



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“LA DIFUSIÓN MUSICAL EN LA RADIO Y LA PERCEPCIÓN DE LA
AUDIENCIA SOBRE LA MÚSICA ALTERNATIVA INDEPENDIENTE EN
LA CIUDAD DE AMBATO”**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social.

Autora:

Bianca Azucena German Ramírez

Tutor:

Dr. Msc. Franklin Medina Guerra

Ambato - Ecuador

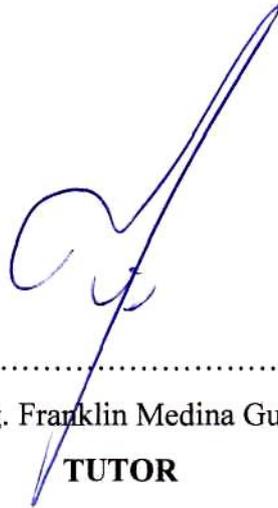
2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA DIFUSIÓN MUSICAL EN LA RADIO Y LA PERCEPCION DE LA AUDIENCIA SOBRE LA MUSICA ALTERNATIVA INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO”**.

Realizado por la señorita Bianca Azucena German Ramírez estudiante de la Carrera de Comunicación Social, Facultad de Jurisprudencia de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 21 de Febrero de 2018



.....
Dr. Mg. Franklin Medina Guerra

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “**LA DIFUSIÓN MUSICAL EN LA RADIO Y LA PERCEPCION DE LA AUDIENCIA SOBRE LA MUSICA ALTERNATIVA INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 21 de Febrero de 2018

La Autora

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bianca German', is written over a horizontal line.

Bianca German

C.I. 180352132-5

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 21 de Febrero de 2018

La Autora



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bianca German', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Bianca German

C.I. 180352132-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA DIFUSIÓN MUSICAL EN LA RADIO Y LA PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA SOBRE LA MÚSICA ALTERNATIVA INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO”** presentado por la Srta. Bianca Azucena German Ramírez, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato.....

Para constancia firman:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

DEDICATORIA.

Este trabajo va dedicado a los atrevidos a los sin vergüenza, que luchan por hacer lo que les gusta. Que no solo lo sueñan, lo viven, lo disfrutan. Lo hacen.

AGRADECIMIENTO

Al apoyo, a la insistencia, a las
fuerzas, a la ayuda, al acolite

Ustedes saben quiénes son amigos
míos

A mis padres queridos, a mi familia.
A la música, infinita fuente
inspiradora.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
Portada.....	i
Certificación del Tutor	ii
Autoría del Trabajo	iii
Derechos de Autor.....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado	v
Dedicatoria.	vi
Agradecimiento	vii
Índice General	viii
Índice de Tablas	xiii
Índice de Gráficos	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Abstract	xvi

Introducción	1
--------------------	---

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Tema.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Contextualización.....	2
Macro.	2
Meso.....	5
Micro.	6
Árbol de Problemas.....	8
Análisis Crítico.	9
Prognosis.....	10
Formulación del Problema.	10
Interrogantes.....	10
Delimitación del Objetivo de Investigación.....	11
Delimitación de Contenidos:.....	11

Unidades de Observación:	11
Justificación.....	11
Objetivos.	13
Objetivo General:	13
Objetivos Específicos:.....	13

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes:	14
Fundamentación Filosófica.	19
Fundamentación Legal.	20
Constitución de la República del Ecuador.	20
Ley Orgánica de Comunicación.....	21
Categorías Fundamentales.	22
Constelación de Ideas.....	23
Variable Dependiente:.....	24
Índice de Contenidos.....	25
Difusión musical en la radio	25
Percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.....	25
Contextualización.....	26
Variable Independiente.	26
Niveles de comunicación:	27
Medios Masivos:	28
Radio:	29
Difusión Musical:.....	30
Decrecimiento Artístico:	33
Baja Calidad en Producción:.....	34
Migración Artística:	34
Producción de Radio:	35
Programación Radial:.....	35
Desconocimiento:.....	35
Medios comercializados:.....	36
Música Comercial:	37

Casas Disqueras:	37
Arte Comercializada:	38
Variable Dependiente.....	38
Semiótica:.....	38
Percepción hacia Música Alternativa Independiente:	39
Discriminación:	40
Intolerancia:.....	40
Construcción social:	40
Distanciamiento Cultural:	41
Hipótesis.....	44
Señalamiento De Variables.	45
Variable Independiente.	45
Variable Dependiente.....	45

CAPÍTULO III METODOLOGÍA.

Enfoque de la Investigación.	46
Modalidades de la Investigación.....	46
Investigación de Campo	46
Investigación Bibliográfica Documental	46
Tipo de Investigación.....	46
Población y Muestra.....	47
Operacionalización de Variables.....	48
Variable Independiente: La difusión musical en la radio.....	48
Variable Dependiente: Percepción de la audiencia sobre la música alternativa.	49
Recolección de Información	50
Plan de Recolección de la Información.....	50
Técnicas e Instrumentos	51

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Verificación de Hipótesis.....	61
Planteamiento de Hipótesis:	61

Frecuencias Observadas.....	61
Frecuencias Esperadas	62
Cálculo del Chi-cuadrado.....	62
1.- Formulación de la Hipótesis.	62
2.- Elección de la prueba estadística.	63
3.- Nivel de significancia.	63
4.- Distribución muestral.....	63
5.- Definición de la zona de rechazo.	63
6.- Cálculo del chi cuadrado.....	64
7.- Decision.	64
Entrevista:	65

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:	76
Recomendaciones.....	77

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos:.....	78
Antecedentes de la Propuesta.....	78
Justificación.....	79
Objetivos:	80
Objetivo General.	80
Objetivos Específicos:.....	80
Análisis de factibilidad.....	80
Constitución de la República del Ