74
3.2.1.3. Debilidades	75
3.2.1.4. Amenazas	75
3.3. Rentabilidad	78
CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO	79
4.1. Método	79
4.2. Enfoque del proyecto	79
4.2.1. Modalidad de Investigación.....	80
4.2.2. Técnicas de Investigación	81
4.2.3. Instrumentos de investigación.....	82

4.3. Análisis e interpretación de resultados.....	86
CAPITULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	100
5.1 Descripción del proyecto	100
5.1.1 Concepto del proyecto	101
5.1.2 Descripción	103
5.1.3 Expresión creativa.....	112
5.1.4 Valor agregado	112
5.1.5 Materiales e Insumos	113
5.1.6 Presupuesto	116
5.1.7 Construcción del prototipo.....	117
5.1.8 Miniserie audiovisual.....	122
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	129
6.1 Conclusiones.....	129
6.2 Recomendaciones	129

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	130
ANEXOS	147
Anexo 2: Modelos de Entrevistas	148
Anexo 3 Fotos entrevistas.....	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Contenido audiovisual</i>	62
Tabla 2 <i>Preferencias musicales por región</i>	62
Tabla 3 <i>Contenidos audiovisuales y medios</i>	63
Tabla 4 <i>Uso de internet</i>	63
Tabla 5 <i>Uso de radio</i>	64
Tabla 6 <i>Otros medios</i>	64
Tabla 7 <i>Segmentación de mercado</i>	65
Tabla 8 <i>Índice de saturación</i>	70
Tabla 9 <i>Origen de los artistas</i>	70
Tabla 10 <i>Matriz de competencia</i>	72
Tabla 11 <i>Guía de entrevista</i>	84
Tabla 12 <i>Matriz de actividades</i>	105
Tabla 13 <i>Plan de difusión</i>	111

Tabla 14 <i>Matriz de recursos</i>	113
Tabla 15 <i>Presupuesto</i>	116
Tabla 16 <i>Plan de rodaje</i>	123
Tabla 17 <i>Construcción del prototipo i</i>	127
Tabla 19 <i>Construcción del prototipo iii</i>	128

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imágen 1 <i>Árbol de problemas</i>	10
Imágen 2 <i>Categorías fundamentales</i>	19
Imágen 3 <i>Red conceptual variable dependiente</i>	20
Imágen 4 <i>Red conceptual variable independiente</i>	21
Imágen 5 <i>Identificador gráfico</i>	118
Imágen 6 <i>Manual de marca – parte 1</i>	119
Imágen 7 <i>Manual de marca – parte 2</i>	120
Imágen 8 <i>Mockup poster i</i>	121
Imágen 9 <i>Mockup poster ii</i>	121
Imágen 10 <i>Construcción del prototipo i</i>	127
Imágen 11 <i>Construcción del prototipo ii</i>	127
Imágen 12 <i>Construcción del prototipo iii</i>	128
Imágen 13 <i>Construcción del prototipo iv</i>	128

Ilustración 14 <i>Realización de entrevista i</i>	155
Ilustración 15 <i>Realización de entrevista ii</i>	155
Ilustración 16 <i>Construcción del video i</i>	156
Ilustración 17 <i>Construcción del video ii</i>	156
Ilustración 18 <i>Construcción del video iii</i>	156
Ilustración 19 <i>Construcción del video iv</i>	156

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto integrador se sumerge en una profunda investigación sobre la música urbana en la ciudad de Ambato. Al explorar este fascinante terreno, se revela un talento prometedor entre jóvenes artistas locales, quienes, respaldados por su autogestión y aguda creatividad, han emergido como destacados exponentes de este género en la localidad. La investigación no solo arroja luz sobre la situación actual de la música urbana en Ambato, también ofrece un viaje a través de su evolución a lo largo del tiempo, abarcando tanto el panorama contemporáneo como el legado musical que ha dejado una huella indeleble en la comunidad urbana.

Además de las perspectivas aportadas por los propios artistas, el proyecto se beneficia de las contribuciones de profesionales especializados en los campos pertinentes. Entre ellos se encuentran productores audiovisuales, músicos urbanos y, de manera crucial, la voz del público consumidor. La investigación da paso a la esencia del proyecto que se concentra en la creación de productos audiovisuales de alta calidad, capturando el carácter artístico de los músicos urbanos independientes y sirviendo como una potente herramienta para difundir su identidad única en jóvenes y adultos de 17 a 40 años en Ambato.

También, se incorporan piezas gráficas que, al ser difundidas en medios digitales, amplifican la visibilidad de estos talentosos artistas, estableciendo una sinergia entre lo visual y lo auditivo. La cuidadosa combinación de elementos audiovisuales y gráficos no solo amplifica el alcance de estos artistas emergentes, sino que también contribuye al enriquecimiento cultural y fomenta la diversidad musical.

PALABRAS CLAVES: PRODUCCIÓN AUDIO VISUAL, MÚSICA URBANA, MÚSICOS INDEPENDIENTES, AUDIOVISUAL MUSICAL, MÚSICA AMBATO

ABSTRACT

This integrative project immerses itself in an in-depth investigation of urban music in the city of Ambato. By exploring this fascinating terrain, it reveals promising talent among young local artists, who, backed by their self-management and sharp creativity, have emerged as outstanding exponents of this genre in the locality. The research not only sheds light on the current state of urban music in Ambato, but also offers a journey through its evolution over time, covering both the contemporary scene and the musical legacy that has left an indelible mark on the urban community.

In addition to the perspectives provided by the artists themselves, the project benefits from the contributions of professionals specialized in the relevant fields. These include audiovisual producers, urban musicians and, crucially, the voice of the consuming public. The research gives way to the essence of the project which focuses on the creation of high-quality audiovisual products, capturing the artistic character of independent urban musicians and serving as a powerful tool to disseminate their unique identity to young people and adults aged 17 to 40 in Ambato.

Also, graphic pieces are incorporated which, when disseminated in digital media, amplify the visibility of these talented artists, establishing a synergy between the visual and the auditory. The careful combination of audiovisual and graphic elements not only amplifies the reach of these emerging artists, but also contributes to cultural enrichment and promotes musical diversity.

KEYWORDS: AUDIO-VISUAL PRODUCTION, URBAN MUSIC, INDEPENDENT MUSICIANS, AUDIO-VISUAL MUSIC, MUSIC AMBATO

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador tiene como objetivo exponer a los músicos independientes del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato, el público al que se quiere llegar es a jóvenes y adultos de 17 a 40. Esto mediante la producción audiovisual ya que es una herramienta eficaz para esparcir un mensaje.

El capítulo I, presenta los antecedentes del proyecto tales como el tema, el planteamiento del problema con su respectiva contextualización con sus niveles macro, meso y micro. Se añade algunos elementos investigativos como lo es el análisis de las causas y consecuencias del problema para la creación de una justificación coherente y así poder llegar a objetivos planteados.

El capítulo II, navega por el estado de la cuestión y algunos referentes en los cuales se ha tomado como ejemplo su método de investigación. En el marco teórico se topa tópicos de conceptos los cuales ayudaran a la realización de este proyecto, al igual que un marco legal que aboga en esta investigación.

El capítulo III, habla sobre el análisis PEST el cual ayuda a entender el mercado, las tendencias y tecnologías en este proyecto, también a comprender más la parte social y económica de los músicos por último a estudiar la competencia de una manera estratégica. El análisis FODA muestra los pros y los contras de este trabajo terminando con la rentabilidad del mismo.

El capítulo IV, analiza instrumentos de investigación los cuales van a ayudar a la realización de entrevistas que se harán a profesionales en el tema y a público fanático en general esto con el motivo de que apoyen con ideas al mejoramiento de la propuesta.

El capítulo V, se desarrolla la propuesta, se detalla aspectos técnicos de los entregables y se evidencia lo trabajo a lo largo del proyecto.

El capítulo IV, se hace mención de las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron después del desarrollo de la propuesta

CAPITULO I. ANTECEDENTES

1.1. Tema

“Producción audiovisual para la difusión de la escena independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Análisis Macro

La escena urbana independiente Latinoamérica se encuentra en un auge creciente en los últimos años, registro un aumento significativo en la popularidad de los géneros como reggaetón, trap y hip-hop, lo que ha llevado a una mayor presencia de artistas junto a grupos independientes en la escena musical mundial; así surgieron nuevos colectivos artísticos musicales que desafían los estándares tradicionales y exploran otras identidades urbanas, surgido en Latinoamérica en los 80 en países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia, enfocado su en la comunidad y su compromiso con la justicia social; en esta época aparecieron artistas como Charly García, Vico C, Cerati, Fito Páez, entre otros, estaban grupos como Soda Stereo, Aterciopelados, Los Prisioneros, entre otras (Gomezjurado Moreno 2020).

Las redes sociales son fundamentales para la difusión de la música urbana independiente, permiten a los artistas conectarse directamente con su público mediante los directos, los principales medios sociales en Latinoamérica son Facebook con 231 millones suscritores, WhatsApp 158 millones, YouTube 149 millones, Instagram 71 millones, TikTok 44 millones, Twitter 24 millones, LinkedIn 28 millones, Pinterest 11 millones, Snapchat 10 millones, y Telegram 7 millones (Montejano Hernández 2019).

En palabras del autor Pedrero (2019), los videos musicales como herramienta de difusión audiovisual , han sido utilizadas desde la época dorada del cine, así tenemos

películas esterilizadas por Cab Calloway y Duke Ellington músicos de jazz más populares de 1930, presentaban elaboradas rutinas de canto y baile en películas, la más destacada "Minnie the Moocher" 1931 ; Elvis Presley es conocido por haber realizado algunos de los primeros videos promocionales para sus canciones, la primera fue "Heartbreak Hotel" en el 56 el programa "Stage Show" (Sandling and Chandler 2021), en la década de los 60, los Beatles realizaron películas que acompañaban a sus álbumes, como "A Hard Day's Night" del 64 y "Help!" en el 65; en el 67 The Rolling Stones producían videos promocionales para la canción "We Love You"; a medida que los avances tecnológicos los videos musicales como herramienta audiovisual tomo una relevancia fundamental, así tenemos en los años 70 a Queen - "Bohemian Rhapsody" (1975), Blondie - "Heart of Glass" (1979) y David Bowie - "Ashes to Ashes" (1980), en 1981 el primer video musical se transmitió en MTV "Video Killed the Radio Star" de The Buggles, este video musical se convirtió en un símbolo de la revolución visual que MTV experimentaba en la industria musical (Momcilovic 2021).

En las últimas dos décadas, YouTube se ha convertido en un espacio fundamental donde cualquier individuo puede compartir su contenido musical y recibir retroalimentación en tiempo real a través de reacciones. Este fenómeno ha dado origen al término "viral", que representa la forma masiva y rápida de alcanzar una gran audiencia en un corto período de tiempo (Antolín Prieto & Clemente, 2017), ejemplos de videos musicales virales incluyen "Baby" de Justin Bieber en 2010, "Friday" de Rebecca Black en 2011, "Gangnam Style" de PSY en 2012, "Harlem Shake" de Baauer en 2013, "Despacito" de Luis Fonsi y Daddy Yankee en 2017 y "WAP" de Cardi B y Megan Thee Stallion en 2020.

A pesar del éxito de la escena urbana independiente latinoamericana, existen serios desafíos que enfrentan los músicos y grupos independientes es la falta de patrocinio financiero, esto a menudo les impide acceder a oportunidades en radio y televisión, distribución masiva de su música, giras y la creación de contenido audiovisual de calidad,

por la falta de acceso a la tecnología o capacitación en habilidades digitales, en contra punto los artistas mainstreams que cuentan con el respaldo de grandes disqueras junto a compañías de medios (López-Cano 2020).

En palabras de la autora Gutiérrez (2022), otro desafío importante a enfrentar es la piratería, es una amenaza generalizada en Latinoamérica, esto produce la privación de ganancias a los artistas, esenciales en costear su labor lo que limita llegar a nuevas audiencias, los sitio webs piratas en Estados Unidos encabeza la lista con 15.500 millones de visitas a páginas dedicadas a la piratería, en Latinoamérica Brasil cuenta con 4.2 millones de visitas a sitios piratas y México con 3.5 millones; la escena urbana independiente en Latinoamérica enfrenta una serie de prejuicios, a menudo se asocia con la delincuencia, violencia y falta de educación, es decir que son asociados directamente con la pobreza, esto daña la reputación de los artistas, lo que puede dificultarles ganar nuevos fanáticos y socios (Llanes et al. 2019).

En el escenario actual de la música urbana independiente Latinoamérica, los argentinos Ca7riel y Paco Amoroso han forjado un claro camino hacia el éxito; Catriel Fernández “Ca7riel”; músico, cantante y productor formó parte de varias agrupaciones de rock y pop, en 2017 comenzó su carrera de solista, se caracteriza por su estilo musical versátil, que combina elementos del trap, hip hop, jazz y electrónica, sus éxitos más reconocidos son "Jala" (2017), "Orillando" (2018) y "Los Pa' La Cabeza" (2019) (Feijoo 2021).

Ca7riel y Paco Amoroso han tenido varios éxitos a lo largo de su carrera, en 2019 fueron reconocidos como el dúo de trap más exitosa de ese año, lanzaron sencillos como "Piola", "Jala jala", "Ouke", "Ola Mina XD" y "Mi sombra", al año siguiente se presentaron en vivo en el Estadio Obras, Buenos Aires, y en 2022 fueron nominados a los Premios Grammy Latinos en la categoría de Mejor Nuevo Artista (Santos 2022).

El dúo ha enfrentado grandes retos a lo largo de sus carreras, la escritora Bordaberry (2022) señaló que muchos artistas emergentes argentinos confrontan diversas dificultades a lo largo de su carrera musical, esto no fue diferente para ellos, en sus inicios ambos tuvieron que lidiar con la falta de reconocimiento y el poco apoyo de la industria musical argentina, esto agravado por las crisis económicas y delincuencia que han azotado al país los últimos 20 años junto a la crítica de la sociedad conservadora; tuvieron que autogestionar sus proyectos, lo que requirió de mucho esfuerzo y dedicación; pese a estas situaciones ambos artistas han perseverado con trabajo constante y su capacidad para conectar con el público volviéndose referentes de la nueva escena musical argentina.

1.2.2. Análisis meso

La industria musical urbana ecuatoriana ha combatido una serie de desafíos en los años pasados, durante la crisis sanitaria del 2020, el gobierno realizó significativos recortes presupuestarios en múltiples ministerios, entre los que se encontraba el Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP), institución encargada en el manejo de presupuestos, así como coordinación con museos, teatros, cines y otros espacios; en ese momento se tenía un registro de 5.500 músicos, según la Dirección de Emprendimiento e Industria Fonográfica, de los cuales solo 1.057 músicos y 192 intérpretes constan en los registros de la Federación Nacional de Artistas Profesionales del Ecuador (FENARPE), el gobierno realizó ayudas económicas mediante bonos. esto llegó a pocos artistas lleva a la mayoría a realizar otras actividades para poder subsistir (Ríos 2020).

En la actualidad el gobierno centra sus recursos en la cultura típica ecuatoriana como el mayor atractivo turístico, por otra parte a limitado y disminuido el financiamiento a otros sectores musicales nacionales, perjudicados por la falta de políticas claras y debidamente articuladas que protejan a los artistas urbanos emergentes, una evidencia clara de la falta de apoyo del gobierno radica que 48% de miembros del SAYCE no tiene acceso a la seguridad social, el Plan Integral de Contingencia para las Artes y la Cultura

implemento un bono humanitario de \$60 junto a canastas de alimento durante 3 meses, que beneficio a solo 5.500 trabajadores de arte y la cultura (Crespo 2022).

Otras de las problemáticas que enfrentan los músicos es la falta de apoyo financiero, pocas entidades bancarias y cooperativistas pueden facilitar un apoyo económico significativo o préstamos para el desarrollo de la actividad, el exministro de Cultura y Patrimonio, Juan Fernando Velasco en 2019 lanzó el programa "Ecuador Creativo" con el objetivo de impulsar la industria cultural, sin embargo no tuvo el impacto esperado, debido a la falta de recursos y continuidad, en 2021 María Luisa González, ex viceministra de Cultura y Patrimonio, señaló que el presupuesto del MCYP era insuficiente para atender las necesidades del sector, en ese momento el país estaba enfocado en la reactivación económica e industrial, en la actualidad la mayoría de artistas urbanos han recurrido al auto financiamiento y ayuda de otras instituciones nacionales e internacionales para la difusión de su contenido en espacios tanto físicos como digitales, la falta de empresas especializadas en la industria musical hace que sea difícil para los artistas obtener el apoyo que necesitan para tener éxito (Mora 2023).

La Piratería y consumo ilegal de música ha sido una constante en Ecuador lo que ha representado pérdidas económicas a artistas y productores urbanos ecuatorianos, SAYCE determinó que en el 2022 se produjo perjuicios de USD 7 millones, por otro lado la piratería un estimado de USD 177 millones, según estimaciones del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), esto se produce con gran facilidad ya que se puede acceder a música ilegal a través de Internet y otros medios digitales, dificultan la monetización del trabajo artístico y al mismo tiempo desmotiva la creación musical (Gómez and Montero 2022).

Los artistas urbanos ecuatorianos poseen un limitado acceso a espacios de promoción, los canales de comunicación tradicionales como la radio y la televisión, suelen estar dominados por géneros musicales más comerciales enfocados en la generación de

ingresos, canales provinciales permiten mayor acceso a los artistas urbanos, especialmente durante fiestas parroquiales o provinciales, en presentaciones al aire libre como han sido las de Guanaco, Swing Original Monks, Guardarraya, La Máquina Camaleón entre otros; a nivel nacional los festivales de Quitofest y el Festival Internacional de Artes Vivas Loja son los espacios ideales para darse a conocer pero por lo general se le da mayor prioridad a los artistas que ya poseen un reconocimiento significativo a nivel nacional como internacional, lo que dificulta la visibilidad de la música urbana (Caicedo 2021).

En la escena musical ecuatoriana Marmota MC fue un artista referente conocido por su contribución a la escena del hip-hop en Quito, sus éxitos se reflejan en varios álbumes que recibieron reconocimiento en la escena underground de Ecuador y América Latina, colaboró con otros artistas reconocidos, lo que le ha permitido ampliar su alcance y audiencia tales como; El Bloque, 38 Que no Juega, Equis, Tzantza Matantza, entre otros; participó en festivales y eventos importantes, consolidó su presencia en la escena musical en festivales como la Fiesta de la Música en Cuenca y El Carpazo en Quito a nivel nacional, en lo internacional se presentó en Lollapalooza Argentina (2016) y Estéreo Picnic Colombia (2018); de igual forma se ha enfrentado a múltiples dificultades, la competencia con géneros musicales extranjeros y la falta de reconocimiento del público nacional el mayor obstáculo que enfrentó fue el cáncer que padeció y lamentablemente falleció en 2020 a los 49 años, lo que representó una pérdida significativa para la escena del rap en Ecuador, pero su legado se ha mantenido vigente, inspira a nuevas generaciones de artistas urbanos hasta nuestros días (García, 2020).

1.2.3. Análisis micro

Ambato es uno de los ejes económicos fundamentales del Ecuador, rica en cultura y tradiciones, representado por los ilustres tres Juanes, nacidos en el siglo XIX Juan Montalvo, Juan Benigno Vela y Juan León Mera; la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua (CCNT) ha sido un importante centro de difusión cultural en la ciudad, no obstante ha enfrentado varios desafíos en los últimos años, el principal son los continuos recortes

presupuestarios por parte del Ministerio de Finanzas, en 2018 el presupuesto se redujo en un 20%, al año siguiente se tenía tan solo \$284.304 (Heraldo 2019).

Los recortes han tenido un impacto negativo en las labores de la CCNT, lo que provoco despidos a empleados, cancelaciones de talleres, cursos de arte, presentaciones de teatro, danza, música, exhibiciones de arte, publicaciones de libros y revistas culturales; al mismo tiempo el financiamiento a los artistas urbanos como de gestores culturales locales se vio afectado en las subvenciones para proyectos culturales, espacios de trabajo para artistas y en las oportunidades de capacitación (GAD, 2023).

La falta de visibilidad y reconocimiento del género musical urbano en la ciudad ha enfrentado dificultades para su aceptación como parte de la cultura ambateña, la provincia Tungurahua cuenta en la actualidad con un canal televisivo que es Unimax fundado el 11 de febrero de 1994, también existió Ambavision el cual hasta el 2017 estuvo al aire, ambas empresas brindaban espacios a nuevos talentos, pero por motivos presupuestarios y la baja aceptación de la audiencia empezaron a disminuir estos segmentos; la radio es otro medio tradicionalmente usado en la provincia de Tungurahua para informarse y entretenerse, las radios más populares hasta la fecha son Radio Canela, Radio Centro y Radio Rumba, lamentablemente este medio tiene un público mayoritariamente de adultos junto a personas de la tercera edad cuyas preferencias se inclinan a música popular de las décadas pasadas, esto reduce las oportunidades de darse a conocer debido a la falta de promoción y publicidad, al mismo tiempo dificulta a los músicos la creación de una comunidad sólida (Mora 2019).

Una de las problemáticas presentes en Ambato son los limitados lugares adecuados donde se desarrolle las actividades de los músicos urbanos, es una problemática recurrente que dificulta la práctica y difusión de su talento, existe pocos escenarios públicos donde los músicos pueden darse a conocer, entre los principales se pueden mencionar Teatro al Aire Libre Ernesto Albán, Escalinatas del Tinglado (las gradas de los padres Josefinos) y

CCNT, estos espacios si bien son de uso público, se requiere un trámite extenso y realizar pagos correspondientes, lo que restringe las oportunidades que los artistas emergentes puedan presentarse ante el público, esto sin sumarle la infraestructura, equipos de sonido, luces, personal de apoyo, seguridad entre otros que son necesarios; llevándolos en algunos casos a recurrir a lugares improvisados, como casas, calles, plazas o parques públicos, lo que no solo limita la calidad de sus presentaciones, sino que también los expone a diversos riesgos (Rodríguez 2021).

En Ambato existen diferentes músicos urbanos como Guanaco, Micro N On, Alexo Mc y más artistas que alimentan esta cultura urbana. Entre ellos uno destacable es el grupo ambateño de hip hop Don De Gente se formó en el año 2004, está conformado por MC's Vico Salazar, Santiago Garcés y Geo Pro; desde sus inicios el grupo se ha caracterizado por su estilo combativo, aborda en sus letras temas sociales, políticos y culturales, dentro de su discografía destacan "Legado" (2013), "Desde Adentro" (2015) y "Rap Akustico" (2019), el grupo ha participado en numerosos eventos y festivales alrededor del país consolidándose como uno de los grupos de hip hop más representativos de Ambato y Ecuador.

La agrupación, desde sus inicios enfrentó múltiples dificultades, entre las más destacadas fueron la falta de espacios y escenarios donde puedan desarrollar sus actividades, la falta de infraestructura junto a equipos necesarios para los conciertos, el poco apoyo de los medios de difusión como la radio, a inicio del milenio, las radios preferían usar el uso de música mainstream deja a un lado el género urbano ambateño; en la época en que iniciaron su carrera, las redes sociales no estaban tan presentes como en la actualidad lo que limitaba la forma de difundir su música por medio digitales, por lo cual usaban medios más tradicionales como el boca a boca o afiches, el grupo al ver este problema recurrente optaron por auto gestionarse.

La CCNT, facilitó el uso del auditorio del consejo provincial junto a un limitado apoyo económico destinado a la elaboración, impresión y distribución de afiches para poner en marcha varios shows otro aspecto que tuvieron que enfrentar fue la falta de

estudios de grabación en Ambato no tenían equipos adecuados ni económicos para realizar las grabaciones de sus primeros sencillos, con el tiempo empezaron a tener presencia tanto a nivel provincial como nacional, participa en múltiples festivales destaca el Verano de las Artes en Quito y en Alianza Francesa La Fiesta de la Música; el conjunto ha logrado sembrar múltiples éxitos y han sabido devolver el apoyo de su público a través de talleres como el llamado Resiliencia instruye sobre el hip hop y narrativa visual (Hora La 2022

1.2.4. Árbol de problemas

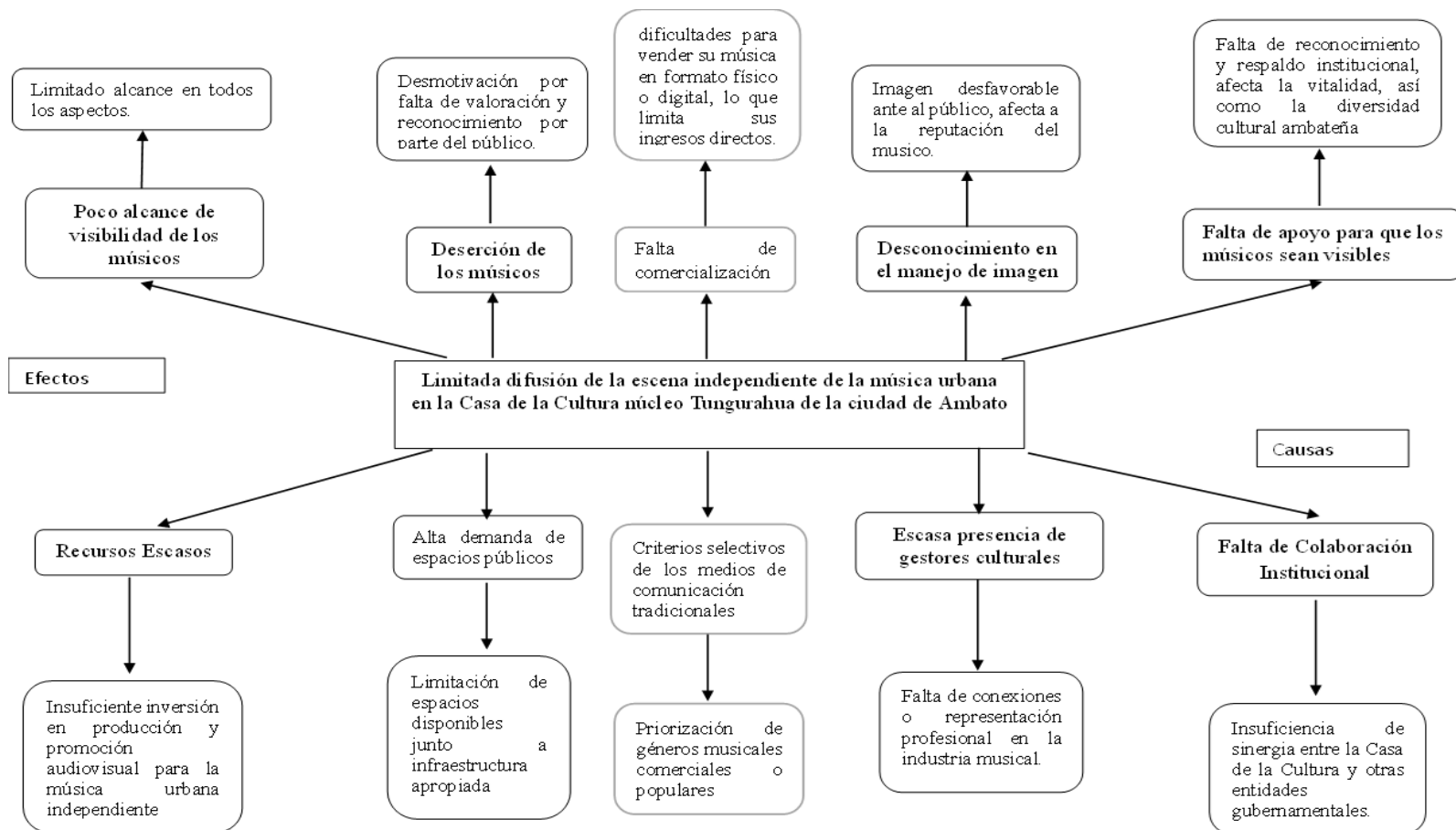


Ilustración 1 Árbol de Problemas

1.3. Justificación del problema

La música ha tenido un impacto social extraordinario, capaz de despertar sentimientos profundos en multitudes de personas, en Ambato existe una comunidad de músicos talentosos capaces de generar estas experiencias emotivas; sin embargo, la mayoría de estos artistas tienden a ser infravalorados y pasan desapercibidos ante el gran público. Esta situación ha perdurado durante varias décadas, en este tiempo se ha visto algunas excepciones que han logrado generar este impacto social mencionado.

La producción audiovisual promociona a los músicos independiente a un público más amplio que utiliza redes sociales en múltiples plataformas, crear contenido visual que complementa su música; la presente tesis tiene como meta la preservación y promoción de la cultura local, al ser un reflejo de la identidad ambateña, así como la historia de la música al aprovechar el talento de los músicos locales ayuda a mantener viva la cultura de la ciudad.

La mayoría de los estudios existentes realizados por académicos expertos en el área de comunicación audiovisual, han sido centrados en las actividades realizadas por los músicos independientes de Quito y Guayaquil, lo que ha dejado un vacío de conocimiento sobre la producción audiovisual de los músicos independientes del género urbano en Ambato; este estudio busca ayudar a llenar este vacío y sobre todo a contribuir como el conocimiento existente sobre la música independiente en ambateña con el fin de comprender mejor su impacto en la economía y la identidad cultura local.

El impacto del presente proyecto será el desarrollo de productos audiovisuales para la difusión de los músicos independientes del género urbano que posee la CCNT. Otro

punto de gran importancia dentro del tema de investigación es el desarrollar estrategias de difusión para apoyar al talento ambateño, y contribuir al conocimiento existente sobre la producción audiovisual de la música independiente ecuatoriana.

La presente tesis contribuirá significativa a la sociedad, al documentar la escena urbana local mediante la propuesta , brindará visibilidad a nuevos talentos como a músicos con recorrido en diferentes medios comunicacionales, esto impulsara las carreras al abrir nuevas oportunidades, deja a un lado viejos estereotipos sobre el género urbano, la preservación memorial cultural ambateña impulsara el desarrollo de las industrias creativas relacionadas como la producción audiovisual, el diseño gráfico y la organización de eventos, crea nuevos puestos laborales y dinamiza la economía local.

Para la facultad de Diseño y Arquitectura, el tema cobra de gran importancia ya permite poner en práctica los conocimientos adquiridos por los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, generar experiencia valiosa en el campo profesional, emplea la infraestructura y la logística proporcionada por la Universidad Técnica de Ambato en el conocimiento de la producción audiovisual como herramienta valiosa para los diseñadores gráficos crea contenido visual que complementa la música con el fin de llegar a un público más amplio, a partir de productos de alta calidad que refleje la identidad y la historia de la comunidad.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Desarrollar productos audiovisuales para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar la escena musical de los músicos urbanos de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato.
- Recoger información relevante sobre el trasfondo y experiencia artística de los músicos independientes del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua mediante investigación de campo.
- Analizar los tipos de producción audiovisual con la finalidad de hallar el más adecuado para crear productos que comuniquen de manera efectiva mediante estudios de caso.
- Realizar propuestas audio visuales que permitan difundir la escena musical independientes urbana de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado de la cuestión

La revisión de tesis anteriores es fundamental para comprender la evolución de las tesis relacionadas con el tema y las variables de interés, para el presente estudio se enfocada en la Producción Audiovisual y la Difusión de la obra de los músicos independientes, se pueden identificar las limitaciones de los estudios previos y generar nuevas ideas para futuras investigaciones, lo que mejorar la calidad de la investigación al igual que avanzar en el conocimiento del campo.

2.1.1. Producción audiovisual

En el ámbito de la comunicación y las artes, la producción audiovisual ha cobrado gran relevancia en los últimos años en especial durante la emergencia médica que azoto al mundo hace un tiempo atrás, transformándose en una herramienta fundamental en la transmisión de mensajes y creación de contenidos de impacto en diversas áreas de la sociedad.

Para iniciar este apartado, se analizó la metodología aplicada por el autor Hernández Aldas Edwin Javier del 2022, perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato, de la Facultad de Diseño y Arquitectura, Carrera de Diseño Gráfico Publicitario, su trabajo titulado “Producción Audiovisual para promover el turismo en la parroquia Pasa del cantón Ambato”, abordó una metodología exploratoria, este enfoque permitió conocer como de analizar las variables relacionadas con el problema y describir los elementos necesarios para la recolección de datos; se complementó con el método deductivo para realizar conclusiones específicas validadas, las mismas relacionadas con las actividades turísticas de la parroquia Pasa.

En cuanto a la validación de los instrumentos utilizados, fue determinado la confiabilidad de la encuesta a través del coeficiente de alfa de Cronbach, este coeficiente mide la consistencia interna de las preguntas de la encuesta, y estableció que el valor de alfa de Cronbach fue de 0.892, lo cual indica una correlación admisible de las 14 preguntas que conformo la encuesta.

Con base en los resultados complementados con un análisis sistemático, que involucra la identificación de metas, objetivos y la asignación de recursos, se desarrollaron e implementaron estrategias de difusión basadas en la producción audiovisual, con el fin de promocionar el turismo parroquial, mediante la creación de videos interactivos, así como el uso de nuevas tecnologías que permite a los turistas explorar virtualmente las actividades y lugares turísticos de la parroquia.

Además, se aplicó un método exploratorio y deductivo, enmarcado en un modelo cuantitativo, para levantar datos precisos sobre la situación actual del turismo en la parroquia; para lo cual de determino con base a los datos del INEC un universo de 15.856 personas aproximada en el cantón de Ambato, al ser datos que ya tienen 10 años de antigüedad, estos no podrían ser exactos, se utilizó una encuesta en línea con preguntas de selección múltiple, que se basaron en métodos teóricos del conocimiento y se relacionaron con la situación actual de la actividad turística local.

Con base a lo anterior, el autor Naranjo Alvarado Luis Alejandro en 2023, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación Comunicación Rediseñada, en su trabajo de tesis titulado “Exploración de la Música Nacional Divulgada en Producciones Audiovisuales Ecuatorianas”, abordó la variable “Producción Audiovisual” a través de un enfoque mixto exploratorio, con el fin de obtener una comprensión más profunda de la situación de la realidad en la que se desenvolvería su propuesta.

Se manejaron procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos como de cualitativos, los mide agrupados en una misma investigación para abarcar la mayor cantidad de aristas dentro del fenómeno de estudio, lo que permitió la verificación de teorías, amplían la confianza, validez y comprensión de los resultados; adicionalmente, toma en cuenta el método descriptivo para realizar este proyecto de investigación de las variables, que en el presente proyecto la variable independiente es la música y dependiente es la producción audiovisual, a través de matrices de operaciones de variables, en las que delimitaron las dimensiones, indicadores, ítems, técnicas e instrumentos de cada una.

Debido al carácter exploratorio de la investigación, no fue utilizado el cálculo muestral, sin embargo, fue necesario contar con datos cuantitativos y cualitativos en el análisis posterior, fue realizada una entrevista a un profesional de la música nacional; con el fin de recopilar datos cualitativos, de igual forma a un grupo focal con ocho participantes entre 21 y 26 años, habitantes de las regiones Costa y Sierra.

La entrevista fue llevada a cabo de manera semiestructurada, con preguntas abiertas que permitieran al entrevistado expresarse libremente. El grupo focal dirigido por un moderador, quien guio la discusión a través de una serie de preguntas, la implementación de las fichas de observación permitió registrar de manera organizada y detallada la información obtenida a través de la observación directa; esto facilita el análisis posterior de los datos observados e identificación de patrones o relaciones relevantes.

Se organizaron grupos focales conformado por 6 miembros, permitieron al investigador comprender a profundidad las perspectivas, experiencias y opiniones de los participantes, sobre cinco productos audiovisuales “No vale la pena vivir sin probarla,” “Veneno”, “Llanganati”, “La rebelión de la memoria” y “Ratas, ratones y rateros”; recopila 12 minutos de escenas, después de esto se realizaron varias preguntas sobre sus impresiones.

2.1.2. Difusión de la obra de los músicos independientes

La autora Jéssica Ximena Correa Santamaría en 2018, perteneciente a la Facultad De Jurisprudencia y Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Ambato, escribió la tesis titulada “Comunicación Promocional en la Difusión de Música Independiente de Intérpretes Ambateños”, mediante su metodología de investigación abordó la variable “Difusión de la obra de los músicos independientes utiliza una metodología mixta, combina enfoques cuantitativos y cualitativos para analizar el impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el aprendizaje de los estudiantes, esta metodología permitió a los investigadores obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno en estudio.

Paralelamente, el enfoque cualitativo centrado en la exploración de experiencias percibidas individuales al entrevistar a un pequeño grupo de estudiantes; la aproximación cualitativa comprendió en mayor detalle las vivencias subjetivas de los estudiantes con relación al estudio de las TIC.

El cuencano Helguero Altamirano David Josué en 2022, perteneciente a la Universidad del Azuay, estudiante de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas, Carrera de Comunicación Social, presento la “Propuesta de un Medio de Comunicación Digital para la Difusión del Trabajo de los Músicos Independientes de la Ciudad De Azogues”, el proyecto aplicó una metodología enfocada en la investigación cualitativa a través de entrevistas a grupos focales, músicos de la ciudad y personas pertenecientes a la Generación Z; permitió explorar la manera en la que las personas experimentan los fenómenos dentro de su entorno.

Las entrevistas a grupos focales obtuvieron información de primera mano de los participantes; las entrevistas fueron realizadas a músicos de la ciudad con el fin de conocer su percepción del ambiente artístico actual, sus necesidades de trabajo sean reconocidos y

valorados, la muestra fue a conveniencia debido a los perfiles de los involucrados, por lo que se entrevistará aproximadamente a seis músicos de la ciudad.

Los grupos focales de la Generación Z (entre 18 y 24 años), nacidas a finales de la década de los 90 e inicio de los 2000, participaron 16 personas (9 mujeres y 7 hombres) de la zona urbana de Azogues, tuvo el fin de conocer su interés por la música, el consumo mediático en sitios como YouTube, Instagram, Facebook, Tik Tok y sus páginas web oficiales, si les es relevante conocer al artista detrás de cada canción.

2.2. Enfoque Social

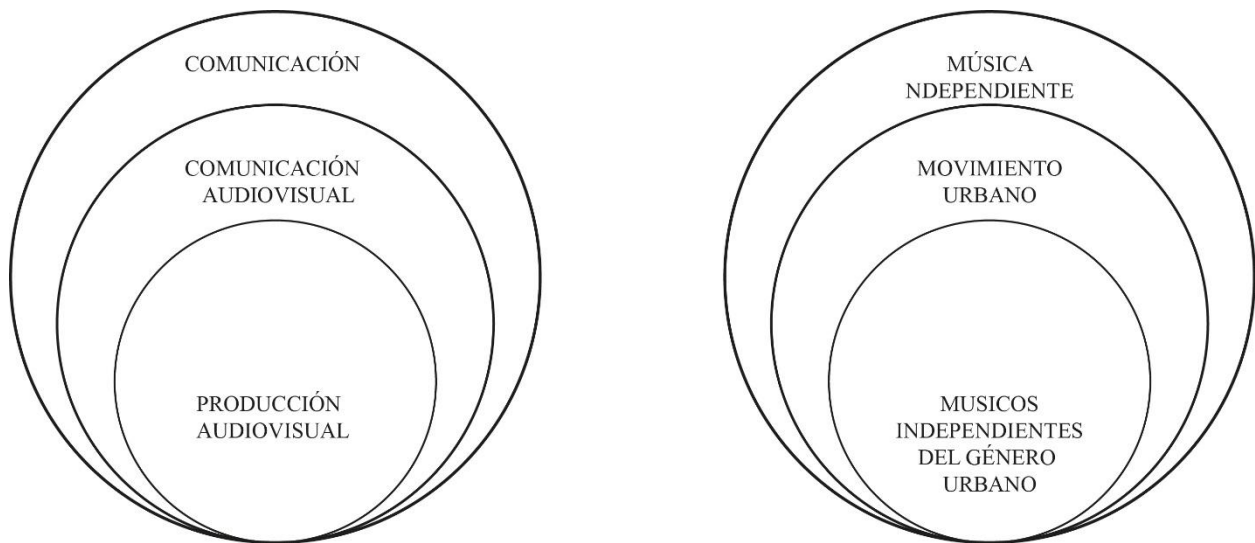
La tesis centra su enfoque en la producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente de Ambato; a nivel nacional, busca desafiar estereotipos y promover la diversidad cultural, el proyecto destacara historias junto a los desafíos a través de contenidos audiovisuales de calidad, busca sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de apoyar manifestaciones culturales diversas; a nivel provincial, resalta la diversidad cultural de ambateña, proporcionan visibilidad a talentos locales y genera oportunidades de colaboraciones, participación en eventos como Sol de Noviembre, Fiestas de Ambato y el Festival de Música de la CCNT, entre otros.

Los beneficiarios directos serán los músicos urbanos, beneficiados con una plataforma que contribuye a la profesionalización y actúa como un valioso registro histórico; por otro lado, los beneficiarios indirectos que son los amantes de la música urbana, al poder acceder a una escena más diversa enriquecida, el proyecto impulsará valores al entorno sociocultural en Ambato.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Categorías fundamentales

Ilustración 2 Categorías fundamentales



Elaborado por: Navarro (2023)

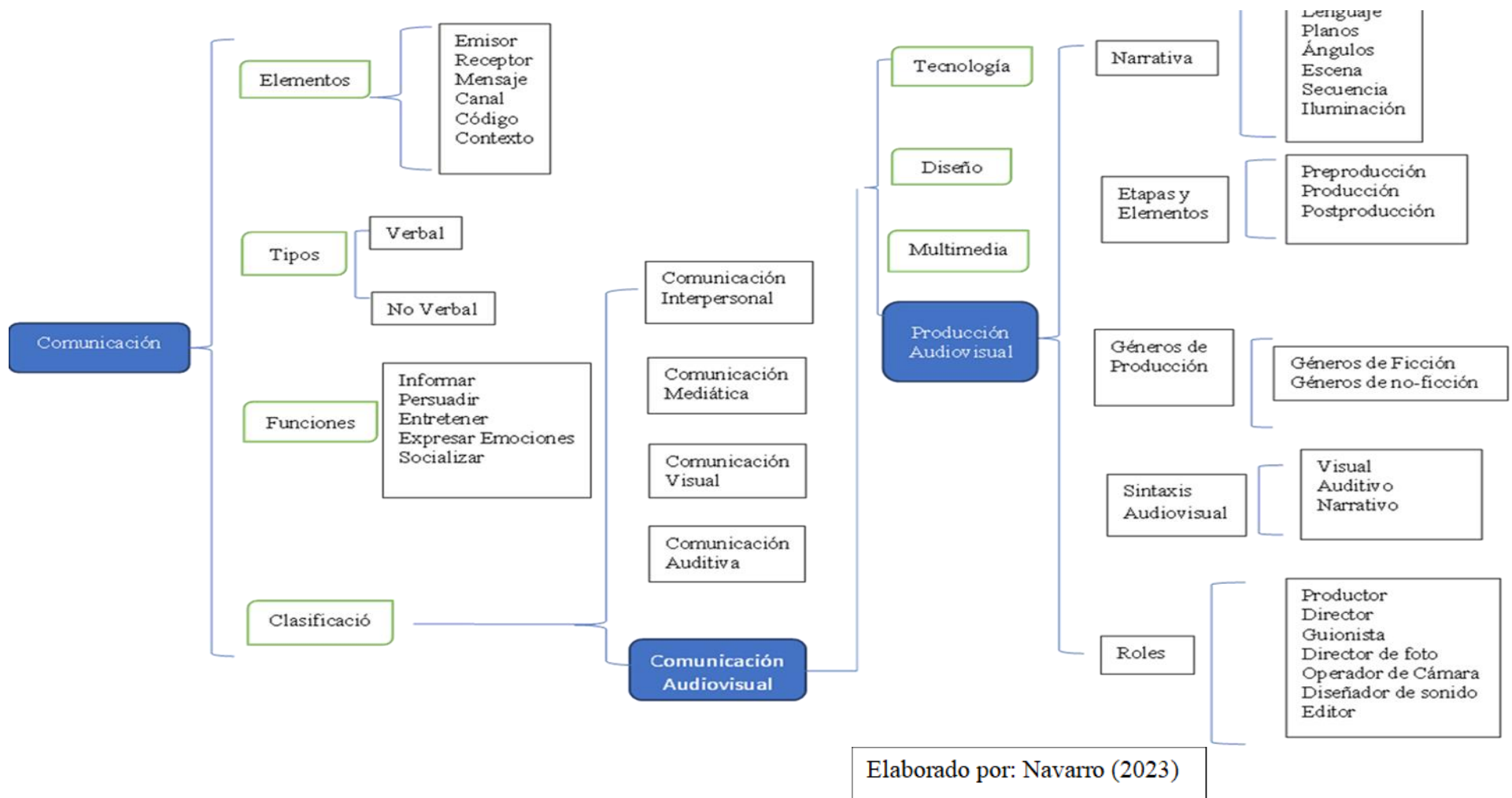
Variable Dependiente

Variable Independiente

2.3.2. Redes conceptuales

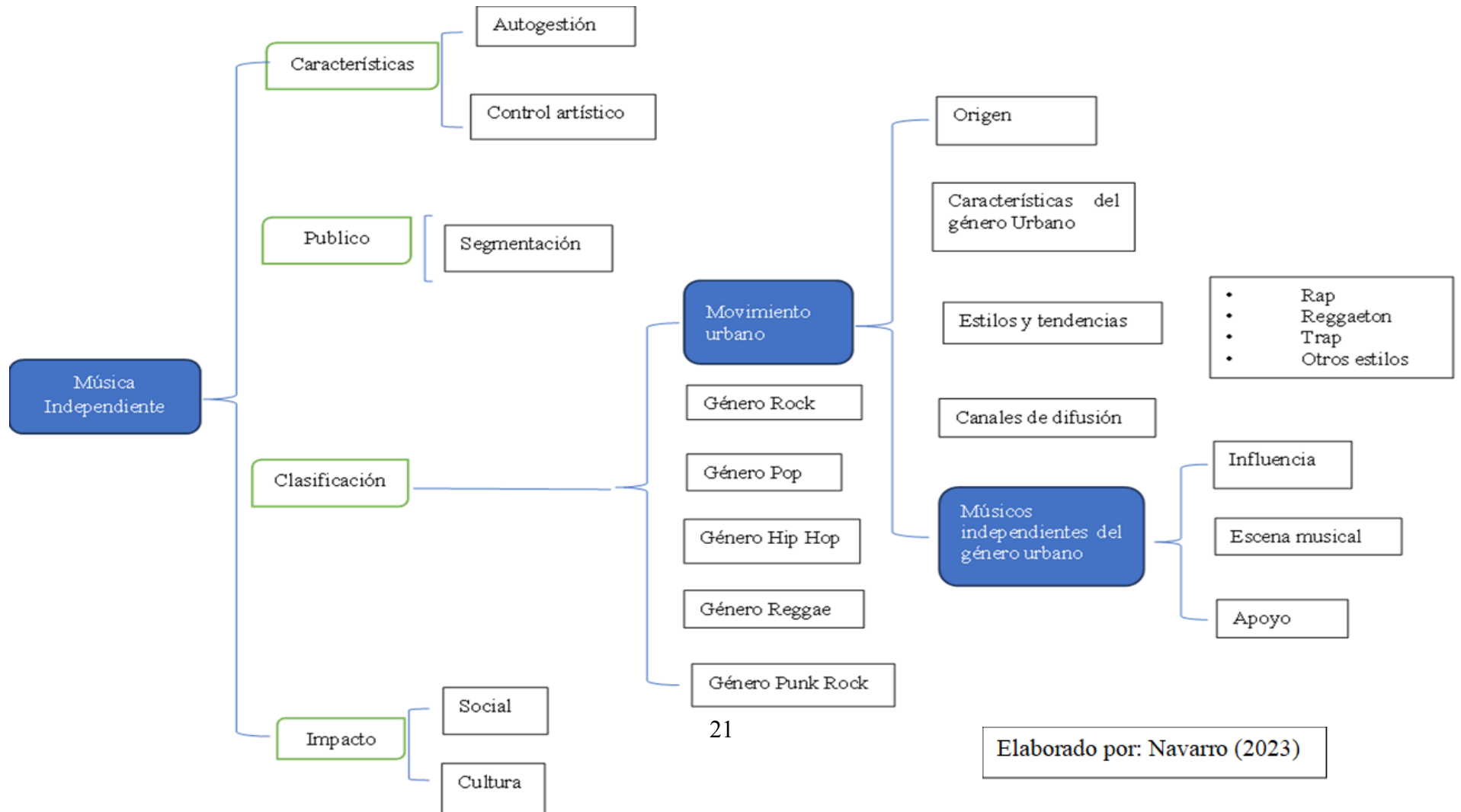
2.3.1. Variable dependiente

Ilustración 3 Red conceptual Variable dependiente



2.3.2. Variable independiente

Ilustración 4 Red conceptual Variable independiente



2.4. Conceptualización de variables

2.4.1. Conceptualización de la Variable Producción Audiovisual

2.4.1.1. Comunicación

Sistema dinámico en que dos o más individuos intercambian conocimiento e ideas mediante escritos o palabras compuestos de símbolos, señales, gestos faciales, símbolos visuales en donde involucran destrezas cognitivas sociales, para la comprensión e interpretación por parte de los receptores (Otero 2020). La efectividad depende de factores como la claridad del mensaje, la empatía, el lenguaje junto a la adaptación al público en un contexto específico (Escandell 2020, pág. 11).

2.4.1.2. Elementos

Es una dinámica que se compone de varios aspectos como lo señalan los autores Baena and Montero (2020), esenciales para comprender cómo evoluciona la comunicación significativa, así como sus los elementos claves que incluyen:

Emisor: Sujeto u organización que comienza la comunicación, codifica el mensaje expresado en palabras, gestos o señales en un canal a un receptor.

Receptor: Individuo o audiencia que recibe e interpreta la información al tener presente el contexto de este para su correcta interpretación.

Mensaje: Es la información o idea que el emisor transmite al receptor, puede ser verbal o no verbal, la efectividad depende de la claridad de los canales usados, así como del código empleado.

Canal: Sistema de transmisión de la información entre un emisor y un receptor puede ser oral, escrito, visual o electrónico, la efectividad de estos influye directamente en la calidad de la comprensión del mensaje.

Código: Signos y reglas para cifrado o descifrado del mensaje, para la comprensión significativa de forma precisa, puede ser lingüísticos, gestuales, etc., esto se complementa con la gramática, sintaxis, la entonación, señales, imágenes, entre otros.

Contexto: Son las circunstancias observables o abstractas que condicionan la interacción del mensaje, incluye elementos sociales, culturales y los procesos cognitivos.

2.4.1.3 Tipo

Son diversas las modalidades para el intercambio de información entre individuos o grupos, desde la perspectiva (Guerrero and Galindo 2020) existe múltiples formas para realizar su clasificación, para el contexto de la presente tesis se determinó la siguiente:

Verbal

Es la primera forma de comunicación que surgió en la humanidad, se desarrolló y evoluciono a lo largo de generaciones, utiliza palabras que se pueden complementar con gestos, señales faciales, entre otros; es la forma más común y directa de interacción humana, desempeña un papel fundamental en diversos contextos, como conversaciones cotidianas, presentaciones formales, discursos, entrevistas, educación, entre otros (Durand et al. 2020).

No Verbal

Es un fenómeno paralingüístico a través del cual transmite información sin hacer uso del habla, emplea otros métodos no verbales para expresar información, emociones o intenciones; la comunicación articula en base al contexto circunstancial como afirma (Mostacero 2021); en esta clasificación cae la comunicación escrita que son signos que siguen reglas lógicas con el fin que transmite información, llevar registros, almacenar historia y conocimientos ancestrales durante largos periodos, el sumerio fue el primero aproximadamente entre el 4000 y el 3000 a.C (Belío-Apaolaza 2021).

Funciones

Elemento clave en la evolución de la civilización, ha pasado diferentes etapas desde ruidos junto con gestos, lo que progreso en sonidos organizados reconocibles hasta el desarrollo de símbolos que expresan sonido e ideas, con fin de intercambiar información entre dos o más personas, entretener o simplemente conectar (Ruiz 2022); las funciones de la comunicación son múltiples y variadas, entre las principales están:

Informar

Transmitir conocimientos, ideas, datos y hechos a un individuo o grupos de forma masiva, lo que permitió la construcción de una base común de entendimiento, emplea diversos canales como el lenguaje hablado, escritura, imagen y sonido; en la actualidad los medios de información masivos juegan un papel crucial al difundir noticias, reportajes, documentales y otros contenidos informativos (González 2020).

Persuadir

Modificar las creencias y comportamientos de los receptores, utilizada en diversos ámbitos desde la publicidad hasta la política, los comunicadores emplean estrategias, técnicas argumentativas complementadas con recursos emocionales con el fin de lograr sus objetivos (Riffo 2021).

Entretener

Se centra en proporcionar diversión al público, mediante diversas formas como la comedia, la música, el cine, la televisión, videojuegos y las redes sociales, da a las personas un escape de la rutina y disfrutar de experiencias estéticas (Peña, Larrondo, and Morales 2022).

Expresar Emociones

Establece conexiones significativas entre individuos al compartir alegrías, tristezas, miedos, enojos y afecto, se logra mediante diversos canales verbales, no verbales, expresión facial, el tono de voz y el contacto visual, todo en marcado en un mensaje que busca llegar a las fibras emocionales del espectador (Molina and Espinosa 2022).

Socializar

Esencial en instrucción al igual que el mantenimiento de las relaciones a lo largo de la vida que permite a las personas adquirir el desarrollo principios culturales y roles necesarios en la integración efectiva en el entorno social (Geneteau 2021).

Clasificación

Comunicación Interpersonal

Intercambio de información y sentimientos de manera verbal y no verbal, desde una perspectiva antropológica el 80% de la comunicación es no verbal, al ser uno de los pilares para la convivencia organizativa de la sociedad, mucha información es percibida mediante el lenguaje corporal, este intercambio puede ser verbal es decir del habla o no verbal a través de gestos, expresiones faciales, tono de voz, etc (Belío-Apaolaza 2021).

Características clave de la comunicación interpersonal en palabras de los autores Fernández and Alaminos (2021) son:

- Interacción Directa: Son las situaciones en que los individuos están físicamente presentes, sea observan el lenguaje corporal y otros elementos no verbales.
- Retroalimentación Inmediata (*feedback*): Los participantes obtienen respuestas inmediatas a sus mensajes.
- Contexto Relacional: Forma en que los individuos interactúan y se comunican está moldeada por el tipo de relación que tienen
- Expresión Emocional: Las emociones y los sentimientos se transmiten de forma conjunta a través de un lenguaje corporal junto a otros elementos no verbales
- Escucha Activa: Capacidad de escuchar con atención y comprender las ideas además de los sentimientos del otro interlocutor.
- Lenguaje corporal: Los elementos no verbales, juegan un papel crucial en la retroalimentación e interpretación de los mensajes.

Comunicación Mediática

Es la transmisión de información, ideas y mensajes a través de medios de comunicación masivos como la televisión, la radio, la prensa, las redes sociales, etc., es unilateral, juega un papel fundamental en la sociedad contemporánea al influir en la opinión pública, moldear la cultura y proporcionar información a grandes audiencias de manera eficiente (Decima 2022).

Comunicación Visual

Emplea componentes visuales como imágenes, signos o símbolos, difunden mensajes creativamente impactantes, es una comunicación rápida y efectiva, la gran capacidad que tiene el cerebro humano de procesar información, inicia en el ojo, durante 13 milisegundos el cerebro 90% analiza alrededor de 60.000 imágenes mientras interviene al mismo tiempo la corteza visual primaria, corteza visual secundaria, área de asociación visual y evocar emociones asociadas a experiencias (Rollie and Branda 2021).

Comunicación Auditiva

Percepción de sonidos y ruidos como mensaje en vez de palabras, es fundamental el tono de voz junto a la correcta pronunciación para transmitir el mensaje de forma apropiada, esto toma mayor relevancia en lenguajes asiáticos y árabigos debido a que la entonación transmite diferentes mensajes e ideas de acuerdo con el contexto (Hofstadt 2021).

La comunicación auditiva implica la participación de diferentes elementos del sistema auditivo como afirmo Álvarez et al. (2023), desde el oído externo hasta el cerebro:

- Oído externo: Recoge las vibraciones sonoras del entorno.
- Oído medio: Difunde las vibraciones sonoras al oído interno.
- Oído interno: Contiene la cóclea, que convierte las vibraciones sonoras en señales eléctricas.
- Nervio auditivo: Difunde las señales eléctricas al cerebro.
- Cerebro: Interpreta las señales eléctricas y las procesa como sonidos.

Comunicación Audiovisual

En este tipo de comunicación los autores Grijalba de la Calle, Saavedra, and Jiménez (2022), señalan que la transmisión y recepción de un mensaje combina imágenes, videos, gráficos, sonidos, palabras o música para enriquecerlo significativamente, puede ser analizado tanto por separado como en conjunto, el mensaje pueden incluir textos, letras o palabras escritas aunque siempre predomina lo no verbal, hasta hace un par de décadas los canales predominantes eran la televisión y radio, en la actualidad son los medios digitales que toman mayor protagonismo, al ser herramientas ideales para difundir un mensaje a una mayor audiencia.

La comunicación audiovisual se clasifica según su propósito en:

- Objetiva: Busca entregar la información sin haberla filtrado con ninguna opinión o interpretación, como puede ser el registro de un documental o de una cámara de seguridad.
- Publicitaria: Persuade al espectador para que consuma un determinado bien o servicio.
- Artística: Transmite un mensaje artístico cualquiera que sea la que el autor haya querido darle.

Tecnología

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) constituyen todos los avances en dispositivos, herramientas sistemáticas que facilitan la producción, almacenamiento, transmisión por medio de texto, sonido, imagen, entre otros, el desarrollo de las mismas permite un mejoramiento constante haciéndolas más rápidas y de mayor calidad (Almenara and Gimeno 2019); han tenido un gran impacto en las formas de comunicación, entretenimiento, aprendizaje e interrelaciones personales, ha cambiado el paradigma de los canales tradicionales de comunicación por el Internet, telefonía móvil, mensajería instantánea y redes sociales, estableció una globalización a la vez que una democratización de la información (Toscano-Alonso et al. 2022).

Diseño

Constituye en la planificación, organización y presentación de la información visualmente atractiva que transmite un mensaje concreto a una audiencia determinada, el enfoque central del mensaje es ser claro, concisa y lógica, visualmente atractiva (Francés 2021); incorporan visuales como imágenes, gráficos, tipografía y color que capte la atención de la audiencia con el fin de mejorar la comprensión de este, Cazco and Cazco (2019) identificaron que entre los principales ejemplos destaca:

- Diseño gráfico: Logotipos, folletos, carteles, revistas, páginas web.
- Diseño editorial: Libros, revistas, periódicos.
- Diseño publicitario: Anuncios publicitarios, campañas publicitarias.
- Diseño de envases: Envases de productos, etiquetas.
- Diseño web: Páginas web, interfaces de usuario.

Multimedia

Incorporación de múltiples medios digitales para transmitir un mensaje de manera efectiva, conformado por texto, audio, imagen, animación y video, esto último es una característica que mejora la experiencia del usuario, durante la pandemia se manejó un enfoque digital humanístico en la comunicación multimedia potencia el proceso de comunicación (Becerra, Álvarez, and Rodríguez, 2019).

Producción Audiovisual

Creación de productos audiovisuales, como películas, series, documentales, videoclips, etc., es un método complejo que involucra a una agrupación de personas con diferentes talentos como guionistas, directores, productores, técnicos de sonido y fotografía (Alberich and Sedeño 2019).

Narrativa

Técnica enfocada en crear un mensaje original, con mensaje propio y estética particular, las etapas incluyen la concepción de la idea, la escritura del guion, la producción, la post producción y la difusión (Campos Troya 2023).

Lenguaje

Es la forma de comunicación que interactúa con los sentidos de la vista y del oído, comprende la integración de la imagen junto al sonido para transmitir ideas o sensaciones, integra elementos morfológicos, gramaticales y recursos estilísticos (Suárez y Planisi , 2023).

Planos

Perspectivas visuales desde las cuales se capturan los personajes, objetos y elementos de una imagen, los planos cinematográficos más comunes son el gran plano general, plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano y plano detalle (López y Falcó, 2019).

Ángulos

Angulación entre la cámara y el sujeto u objeto grabado, son esenciales en comunicar emociones o modificar la percepción del espectador (Sánchez 2022), los tipos de ángulos de cámara más usados son:

- **Ángulo normal:** A la altura de los ojos, para una posición neutral.
- **Ángulo picado:** Desde arriba hacia abajo, transmite que alguien es inferior o inofensivo.
- **Ángulo contrapicado:** Desde abajo hacia arriba, da la sensación de poder.
- **Ángulo cenital:** Desde arriba hacia abajo en un ángulo de 90 grados, poco utilizado por su falta de naturalidad.
- **Ángulo nadir:** Desde abajo hacia arriba en un ángulo de 90 grados, limita la visión del personaje y no se utiliza con frecuencia.

Escena

Unidad de espacio y tiempo que se desarrolla un fragmento de historia que transcurre de forma ininterrumpida, en un momento determinado, independientemente de la duración o de si varían o no los personajes (Fuentes, 2020).

Secuencia

Unidad de acción básica del guion, formada por una serie de planos que crean una acción dramática dentro de la trama y que normalmente mantienen constante la unidad espacial temporal (Fuentes, 2020).

Iluminación

Elemento que influye en la identidad visual de una obra, así como su capacidad de generar un sentido emocional en el espectador, crea efectos visuales atractivos, ofrecer un efecto tridimensional a las imágenes planas y proporcionar una atmósfera adecuada a la narrativa (Machuca, 2022).

Etapas de la producción y elementos de la Producción Audiovisual

Etapas de la Producción Audiovisual: Proceso para crear una pieza audiovisual, desde la idea creativa hasta la conclusión y distribución en medios, involucra coordinar trabajar en equipo con diferentes habilidades y conocimientos (Dambrauskas y Santiago 2020); dividido en tres etapas principales: preproducción, producción y postproducción

Elementos de la Producción Audiovisual: Son componentes esenciales que contribuyen al proceso creativo y técnico de la creación de contenido audiovisual, complementa a las etapas de producción, son las actividades contenidas en las etapas de producción que distribuye las acciones junto al direccionamiento que el proyecto (Fernández and Alaminos 2021).

Los trabajos de Muñoz (2020) y Del Teso (2021) determinan los siguientes elementos básicos que compone la producción audiovisual:

Preproducción: Programación y preparación del proyecto, los siguientes elementos comunes son:

- **Desarrollo de la idea:** Fija el concepto, determinar el público objetivo y los objetivos.
- **Escritura del guion:** Columna vertebral escrita de la obra audiovisual.
- **Escaleta:** Esquema o guion básico que describe la estructura y el contenido de un proyecto, sirve como hoja de ruta para el desarrollo y garantiza que todos los involucrados estén en la misma página.
- **Búsqueda de financiación:** Financiamiento de proyecto, puede ser mediante inversores, patrocinadores o subvenciones.
- **Búsqueda de localizaciones:** Búsqueda de localizaciones donde se llevará a cabo el rodaje.
- **Casting:** Selección de los actores y el equipo técnico para el proyecto.
- **Elaboración del presupuesto:** Informe detallado de gastos y contingencias.

Producción: Etapa de rodaje sigue el siguiente esquema básico:

- **Rodaje:** Filmación de las escenas planificadas que sigue el guion, escaleta, guion técnico o el plan de rodaje.
- **Grabación de sonido:** Grabación del sonido incorpora los diálogos, los efectos de sonido y la música.
- **Iluminación:** Conjunto de técnicas y equipos para controlar la luz en el entorno de filmación con el fin de crear el ambiente deseado.
- **Fotografía:** Se captura la imagen de la obra audiovisual.

Posproducción: Es la etapa final de edición y finalización del proyecto, en esta etapa se desarrollan los siguientes pasos:

- **Edición:** Seleccionar, organizar y manipular las imágenes junto al sonido para crear la obra audiovisual definitiva.
- **Corrección de color:** Ajustar, modificar y corregir los colores de las imágenes para lograr una apariencia visual deseada consistente en toda la producción.
- **Efectos especiales:** Técnicas para crear o manipular imágenes junto a las secuencias que no se pueden lograr fácilmente con métodos convencionales de grabación
- **Música:** Inclusión de música a la obra, puede ser inédita o de obras anteriores.
- **Mezcla de sonido:** Combinar al igual que equilibrar diferentes elementos sonoros, diálogos, efectos de sonido y música.
- **Exportación:** Conversión y compresión de los archivos de video, audio y otros elementos, en un formato específico adecuado para su distribución, visualización o reproducción en diversos dispositivos.

Genero de Producción

Conjunto de categorías utilizadas para clasificar las diferentes formas de expresión audiovisual, con sus propias características, convenciones y estilos, basado en los trabajos de Gutiérrez & Jáñez (2021) junto a Sánchez & Cárdenas (2021) clasifican de la siguiente manera:

Géneros de ficción:

- **Relato:** Cuenta historias imaginarias, originales o adaptaciones de obras literarias o teatrales, incorpora los subgéneros como la comedia, drama, ciencia ficción y fantasía.

- Animación: Relata historias imaginarias, utiliza imágenes en movimiento creadas por herramientas digitales o medios tradicionales.

Géneros no-ficción:

- Documental: Presenta información real sobre un tema específico con imágenes, entrevistas y narraciones.
- Cine directo: Estilo realista y espontáneo, captura la realidad de manera directa, sin manipularla o escenificarla.
- Periodístico: Informa sobre hechos actuales aprovecha recursos audiovisuales como entrevistas, reportajes y crónicas.
- Educativo: Transmitir conocimientos o habilidades específicas a través de recursos audiovisuales como videos, animaciones y presentaciones.
- Experimental: Explora nuevas formas de expresión audiovisual, rompe con las convenciones tradicionales de los géneros establecidos.

Sintaxis Audiovisual

También conocido como lenguaje audiovisual son el conjunto de reglas que gobiernan la creación de los mensajes audiovisuales, su desarrollado va de la mano del cine y la televisión, las normas ayudan a los creadores a transmitir sus mensajes de manera efectiva como clara a los espectadores en su comprensión final (Gloria 2021), Sintaxis audiovisual comprende:

- **Elementos Visuales:** Encuadre, composición, iluminación, color, textura y movimiento son elementos visuales utilizados para crear significado en las imágenes.

- **Elementos Auditivos:** Diálogo, música, efectos de sonido y silencio son componentes auditivos utilizados para crear significado en las imágenes en movimiento.
- **Elementos Narrativos:** Trama, personajes, tiempo y espacio son empleados para contar historias en imágenes en movimiento.

Roles

Los autores Viteri and Villacis (2018) junto a De los Ríos (2023), señalan que es necesario un conjunto de personas con habilidades acorde al proyecto, tienen que desempeñar funciones específicas que garanticen el éxito, los roles más relevantes están:

- **Productor:** Responsable de la planificación, organización, ejecución y control del proceso de producción, es el líder del equipo asegura que la producción se lleve a cabo de acuerdo con el presupuesto, el cronograma y los objetivos establecidos.
- **Director de arte:** Encargado de la visión creativa, decide cómo se contará la historia y utilización de los elementos visuales junto a los auditivos que crean la atmósfera.
- **Guionista:** Describe la historia y los diálogos de la producción.
- **Director de fotografía:** Asignado de la iluminación y composición de las imágenes, toma decisiones de cómo utilizar la luz y composición de las imágenes que contarán la historia de manera efectiva.
- **Operador de cámara:** Maneja las cámaras que capturan las imágenes, establece qué planos utilizado y movimientos de la cámara que creara una experiencia visual atractiva.
- **Diseñador de sonido:** Crea el paisaje sonoro de la producción, los complementa con música y efectos sonoros para crear la atmósfera deseada.

- **Editor:** Ensambla las imágenes y el sonido de la producción para crear el producto audiovisual final, tiene la última palabra de qué planos se utilizarán y cómo se unirán para contar la historia de manera efectiva.

2.4.2. Conceptualización de la Variable Músicos independientes del género urbano

Música Independiente

También llamada música indie, es toda producción musical autónoma, sin el respaldo de grandes discográficas o sellos comerciales, financian sus propias grabaciones, producciones y promociones, poseen el 100% de sus regalías a perpetuidad, tienen dominio completo sobre su enfoque musical (Fernández 2022).

Características

Autogestión

Es la capacidad de los artistas de controlar y administrar su propia carrera musical, no interfieren directrices ni condiciones de departamentos de publicidad, compañías discográficas, instituciones o medios de comunicación, organizan giras y actos públicos, en las últimas décadas han surgido comunidades de apoyo entre artistas independientes que comparten recursos, experiencias y conocimientos (Pérez 2023).

Control artístico

Autonomía de experimentar con sonidos, letras y estilos, definir la imagen y el mensaje a transmitir a través de la música, toma de decisiones sobre todos los aspectos de su carrera, desde la composición, grabación de la música hasta su promoción junto con la distribución, dar a conocer su visión creativa sin interferencias externas (Cheung and Pérez 2020).

Público

Son los seguidores y oyentes de la música independiente que consumen, apoyan del mismo modo que disfrutan de la música independiente, valoran la libertad artística y la autenticidad de la producción, son parte esencial del ecosistema de independencia (Herdoíza y Ordoñez 2022).

Segmentación

El autor Abad (2020) lo define como la división del público consumidor en grupos más homogéneos con características, comportamientos y preferencias similares relacionadas con la música independiente, en Ecuador es un punto que define el enfoque de los esfuerzos junto con los recursos de esta forma llegar al mayor público posible, las principales variables son:

- **Geográficas:** Características relacionadas con la ubicación física de los consumidores como son país, región, ciudad o clima, etc.
- **Demográficas:** Tributos demográficos de la población, como edad, género, ingresos, educación y estado civil, facilita la categorización de los consumidores.

- **Psicográficas:** Aspectos psicológicos del público, incluye valores, estilos de vida, personalidad, entre otros, aporta información sobre las motivaciones junto con preferencias más profundas de la audiencia.
- **Conductuales:** Evalúan los comportamientos del público, la frecuencia de compra, lealtad y participación en eventos; delimita el campo de acción estratégica.

Clasificación

Movimiento Urbano

Es el conjunto fusionado de tipos y movimientos musicales nacidas en las ciudades, con elementos musicales afroamericano, latino, caribeño, europeo entre otras corrientes, las letras exhiben la realidad cultural que se viven en ellas, abordan realidades sociales, vivencias personales y la cultura de las calles (Miranda 2020).

Origen

Surge en la década de los 70 como una forma de expresión de las comunidades afro y latinas emigrantes de los barrios marginales también conocidos como guetos de las zonas metropolitanas de las grandes ciudades norteamericanas como NY, el soul, funk y hip hop fueron las primeras corrientes en fusionarse, en esta época al South Bronx concretamente el RAP dio sus primeros pasos, su nombre proviene de Rhythm and Poetry (Ritmo y poesía), sus primeros representantes Grandmaster Flash y Afrika Bambaataa, utilizaron samples de funk y disco para crear nuevos beats a su vez ritmos, mientras que los primeros MCs (maestros de ceremonias) comenzaron a recitar poesía sobre un micrófono en vivo (Luque 2020).

A mediados de los 80, el rap comenzó a ganar popularidad en la corriente principal con artistas que firmaron con grandes discográficas, marcó la transición del Hip-Hop desde una subcultura de la calle hasta un fenómeno cultural más amplio con el fin de dejar atrás su asociación con pandillas y narcotráfico, surgieron diferentes estilos regionales a lo largo de Norteamérica, la Costa Oeste era representado por N.W.A., mientras que la Costa Este vio el auge de figuras como Run-DMC y LL Cool J., este fenómeno sentó las bases en un fenómeno global en las décadas posteriores (Cuvardic, Cordero, y Chaves 2020).

Características del Género Urbano

Los escritos de los autores Bieletto (2021) y Fernández (2022) determinaron que las principales componentes son:

- Ritmos y fusiones: Predominio de ritmos caribeños como el reggaetón, dancehall, dembow, mezclados con elementos de hip hop, electrónica y pop, posteriormente sumaron la salsa, cumbia, merengue, entre otros.
- Letra y temáticas: Enfoque en la realidad de la vida en los barrios, relaciones sociales, amor, sexo, denuncia de pobreza, discriminación, violencia, superación personal, junto a lenguaje coloquial y jerga callejera.
- Producción y estética: Sonido electrónico y digital donde predominan los sintetizadores, samplers y beats, complementado con vestimenta, videoclips, lenguaje visual que permite su diferenciación
- Evolución y subgéneros: Constante adaptación a las nuevas tendencias musicales junto a la tecnología que han surgido como el trap latino, reggaetón pop, dancehall latino, etc.

Estilos y Tendencias

Rap

De origen afroamericano y latina, de los barrios bajos del Bronx Nueva York en los años 70 asociados a bandas narcotraficantes, caracterizado por rimas rítmicas (flow) junto con juegos de palabras, usualmente acompañadas por un beat o base musical, expresa la realidad sociocultural de las comunidades marginadas americanas (Fonseca 2019).

En los 80 y 90 artistas como Biggie Smalls, 2Pac, Jay-Z, Eminem, entre otros lo usaban como una herramienta para el cambio social, maneja un estilo visual distintivo en su vestimenta, lenguaje corporal y la estética de los videoclips, ha evolucionado en numerosos subgéneros, como el gangsta rap, el conscious rap, el trap, etc., Cada uno con características musicales y líricas particulares (Avalos 2021).

Reggaetón

Originado en los 90 en comunidades rurales de Panamá y Puerto Rico, es una adaptación del Hip-Hop con reggae fusiona ritmos del Dance Hall reggae jamaicano, que es un patrón rítmico repetitivo que define el reguetón, las letras abordan temas de la vida urbana, la fiesta, el romance y la sexualidad; en la mayoría de canciones suelen contener lenguaje explícito, maneja baile característico de movimientos sensuales a su vez rítmicos, a inicios del 2000 los primeros en experimentar y dar a conocer este ritmo fueron los puertorriqueños Vico C, The Noise, Tego Calderón, Big Boy, Ivy Queen y Daddy Yankee (Alban 2019).

Trap

Subgénero urbano surgió en la década de 1990 en el sur de los Estados Unidos, particularmente en Atlanta, Georgia, su nombre alude a las trap houses, casas donde se produce y vende crack entre otras drogas, donde los consumidores se encuentran “atrapados” habla de su propio submundo, la música se caracteriza por ritmos oscuros como pesados, que se basan en repetición de samples de batería junto a notoriamente profundos bajos, las letras tienen un enfoque melancólico que hablan de dinero, las drogas y el sexo, en un contexto urbano callejero, suelen ser rapeadas o habladas, con un tono monótono a veces agresivo (Molina 2021).

Otros Estilos:

Lo - Fi Hip Hop

Subgénero de la música downtempo también conocido como Chillhop, combina el hip hop y el chill-out, caracterizado por su sonido relajado y de baja fidelidad a menudo incorpora muestras de música antigua, diálogos de películas, vinilos desgastados y sonidos ambientales. La estructura de las canciones suele incluir beats simples y repetitivos, su contenido audiovisual a menudo es asociado con videos que presentan loops de animaciones relajantes o escenas cotidianas, esto ha contribuido a su popularidad en plataformas de transmisión y redes sociales (Wheeler 2019).

Boom Bap

Referencia a una patada de batería “boom” seguido del crujiente “bap” de la caja, este subgénero del rap que surgió a finales de los años 80 y principios de los 90 en la costa este de los Estados Unidos, su música se caracteriza por el uso de samples de vinilo de

grabaciones clásicas de jazz, soul, funk u otros géneros, aporta un elemento nostálgico y vintage a la producción, al mismo tiempo se incorpora técnicas de "scratching" (rascado) de discos para crear efectos sonoros, la producción es más minimalista en comparación con otros subgéneros urbanos, lo que permite que la voz del rapero sea el foco principal (Brown and Iomo 2022).

Canales de Difusión

La publicación de Zambrano y Mosquera (2018) junto al artículo científico de Guzmán, Moreno, y Guamán (2020), surgió la presente clasificación:

Canales de Difusión Tradicionales

- Radio FM/AM: son históricamente la principal plataforma de difusión de noticias y arte eventualmente sumó el entrenamiento junto a la música
- Televisión: Programas de televisión musical, entrevistas y presentaciones en programas convencionales son la forma tradicional de difundir el género urbano a través de los video clips y transmisión de conciertos.
- Prensa: Reseñas, entrevistas y artículos en periódicos como en revistas de música son canales que promueven al artista al igual que su trabajo.
- Eventos en vivo y conciertos: Actuaciones en eventos en vivo, festivales y conciertos son sitios donde conectan con la audiencia y difunde la música urbana.

Canales de difusión no tradicionales

- Plataformas de streaming: Spotify, Apple Music, YouTube Music y otras plataformas son la principal forma en que la gente escucha música en la actualidad.
- Redes sociales: Instagram, TikTok, Facebook y Twitter son herramientas poderosas de conexión entre artistas y fans, comparten su música, generan hype en torno a sus lanzamientos
- Videoclips: Los videoclips son una forma creativa de contar una historia y de dar vida a la música. Los videoclips virales pueden ayudar a un artista a alcanzar una audiencia global.
- Colaboraciones: Las colaboraciones con otros artistas, ya sean urbanos o de otros géneros, son una forma de llegar a nuevas audiencias y de crear música fresca e innovadora.

Músicos Independientes del Género Urbano

Influencia

Desde sus inicios, el género urbano ha amalgamado distintos elementos musicales provenientes de diversas partes del mundo, sus primeras y principales influencias provienen de las culturas afrodescendientes y latinas presentes en los guetos de las grandes ciudades, refleja de manera auténtica la realidad cultural de los jóvenes que habitan en esos entornos; el desarrollo en los últimos años han centrado principalmente en las interacciones entre músicos, quienes constantemente experimentan al fusionar sonidos e incorporar aspectos de otros géneros musicales.

Los músicos independientes tienen la libertad de experimentar con diversos estilos y fusiones de géneros, lo que les permite crear música única y original no atada a restricciones organizacionales; las influencias que tienen varían ampliamente del artista y estilo musical, por ejemplo la música tradicional de un país o región, mientras que otros son inspirados por otras culturas musicales, de igual forma por otros géneros musicales, como el rock, el jazz o la música clásica (Campoverde and Rennella 2021).

Los músicos urbanos independientes de Ambato están fuertemente inspirados en las tendencias globales del género como el reggaetón, el trap y el dancehall, que inspiran ritmos, melodías y las temáticas de sus letras; en varios casos la influencia local es incorporada mediante ritmos andinos o folclóricos, e incluso experimenta fusiones inéditas así surgieron artistas y grupos como Don De Gente, Geo Pro, Strouba Crew, Rapingachos, Guanaco entre otros (Herdoíza and Ordoñez 2022).

La escena urbana ambateña es influenciada por las realidades sociales y culturales de la ciudad, las letras abordan temáticas de la cotidianidad juvenil, las aspiraciones, las luchas de las comunidades urbanas y rurales junto a las vivencias del entorno ambateño, este enfoque dota a la música de una identidad diferenciándolo de los artistas de ciudades vecinas como Quito o Guayaquil.

Escena Musical

La escena musical ambateña es un ecosistema caracterizado en la diversidad y riqueza, abarca géneros que van desde la música tradicional ecuatoriana hasta propuestas contemporáneas, al ser un pilar para la identidad sonora propia que desarrollan los grupos y artistas, los principales representantes de la escena musical urbana ambateña que lo conforma son:

- Don De Gente: Es un grupo de música urbana dedicado en crear música de un mensaje positivo y motivador, ha lanzado varias canciones populares, las más destacadas “La Vida Es Un Sueño” y “La Vida Es Un Carnaval”.
- Geo Pro: Es un productor musical y DJ que ha trabajado junto a varios artistas de la escena musical urbana de Ambato, sus principales trabajos son “Prohibido Prohibir” y “La Calle”.
- Strouba Crew: Grupo de jóvenes artistas crean música urbana con un toque de reggaetón y trap, sus lanzamientos más notorios son “Rap de Ambato” y “Micro Abierto”.
- Rapingachos: Grupo de música urbana enfocado al mensaje social y político, en los últimos años ha lanzado temas como “La Revolución” y “El Pueblo Unido”.
- Guanaco: Es un artista de música urbana que refleja su compromiso con la justicia social y su lucha por los derechos de los más vulnerables a través de temas como “La Lucha Sigue” y “El Pueblo Unido”.

Otra de los elementos que conforma la escena musical urbana ambateña son los diferentes festivales musicales, son los canales de difusión que ofrece el GAD a los artistas renombrado como a nuevos talentos que necesitan que necesitan un espacio para darse a conocer, los principales festivales musicales que organiza Ambato son el Fiesta de la Fruta y de las Flores, Festival de Música de Vanguardia FFF y el Festival Musical por la Independencia de Ambato en noviembre.

En cuanto a la difusión de la escena musical ambateña, músicos y productores han implementado diversas estrategias, la presentación en vivo en locales y eventos locales, destaca como la más práctica, con el auge de las redes sociales, estas son convertido un pilar crucial en dar a conocer el trabajo de los músicos urbanos tanto a nivel nacional como internacional; la creación de contenido, como videoclips, la presencia activa en redes sociales

y la participación en festivales regionales, son componentes fundamentales en la promoción de la escena musical local (Naranjo, 2019).

La música urbana en Ambato ha ejercido una influencia destacada en la sociedad local, sirve como medio de expresar las realidades locales, establece un vínculo emocional de la audiencia junto a su entorno, ha dado pie al surgimiento de una generación más consciente en lo social, que encuentra en la música una expresión y defensa de su identidad regional; Guanaco el artista ambateño más notorio ha inspirado a numerosos artistas locales a crear música con un mensaje positivo, estimula así la creatividad de los artistas locales exhiban su talento, lo que permite que conecten con otros músicos y seguidores (Naranjo and Rodríguez 2021).

Apoyo

El sector enfrenta grandes dificultades y obstáculos, el mayor de estos la última crisis sanitaria mundial, el gobierno ecuatoriano desde el 2020 creó e implementó un conjunto de planes estratégicos articulados mediante políticas públicas con el fin de apoyar al sector artístico ecuatoriano fomentando su recuperación y crecimiento, las principales iniciativas de los últimos años son:

- El Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI) respalda iniciativas creativas, que abarcan proyectos musicales, a través de concursos como "Emprende Cultura" y "¡Mu para las Artes (IFCI, 2020).
- El MCYP junto al IFCI para fortalecer las habilidades de los músicos, han llevado a cabo talleres, charlas y programas de formación en gestión cultural, marketing musical y emprendimiento creativo (MCYP, 2019).

- El Ministerio de Cultura brinda espacios públicos para eventos musicales en la Red de Salas y el Teatro Nacional, auspiciar conciertos que promueven a artistas emergentes (MCYP, 2022).
- La Ley de Cultura y Patrimonio establece beneficios tributarios para artistas e incentiva la inversión privada del sector cultural (MCYP, 2022).
- Eventos como Premio Eugenio Espejo y el Premio Jorge Icaza reconocen la trayectoria de músicos ecuatorianos destacados con condecoraciones y premios.

Género Rock

Conjunto de géneros variados de música popular norteamericano surgido de la fusión de Country y el Rhythm and Blues en los años 50, se caracteriza por su énfasis en la guitarra eléctrica junto al bajo y batería en la mayoría de los casos, las orquestas complementan con pianos, teclados, saxofones y violines, todo junto a la presencia destacada de la voz (Sierra, 2019); a lo largo de los años se ha dado una amplia variedad de subgéneros entre los más reconocidos están el Rock and roll, Hard rock, Heavy metal, Pop rock, Rock alternativo, entre otros, sus letra son camparas a menudo con poesía lírica que abordan una amplia gama de temas, desde el amor y la política hasta la introspección personal con una firma de tiempo de 4/4 utiliza una forma verso-coro, entre los principales expositores están Elvis Presley, Freddie Mercury, Mick Jagger y Kurt Cobain, en el otro extremo están las bandas de The Beatles, The Rolling Stones, Led Zeppelin y Pink Floyd (Guitamacchi, 2020).

Género Pop

Abreviatura de popular music (música popular), originada a mediados de la década del 50 en Estados Unidos y Reino Unido, la expresión utilizada en la música más comercial, suave y accesible, caracteriza por melodías memorables fáciles de recordar como de tararear,

influenciadas por las tendencias del momento, con claras influencias del dance, el rock, la música latina y el rhythm and blues, muchas canciones están diseñadas para ser bailables al mismo tiempo entretenidas, este género está en constante evolución ya que ha incorporado elementos de música electrónica y otros estilos contemporáneos, los principales representantes son Michael Jackson, Madonna, Beyoncé, Taylor Swift, Ed Sheeran y muchos más (Doggett, 2019).

Género Hip Hop

Corriente cultural musical norteamericana de finales de los 60, desarrollada en un contexto de pobreza y violencia en los ghettos de Nueva York como voz de protesta, el DJing es característica una técnica de manipulación manual de disco de vinil (Piskor, 2020); y break dance que son movimientos acrobáticos, giros en el suelo y expresiones de estilo personal, los bailarines de break dance son conocidos como b-boys o b-girls. el grafiti es una forma de arte visual asociada al hip-hop, los artistas crean murales en paredes urbanas para expresar su creatividad junto a mensajes, entre los principales expositores clásicos están The Sugar Hill Gang, Grandmaster Flash, Afrika Bambaataa, DJ Kool Herc y DJ Disco Wiz (Lavado, 2022).

Género Reggae

Nacido en Jamaica en los 60, nutrido musicalmente del mento junto al ska, luego vinculado con rocksteady, rhythm and blues, calipso, el jazz y el blues, su nombre es una abreviación de raggamuffin significa harapiento que era la forma para referirse a los indigente y a movimientos culturales de los barrios pobres, asociados a menudo con la cultura rastafari, religión de origen Jamaica en la década de los 30 (Steffens, 2020); su ritmo caracteriza por ser lento y marcado con énfasis en el off-beat, los instrumentos infaltables

son Guitarra, bajo, batería, percusión (congas, tambores), teclado y saxofón, sus letras hablan de temas sociales, políticos y espirituales enfocados a la paz (Hakel y Rosso 2021).

Género Punk Rock

Movimiento cultural inglés contra la música comercial de la industria del rock de los 70, extendiéndose a otros países como Estados Unidos y Europa, maneja un sonido crudo, distorsionado, letras que cuestionan el sistema, la autoridad, las normas sociales, generalmente usa guitarra, bajo, batería y voz emocionalmente violenta (Hernández 2019); maneja una imagen rebelde anti conformidad asociadas, con ropa rasgada, alfileres, chaquetas de cuero pelo de punta crestas con maquillaje distintivo, algunas de las bandas más influyentes del género incluyen a Sex Pistols, The Clash y The Ramones (Izquierdo and Pérez 2020).

Impacto

Desde hace más de 50 años el género urbano ha evolucionado, deja un gran legado cultural y social, influir directamente en el desarrollo de la música en múltiples niveles, el término describe una gran variedad de corrientes musicales que han surgido en las ciudades y jóvenes que necesitan expresar su realidad.

Social

Desde una perspectiva social, el género urbano son una poderosa herramienta de expresión de los jóvenes que en su mayoría crecen en comunidades marginadas violentas, donde discriminación social es la única realidad que conocen, lo que motiva las letras que hablan de temas políticos sociales que identifica a todos con una mi voz al fomentar debate sobre temas sociales importantes, como la violencia, la desigualdad y la sexualidad (Devesa,

2019); en muchos casos el contenido de las canciones han sido blanco de las controversias que no han inmutado su paso a través de las generaciones que han contribuido a la reconstrucción del tejido social urbano a través del fomento de la participación y la expresión colectiva (Rey-Gayoso y Diz 2021).

Cultural

Es innegable la influencia en la moda, arte callejero, lenguaje y la tecnología al ser una fuerza impulsora en la creación de una cultura global; cataliza la innovación musical al introducir ritmos vanguardistas con técnicas de producción audaces, fusiona ritmos tradicionales con elementos electrónicos contemporáneos, origina un sonido vibrantemente fresco que conquistado al mundo, el género urbano une a las personas de diferentes culturas en pro a la igualdad y justicia social, por otro lado ha sido criticado por su contenido explícito que glorifica de la violencia junto al materialismo, lo que genera un debate sobre su influencia en la sociedad (Arias, 2020).

2.5. Marco Legal

Según la Constitución de la República del Ecuador, escrita el 20 de octubre 2008 y ratificada en la última reforma del Tercer Suplemento del Registro Oficial 377, 25-I-2021, la presente tesis se sustentará legalmente en las Secciones IV CULTURA Y CIENCIA, y Sección V CULTURA (Constitucion 2021), en los siguientes artículos:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a

difundir sus propias expresiones culturales y tener No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución

Art. 22.-Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables de

acuerdo con la ley El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección.

En concordancia a la carta magna del Ecuador, Ley de Propiedad Intelectual, con Registro Oficial Suplemento 426 del 28 de diciembre del 2006, siendo su última modificación el 10 de febrero del 2014, remplaza por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI, 2023), en la RESOLUCIÓN No. 001-2023-DG-NT-SENADI, centra sus actividades en los derechos de autor y derechos conexos sobre la producción audiovisual y musical, al igual que en la regulación del uso de obras protegidas , manifestado en los siguientes artículos:

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - b) Los dibujos y modelos industriales;
 - c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - h) Las indicaciones geográficas; e,
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
3. Las obtenciones vegetales.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

Art. 2.- Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador.

Art. 3.- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

Art. 4.- Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

El MCYP organismo coordinador y regulador del CCNT, encargada en realizar todas las gestiones que se requieran para el debido cumplimiento de sus actividades, incluida la celebración de actos y contratos hasta por el monto que fije la Junta Plenaria. Serán los encargados, así mismo, de nombrar y remover al personal a su cargo de conformidad con las normas legales vigentes y con los reglamentos propios de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.

CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis Externo

3.1.1. Análisis PEST

Político

Son todas las Acciones del gobierno, estabilidad política, regulaciones, políticas fiscales y monetarias que componen la parte administrativa de un país, en Ecuador para el género musical urbano impacta en las regulaciones culturales, apoyo financiero y libertad de expresión, lo que pueden influir en la aceptación y promoción del género.

La creciente preocupación por el contenido "inapropiado" en la música urbana ha llevado a intentos de censura gubernamental, lo que genera tensiones entre la libertad artística y el control político, en el contexto del Plan Nacional de Erradicación de la Violencia de Género (PEVG). El PEVG busca erradicar la violencia de género en todas sus formas, incluye la violencia simbólica y cultural, en este sentido, el género musical urbano ha sido objeto de críticas por su contenido sexista y violento, que puede contribuir a la normalización de la violencia de género en la sociedad (Guerrero and Morera 2020).

La Ley Orgánica de Cultura en Ecuador busca promover y salvaguardar la cultura junto al patrimonio nacional, asegura el acceso a la cultura y respaldo a la creación artística; en el mismo contexto El Fondo de Fomento Cinematográfico respalda la producción audiovisual local, proporciona financiamiento y asistencia técnica; el IEPI que es una identidad gubernamental encarga de proteger y administrar los derechos de propiedad intelectual en el país, simplifica los procesos de registro, facilita los servicios de propiedad intelectual, fortalece así la industria cultural creativa ecuatoriana (Guamán 2022).

La SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador) es una entidad de administración conjunta sin fines de lucro que administra los derechos patrimoniales de más de 2600 compositores y creadores ecuatorianos afiliados desde su fundación en 1973. Pertenece a la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC) y se encarga de recaudar y distribuir regalías por la utilización pública de las obras musicales de sus miembros, brinda asesoramiento en propiedad intelectual y derechos de autor (Martínez and Álvarez 2022).

El SAYCE como ente encargado en recaudar en nombre de los autores y compositores nacionales, emplean la fórmula de Tarifa según categoría (TSC) x Salario Básico Unificado (SBU) x Número de establecimientos para calcular las tarifas de recaudación, los sectores que pagan esta tarifa son los de comunicación pública, sector diversión y entretenimiento, sector de alojamiento, sector de alimentos y bebidas, sector comercial y de servicios, sector de salud, sector de deportes y recreación, sector de transporte, sector espectáculos públicos, sector audio y video por suscripción, radio y televisión; se recauda una media de 1.25 % de los ingresos brutos anuales de todos estos sectores, lo que representa la totalidad de ingresos que tiene la organización (SAYCE 2022).

NUNA-Humanista, una entidad cultural ambateña, dedica a cambiar vidas mediante la cultura, fomentando el talento artístico; su meta consiste en erigir en Ambato un espacio cultural que abarque la producción, difusión y enseñanza de diversas disciplinas artísticas; los pilares de su gestión abarcan la producción hasta la promoción artística, la conexión con la comunidad, la construcción de un teatro avanzado y la creación de una academia para el desarrollo artístico (NunaHumanista 2022).

Económico

Son las tendencias económicas globales y nacionales, inflación, desempleo, tipos de interés, nivel de ingresos, entre otros factores que impactan en la estabilidad económica impacta en la financiación de proyectos musicales, continuidad y organización de conciertos como de eventos, esto influye directamente en el alcance del género musical urbano.

La CCNT, es una institución gubernamental, que impulsa proyectos relacionados con el género musical urbano, los cuales generan empleo para artistas locales, productores, técnicos de sonido, directores de video, entre otros; estos proyectos han sido mermados desde la crisis sanitaria del 2020, a nivel nacional las reducciones en las partidas presupuestaria fueron del 14% al 20% (Heraldo 2018); durante el 2019 la institución ambateña manejaba un presupuesto de USD 352,164,47, pero los años siguientes sus presupuestos fueron de USD 253,408.58 (2020) y USD 257520,84 (2021), una vez vuelto a la normalidad, el gobierno asigno USD 314.550,14 (2022), pero en la actualidad la asignación USD 272.681,18 (CCNT 2022).

Desde el 2019, el IESS apoya a los artistas y gestores de cultura ecuatorianos, el acceso a los beneficios de la institución, pensiones por vejez, invalidez o montepío, atención médica, créditos hipotecarios y seguro de riesgos del trabajo, contribuye a su estabilidad y bienestar a largo plazo, a través de un monto mensual de USD 60,34 de igual manera se establecieron condiciones preferenciales para el pago de los aportes, cabe señalar que en 2023 el presupuesto consolidado: USD 10.070 millones, y de este el 56.97% del total se enfoca principalmente en pensiones de jubilados (IESS 2019).

La Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) y el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) mantienen una estrecha colaboración para impulsar el desarrollo artístico y cultural del país, para lo cual realizan convocatorias a concursos donde el IFCI

destina fondos para apoyar proyectos artísticos y culturales, los cuales son gestionados y difundidos en ocasiones a través de la CCE, en 2022 entregará 897 mil dólares a 39 proyectos audiovisuales beneficiarios , ambas instituciones sirven como sede para eventos y exposiciones relacionados con los proyectos ganadores, otra de las acciones que realizan continuamente las instituciones son talleres, seminarios y cursos para artistas, fomenta el desarrollo profesional entregarán el año pasado 550 mil dólares a 34 proyectos beneficiarios (IFCI 2021).

SAYCE es un organismo no gubernamental, encargada de recolectar y distribuir regalías generadas por la utilización de producciones musicales de sus socios, quienes reciben el 70% de beneficios, el resto se usa para gastos administrativos (20%) y seguro médico privado (10%); para diciembre del 2023 reportó una recaudación de USD 4.7 millones y USD 90.000 no reembolsables en incentivos a 48 socios para la implementación de sus iniciativas musicales (Sayce 2023).

Social

Se fundamenta en los Cambios demográficos, valores sociales, estilos de vida, educación, nivel cultural, entre otros, La música urbana se conecta con la identidad juvenil y aborda temas sociales relevantes, influye en la percepción así mismo en la participación de la audiencia, su capacidad para reflejar la diversidad cultural fortalece su impacto social.

El género urbano ecuatoriano es el género musical más escuchado por los jóvenes del país principalmente entre 17 a 40 años en la zona sierra y en menor medida en la amazonia, costa y Galápagos, las letras del género urbano suelen abordar temas cercanos a las vivencias y preocupaciones de los jóvenes, como el amor, la fiesta, la búsqueda de identidad, la rebeldía, la crítica social y el anhelo de superación, en el entorno ambateño permite que esto sea más profundo e inidentificable entre la audiencia (Cordero y Álvarez, 2022).

El género urbano ha creado una comunidad y cultura propias, con códigos compartidos, formas de vestir, lenguaje y espacios de expresión, lo que genera un fuerte sentido de pertenencia e identificación entre los jóvenes, es importante destacar que el género urbano no es homogéneo, y existen artistas que abordan temáticas más conscientes, críticas y propositivas, alejándose de los estereotipos y promueve valores positivos (Ponce and Rosales 2021) .

Videoclips junto con sus letras retratan la violencia como algo cotidiano y deseable, lo que ha generado preocupación por su potencial impacto en la normalización de conductas violentas, especialmente en contextos con altos índices de delincuencia (Francisco and Guerrero 2019).

Tecnológico

Ha tenido un gran impacto en muchos sectores, el género musical urbano no es ajeno a ello, en los últimos años se han creado herramientas de producción musical digital de Software libre, han permitido a los artistas urbanos crear y producir su música de manera más eficiente y económica, al ser una opción más accesible para la mayoría de los músicos (Palazón-Herrera 2021).

Herramientas como FL Studio, Ableton Live y Reaper permiten crear música profesional desde una computadora personal, sin necesidad de estudios costosos, brindan opciones para experimentar con diferentes sonidos y estilos, fomenta la creatividad desde una computadora personal, se puede complementar con plataformas como Soundtrap y LANDR facilitan la colaboración entre artistas en tiempo real, sin importar su ubicación geográfica (Carrión García 2021) .

Plataformas como Spotify y redes sociales como Instagram y TikTok han ampliado el alcance que tenían la música y los músicos de diferentes géneros, así como su difusión

elimina barreras geográficas; han permitido a artistas emergentes llegar a audiencias nacionales como globales; la producción de videoclips y contenido creativos se ha vuelto crucial en el género urbano, ocasionando grandes expectativas entre los fanáticos y resalta la importancia de la creatividad visual en la escena musical contemporánea (Montenegro, Pérez, and Arce 2023).

El streaming se ha convertido en una forma popular de consumir música urbana entre los jóvenes y adultos jóvenes, transmite contenido multimedia, como audio y video, a través de internet, sin necesidad de descargarlo previamente; de esta forma genera eventos accesibles desde cualquier parte del mundo, plataformas como Spotify y YouTube son las más reconocidas en este aspecto al permitir llegar a público más amplio al mismo tiempo interactuar directamente en tiempo real crea una comunidad de fans más cercanos (González et al. 2020).

Con la llegada de la IA, así como su rápido desarrollo y adopción por el público, la ha convertido en una herramienta creativa, ayuda a componer, producir al igual que mezclar música y abre puertas a nuevos talentos e incluso recrea la voz de artistas muertos, entre las herramientas basadas en IA para la Composición y producción están AIVA, MuseNet y Amper Music, en cuanto a la escritura de canciones existen HookGen, Lyricallabs y Staccato, con indicaciones sencillas pueden empezar a trabajar, esto ha planteado serios interrogantes como que la automatización reemplace a músicos y compositores, la posible homogenización del sonido si la IA se sobre utilizada, por el momento los beneficios son mayores a la incertidumbre que pueden generar en la actualidad (Cohen 2020).

En el ámbito musical ecuatoriano, las tendencias actuales reflejan una diversidad dinámica que abarca la fusión de ritmos tradicionales con sonidos modernos, los músicos ecuatorianos cuentan con múltiples herramientas para llegar a su público, las primeras son las redes sociales Facebook, Instagram, TikTok y YouTube predominan a nivel nacional, a

través de ellas se comparten contenido, interactúan con fans, realizan transmisiones en vivo y generan comunidades alrededor su música.

Para complementarlas están las plataformas de streaming musical, ofrecen espacios para subir música, llegar a un público en todo el mundo y monetizar por reproducciones, para finalizar, los músicos ecuatorianos en los últimos años han aprovechado el potencial de las páginas webs, como una forma de acercarse más al público con su biografía, discografía, videos, fechas de conciertos, contacto y enlaces a otras plataformas, centralizando la información del artista

3.1.2. Tendencias

El género urbano del Reguetón es la tendencia más escuchada a nivel nacional, a este dato se le suma que la edad promedio del público objetivo es de 18 a 34, seguido de las personas de 34 a los 65 años, es decir que la mayor parte de este público está comprendido por la población económicamente activa, El Comercio (2022) realizó un estudio a nivel nacional, abordando las tendencias musicales ecuatorianos por región, el resultado fue 89,3% prefieren el reguetón, balada y bachata, estos géneros son una tendencia predominante en público objetivo, a este se puede complementar con la encuesta realizada por EHLPRACC que obtuvieron mayores detalles sobre las tendencias nacionales.

Tabla 1 Contenido audiovisual

¿Qué contenido audiovisual prefieren los ecuatorianos?			
Videos	Consumo música	Radio	Televisión
79.0% Ve videos	89.3% escucha música Los géneros más escuchados son: Reggaetón, Balada, Bachata y Salsa	49.8% escucha radio	78.2% ve televisión
87.2% Ve videos gratis por internet		49.6% programas musicales	40.4% Noticieros 17.5% Telenovela
28.5% Ve videos por suscripciones en plataformas digitales		31.4% Noticieros Tiempo promedio 2h37	13.1% Programación infantil

Fuente: (EHLPRACC 2022).

Tabla 2 Preferencias musicales por región

	Region		
	Costa	Sierra	Amazónica
Genero Musical	Reguetón	Balada	Reguetón
	Balada	Reguetón	Bachata
	Salsa	Bachata	Balada

Fuente: (El Comercio, 2022).

Tabla 3 Contenidos audiovisuales y medios

Contenidos audiovisuales y medios de comunicación				
Grupo etario	Ve videos	Ve canales de TV	Escucha música	Escucha emisoras de radio
5 a 11 años	84.6%	73.9%	78.6%	27.3%
12 a 17 años	86.7%	72.6%	90.0%	35.8%
18 a 34 años	90.3%	76.9%	95.6%	46.1%
35 a 64 años	75.1%	82.7%	91.1%	62.2%
65 a más años	40.0%	80.7%	80.7%	72.5%

Fuente: (EHLPRACC 2022).

El Internet es la plataforma más utilizada para consumir este género musical Urbano con el 87,2% de aceptación, los usuarios que usan Internet distribuyen su uso de la siguiente manera:

Tabla 4 Uso de Internet

Uso de internet
Ver videos Video 34.6%
Conferencias 28.8%
Redes sociales 23.4%

Fuente: (EHLPRACC 2022).

Los usuarios de radio que son 49.8%, con promedio diario de 2h37min

Tabla 5 Uso de Radio

Uso de radio
Musicales 49.6%
Noticias 31.4%

Fuente: (EHLPRACC 2022).

Tabla 6 Otros medios

Otros medios
Conciertos de música en vivo 17.9%
Celebraciones ancestrales 13.2%
Fiestas tradicionales, patronales y religiosas 39.6%

Fuente: (EHLPRACC 2022)

3.1.3. Segmentación del mercado potencial.

Este es un punto clave para el desarrollo de la propuesta audiovisual de la presente tesis para comprender las diversas características de la audiencia del género musical urbano ambateño, este enfoque permite adaptar el producto final acorde a las necesidades específicas de cada segmento de la comunidad, construye conexiones auténticas entre la oferta de contenido y las variadas perspectivas culturales presentes en Ambato.

Tabla 7 Segmentación de Mercado

Variables Geográficas	
Pais	Ecuador
Región	Se divide en cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Cada región tiene su propia cultura y tradiciones musicales, lo que podría influir en las preferencias musicales del público
Ciudad	Las ciudades más grandes de Ecuador, como Quito, Guayaquil y Cuenca, tienen una escena musical más desarrollada que las ciudades más pequeñas
Clima	Varía según la región, lo que podría influir en las preferencias musicales del público.
Nivel socioeconómico	El INEC divide a los hogares en cinco estratos, que van desde el estrato A (el más alto) hasta el estrato D (el más bajo), esto establece la premisa que los consumidores de nivel socioeconómico alto pueden tener preferencias musicales diferentes a los consumidores de nivel socioeconómico bajo

Variables Demográficas	
Edad	entre 17 a 40 años.
Sexo	Hombre y mujeres
Estado civil	mayormente solteros
Composición del hogar	Principalmente sin hijos
Ingresos	desde \$450 (salario básico 2023)
Educación	Educación primaria media completa y con estudios universitarios
Ocupación	Trabajadores, artistas y profesionales

Variables Psicográficas	
Estilo de Vida	Caracterizado por la creatividad, la originalidad y la resistencia a las corrientes convencionales comerciales.
Clase Social	La posición económica del fanático influye en su capacidad de participar en eventos, comprar música y apoyar financieramente a artistas, la clase media es la que más invierte, mientras que la clase baja y alta tienen menor participación
Personalidad	Destaca rasgos como la creatividad y la apreciación por la originalidad en la música

Variables Conductuales	
Asistencia Activa a Conciertos Locales	Participan regularmente en conciertos y eventos locales, apoya a artistas en entornos más íntimos, lo que contribuyen al ambiente comunitario de la escena musical independiente.
Participación en Campañas de Financiamiento Colectivo	Contribuyen financieramente a través de plataformas digitales para respaldar a sus artistas, asegura que los ingresos lleguen directamente a los creadores
Exploración Continua de Nueva Música	Dedican tiempo a explorar constantemente nuevos artistas y géneros musicales, busca activamente propuestas menos conocidas y evita las tendencias comerciales.
Promoción Activa en Redes Sociales	Comparten activamente descubrimientos musicales y apoyan a artistas en plataformas de redes sociales, contribuye a la difusión de la música.

Fuentes: Navarro (2023)

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.

Análisis del sector

La escena musical ecuatoriana ha experimentado una notable transformación en las últimas décadas, caracterizada por un auge de nuevos talentos, mayor diversidad de géneros y el crecimiento de la escena independiente, esto es fuertemente relacionado por una cultura globalizada impulsada por las redes sociales, así como las comunidades que se conforman con gustos afines.

Chartmetric que es una plataforma de seguimiento de la reproducción en streaming, rendimiento en redes sociales y en presentaciones en vivo de más de 9 millones de artistas en todo el mundo, durante el 2023 registro en Ecuador un aumento del 35% en streams de música en Spotify durante el primer semestre de 2023 en comparación con el mismo periodo de 2022, es decir que la demanda ecuatoriana está en constante crecimiento (Chartmetric 2023).

La mayor presencia en listas internacionales de éxitos como en Latin Airplay de Billboard, estimula la oferta de la escena independiente, sellos musicales ecuatorianos como MAGIA Records, VIP Music Records, Poli Music, Recoop, entre otros han impulsado la diversidad musical y la proyección de nuevos talentos en espacios alternativos .(El Universo 2023).

Por otro lado, el sector musical ecuatoriano demanda por la falta de profesionalización en áreas como producción, gestión y marketing musical, el segundo lugar la deficiente infraestructura, así como la escasez de espacios adecuados para conciertos y eventos en vivo, especialmente fuera de las grandes ciudades (Dávila, 2023).

Finalmente, las múltiples dificultades para la internacionalización para acceder a mercados internacionales y competir con artistas de mayor trayectoria, a esto se puede agregar la intervención de las IA en el medio musical, la ser capaces de imitar voces, crear letras y música en base a algoritmos en menor tiempo y costo, tan solo al dar una lista de instrucciones junto a un banco de información musical, representa un serio riesgo para los músicos en la actualidad (El Universo, 2023).

Mercado de referencia

El mercado musical de Quito, como epicentro cultural de Ecuador, sirve de referencia para la presente tesis, para entender las dinámicas del sector en Ambato al identificar tendencias, oportunidades y desafíos que afectan a ambas ciudades con respecto al género musical urbano.

Quito alberga una amplia gama de géneros musicales, desde rock y pop hasta electrónica y tradicional, esta diversidad también se refleja en la escena ambateña, con un creciente número de artistas y estilos emergentes (Cobos and Arias 2021).

Las plataformas de streaming como Spotify y Apple Music han ganado gran popularidad en Quito y Ambato, de igual forma las comunicación e interacción en redes sociales entre fanáticos y músicos independientes, cambia los hábitos de consumo musical, esto abre oportunidades para artistas locales de llegar a un público más amplio (De la Llana and Moreira 2021).

Bares, cafés, teatros, fiestas parroquiales y plazas públicas juegan un papel crucial en la escena musical quiteña y ambateña, estos espacios brindan a los artistas una plataforma para conectar con su público y generar ingresos (Rea and Saavedra 2023).

Las ciudades de Quito y Ambato tienen que enfrentar desafíos similares en la escena musical urbana, uno de los principales es la informalidad en la industria musical lo que dificulta el acceso a financiamiento, espacios profesionales y oportunidades de crecimiento profesional (Javier and Naranjo 2019).

La piratería es un problema que afecta los ingresos de los artistas, lo que limita el desarrollo de la industria musical en ambas ciudades; a esto se le puede sumar la falta de espacios adecuados para conciertos y ensayos (Olivo 2021).

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

Oferta

El panorama musical ecuatoriano presenta una amplia variedad de artistas y géneros, desde la música tradicional hasta las propuestas más vanguardistas, la globalización de las redes sociales ha sido elemento clave para la oferta de producciones audiovisuales, artistas y servicios relacionados, esto se refleja en el crecimiento de la producción independiente nacional e internacional enfocados al género urbano y pop latina que dominan el mercado, establece un claro interés por géneros alternativos e independientes por lo cual los sellos independientes han apostado así esa dirección, plataformas de streaming como Spotify, YouTube Music, YouTube y Apple Music manejan métricas diarias que les permiten determinar la aceptación de las diferentes ofertas musicales del mercado.

Tabla 8 Índice de Saturación

Músicos Urbanos	Ciudad	Reproducciones Anuales Spotify	Sellos Independientes	Suscriptores	# Videos
Forty DMG	Quito	328,918	Trilu Gang	54,5 k	262
Mac Tempo	Quito	43,418	Mac Tempo	9,04 k	24
Mugre Sur	Quito	32,347	Mugre Sur	12,9 k	110
Bang Versus	Quito	26,926	Mugre Sur	12,9 k	110
Switch	Quito	6,271	iNDÓMITAZ	91,2 k	177

Fuente: (WRAPPED 2023).

Con respecto al origen de los músicos, el 54.8% del público ecuatoriano no es algo de importancia, en contra punto existe una preferencia buena por la música de origen ecuatoriana con 21.2%.

Tabla 9 Origen de los Artistas

Origen de los artistas
Le es indiferente 54.8%
Nacionales 21.2%
No distingue 13.9%
Extranjeros 10.2%

Fuente: (El Comercio, 2022).

Demanda

El mercado ecuatoriano ha experimentado un claro crecimiento en el consumo digital, en múltiples aspectos de la vida cotidiana se refleja mucho antes de la pandemia del 2020,

desde aspectos sociales hasta el cómo se adquiere productos y servicios; el 76% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet a través de diferentes dispositivos, es decir que existe 16,3 millones de conexiones , de la cual el 83% utiliza redes sociales con un promedio de 3,5 horas diarias de uso, la demanda se centra en el contenido digital como videos, música, juegos y plataformas de streaming como Spotify, YouTube Music y Apple Music (Radio 2023).

Otro de los aspectos más demandados en los últimos años son los conciertos y festivales, con el regreso a la normalidad se han reactivado con fuerza, evidencia el deseo del público por experiencias musicales presenciales de artista nacionales como internacionales, en especial el mercado ecuatoriano tiene una fuerte preferencia por el género urbano.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia.

Lenis (2023) define la competencia como la rivalidad o contienda entre dos o más personas, empresas, o grupos que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en un ámbito determinado, implica un esfuerzo por destacar, superar a los demás y alcanzar una posición de ventaja.

La importancia de conocer la competencia radica en saber identificar oportunidades al igual que las amenazas, mejorar la propuesta de valor, optimizar las estrategias, aprender de los mejores, evitar errores costosos y mantenerse actualizado

El Benchmarking es una técnica de gestión que analiza productos o servicios de una o varias empresas líderes en el mercado o sector para optimizar la calidad de los productos o servicios; para la presente tesis se analizaran las productoras Nación Films, Apolo Films y Mango Films, empresas reconocidas en la ciudad de Ambato, de esta forma se identificara las mejores prácticas y oportunidades para mejorar la propuesta del proyecto (Toledo 2021).

Tabla 10 Matriz de Competencia

	Nación Films	Apolo Films	Mango Films
Servicios	Servicio de producción audiovisual y comunicación integral para comerciales de televisión, redes sociales y video clips para artistas	Producción audiovisual dedicada en el ámbito publicitario, culturales y para artistas Renta de equipos, complementado con Animación 2D Animación 3D	Diseño gráfico diseño 3D motion graphics y producción audiovisual post producción
Tiempo de producción	En bases a la información del proyecto en el brief, el tamaño del mismo y el tipo de mensaje, un promedio de una a dos semanas en la creación de la propuesta y de 3 días a 3 semanas la producción	Preproducción una semana, partiendo de la información del brief, producción alrededor de una semana y post producción un mes incluyendo posibles cambios	Tiempo de producción audiovisual 2 a 3 semanas, dependiendo del tamaño del proyecto
Precio	Dependiendo del producto requerido un mínimo de 500\$ hasta un rango de 2000\$ a 3000\$	Los proyectos tienen un costo mínimo de 400\$ hasta un máximo de 8000\$	Un promedio de 1000\$ en adelante, la complejidad del proyecto es la que establece el precio al final
Recursos tecnológicos	Luces Cámaras estabilizadores, lente, laptops para edición	Luces Cámaras, iPad, computadora, disco duro, micrófonos, entre otros	Equipo computacional y de filmación de última generación (2023)
Calidad	Cinematográfica	Publicitaria	Cinematográfico y publicitario
Ubicación	Av. Quis Quis y calle Capac Yupanqui	Mera y Cuenca esquina Ambato	Garcilazo de la Vega y Lope de Vega
Página Web o Red Social	Instagram: @nacionfilms	Instagram: @apolofilms.ec	www.mangofilmsec.com
Tipos de Contenido	Publicidad y videos cinematográficos.	Publicitario, redes sociales y videoclips	contenido cinematográfico publicitario
Contactos	0987832322	0998368689	0987154488

Estrategias	<p>Estrategia de Redes Sociales: Subir contenido dividido en tres partes: Mostrar el contenido, cómo se hizo el contenido y el equipo involucrado en el proyecto.</p> <p>Estrategia de Ventas: Construir un video antes de un proyecto basado en referencias, ya sean videos cuadros u otras imágenes.</p>	<p>Estrategia de Asesoría Financiera, es decir orientar al cliente de cómo obtener el mayor beneficio del producto audio visual</p> <p>Enfoque en el Valor del Servicio al resaltar el valor añadido del servicio, lo que genera confianza y seguridad en el cliente</p> <p>Personalización de Proyectos según las necesidades y metas específicas del cliente.</p> <p>Enfoque en la Relación de Confianza al crear un ambiente en el que el cliente se sienta respaldado y confiado en la toma de decisiones.</p>	Estrategia de calidad enfocados en el desempeño del trabajo profesional por parte del equipo, uso de técnicas digitales moderna, el respeto a los tiempos de entrega del trabajo y calidad del producto final
-------------	--	---	---

Fuentes: Navarro (2023)

3.2. Análisis Interno

3.2.1. Análisis FODA

3.2.1.1. Fortalezas

- F1. Exitosa trayectoria CCNT para la creación y difusión de contenido audiovisual
- F2. Asesoramiento por parte de profesionales capacitados en producción y difusión de contenido audiovisual
- F3. equipos y escenarios musicales proporcionados por la CCCNT para la producción de contenido audiovisual
- F4. Convenios inter institucionales para fomentar eventos culturales a nivel nacional e internacional.

3.2.1.2. Oportunidades

- O1. La producción audiovisual es una herramienta efectiva para la promoción de la cultura y la difusión de la música independiente de Ambato.
- O2. La CCNT puede aprovechar sus recursos para producir contenido audiovisual para los músicos independientes
- O3. La producción audiovisual como herramienta para promocionar la música en línea de los artistas de Ambato
- O.4 La CCNT busca expandir sus funciones usa el talento ambateño en las redes sociales

3.2.1.3. Debilidades

- D1. Altos costos de inversión en recursos tecnológico y escenarios para la producción audiovisual.
- D2. Sintetizadores, teclados e instrumentos musicales desactualizados
- D3. Nula capacitación profesional para producir ritmos musicales de tendencia actual
- D4. excesivo trámite burocrático para la obtención de recursos financieros

3.2.1.4. Amenazas

- A1. Competencia en la producción audiovisual por parte de artistas nacionales e internacionales
- A2. Piratería en medios digitales y físicos.
- A3. Escasas políticas gubernamentales para la creación de programas de interés social

3.2.1.5. Cuadro Resumen del Análisis

Matriz FODO- FADA	Fortalezas.	Debilidades.
	F1. Exitosa trayectoria CCNT para la creación y difusión de contenido audiovisual	D1. Altos costos de inversión en recursos tecnológico y escenarios para la producción audiovisual
	F2. Asesoramiento por parte de profesionales capacitados en producción y difusión de contenido audiovisual	D2. Sintetizadores, teclados e instrumentos musicales desactualizados
	F3. equipos y escenarios musicales proporcionados por la CCCNT para la producción de contenido audiovisual	D3. Nula capacitación profesional para producir ritmos musicales de tendencia actual
	F4. Convenios inter institucionales para fomentar eventos culturales a nivel nacional e internacional.	D4. excesivo trámite burocrático para la obtención de recursos financieros
Fortalezas.	Estrategia FO	Estrategia DO
F1. Exitosa trayectoria CCNT para la creación y difusión de contenido audiovisual	Producción Colaborativa: Establecer alianzas estratégicas con músicos independientes y otras instituciones culturales con gran reconocimiento a nivel nacional e internacional para la creación y difusión de contenido audiovisual. (F1, O1, O2)	Capacitación y Actualización Tecnológica: Implementar programas de capacitación para el personal de la CCNT en producción audiovisual y préstamo de equipos mediante alianzas en el sector público (D3, O2).
F2. Asesoramiento por parte de profesionales capacitados en producción y difusión de contenido audiovisual		

F3. equipos y escenarios musicales proporcionados por la CCCNT para la producción de contenido audiovisual	Plataforma Digital CCNT: Reeditar la plataforma emplea los módulos de contenido utiliza el asesoramiento de profesionales capacitados y los equipos proporcionados por la CCNT. (F2, F3, O3, O4)	Capacitación y Desarrollo: Implementar programas de capacitación en producción audiovisual para artistas locales, para mejorar la calidad del contenido producido, esta iniciativa busca alinear el contenido con las expectativas del público, fortalece así la promoción cultural. (D3, O1)
F4. Convenios inter institucionales para fomentar eventos culturales a nivel nacional e internacional.		
Amenazas.	Estrategia FA	Estrategia DA
A1. Competencia en la producción audiovisual por parte de artistas nacionales e internacionales	Difusión y Educación Cultural: Aprovechar la trayectoria de la CCNT en la creación y difusión de contenido audiovisual uso de plantillas multimedia en editores de texto y video para socializar el impacto cultural que posee el género urbano (F1, A4).	Alianzas Económicas para Equipamiento de Alta Calidad: Establecer alianzas estratégicas con empresas locales o nacionales que dispongan de recursos financieros para la adquisición de equipos acordes a las necesidades tecnológicas para la producción audiovisual de alta calidad para la CCNT (D1, A3)
A2. Piratería en medios digitales y físicos.		
A3. Escasas políticas gubernamentales para la creación de programas de interés social	Alianzas estratégicas para combatir la Piratería: Amparar los productos audiovisuales en las normativas disponibles en la SENADI para combatir mal uso de los productos y capacitación a los productores audiovisuales para que puedan registrar sus productos en medios digitales y físicos a amplia red de contactos de la CCNT. (F4, A2).	Diversificación de Fuentes de Financiamiento: Buscar fuentes de financiamiento específicas para programa de inserción social de producción audiovisual independiente, explorar alianzas con empresas y programas de interés social para mitigar la amenaza de la falta de apoyo financiero gubernamental (D4, A3).
A4. La mala reputación de la música urbana		

Fuente: Navarro (2023)

3.3. Rentabilidad

La propuesta de la presente tesis va dirigida a un público de entre 17 a 40 años de la ciudad de Ambato, cuyas preferencias musicales se centran en el género musical urbano, la rentabilidad del proyecto del sector de producción audiovisual tungurahuese se centra en la concientización social a través de la creación de contenido audiovisual que abordará de manera efectiva las realidades que enfrentan los jóvenes en las ciudades, al destacar la música independiente como una poderosa forma de expresión que refleja sus experiencias, aspiraciones y desafíos.

La tesis tiene el potencial de generar rentabilidad al impulsar la difusión de los músicos urbanos ambateños, al producir un producto audiovisual que permita la visibilidad a los músicos independientes urbanos contando sus historias, sueños y anhelos; con el fin de impulsar oportunidades de colaboración, patrocinios y eventos, contribuye así al crecimiento y reconocimiento de la escena musical independiente en Ambato.

CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Método

Método Deductivo

Proceso de pensamiento que va de lo general a lo particular, parte de premisas o principios para llegar a conclusiones específicas, utiliza reglas de inferencia y silogismos para garantizar la validez de las conclusiones (López 2021).

El enfoque deductivo será apropiado para examinar cómo las teorías existentes sobre la producción audiovisual y la promoción de la música pueden aplicarse a la realidad específica de la escena musical urbana ambateña, para lo cual se analizarán tesis de diferentes universidades ecuatorianas, en especial las de la Universidad Técnica de Ambato, revistas culturales, periódicos nacionales, entre otras fuentes, de esta forma se contextualizará un panorama general de las variables producción audiovisual y músicos independientes del género urbano al establecer una base sólida de conocimientos para la investigación y permitirá vincular los resultados con el conocimiento existente en el campo.

4.2. Enfoque del proyecto

Metodología Cualitativa

Método científico de observación para recopilar información no estandarizada, basado en estudios de casos, vivencias, entrevistas, entre otros; complementándolos con análisis de textos especializados, históricos, interactivos o visuales, los resultados fundamentan reflexiones que toman en cuenta el contexto del fenómeno para llegar a conclusiones basadas en suposiciones mantiene una postura neutral (Galeano 2020).

Este enfoque aborda de manera precisa la naturaleza cultural musical ambateña permitiendo un análisis a profundidad del tema, la metodología cualitativa facilitará explorar las percepciones, experiencias y significados asociados con el género urbano, a través de entrevistas a profesionales en producción audiovisual y músicos independientes; las observaciones analíticas de contenido identificarán aspectos no cuantificables de la escena musical ambateña como la diversidad de estilos, motivaciones de los músicos y las respuestas emocionales del público.

La investigación tendrá lugar en Ambato, posee una rica tradición musical con una escena artística diversa y activa, la investigación se enfocará en jóvenes desde 17 años hasta adultos de 40 años, quienes tienen preferencias por la música urbana y participan activamente al sentirse identificados por sus letras y ritmos

4.2.1. Modalidad de Investigación

Investigación de Campo

Se enfoca en la obtención de información en el entorno natural de los sujetos o fenómenos estudiados, por lo cual se realizarán entrevistas a profesionales en la producción audiovisual junto a músicos ambateños que aportarán información necesaria para el proyecto, usa información de fuentes primarias. Además, se visitará la CCNT, instituciones culturales y eventos relacionados para observar la dinámica de la producción audiovisual, la interacción entre músicos junto al público objetivo para obtener fotografías e información necesaria para la elaboración del producto final.

Investigación Bibliográfica – Documental

Proceso sistemático metódico de recolectar, seleccionar y evaluar información relevante sobre un tema específico a partir de fuentes secundarias documentadas, los repositorios universitarios por su grado de confiabilidad serán la principal fuente de información sobre el diseño, producción audiovisual y el estado de la escena musical ambateña.

4.2.2. Técnicas de Investigación

Entrevista

Primera herramienta para la recolección de información, aplicada a varios profesionales en la producción audiovisual con la finalidad de entender el contexto real en el que se desarrollan sus actividades y sus experiencias, a esto se suma los músicos locales que aportarán información relevante del escenario musical ambateño, así como datos no esperados.

Observación

Es la segunda herramienta de recolección de información, en donde se analizarán los principales aspectos de la producción audiovisual y la escena ambateña donde se desenvuelven los músicos urbanos locales para constatar los beneficios o carencias existentes.

Análisis de textos

Una tercera herramienta de investigación es la evidencia documentada que evidencien la situación de la escena musical ambateña, así como de las producciones audiovisuales y del organismo gestor que es la CCNT.

4.2.3. Instrumentos de investigación

Guion de pregunta

Usado en las entrevistas con preguntas estructuradas, las mismas pueden variar e incrementar, depende del hilo de la conversación, es aplicado a los profesionales en producción audiovisual y músicos independientes.

En el marco del desarrollo de la tesis con el tema "Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato", se optó por realizar entrevistas a profesionales en la producción audiovisual y a músicos locales, debido a que profundizan con sus experiencias, opiniones y perspectivas para el desarrollo de la propuesta de alto valor.

Utilizando datos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de comprender las dinámicas de la producción independiente ambateña, esto aportara en la propuesta al darle un valor agregado basado en la realidad local, así como a las tendencias existentes a nivel nacional. Una de las principales razones por no optar por un análisis estadístico es el limitado de numerosa elementos con el cual se pueda constituir la población estadística necesaria.

Las productoras ambateñas tan solo Nación Films, Mango films y Apolo films poseen un reconocimiento visible en la industria a nivel nacional e internacional Poseen infra

estructura física y contactos con grandes productoras de la región lo cual las ubica en un puesto de preferencial en la industria, cabe recalcar, que en la ciudad existen productoras con recursos inferiores a las productoras ya mencionadas y varias de estas instituciones no se encuentran registradas el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para finalizar este apartado, en palabras de la Ing. Emilia Alvarado Sevilla directora de la CCNT, “La Casa de la Cultura Ecuatoriana a nivel nacional no cuenta un registro exacto del número de músicos activos, así como datos que puedan aportar información cuantitativa relevante para un estudio de esta clase, se tiene un registro de 42 miembros de los cuales alrededor de 20 se mantienen activos en la CCNT”. Sitio web cuantos son urbanos y cuantos voy a usar.

Tabla 11 Guía de entrevista

Objetivo	Indicador	Pregunta productores audiovisuales
<p>Desarrollar productos audiovisuales para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato</p>	<p>Casos de Éxito Numero de propuestas para desarrollar productos.</p>	<p>a. Desde su perspectiva, ¿cuál es la importancia de la producción audiovisual en la promoción de la música urbana? b. ¿Cuál cree que son las características esenciales que deben tener los productos audiovisuales para comunicar efectivamente la música urbana? c. ¿Puede mencionar algún caso que usted conozca de producción audiovisual en el ámbito musical urbano que haya tenido impacto en la difusión? d. ¿Qué elementos considera clave en esos casos? e. ¿Como definiría el éxito de una producción audiovisual en el ámbito música?.</p>
<p>Analizar los tipos de producción audiovisual con la finalidad de hallar el más adecuado para crear productos que comuniquen de manera efectiva mediante estudios de caso.</p>	<p>Cantidad de productos elaborados Identificación de elementos clave.</p>	<p>¿Puedes explicar que tipos de narrativa audiovisual funcionan mejor en que contexto o situaciones de la música urbana? ¿Podría explicar que estrategias utiliza en sus producciones audiovisuales para lograr mayor impacto? ¿Qué tipo de contenido audiovisual que ha realizado ha logrado tener un impacto favorable?</p>
<p>Identificar la escena musical de los músicos urbanos de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato.</p>	<p>Cantidad de reconocimientos percibidos Cantidad de proyectos elaborados.</p>	<p>a. ¿Cómo describirías la escena musical urbana ambateña? b. ¿Cuáles crees que son los aspectos más distintivos de la música urbana en esta institución? c. ¿Puedes mencionar algunos músicos urbanos destacados que formen parte de la Casa de la Cultura?</p>

		<p>d. ¿Cuáles los principales medios de difusión por los cuales das conocer su trabajo?</p> <p>e. ¿Qué tipo de estrategia usa para promocionar tu música?</p>
	<p>Nombres más reconocidos en el escenario ambateño</p> <p>Medios más usados para obtener e informarse de nuevo contenido musical</p>	<p>¿Cuáles son los medios por el cual escuchas música?</p> <p>¿Qué tanto valora un producto audiovisual musical?</p> <p>¿De qué forma descubre música nueva?</p> <p>¿Por qué te gustan los videos musicales?</p> <p>¿Qué músicos ambateños urbanos conoces?</p>

Fuente: Navarro (2023)

4.3. Análisis e interpretación de resultados

Análisis de entrevistas a Profesionales en producción audiovisual

Desarrollar productos audiovisuales

- Desde su perspectiva, ¿cuál es la importancia de la producción audiovisual en la promoción de la música urbana?

Las respuestas reflejan un consenso en la relevancia crucial de esta herramienta en la industria musical actual, en primer lugar, se destaca la función del videoclip como una dimensión visual enriquecedora que complementa la experiencia musical, permitiendo a los artistas construir identidades visuales únicas al mismo tiempo explorar conceptos visuales novedosos; la creatividad visual se considera esencial para una experiencia musical completa y cautivadora, algunos artistas aprovechan esto para alinear sus producciones con álbumes y canciones, contribuyendo a narrativas visuales sólidas.

Cabe subrayar la necesidad de mantener un respaldo visual de alta calidad y constancia en la creación de contenido para satisfacer las expectativas del mercado y competir en la escena mainstream; esta perspectiva resalta la importancia de la frecuencia en la producción visual para mantener la relevancia y la presencia competitiva, la narrativa audiovisual desempeña un papel determinante en la difusión de mensajes y productos, influyendo significativamente en el crecimiento de la música urbana y géneros asociados.

En conclusión: Los productores audiovisuales ambateños señalan que la producción audiovisual no solo es esencial para promocionar la música urbana, sino que también

contribuye a la conexión emocional con los fans, establece una experiencia musical más rica como significativa. La calidad, la creatividad y la constancia en la producción visual son elementos principales para destacar en un mercado competitivo y en constante cambio.

- ¿Cuál cree que son las características esenciales que deben tener los productos audiovisuales para comunicar efectivamente la música urbana?

Los resultados destacan la complejidad de definir características específicas debido a la diversidad en la música urbana, se aboga por romper con clichés sobre explotados, proponiendo explorar narrativas más profundas y cinematográficas, al resaltar la importancia de la autenticidad, los productos visuales deben reflejar la identidad única de cada artista en lugar de imitar patrones de otros que destacan aspectos negativos del género urbano.

La coherencia es una característica en la comunicación efectiva, enfatiza que la producción visual debe alinearse con la narrativa sonora junto al el estilo del artista para ofrecer una experiencia integral; las necesidades del mercado por una clara comunicación resulta en apoyar un mensaje concreto en un contexto definido, la claridad y la coherencia son características esenciales para conectar con el público, se debe complementar con una estética acorde al concepto, enmarcado en una sólida producción y elementos cinematográficos para el éxito del videoclip.

En conclusión: La innovación, la autenticidad, coherencia, claridad de mensaje y una estética distintiva son características clave en la producción audiovisual efectiva para la música urbana. La diversidad de opiniones resalta la complejidad y la riqueza del campo, donde la creatividad y la conexión honesta con la audiencia son fundamentales.

- ¿Puede mencionar algún caso que usted conozca de producción audiovisual en el ámbito musical urbano que haya tenido impacto en la difusión?

Las entrevistas resaltan la falta de aprecio por el arte local en ciudades más pequeñas, como Ambato, donde se mencionan casos de artistas locales exitosos, como Diego Villacis y Guanaco, que tuvieron múltiples dificultades para llegar a destacar en el escenario nacional; la necesidad de superar estas barreras y cambiar la percepción cultural se destaca como un desafío, la identificación del público adecuado junto al uso estratégico de proyectos de difusión son clave para dar a conocer a artistas locales de calidad.

Un caso personal de un productor en un video musical de Guanaco “Lento”, realizado con recursos limitados, logró posicionarse en el top 10 de MTV en esa época, resaltando la importancia de la propuesta visual incluso con presupuestos ajustados, otros casos a destacar son Ren Kai y Carlos Cortés, sobresale la estética de alta calidad en sus producciones audiovisuales y la posibilidad de requerir un presupuesto considerable, esto resalta la importancia del compromiso con la calidad visual y estética en la producción audiovisual de música urbana.

El proyecto "Sesiones al Parque" fue un caso exitoso que tuvo un impacto significativo en la difusión de bandas emergentes, basado en sesiones en vivo en lugares naturales, rompe con la cotidianidad y genera interés en la audiencia, mostrando que la creatividad y la originalidad en la presentación pueden ser fundamentales para el éxito, para finalizar se mencionan dos casos destacados, Epicentro Arte y el ya dicho Sesiones al Parque que han surgido desde cero, convirtiéndose en referentes importantes en el ámbito musical independiente en Ecuador.

En conclusión: La identificación del público adecuado, el compromiso con la calidad visual, la creatividad en la presentación y la innovación son aspectos cruciales, la variedad de casos mencionados resalta que no existe un enfoque único, pero todos coinciden en la importancia de adaptarse y conectar con la audiencia adecuada para el éxito en la promoción de la música urbana.

- ¿Qué elementos considera claves en esos casos?

Surge un consenso entre los profesionales del sector en torno a varios elementos clave, la conexión auténtica entre el artista y la audiencia siempre debe estar presente, comprender a qué público se dirige el músico y cómo la identidad del artista resuena en sus fans; el lenguaje audiovisual de manera simbólica es un elemento que invita a la reflexión entre la letra de la canción y la representación visual en los videos musicales que generen nuevas interpretaciones en la mente del espectador

La innovación visual, la coherencia y la capacidad de sorprender al espectador con elementos visuales inesperados, todo esto debe estar coordinado con un guion claro, planos bien definidos, iluminación adecuada y la introducción de elementos visuales inesperados, como cambios de color o animaciones, se considera esencial para mantener la conexión estética con la audiencia.

Los proyectos de difusión como "Sesiones al Parque" son inversiones significativas en calidad técnica, colaboraciones entusiastas, y la combinación estratégica de artistas consolidados y emergentes, son factores de importancia para el éxito de la escena musical urbana nacional.

En conclusión: La autenticidad, conexión emocional, creatividad visual y la innovación, junto con elementos técnicos y colaboraciones, emergen como aspectos fundamentales en los casos analizados para lograr una difusión exitosa en el ámbito

musical urbano; la combinación de estos elementos potencia la visibilidad, el impacto y la conexión con la audiencia.

- ¿Como definiría el éxito de una producción audiovisual en el ámbito música?

Cada productor posee su propia perspectiva sobre cómo definir el éxito de una producción audiovisual en el ámbito musical, un punto en común es la idea de que el éxito va más allá de las métricas cuantitativas, como el número de vistas o premios, se centra en la calidad del trabajo, la conexión auténtica con la audiencia, la coherencia estética y narrativa, así como la capacidad de comunicar algo significativo son elementos fundamentales; establecen que el éxito no solo se mide por la magnitud de la repercusión, sino por la profundidad de la conexión lograda a través de la producción audiovisual.

La innovación visual y la capacidad de sorprender al espectador con elementos inesperados, en combinación de una estética visual atractiva además de una narrativa sólida se posiciona como factores vitales para alcanzar el éxito en este campo.

En conclusión: El verdadero éxito en la producción audiovisual musical reside en la calidad artística, la capacidad de comunicar eficazmente y la conexión auténtica con la audiencia; la magnitud de la repercusión, si bien puede ser relevante, se presenta como una razón secundaria a la solidez del proyecto y su capacidad para transmitir una experiencia significativa.

Tipos de producción audiovisual

- ¿Puedes explicar que tipos de narrativa audiovisual funcionan mejor en que contexto o situaciones de la música urbana?

La diversidad de contextos y situaciones específicas dentro del género, como la dureza del hip-hop, la diversión del reguetón y las relaciones románticas en canciones urbanas resalta la necesidad de adaptar la narrativa al mensaje unido al estilo de cada artista; la autenticidad y la conexión emocional son esenciales para generar una resonancia significativa con la audiencia.

Otro aspecto relevante en la narrativa es la preferencia por videoclips que no solo buscan ser estéticamente atractivos, sino que también provocan reflexión y utilizan diversos recursos audiovisuales de manera efectiva, esta tendencia sugiere que la música urbana contemporánea no solo busca entretener visualmente, sino también transmitir mensajes más profundos y significativos a través de sus producciones audiovisuales.

En conclusión: La narrativa audiovisual en la música urbana emerge como un componente del éxito, marca la diferencia entre un simple videoclip y una producción que resuena con la audiencia, la narrativa debe ajustarse en función a los distintos estilos como de mensajes de los artistas, esto provoca una evolución hacia producciones más significativas para transmitir mensajes, contar historias auténticas y conectar de manera más profunda con la audiencia

- ¿Podría explicar que estrategias utiliza en sus producciones audiovisuales para lograr mayor impacto?

Las principales estrategias empleadas se centran en la conexión directa con la esencia de la canción, al visualizar la idea antes de iniciar el proceso creativo, esta estrategia se ilustra con un ejemplo específico donde se mezclan elementos antiguos con contemporáneos para enriquecer la narrativa y hacer referencia al hip-hop; se destaca la importancia de entender la visión del artista, adaptándose a las necesidades

específicas de cada producción y manteniendo una dinámica narrativa que capte la atención del espectador.

Las colaboraciones es una estrategia que logra producciones impactantes, la conexión con directores creativos o colegas, aprovechan su conocimiento en locaciones urbanas y comunidades, la socialización en el intercambio de recomendaciones, la atención a detalles como la luz y las texturas son elementos esenciales; otra estrategia es la colaborar con micro influencers también emerge como una táctica efectiva, identificando un segmento específico del público objetivo para maximizar la difusión del video.

En conclusión: Las estrategias más efectivas y utilizadas por los resultados comprobados en incrementar el alcance del producto audiovisual parte de la conexión directa con la esencia de la canción, la adaptabilidad a las necesidades artísticas, la colaboración efectiva como la colaboración con micro influencers, que amplifican la visibilidad de manera significativa.

- ¿Qué tipo de contenido audiovisual que ha realizado ha logrado tener un impacto favorable?

Para concluir, los productores entrevistados destacan la importancia de contar historias a través de los videoclips, enfatizando la conexión emocional con la audiencia como clave para el éxito; se reconoce que aunque algunos videos no alcancen cifras masivas de visualizaciones, el reconocimiento y premios en festivales también constituyen indicadores de impacto positivo, la valoración de la autenticidad, la diversidad cultural y la conexión emocional resalta como un enfoque clave en las producciones, especialmente aquellas que exploran la identidad de lugares específicos al abordar temáticas reales.

El éxito de las producciones audiovisuales se mide no solo en términos de visualizaciones masivas, sino también en la capacidad de generar reconocimiento y premios en festivales, así como en la resonancia emocional con la audiencia; la narrativa, la autenticidad cultural, diversidad de escenarios y personajes emergen como elementos fundamentales para lograr un impacto positivo que conecten con las experiencias de los fans.

En conclusión: El impacto favorable de las producciones audiovisuales se fundamenta en la narrativa significativa, autenticidad, diversidad cultural y conexión emocional con los fans; este enfoque integral no solo busca cifras de visualizaciones, sino también el reconocimiento cultural y generacional.

Análisis de entrevistas a Músicos

Preguntas de entrevista:

- ¿Cómo describirías la escena musical urbana ambateña?

La escena musical urbana ambateña se caracteriza por su rica historia que se remonta a la segunda generación de música urbana surgiendo músicos reconocidos a nivel nacional e internacional, han contribuido significativamente con propuestas innovadoras; en la última década la escena musical ambateña ha experimentado un renacer con la llegada de nueva sangre, caracterizada por nuevas visiones y creatividad.

La nueva generación emergente ha traído consigo un sonido sólido y diferente, marcando un crecimiento constante, los eventos junto a los festivales han potenciado muchas carreras e incluso ha provocado colaboraciones entre músicos.

En conclusión: La escena musical urbana ambateña se presenta como un referente de talento con una rica diversidad de estilos y propuestas, a pesar de los desafíos de desunión, la llegada de nuevas generaciones que buscan la unión refleja un potencial de crecimiento.

- ¿Cuáles crees que son los aspectos más distintivos de los músicos urbana de la Casa de la Cultura Núcleo de Tungurahua?

La música urbana en esta institución destaca por su distintiva frescura y originalidad que forman parte de la identidad cultural ambateña, los músicos presentan un sonido refrescante que no se asemeja a las tendencias predominantes ni a lo que se produce en otras ciudades, es decir una propuesta que se manifiesta en la forma de escribir, la métrica y el trabajo creativo, ofreciendo una perspectiva honesta de las situaciones sociales o personales de manera directa, lo que permite que la música sea un medio poderoso para comunicar perspectivas de la gente común.

En conclusión: Los músicos de la Casa de la Cultura Núcleo de Tungurahua se distinguen por su originalidad, frescura y la capacidad de sus artistas para expresar de manera directa y sin restricciones, el apoyo de la institución ha fomentado la diversidad participativa con la comunidad consolidando así la identidad única de la escena ambateña.

- ¿Puedes mencionar algunos músicos urbanos destacados que formen parte de la Casa de la Cultura?

Se destacan músicos urbanos que aportan propuestas interesantes, entre los principales están Locisar, Skinny Ele, Bloff, Sleazy, Pato Romo, Keoff, Big Tito, Low Mino y Paolo Cam, estos músicos son reconocidos por su trabajo positivo y destacado en la escena musical urbana. Además, la institución ha impulsado la creación de contenido novedoso, revitalizando la escena con propuestas que han generado un impacto positivo y que han llenado un vacío en la producción musical local.

En conclusión: la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua ha logrado reunir y respaldar a músicos urbanos emergentes destacados por sus propuestas positivas que enriquecen la escena musical de Ambato.

- ¿Cuáles son los principales medios de difusión por los cuales da a conocer su trabajo?

La difusión del trabajo musical se ha transformado con el tiempo, y los músicos ambateños adoptan diversas estrategias para dar a conocer su música, el uso de plataformas digitales de streaming como Spotify, Apple Music, Amazon Music, YouTube y Deezer se presenta la primera estrategia en emplearse; la promoción a través de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok se destaca como una herramienta fundamental para llegar a la audiencia mediante contenido audiovisual que proporciona una identidad visual que complementa la música, construyendo una imagen en la mente de los fans.

En conclusión: La difusión se ha adaptado a las tendencias digitales, utilizando plataformas populares y redes sociales como medios principales para llegar a la audiencia, el contenido es esencial para construir una identidad visual y conectar con los fans de manera más profunda.

- ¿Qué tipo de estrategia usa para promocionar tu música?

Se destaca como estrategia claves el uso de plataformas como Instagram, TikTok, WhatsApp y Facebook, donde se publican contenidos para generar visibilidad, esto va de la mano de estrategias para crear expectativas entre los seguidores es decir crear hype mediante fotos, anuncios de los nuevos lanzamientos, proporcionando detalles sobre dónde y cómo acceder a la música.

En conclusión: La promoción de la música urbana en Ambato se basa en estrategias digitales centradas mayormente en Instagram y TikTok, combinando publicidad pagada, anuncios anticipados y colaboraciones para generar interés y visibilidad en el competitivo panorama musical actual.

Fanáticos

Consumo audiovisual y musical

- ¿Cuáles son los medios por el cual escuchas música?

Los fanáticos de la música urbana ambateña optan por diversas plataformas para su consumo, siendo YouTube la opción más popular a pesar de los anuncios; al mismo tiempo las alternativas como YouTube Music, Spotify, Deezer y Sound Cloud son populares ya que por una cuota mensual se puede escuchar música ilimitadamente sin anuncios; con respecto al uso de dispositivos los celulares y computadoras son casi siempre la primera opción por comodidad y accesibilidad.

En términos de calidad de audio, plataformas como Spotify, YouTube y Apple Music manejan la mejor calidad de sonido en el mercado y se adaptan fácilmente a diferentes dispositivos.

En conclusión: La música urbana ha tenido un mayor alcance gracias a las diferentes plataformas que priorizan tanto la calidad sonido como la comodidad del oyente.

- ¿Qué tanto valora un producto audiovisual musical?

La valoración de un producto audiovisual musical es un aspecto destacado para los fanáticos de la música urbana, el punto clave es la coherencia entre la letra de la canción y el videoclip, ya que ambos elementos deben estar en sintonía para transmitir el mensaje del artista; la producción visual y musical se percibe como complementario lo que suma un plus al producto final que busca ofrecer una experiencia completa para el espectador.

La importancia del producto audiovisual se refleja en su capacidad para transmitir un mensaje claro, un concepto y una estética que diferencie a cada músico; los entrevistados valoran la representación visual como una extensión del mundo del artista, permitiendo una conexión más profunda con la música a través de la experiencia visual, el guion junto a la narrativa del video son elementos cruciales que influyen en la apreciación del producto final.

En conclusión: La valoración de un producto audiovisual musical como experiencia se basa en la coherencia, la complementariedad entre música y video, la capacidad de transmitir el mensaje del músico de manera efectiva.

- ¿De qué forma descubre música nueva?

La mayoría de los fanáticos lo hacen a través de la conexión con sus artistas favoritos, de otros intérpretes del mismo género o estilo musical, ampliando así su repertorio, por otro lado, también descubren música nueva mediante las plataformas de

streaming como Spotify y YouTube gracias al algoritmo de sugerencia basado en la información del usuario, sus preferencias y las tendencias del mercado, por ejemplo, están los descubrimientos semanales de Spotify, las recomendaciones personalizadas de YouTube y las listas de reproducción automáticas de modo aleatorio del streaming proporcionan oportunidades adicionales para encontrar nuevos exponentes.

La influencia social también juega un papel importante, los fanáticos comparten sus descubrimientos entre amigos que comparten gustos musicales similares, es decir las recomendaciones que dan resultando en el descubrimiento de artistas y canciones.

En conclusión: Las plataformas digitales de streaming mediante la generación de algoritmos de recomendación son una fuente clave para el descubrimiento de nuevas canciones y músicos, a esto se complementa con las recomendaciones de otros fanáticos que cumplen el mismo papel de explorar nuevas joyas musicales.

- ¿Te gustan los videos musicales?

Los fanáticos valoran el profesionalismo que implica la creación de un videoclip, reconocen que los videos no son simples adiciones visuales, sino que están vinculados al tema y contenido de la canción; la dedicación de tiempo como la preparación necesarios para realizar un videoclip es algo que los fanáticos reconocen, atribuyendo un alto valor al resultado final.

Los videoclips musicales son una forma de contar historias, no solo relacionadas con la canción en sí, sino también explorando conceptos, ideales y la estética única de cada músico, esto es muy aprovechado por los géneros del Rap y el Trap, la libertad creativa que ofrecen los videos musicales para transmitir mensajes de manera no convencional es algo que resuena con los fanáticos.

En conclusión: Los videos musicales son de gusto por su capacidad para enriquecer la experiencia auditiva, proporcionar una interpretación visual de la letra y permitir que los músicos transmitan de manera única sus mensajes e identidades.

- ¿Qué músicos ambateños urbanos conoces?

En la escena musical urbana de Ambato, destacan varios artistas conocidos por los fanáticos locales entre ellos están Keoff, Don De Gente, Guanaco, Sleazy, Towers Ant, Zeta Rockstar, Skinny Ele y Locisar, evidenciando la diversidad de talento en la ciudad, abarcando desde artistas consolidados hasta aquellos emergentes. También se puede ver un claro patrón de artistas conocidos.

La escena no solo abarca músicos, sino también productores, evidenciando un ecosistema musical completo, este reconocimiento dentro de la comunidad refuerzan la idea de que la escena musical en Ambato tiene un potencial prometedor.

En conclusión: La diversidad de artistas mencionados por los fanáticos revela una escena musical urbana activa y en crecimiento en Ambato, la conexión entre artistas y fanáticos contribuye a la consolidación de una comunidad musical local fuerte.

CAPITULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Descripción del proyecto

Este proyecto tiene como fin realizar una miniserie audiovisual de tipo documental con el objetivo de exponer la escena musical urbana de Ambato y así dar a conocer la historia, el talento y la obra de los músicos independientes ambateños. También se añade un plan de difusión para dar visibilidad a dicha miniserie. Con este proyecto lo que se busca es generar interés en la música local y despertar el apoyo del público hacia a los músicos detrás de cada obra.

Para llevar a cabo este trabajo, se realizó una investigación de propuestas similares ya desarrolladas, con el motivo de analizar alternativas de mejora visual o aspectos en los que se falló para evitar futuros errores. De igual manera el análisis PEST juega un papel importante ya que gracias a esta información se obtuvo datos como la segmentación de mercado y el análisis estratégico de la competencia.

Se realizaron entrevistas a profesionales en el tema tanto a productores audiovisuales como a músicos independientes de Ambato con la intención de que puedan aportar ideas para el mejoramiento de la miniserie y saber que artistas tienen repercusión en la escena ambateña. También se llevó a cabo entrevistas al público fanático urbano para obtener datos acerca del consumo audiovisual y musical.

La propuesta trata de una miniserie audiovisual tipo documental, en cada capítulo se expone a 3 músicos urbanos ambateños, teniendo un total de 3 capítulos donde se topan tópicos como la historia del artista, los desafíos que ha enfrentado en su trayectoria y el hoy por hoy del músico, finalizando cada capítulo con una sesión musical del artista. El proyecto tomará como principal plataforma de difusión YouTube para la publicación de los capítulos

ya que con las entrevistas se sabe que este medio es donde el público urbano consume este tipo de contenido también se concluye que Instagram es una red social popular en la cual se disfruta temas urbanos, entonces a base a esto, se desarrolló un teaser como estrategia para tentar al público ver los videos principales, y se diseñó posters con tendencia urbana para que estos elementos se publique en dicha red social.

5.1.1 Concepto del proyecto

Para la realización de la miniserie se designa como estelares a los músicos urbanos de la ciudad de Ambato miembros de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua, para contar su historia, desafíos y presentar su obra, esto con la finalidad de generar interés en la música y cultura urbana en jóvenes y adultos entre 17 a 40 años de la misma ciudad.

5.1.1.1 Naming

Ambato es un lugar donde se encuentra un talento en bruto no solo en la música si no también en áreas como el diseño, la fotografía, la confección etc. Por motivos desconocidos en esta ciudad no se valora el arte de ningún aspecto. Los músicos seleccionados para dar vida a este proyecto son de esta misma localidad. Por lo cual el nombre de la ciudad es de aspecto primordial.

La palabra Urbano es un eje fundamental en esta tesis teniendo varios significados como la vida underground y la autogestión que son dos elementos clave en la propuesta. Y que también guarda un significado que va de la mano con la definición de ciudad incluso siendo “Urbe” un sinónimo de esta misma.

El naming nace de la unión del nombre de la ciudad donde se ha realizado el proyecto “Ambato” y de la palabra “Urbano”. Si bien Ambato ya tiene una identidad y urbano un

significado, la intención fue tomar el “Urba” de urbano y el “Am” de Ambato, con el fin de dar una nueva definición a esta palabra “Urban” es un proyecto donde se muestra el talento ambateño por medio de audiovisuales, las personas involucradas en esta miniserie es gente creativa que día a día lucha por mantener sus ideales, metas y sueños en pie.

5.1.1.2 Tono y estilo

Se ha manejado un estilo directo y crudo donde los artistas a través de la cámara cuentan su historia con el fin de conectar con el público para que a continuación relate las barreras y limitaciones que se afronta en el mundo musical con el objetivo de transmitir que del sufrimiento nace la esperanza después comentan como se encuentran en la actualidad y termina el capítulo con una sesión en vivo de una de las obras del musico. Cabe mencionar que el tono y estilo del proyecto no es de tiempo corto, pero causa interés desde el minuto uno lo cual lleva a querer ver más.

5.1.1.3 Tipografía

El estilo principal de letra que se empleará es una San Serif de grosor tipo black y regular, con esto se busca retratar la cultura urbana, teniendo como base al Grafiti, siendo este un arte en el cual se retrata un estilo callejero el cual se adapta sin problemas en el contexto de este proyecto.

5.1.1.4 Cromática

La gama de colores que se ha tomado para el titulo principal es un amarillo un poco pálido, este es un color clásico para abordar títulos de series o incluso datos informativos. Este color se usa mucho por su legibilidad, es agradable a la vista y fácil de leer. También se utilizó variaciones de color como el blanco y negro siendo estos el contraste perfecto que no

debe faltar. Para los segundos títulos se usa el color de la atmosfera del artista, ya que cada uno lleva construido una imagen a través de colores como el Morado, Azul frío y Café cálido. Hay que hacer hincapié en esta última decisión se juega mucho con la gama de colores por lo antes mencionado la idea principal es lo urbano y este tema en general no se lo puede encasillar tan solo en un estilo prueba de eso es la cromática de los Grafitis que siempre suelen ser llamativos y de muchos colores.

5.1.2 Descripción

Tema: Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato.

5.1.2.1. Responsables

Autor: Christian Daniel Navarro Morejón

Tutor: Dis Mg. Fabara Sánchez Fernando Rodrigo

5.1.2.2 Beneficiarios

- Artistas musicales urbanos independientes miembros de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua
- La audiencia meta será jóvenes y adultos de 17 a 40 años de la ciudad de Ambato.

5.1.2.3 Objetivos de los productos audiovisuales

General

- Exponer a los músicos independientes del género urbano de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua a través de audiovisuales con el objetivo de fomentar el apoyo e interés a la música y cultura urbana en la ciudad de Ambato.

Específicos

- Desarrollar una marca visual con el naming “Urbam” para establecer una identidad en los productos audiovisuales.
- Generar contenido audiovisual y gráfico para aumentar la visibilidad de la miniserie.
- Difundir la miniserie audiovisual y los productos publicitarios a través de medios digitales.

5.1.2.4 Estrategias

- Elaborar una marca visual para que refleje una esencia original y urbana.
- Producir material audiovisual y publicitario para su publicación en medios digitales.
- Crear un plan de difusión que incremente el alcance de los productos audiovisuales y gráficos usando medios digitales.

5.1.2.5 Actividades a desarrollar

Tabla 12 Matriz de Actividades

Objetivo	Estrategia	Acciones	Entregables	Recursos
Desarrollar una marca visual con el naming “Urbam” para establecer una identidad en los productos audiovisuales.	Elaborar una marca visual para que refleje una esencia original y urbana.	Conceptualizar la esencia de la marca visual tomando en cuenta elementos claves.	- Manual de marca	Suite de Adobe
Generar contenido audiovisual y gráfico para aumentar la visibilidad de la miniserie.	Producir material audiovisual y publicitario para su publicación en medios digitales.	- Crear un canal de YouTube y un perfil de Instagram - Definir formatos y estilos de video y post. - Pre producir, producir y	- Un teaser de 30 segundos para promocionar la miniserie - 3 videos con duración de 8 a 10 min - Poster para publicar y contenido para	Suite de Adobe

		<p>post producir los materiales audiovisuales.</p> <p>- Diseñar posters publicitarios y contenido para historias.</p>	<p>historias de la miniserie</p> <p>- Formato de video para teaser en YouTube; horizontal 16:9 4k.</p> <p>- Formato de video para capítulos en YouTube; horizontal 16:9 4k.</p> <p>- Formato de video para teaser en Instagram; vertical 1080 x 1920 reels.</p>	
--	--	---	---	--

			- Formato para publicación de posters en Instagram; vertical 1080 x 1350 300ppp RGB.	
Difundir la miniserie audiovisual y los productos publicitarios a través de medios digitales.	Crear un plan de difusión que incremente el alcance de los productos audiovisuales y gráficos usando medios digitales	Respetar y cumplir los tiempos del plan de difusión. - Publicar los productos de acuerdo al plan.	- Elaborar un plan de difusión para impulsar la visualización de los productos.	Suite de Adobe

Fuente: Navarro (2024)

5.1.2.6 Plan de difusión

Objetivo del plan

Incrementar la visibilidad y participación en torno a la miniserie “Urbam” en la ciudad de Ambato, generando interacción y comentarios positivos.

Duración del plan

Un mes

Plataformas de difusión

Instagram: Utilizar poster, teaser y contenido de la miniserie

YouTube: Subir el teaser y después los capítulos en un canal específico, optimizando títulos, descripciones y etiquetas.

Calendario de actividades

Semana 1: Crear expectativa

- Subir historias del contenido de la miniserie.
- Hacer publicación del poster de la miniserie en Instagram.

Semana 2: Asegurar público

- Lanzar el teaser por el canal del YouTube.

- Lanzar el teaser por Instagram.

Semana 3: Lanzamiento oficial

- Publicar los 3 capítulos de la miniserie a través del canal de YouTube.

- Publicar en Instagram pequeños cortos de cada capítulo para generar interés

Semana 4: Fomentar Interacción Continua

- Responder a comentarios y mensajes directos.

Notas Finales

- Monitorear constantemente para ajustar la estrategia según sea necesario.

- Fomentar la participación de la audiencia para crear un impacto duradero.

Esta propuesta se enfoca en maximizar la visibilidad de la miniserie “Urbam” en Ambato, utilizando dos plataformas digitales tradicionales y gratuitas para generar un impacto significativo durante el período de un mes.

5.1.2.7 Acabados

Esta propuesta abarca una secuencia de videos y material gráfico, estos elementos serán compartidos a través de medios digitales. Los productos audiovisuales cuentan con su respectiva post producción en donde se llevó a cabo edición, colorización y musicalización, mientras que el contenido grafico sigue el estilo visual que se ha desarrollado a lo largo de la elaboración de la propuesta.

5.1.2.8 Composición

Se creo una composición con la meta de comunicar un mensaje directo y sin censura. Si bien los videos son de una duración un poco larga, se han desarrollado con la intención de no aburrir o ser monótono en los tópicos que se tocan en los videos. La línea grafica va de la mano con estos ideales tomando elementos urbanos.

5.1.1.9 Jerarquía

En el proyecto se desarrolla un manual de marca para profundizar el contexto de la identidad en la propuesta, productos audiovisuales que narran historias de músicos, elementos gráficos para dar un impulso a la visibilidad de estos productos y un plan de difusión organizado de esta forma:

Tabla 13 Plan de difusión

Plan de difusión: Miniserie Audiovisual “Urbam”					
Duración: Mes de marzo					
Medios	Material	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Poster - Historias - Teaser - Cortos - Interacción 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicar poster oficial de la miniserie - Subir historias acerca de la miniserie 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicar teaser oficial de la miniserie formato reels 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicar pequeños cortos de cada capítulo de la miniserie; uno por día 	<ul style="list-style-type: none"> - Responder a comentarios y mensajes directos.
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> - Teaser - Capítulos - Interacción 		<ul style="list-style-type: none"> - Publicar teaser oficial de la miniserie en el canal 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicar los 3 capítulos de la miniserie en el canal; uno por día 	<ul style="list-style-type: none"> - Responder a comentarios y mensajes directos.

Fuente: Navarro (2024)

5.1.2.10 Funcionalidad

Como funcionalidad la propuesta busca difundir a los músicos independientes del género urbano de la Casa de la Cultura Nucleó Tungurahua con el objetivo de mostrar el talento de la ciudad, despertar interés y generar apoyo local y nacional. Estos productos van dirigidos a jóvenes y adultos de 17 a 40 años entre ellos seguidores del movimiento urbano y público en general.

5.1.3 Expresión creativa

La creatividad siempre ha sido un elemento clave desde el momento cero. En esta propuesta se expresa en forma de historias, anécdotas y música. Los capítulos de la miniserie muestran a músicos de la ciudad hablando sin filtros sobre momentos que han sido importantes en sus vidas, esta narrativa permitirá generar una conexión con el público. Todo esto gracias a la conceptualización de la idea, a la edición y musicalización que le da una expresión distintiva tipo dramática y a la colorización que complementa a la atmosfera del proyecto. Por último, para reforzar todo esto, las piezas gráficas sirvieron como un impulso, esto gracias a que se siguió la misma expresión creativa; urbana.

5.1.4 Valor agregado

En este país se ha visto pocos proyectos como este, siendo que uno mismo puede contarlos con los dedos de la mano y aun así tan solo algunos logran tener un impacto mediático favorable. Hablando en el contexto de Ambato, no hay una propuesta igual, tal vez similar como algún podcast musical, sesiones en vivo o videoclips que logran su objetivo, aun así, no han sido suficiente para lograr un alcance soñado y mucho menos para despertar interés en la música de este país.

Con este proyecto lo que se busca desde un principio es aportar al movimiento urbano, a la cultura musical y darles a los artistas una especie de foco mediático a través del audiovisual, también el acabar con los estereotipos típicos acerca de este género, mostrando a los artistas que son personas comunes que usan su sentido de la creatividad para hacer música, en los capítulos dan mensajes crudos pero al mismo tiempo de esperanza, para de esta manera crear una nueva historia de este movimiento que está activo en las sombras y con este proyecto dar una nueva luz.

5.1.5 Materiales e Insumos

Tabla 14 Matriz de Recursos

Recursos	Descripción
Humanos	Tutor Revisores Músicos Diseñador Gráfico Profesionales en producción audiovisual Entrevistados

	<p>Director</p> <p>Director de fotografía</p> <p>Director de arte</p> <p>Operador de cámara</p> <p>Asistente de cámara</p> <p>Grip</p> <p>Editor</p> <p>Sonidista</p> <p>Colorista</p>
Servicios	<p>Internet</p> <p>Luz</p> <p>Suite de Adobe</p>
Equipos	<p>Cámara Sony a7iv</p>

	Cámara Sony a6500
	Lente Canon 50mm, Tokina 11-16 y Sony 24-205
	Baterías
	Barra de luz Godox
	Trípode Manfrotto
	Monitor Atomos ninja v
	Disco duro
	Tarjetas de memoria

Fuente: Navarro (2024)

5.1.6 Presupuesto

Tabla 15 Presupuesto

Descripción	Costo por unidad	Cantidad	Costo Total
<i>Identidad de la marca</i>			
Manual de marca	100\$	1	100\$
<i>Diseño Gráfico</i>			
Poster para redes sociales	30\$	4	120\$
Contenido para historias	25\$	3	75\$
<i>Productos Audiovisuales</i>			
Teaser duración 30 seg	150\$	1	150\$
Videos de lanzamiento 3 capítulos de duración de 8 a 10 min	1200\$	3	3600\$
		Total	4045\$

Fuente: Navarro (2024)

5.1.7 Construcción del prototipo

El prototipo está construido alrededor de una investigación que ha permitido tener bases fundamentadas, entrevistas y opiniones de expertos en el tema lo cual ha permitido presentar productos audiovisuales de calidad, entrevistas al público donde se ha llegado con artistas de repercusión que son miembros de la Casa de la Cultura Núcleo Tungurahua y entrevistas a estos músicos para escoger 3 de ellos y poder realizar el material audiovisual. Por ultimo las piezas gráficas siguen la misma línea que se ha seguido a lo largo de proyecto con la intención de potenciar esta propuesta.

5.1.7.1 Identificador gráfico

El identificador gráfico transmite un mensaje Urbano y fresco de los artistas con los cuales se ha trabajado en los audiovisuales provenientes de la ciudad de Ambato al unir esas dos palabras nace “Urban” el cual está representando por una tipografía de misma característica urbana.

El color de la marca es netamente un amarillo pálido esto con la idea de dar legibilidad, buena apariencia y llame la atención. También cae en un significado de color como positivismo energía y optimismo. Sus variantes son de color negro y blanco para mantener un estilo visual clásico.

Ilustración 5 Identificador gráfico



Fuente: Navarro (2024)

5.1.7.2 Manual de marca

Ilustración 6 Manual de marca – Parte 1



| CONCEPTO

URBAM

“Urbam” transmite un mensaje **Urbano** y fresco proveniente de la ciudad de **Ambato**, se ha hecho una combinación de estos dos elementos claves para darle un concepto e identidad al proyecto.

| CROMÁTICA

#DECA2D
RGB 222, 202, 45
HSB 52, 79, 87
CMYK 17, 13, 89, 1

URBAM

Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 7 Manual de marca – Parte 2

TIPOGRAFÍA

Sneakers
Max 500

Aa

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee,
Ff, Gg, Hh, Ii, Jj,
Kk, Ll, Mm, Nn, Oo,
Pp, Qq, Rr, Ss, Tt,
Uu, Vv, Ww, Xx, Yy,

Montserrat

Aa

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee,
Ff, Gg, Hh, Ii, Jj,
Kk, Ll, Mm, Nn, Oo,
Pp, Qq, Rr, Ss, Tt,
Uu, Vv, Ww, Xx, Yy,

APLICACIONES

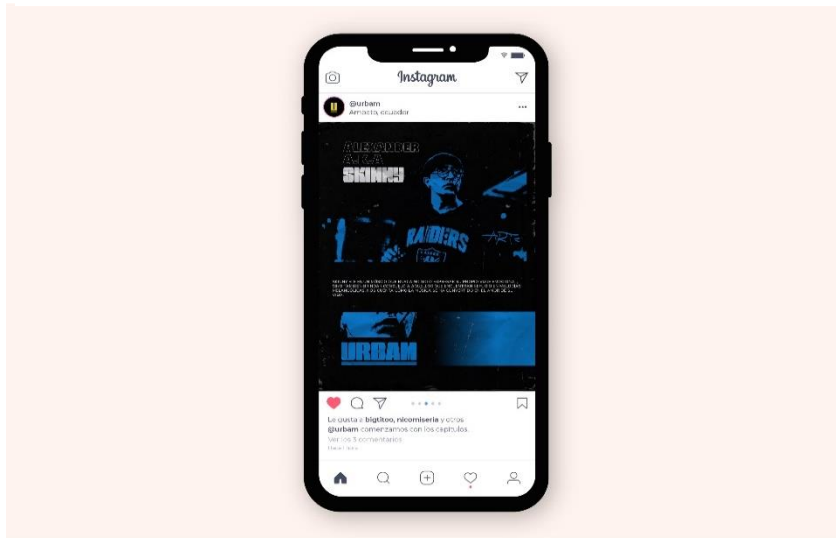


URBAM

Fuente: Navarro (2024)

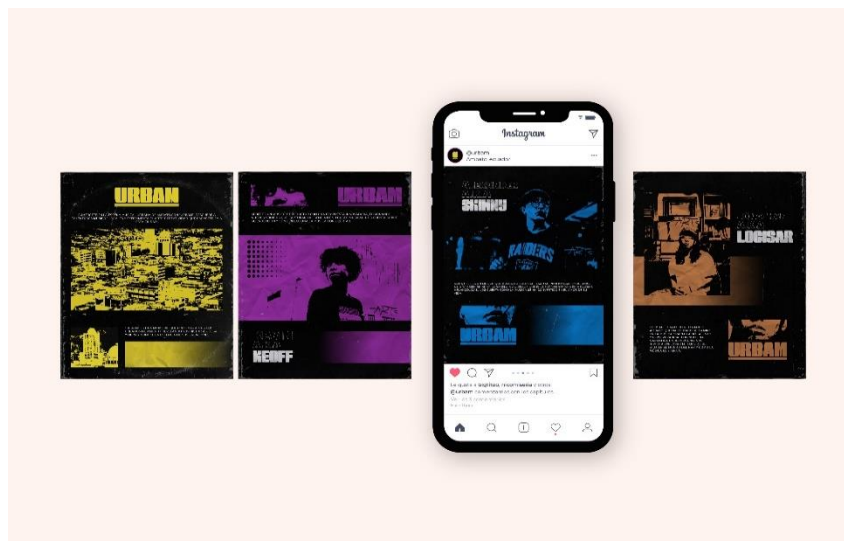
5.1.7.3 Piezas gráficas

Ilustración 8 Mockup Poster I



Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 9 Mockup Poster II



Fuente: Navarro (2024)

5.1.8 Miniserie audiovisual

5.1.8.1 Concepto

Se ha seguido un concepto que se repite en los 3 capítulos, este transmite crudeza, vivencias, arte y esperanza para que el público descubra a los artistas locales, conozca su origen y sus motivos, todo esto a través de la narración plasmada en los videos.

Primero se muestra el intro de la miniserie donde se puede ver lugares de Ambato contextualizando que esta miniserie toma lugar en esta ciudad, para después exponer al artista con una de sus canciones mientras se indica tomas representativas de su mundo, en medio de esto se puede visualizar los títulos de la serie y lo créditos correspondientes de la gente involucrada en este proyecto.

Cuando la imagen se pasa a negro con la musicalización respectiva, es la forma de decir que pasamos a otra escena donde se topa otro tópico.

La primera escena habla del origen del músico, de donde sale su gusto musical, como llega a utilizar la creatividad para crear piezas musicales, esto con la ayuda de anécdotas, antecedentes y referentes correspondientes que se han colocado en el video. El objetivo de esta primera escena es la de conectar con el público, los consumidores pueden simpatizar con estas historias incluso sentirse identificados y reconocer varias referencias.

La segunda escena va a tocar temas de limitaciones, barreras que conllevan a fallos o frenan al surgimiento del arte. A esto se complementa musicalización y tomas respectivas con el contexto para así transmitir aún más el mensaje. El fin de hablar de esta situación es para que el público comprenda que estas personas al igual que todos, han luchado por sus

sueños y emocionalmente, se encuentren acercados con las experiencias del músico y entiendan que todos los caminos llevan dificultades.

La tercera escena habla sobre como el artista superó, lidió o lidia con dichos problemas, también se comenta el cómo se encuentra hoy por hoy artísticamente, manteniendo un enfoque de esperanza y aun con todas las limitaciones, salir adelante. La finalidad de esta escena es la conclusión que se saca después de que veamos al artista vulnerable esto da espacios a reflexionar sobre situaciones que ha todo mundo nos puede pasar incluso llega hacer una enseñanza de que puedes enfocar tu energía o creatividad en campos que te pueden ayudar como lo es la música para estas personas.

El capítulo termina con una sesión musical del artista, debido a limitaciones de presupuesto y a falta de experiencia en el ámbito de grabaciones de sonido en vivo, se ha optado por hacer playback, no por esto se resta merito o calidad, de igual manera se logra mantener y transmitir las emociones del músico hacia el espectador, mediante una de sus obras que también servirá como apoyo para que la gente conozca aún más su trabajo.

5.1.8.2 Plan de rodaje

Tabla 16 Plan de Rodaje

URBAM			
DIA 1			
Hora	Artista	Locación	Descripción
15:00			Llegada a punto de encuentro
15:00 - 15:30			Revisión de equipo
15:30 - 16:00			Traslado Parque dos Culturas/ Calles

16:00 - 17:00	Seteo iluminación/ Cámara		
17:00 - 19:00	Skinny Ele	Parque dos culturas / Calle	Tomas caminando, calles etc.
19:00 - 19:30	Traslado Parque dos Culturas/ Casa		
19:30 - 20:00	Seteo iluminación/ Cámara		
20:00 - 21:30	Skinny Ele	Parque dos Culturas/ Casa	Tomas testimonio, habitación.
21:30 - 22:00	Parque dos Culturas/ Casa		
22:00 - 22:30	Seteo iluminación		
22:30 - 00:00	Skinny Ele	Parque dos Culturas/ Casa	Tomas sesión musical
Fin día 1			
URBAM			
DIA 2			
Hora	Artista	Locación	Descripción
15:00	Llegada a punto de encuentro		
15:00 - 15:30	Revisión de equipo		
15:30 - 16:00	Traslado centro de la ciudad		
16:00 - 17:00	Seteo iluminación/ Cámara		
17:00 - 19:00	Keoff	Centro de la ciudad	Tomas del artista y calles
19:00 - 19:30	Traslado Plaza Colón / Casa		
19:30 - 20:00	Seteo iluminación/ Cámara		
20:00 - 21:30	Keoff	Plaza Colón / Casa	Tomas testimonio, habitación.
21:30 - 22:00	Traslado Isidro Viteri y Tres Carabelas		
22:00 - 22:30	Seteo iluminación		
22:30 - 00:00	Keoff	Plaza Colón / Casa	Tomas sesión musical
Fin día 2			
URBAM			
DIA 3			
Hora	Artista	Locación	Descripción
15:00	Llegada a punto de encuentro		

15:00 - 15:30	Revisión de equipo		
15:30 - 16:00	Traslado Parque de las Flores / Calles		
16:00 - 17:00	Seteo iluminación/ Cámara		
17:00 - 19:00	Locisar	Parque de las flores	Tomas caminando, calles etc.
19:00 - 19:30	Traslado Parque de las Flores / Casa		
19:30 - 20:00	Seteo iluminación/ Cámara		
20:00 - 21:30	Locisar	Parque de las flores	Tomas testimonio, habitación.
21:30 - 22:00	Traslado Isidro Viteri y Tres Carabelas		
22:00 - 22:30	Seteo iluminación		
22:30 - 00:00	Locisar	Parque de las flores	Tomas sesión musical
Fin día 3			
URBAM			
DIA 4			
Hora	Artista	Locación	Descripción
9:00	Llegada a punto de encuentro		
9:00 - 9:30	Revisión de equipo		
9:30 - 10:00	Traslado lugar de Ambato / intro		
10:30 - 11:00	Seteo iluminación/ Cámara		
11:00 12:00		Lugar de Ambato	Tomas del lugar
12:00 - 12:30	Almuerzo		
13:30 - 14:30	Traslado lugar de Ambato / intro		
14:30 - 15:00	Seteo iluminación/ Cámara		
15:00 - 16:00		Lugar de Ambato	Tomas del lugar
Fin día 4			

Fuente: Navarro (2023)

5.1.8.3 Escaleta de preguntas

Primera escena

- Preséntate y cuéntanos acerca de ti.
- ¿Cómo llegas al camino de hacer música?
- Háblanos de tus primeros referentes

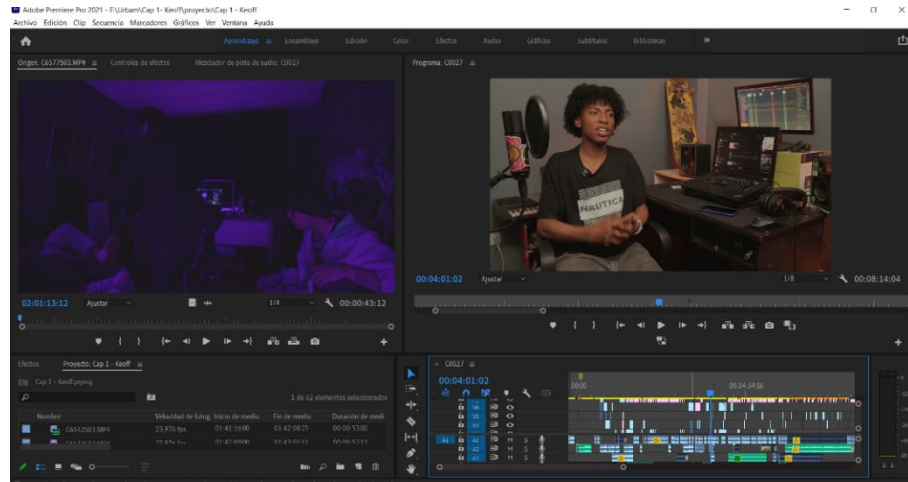
Segunda escena

- ¿Qué te ha limitado en este mundo artístico?
- ¿Cuál ha sido el motivo que te ha hecho cuestionar tu arte?
- ¿Con qué problemas te has encontrado?

Tercera Escena

- ¿Como te encuentras actualmente?
- ¿Cuál es tu perspectiva actual acerca de tu música

Ilustración 10 Construcción del prototipo I



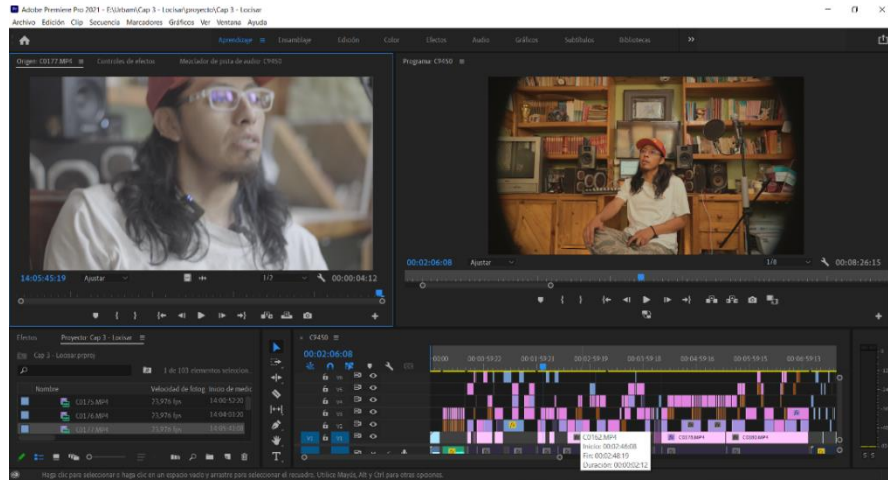
Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 11 Construcción del prototipo II



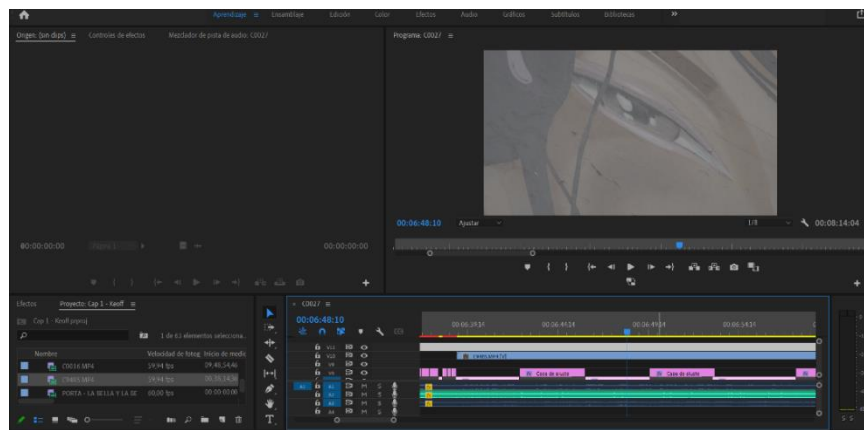
Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 12 Construcción del prototipo III



Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 13 Construcción del prototipo IV



Fuente: Navarro (2024)

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En base al trabajo investigativo y al desarrollo de la propuesta audiovisual se puede concluir que Ambato existe talento en bruto no solo de las personas que aparecen en la miniserie, hay más artistas locales haciendo música transmitiendo sus emociones, facetas y etapas para que la gente se sienta identificada mediante este arte que lleva vigente mucho tiempo en la ciudad, pero no se le ha dado el valor significativo que merece. También se puede concluir que los audiovisuales es una herramienta fundamental para dar a conocer un caso un producto o una historia mediante el video se puede dejar registrado y en evidencia múltiples cosas una de esas fue este proyecto.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda dar luz verde a proyectos como este, sin duda aportar a la escena cultural y musical de Ambato es un tema de importancia que se debería aprovechar para que se fomente el arte local y así seguir expandiéndose hasta nivel nacional, este proyecto puede ser el inicio a un apoyo fuerte hacia los músicos urbanos para dar un espacio artístico en esta gran ciudad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, Natalia. 2020. “Análisis de Los Formatos Publicitarios de Spotify y Youtube y Su Efectividad En La Segmentación Del Consumidor de Música En Streaming = Analysis of Spotify and Youtube’s AD Formats and Their Efficacy in Streaming Music Consumer Segmentation.” *BULERIA*.
- Alban, Enrique. 2019. “La Influencia Musical Del Reguetón En El Género Musical Urbano Actual En Hispanoamérica (2000 – 2019).” *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS*.
- Alberich, Jordi, and Ana Sedeño. 2019. “Videoactivismo ‘Online’ y Problematicación Del Concepto de Autoría. El Anonimato En El Colectivo Audiovisual Malaguistán.” *Signa: Revista de La Asociación Española de Semiótica*, 353–71.
- Almenara, Julio Cabero, and Almudena Martínez Gimeno. 2019. “Las Tecnologías de La Información y Comunicación y La Formación Inicial de Los Docentes: Modelos y Competencias Digitales.” *Profesorado* 23(3):247–68. doi: 10.30827/PROFESORADO.V23I3.9421.
- Álvarez, Carla, Marisa Almuzara, Claudia Tosello, Daniel Stecher, Carlos Vay, and Claudia Barberis. 2023. “Actinomyces Europaeus (Gleimia Europaea) Asociado Con Absceso Cerebral: Comunicación de Tres Casos.” *Revista Argentina de Microbiología* 55(3):235–39. doi: 10.1016/J.RAM.2022.07.003.
- ANTOLÍN PRIETO, Rebeca, and Jorge CLEMENTE. 2017. “YouTube Como Herramienta Significativa Para La Estrategia de Comunicación de Marcas: Caso de Estudio de Engagement, Insight y Creatividad de Las Cinco Campañas Más Relevantes a Nivel

Mundial de La Plataforma de Video.” *Comunicación y Hombre* (13). doi: 10.32466/eufv-cyh.2017.13.223.201-216.

Arias, Marina. 2020. “¿Los Españoles También Pueden Ser Latinos? La Identidad Española En La Música Popular Latina Actual: El Caso de C. Tangana.” *Revista Latinoamericana De Estudios En Música Popular*, January 30.

Avalos, María. 2021. “La Música Rap y Su Incidencia Como Manifestación Cultural Urbana En La Ciudad de Riobamba Periodo Julio - Diciembre 2020.” UNACH , Riobamba.

Baena, Guillermina, and Sergio Montero. 2020. “Ciencias de La Comunicación 1.” Pp. 16–19 in *Ciencias de la comunicación 1*.

Becera, Sandra, William Alavarez, and Ariel Rodriguez. 2019. “Competencias Comunicativas Para La Vida a Través Del Uso de La Multimedia .” *Espacio*, 2–6.

Belío-Apaolaza, Helena. 2021. “LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN ELE: PROGRESIÓN DIDÁCTICA PARA LOS GESTOS EMBLEMÁTICOS.” *Redaly*, 4–9.

Bioletto, Natalia. 2021. *Ciudades Vibrantes Sonido y Experiencia Aural Urbana En América Latina*. edited by Ediciones UM. Chile: Ediciones UM.

Bordaberry, Federica. 2022. “Ca7riel y Paco Amoroso Tienen Su Segunda Temporada Arriba de Los Escenarios.”

Brown, Beau, and Marcus Iomo. 2022. *The Boom Bap Review Vol. 4*. Services LLC-Kdp. edited by Services LLC - Kdp.

- Caicedo, Jhonny. 2021. "La Industria Musical En Las Plataformas Digitales En El Año 2021: ¿Cómo Emprender Con La Música En La Era Digital?" La universidad de las Artes, Guayaquil.
- Campos Troya, Omaira Julissa. 2023. "Análisis de Conceptos Audiovisuales Del Video Musical Firstman de Camila Cabello."
- Campoverde, Pablo, and Paúl Rennella. 2021. "El Movimiento Musical Indie En El Ecuador y Sus Prácticas Comunicativas Durante El Confinamiento Por La Pandemia Del COVID-19." UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO, Quito.
- Carrión García, Rafael. 2021. "Desarrollo de Una Herramienta Para Implementar Música Adaptativa En El Motor Gráfico Unity3D."
- Cazco, David, and Carlos Cazco. 2019. *Multimedialidad y Enseñanza de La Fotografía a Nivel Universitario*. CIDE EDITORIAL. edited by P. Naranjo. Guayaquil.
- CCNT. 2022. "TRANSPARENCIA."
- Chartmetric. 2023. "Breakthrough 100: Artistas Destacados Por Aumento de Estadísticas En Chartmetric."
- Cheung, Meining, and Luis Pérez. 2020. *Producción Musical PEDAGOGÍA E INVESTIGACIÓN EN ARTES*. ArtesEdiicones. edited by M. Loreto. Guayaquil.
- Cobos, Nathaly, and Brandon Arias. 2021. "Fotorreportaje Del Rap Como Manifestación Cultural y Estereotipos En La Sociedad Quiteña."

Cohen, David. 2020. “La Titularidad de Las Creaciones Musicales Desarrolladas Por Inteligencia Artificial y Su Incidencia En El Proceso de Gestión Convencional de Obras Dentro de La Industria Musical.”

Comercio, El. 2022. “Reguetón: Género Musical Más Escuchado En Ecuador.” *El Comercio*, August 24.

Constitucion. 2021. “CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.” *Ecuador*.

Cordero, Adrián, and Juan Álvarez. 2022. “Marketing de Contenidos En Redes Sociales Para Artistas Escénicos Independientes En Ecuador.”

Crespo, Ana María. 2022. “48% de Trabajadores Del Arte y La Cultura No Tiene Acceso a La Seguridad Social En Ecuador.” August 29.

Cuvaradic, Dorde, Eduardo Cordero, and Christian Chaves. 2020. “Subculturas Musicales y Cultura Popular Urbana Costarricense En Los Documentales .” *Revista Pensamiento Actual*, January 6.

Dambrauskas, González, and Santiago. 2020. “La Producción Audiovisual Uruguaya No Publicitaria Entre Los Años 1985 y 2001 : Estudio de Caso de La Productora Imágenes.”

Dávila, Paulina. 2023. “¿Clasificar La Música En Géneros Es Una Limitante?” *Expreso*, March 1.

Decima, Debora. 2022. “Discursividad Mediática Sobre La Informalidad Urbana.” *Redalyc*.

- Devesa, María. 2019. “Repercusiones Económicas y Sociales de Los Festivales de Música: Sistemas de Medición e Indicadores de Impacto.” *TRANS-Revista Transcultural de Música*, December.
- Doggett, Peter. 2019. *Historia de La Música Pop. El Auge: De Bob Dylan Y El Folk Al Spotif.* edited by REDBOOK EDICIONES. REDBOOK EDICIONES.
- Durand, María Florencia, Mauricio Sebastián Martínez, Lucas Gustavo Gago Galvagno, and Angel Elgier. 2020. “El Desarrollo de La Comunicación Preverbal y Verbal Temprana. La Importancia Del Juego.” *Revista Iberoamericana de Psicología* 13(1):23–31. doi: 10.33881/2027-1786.RIP.13103.
- EHLPRACC. 2022. “Resultados Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales.”
- Escandell, María. 2020. “La Comunicación Lengua, Cognición y Sociedad.” P. 11 in *La Comunicación Lengua, Cognición y Sociedad*, edited by Ediciones Akal.
- Feijoo, Sebastián. 2021. “Ca7riel: «No Necesito Padrinos, Tribus Ni Géneros».”
- Fernández, Antonio Alaminos, and Antonio Alaminos. 2021a. “El Diseño Audiovisual de Lo Siniestro En La Serie Dark.” *Miguel Hernández Communication Journal* 12:119–40. doi: 10.21134/MHCJ.V12I.934.
- Fernández, Antonio Alaminos, and Antonio Alaminos. 2021b. “El Diseño Audiovisual de Lo Siniestro En La Serie Dark.” *Miguel Hernández Communication Journal* 12:119–40. doi: 10.21134/MHCJ.V12I.934.

- Fernández, Jesús. 2022a. *Cómo Vivir de La Música Guía Del Músico Independiente*. Ma Non Troppo. edited by Ma Non Troppo. Barcelona.
- Fernández, Jesús. 2022b. *Cómo Vivir de La Música Guía Del Músico Independiente*. edited by Ma Non Troppo. Madrid: Ma Non Troppo.
- Fonseca, Anthony. 2019. *Listen to Rap! Exploring a Musical Genre*. ABC-CLIO, 2019. edited by 2019 ABC-CLIO.
- Francés, Miquel. 2021. *La Comunicación Audiovisual En Tiempos de Pandemia*. GEDISA.
- Francisco, Juan, and Cáceres Guerrero. 2019. “Urbanbomb: Composición de Dos Temas Del Género Bomba Urbana, Basados En El Análisis de Tres Canciones Del Disco Recuerdos de Nuestra Tierra Del Grupo Marabú, Con Elementos Tomados de Dos Canciones Del Playlist de Spotify Top 50 de Ecuador Del Mes de Octubre Del 2018.”
- Fuentes, Pedro. 2020. “Definición de Escena y Secuencia En El Guion de Cine y Televisión.” *Unir*.
- Galeano, María. 2020. *Diseño de Proyectos En La Investigación Cualitativa*. Colombia: Universidad EAFIT.
- García, Andrés. 2020. “El Rap Ecuatoriano Está de Luto Por La Muerte de Fausto Gortaire, Más Conocido Como Marmota.” June 9.

- Geneteau, Garrit. 2021. “LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD EN TIEMPOS DE LA ERA DIGITAL.” *Portal de Revistas Científicas UP CENTROS Revista Científica Universitaria* , January 15.
- Gloria, Saló. 2021. *¿Qué Es Eso Del Formato? Cómo Nace y Se Desarrolla Un Programa de Televisión*. GEDISA. edited by GEDISA.
- Gómez, Leonardo, and Xavier Montero. 2022. “A La Industria Musical Todavía Le Falta Ritmo .” *Lideres*.
- Gomezjurado Moreno, Manuela. 2020. “Fusiones de Músicas Locales Colombianas y Electrónica: Hibridación Cultural En La Construcción de Discursos y Alternativas de Producción Cultural En Latinoamérica El Caso de La Escena Independiente de Bogotá En El 2017.”
- González, Diana Paola, Esguerra Dirigida, Claudia Mercedes, and Padrón Mercado. 2020. “Representaciones Sociales Asociadas a Plataformas Streaming Del Género World Beat En Usuarios y Actores de Música Independiente de La Ciudad de Bogotá.”
- González, Jesús. 2020. *MEDIOS DE COMUNICACIÓN ¿AL SERVICIO DE QUIÉN?* Vol. Volumen 1. Icaria. Barcelona.
- Grijalba de la Calle, Nicolás, Marta Saavedra, and Carlos Jiménez. 2022. “Los Nuevos Comunicadores Audiovisuales: Oportunidades Profesionales y Formación Requerida En El Contexto Español.” *Redaly* 1–18.

- Guaitamacchi, Ezio. 2020. *Crónica Del Rock: Momentos Y Grandes Escenas de La Historia Del Rock: Desde Sus Orígenes a La Psicodelia*. edited by E. S. L. Robinbook. Robinbook, Ediciones S.L.
- Guamán, Emily. 2022. “Repercusión En La Aplicación de Las Políticas Públicas Culturales En El Período Gubernamental 2017-2021 En Función de La Ley Orgánica de Cultura.” Universidad de Guayaquil, Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales y Políticas, Guayaquil.
- Guerrero, José, and José Galindo. 2020. *Administración 2*. 3 edición. edited by Patria Educación. Mexico.
- Guerrero, Katherine, and Teresa Morera. 2020. “La Economía Social Como Prioridad Política. Análisis de Los Presupuestos Participativos En Ecuador.” *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica* 3:2659–5311. doi: 10.33776/riesise.v3i0.4545.
- Gutiérrez, Ana Luisa. 2022. “La Piratería de Contenidos En Línea Aumenta En Medio de La Guerra Del Streaming.” July 28.
- Gutiérrez, Juan, and Ashley Jáñez. 2021. “Series de Ficción y Documentales Latinoamericanos En Los Catálogos de Netflix y HBO Para España.” *Miguel Hernández Communication Journal, ISSN-e 1989-8681, N°. 12, 2021, Págs. 355-382, 355–82*.
- Guzmán, Eduardo, Jessenia Moreno, and Derby Guamán. 2020. “Diseño de Estrategias Mercadológicas de Promoción Digital Para Difusión de La Música Pop Nacional a Millennials Guayaquileños.” *YACHANA*, September 6.

- Hakel, Noemí, and Alfredo Rosso. 2021. *Bob Marley Para Principiantes*. edited by Amazon Digital Services LLC - KDP Print US. Amazon Digital Services LLC - KDP Print US.
- Heraldo, El. 2018. “Casa de La Cultura Inconforme Con Bajo Presupuest.” *El Herald*, May 18.
- Heraldo, El. 2019. “Presupuesto Cultural Se Distribuye En Actividades y Sueldos.” *El Herald*, July 17.
- Herdoíza, Franklin, and Yajaira Ordoñez. 2022. “Promotores de Artistas En La Industria Musical Local de La Ciudad de Ambato.” Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Hernández, Susana. 2019. *La Reina Del Punk La Enigmática y Sorprendente Historia de Amor y Rock de La Groupie Que Vivió a Mil Por Hora y Se Convirtió En Leyenda*. edited by Ma Non Troppo. Ma Non Troppo.
- Hofstadt, Carlos. 2021. “EL LIBRO DE LAS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Cómo Mejorar La Comunicación Personal 3ª Edición.” November, 1–11.
- IESS. 2019. “Artistas y Gestores Culturales Conocieron Beneficios de La Seguridad Social.”
- IFCI. 2020. “Instituto de Fomento a La Creatividad y La Innovación Entregará Más de 400 Mil Dólares a 26 Proyectos Beneficiarios.” *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.
- IFCI. 2021. “El IFCI Entregará Más de 2 Millones de Dólares al Sector Artístico y Cultural Del Ecuador.”

- Izquierdo, Eduardo, and Eloy Pérez. 2020. *El Punk: Historia, Cultura, Artistas Y Álbumes Fundamentales*. edited by REDBOOK EDICIONES. REDBOOK EDICIONES.
- Javier, Santiago, and Campos Naranjo. 2019. “Las Artes Escénicas En Quito: Análisis de Las Condiciones de Producción de Espectáculos Independientes.”
- De la Llana, Evelyn, and Rosa Moreira. 2021. “Estrategia de Marketing Para El Posicionamiento de La Marca Personal Espartaco.” *Prohominum* 3(2 EXTRAORDINARIO):330–66. doi: 10.47606/ACVEN/PH0076.
- Lavado, Ricky. 2022. *Historia Del Rap Cultura Hip Hop y Música de Combate*. edited by Ma Non Troppo. Ma Non Troppo.
- Lenis, Alejandro. 2023. “Competencia Directa e Indirecta: Definición, Diferencias y Ejemplos.”
- Llanes, Mabel, Erik Castillo, Héctor López, and Hilda Yanes. 2019. “Motivaciones de Los Adolescentes y El Género Musical Reggaetón.” *Revista Electrónica Medimay* 26(1).
- López, Joaquín, and Josep Falcó. 2019. *Música y Medios Audiovisuales Aproximaciones Interdisciplinares*. Madrid: Ediciones Universidad de Salamanca.
- López, Pablo. 2021. *Metodología de La Investigación: De Lector a Divulgador*. edited by C. Roper, M. Rodríguez, and P. López. España: Editorial Universidad de Almería.

- López-Cano, Rubén. 2020. “La Investigación Artística En Música En Latinoamérica.” *Revista de Especialización Musical Quodlibet*. (74):139–67. doi: 10.37536/QUODLIBET.2020.74.779.
- De los Rios, Gabriel. 2023. “Estrategias Para La Promoción Del Cine Peruano: El Marketing Digital Cinematográfico.” *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*.
- Luque, María. 2020. “Representación de La Mujer En La Música Urbana.” Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Machuca, Fernando. 2022. “Conoce La Importancia de La Iluminación En El Cine.” *Crehana*.
- Martínez, Eric, and Ana Álvarez. 2022. “Desarrollo de Los Derechos Patrimoniales de Autores de Obras Musicales y Su Gestión Colectiva En Ecuador y España.” Universidad y Sociedad, Madrid.
- MCYP. 2019. “Nueva Línea de Apoyo Para Gestores y Emprendedores Culturales Será Presentada.” *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.
- MCyP. 2022a. “ACUERDO Nro. MCYP-MCYP-2022-0025-A.” *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.
- MCyP. 2022b. “Política Pública de Cultura y Patrimonio Para Gobiernos Autónomos Descentralizados Metropolitanos y Municipales.” *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.

- Miranda, S. 2020. "Detroit y El Techno, Una Historia Cultural de Lo Urbano." *Revista Historia Autónoma*, September 30, 163–66.
- Molina, Ignacio. 2021. *Historia Del Trap En Chile*. Editorial Alquimia. edited by Editorial Alquimia. Santiago de Chile.
- Molina, Jorge, and Paola Espinosa. 2022. "Comunicación Asertiva y Familia." *Polo Del Conocimiento*, June.
- Momcilovic, Drago. 2021. "Music Video Gothic: Fragmentary Form at the Dawn of MTV." *Gothic Studies* 23(2). doi: 10.3366/GOTHIC.2021.0091.
- Montejano Hernández, Yolanda. 2019. *Promoción de La Música y El Músico Académico, Nuevas Formas de Aproximación Para Los Públicos a Través de Las Redes Sociales*. Vol. 91.
- Montenegro, Juan, Teddy Pérez, and Johanna Arce. 2023. "Innovación y Crecimiento En El Ámbito Creativo: Mentalidad Para El Progreso."
- Mora, José Antonio. 2023. "El Silente Olvido de La Cultura En El Último Debate Presidencial Ecuatoriano." *Crónica Las Noticias Al Dia* .
- Mora, Juan. 2019. "MODELO DE GESTIÓN COMUNICACIONAL DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA, PARA LA EFICIENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS INSTITUCIONALES."

- Mostacero, Sofia. 2021. "Influencia de La Comunicación No Verbal En Las Relaciones Interpersonales." *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* 5(4):3881–94. doi: 10.37811/CL_RCM.V5I4.591.
- Muñoz, Gabriel. 2020. "Henshin: Elementos Visuales, Narrativos y Culturales Tokusatsu Adaptados En Producciones Audiovisuales No Orientales Mainstream: Power Rangers y Pacific Rim." UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima.
- Naranjo, Byron. 2019. "Las Industrias Culturales y Su Contribución al Fortalecimiento de La Identidad Cultural Ambateña." Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Naranjo, Byron, and Tatiana Rodríguez. 2021. "La Vulnerabilidad de La Libertad de Expresión En Las Manifestaciones Artísticas En La Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua." Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- NunaHumanista. 2022. "Nuna Humanista." *Nuna Humanista*.
- Olivo, Xavier. 2021. "ARCADE 198.3 FM."
- Otero, Edison. 2020. *Teorías de La Comunicación*. 3a edición. edited by Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito.
- Palazón-Herrera, José. 2021. "Secondary School Music Education Students' Perception of Technology-Assisted Cooperative Learning (Percepción Del Alumnado de Música de Educación Secundaria Sobre El Aprendizaje Cooperativo Asistido Por Tecnología)." *Culture and Education* 33(1):160–88. doi: 10.1080/11356405.2020.1859737.

- Pedrero, Luis, Andres Barrios, and Virginia Medina. 2019. "Adolescentes, Smartphones y Consumo de Audio Digital En La Era de Spotify." *Comunicar* 27(60).
- Peña, Simón, Ainara Larrondo, and Jordi Morales. 2022. "Información de Actualidad En TikTok. Viralidad y Entretenimiento Para Nativos Digitales." *Profesional de La Información*, January 6.
- Pérez, Paula. 2023. *Música y Autogestión Transformaciones En La Era Digital*.
- Piskor, Ed. 2020. *Hip Hop Family Tree 2 La Historia Del Hip Hop Como Nunca La Habías Visto*. edited by Flow Press. Seattle: Flow Cult.
- Ponce, Alejandro, and María Rosales. 2021. "Plan de Marketing Para El Posicionamiento de Artistas Musicales En El Ecuador. Género Musical: Pop Urbano."
- Radio, La Calle. 2023. "Informe 'Estado Digital 2023' Destaca Avances y Desafíos Del Mundo Virtual En Ecuador."
- Rea, Fredi, and Bryan Saavedra. 2023. "Hip Hop: Movimiento Social Urbano y Su Incidencia En La Interacción Colectiva Transgeneracional En El Norte de Quito En El Año 2022."."
- Rey-Gayoso, Raúl, and Carlos Diz. 2021. "Música Trap En España Estéticas Juveniles En Tiempos de Crisis." *Revista de Antropología Iberoamericana*,
- Riffo, Ignacio. 2021. "Sistemas de Significación: Representaciones e Imaginarios Sociales En Producciones Audiovisuales." *MAD*.

- Ríos, Jessica. 2020. “Artistas Se Reinventan Ante La Falta de Presentaciones Masivas.” November 22.
- Rodríguez, Tatiana. 2021. “LA VULNERABILIDAD DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.” Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Rollie, Roberto, and Maria Branda. 2021. *La Enseñanza Del Diseño En Comunicación Visual*. edited by Nobuko.
- Ruiz, Patricia. 2022. “Introducción de Las Producciones Cinematográficas En Las Aulas.” *Universidad de Jaén*.
- Sánchez, Fernando. 2022. “Los Tipos de Ángulos En Fotografía: Guía a Fondo Para Conocer Cómo Colocar La Cámara Para Plasmar La Realidad.” Retrieved January 2, 2024 (<https://www.xataka.com/fotografia-y-video/tipos-angulos-fotografias-guia-a-fondo-para-plasmar-realidad-diferentes-miradas>).
- Sánchez, Nuria, and María Cárdenas. 2021. “Serie Documental: El Nuevo Documental Periodístico En La Era Netflix.” *Idus*.
- Sandling, Molly, and Kimberley L. Chandler. 2021. “Elvis Presley.” in *Grades 6-8 Exploring America in the 1950s*.
- Santos, Fermín. 2022. “Ca7riel y Paco Amoroso Te Adentran En La Noche En “Para Afuera.”

SAYCE. 2022. "TARIFA RIORES PETEMOS LOS DERECHOS DE AUTOR." SAYCE.

Sayce. 2023. "Sayce 2023: Un Año de Retos y Metas Cumplidas."

SENADI. 2023. "LA DIRECTORA GENERAL DEL SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES -SENADI." Ecuador.

Sierra, Jordi. 2019. *Historia Del Rock La Música Que Cambió El Mundo*. Siruela. edited by Siruela. Siruela.

Steffens, Roger. 2020. *Tanto Que Contar Historia Oral de Bob Marley*. Malpaso. edited by Malpaso. Malpaso.

Suárez, Maria, and Herminia Planisi. 2023. *La Comunicación y El Lenguaje Entre Las Personas: Herramientas Didácticas Para El Desarrollo de Las Sociedades*. edited by M. Suárez. Madrid: Editorial Dykinson, S.L.

Del Teso, Pablo. 2021. *Desarrollo de Proyectos Audiovisuales*. edited by Nobuko. Buenos Aires.

Toledo, Luiggi. 2021. "Sistematización de La Experiencia Del Proyecto de Aplicación Profesional GYEARTE 202: Nuevas Dinámicas de Las Artes Visuales Contemporáneas En Guayaquil: Sistematización Del Proceso de Producción Audiovisual y Reingeniería Del Entorno Digital Del Proyecto GYEARTE 2021 'Nuevas Dinámicas de Las Artes Visuales Contemporáneas.'" Universidad Casa Grande, Guayaquil.

- Toscano-Alonso, María, Ignacio Aguaded Gómez, Edna M. Manotas Salcedo, and Silvia C. Farias-Gaytán. 2022. "Producción Audiovisual Universitaria: Espacios de Innovación Docente En Iberoamérica." *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia* 25(1):41–58. doi: 10.5944/RIED.25.1.30611.
- Universo, El. 2023a. "Cómo Afectan Las Canciones Creadas Con Inteligencia Artificial a Los Músicos y Artistas." *El Universo*.
- Universo, El. 2023b. "¡Su Música Nos Emocional!: Dayanara y Andreína Bravo Elegidas Por Billboard Como Artistas Emergentes Por Descubrir." July 26.
- Viteri, Walter, and Linda Villacis. 2018. "La Producción Audiovisual y Los Contenidos de La Parrilla de Programación de Elite Canal 45 de La Ciudad de Latacunga." *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*.
- Wheeler, Jill. 2019. *Travis Scott: Lo-Fi Hip-Hop Creator*. edited by Abdo Publishing. Minnesota: ABDO Publishing Company.
- WRAPPED. 2023. "Revelamos Las Principales Canciones, Artistas, Podcasts y Tendencias de Escucha de 2023."
- Zambrano, Carlos, and Marlene Mosquera. 2018. "La Producción Audiovisual Como Medio de Difusión de La Música Nacional." *INNOVA*.

ANEXOS

Se adjunta el enlace a la carpeta que contiene los entregables del proyecto, videos, piezas gráficas, audio de entrevistas, registro fotográfico del desarrollo de la propuesta:

<https://drive.google.com/drive/folders/1TIOgOct-HM4DjET0BuTLm-dmnN6IYROO?usp=sharing>

Anexo 2: Modelos de Entrevistas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Entrevista elaborada para profesionales con conocimientos en producción audiovisual.

Nombre y Apellido:

Formación profesional:

Fecha:

Objetivo de la Entrevista:

Explorar la perspectiva y experiencia de profesionales en producción audiovisual en la ciudad de Ambato, con el fin de obtener información valiosa que contribuirá al desarrollo de la propuesta del proyecto.

La entrevista tendrá un fin netamente académico, se enfocará en aspectos relacionados con la producción audiovisual, destacando la visión de los profesionales, sus prácticas, desafíos y recomendaciones para mejorar la propuesta del proyecto.

Preguntas de entrevista:

Desarrollar productos audiovisuales

- Desde su perspectiva, ¿cuál es la importancia de la producción audiovisual en la promoción de la música urbana?
.....
.....
- ¿Cuál cree que son las características esenciales que deben tener los productos audiovisuales para comunicar efectivamente la música urbana?
.....
.....
- ¿Puede mencionar algún caso que usted conozca de producción audiovisual en el ámbito musical urbano que haya tenido impacto en la difusión?
.....
.....
- ¿Qué elementos considera clave en esos casos?
.....
.....
- ¿Como definiría el éxito de una producción audiovisual en el ámbito música?
.....
.....

Tipos de producción audiovisual

- ¿Puedes explicar que tipos de narrativa audiovisual funcionan mejor en que contexto o situaciones de la música urbana?

.....
.....

- ¿Podría explicar que estrategias utiliza en sus producciones audiovisuales para lograr mayor impacto?

.....
.....

- ¿Qué tipo de contenido audiovisual que ha realizado ha logrado tener un impacto favorable?

.....
.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Entrevista elaborada para músicos independientes del género urbano.

Nombre y Apellido:

Formación profesional:

Fecha:

Objetivo de la Entrevista:

Estudiar la perspectiva y experiencia de los músicos independientes urbanos en la ciudad de Ambato, con el propósito de obtener información esencial para el desarrollo de la propuesta del proyecto.

La entrevista se centrará en aspectos vinculados con la música independiente urbana, resaltando la visión de los músicos, sus prácticas, desafíos y recomendaciones, contribuyendo así al enriquecimiento de la propuesta del proyecto técnico.

Preguntas de entrevista:

- ¿Cómo describirías la escena musical urbana ambateña?
.....
.....
- ¿Cuáles crees que son los aspectos más distintivos de la música urbana en esta institución?
.....
.....
- ¿Puedes mencionar algunos músicos urbanos destacados que formen parte de la Casa de la Cultura?
.....
.....
- ¿Cuáles los principales medios de difusión por los cuales das conocer su trabajo?
.....
.....
- ¿Qué tipo de estrategia usa para promocionar tu música?
.....
.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Entrevista elaborada para los fanáticos del género musicar urbano ambateños.

Nombre y Apellido:

Formación profesional:

Fecha:

Objetivo de la Entrevista:

Comprender la perspectiva y experiencia de los fanáticos de la música urbana independiente en la ciudad de Ambato, con el propósito de obtener información esencial para el desarrollo de la propuesta del proyecto.

Desarrollar productos audiovisuales

- ¿Cuáles son los medios por el cual escuchas música?

.....
.....

- ¿Qué tanto valora un producto audiovisual musical?

.....
.....

- ¿De qué forma descubre música nueva?

.....
.....

- ¿Por qué te gustan los videos musicales?

.....
.....

- ¿Qué músicos ambateños urbanos conoces?

.....
.....

Anexo 3 Fotos entrevistas

Ilustración 14 Realización de entrevista I



Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 15 Realización de entrevista II



Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 16 Construcción del video I



Fuente: Navarro (2023)

Ilustración 17 Construcción del video II



Fuente: Navarro (2023)

Ilustración 18 Construcción del video III



Fuente: Navarro (2024)

Ilustración 19 Construcción del video IV



Fuente: Navarro (2023)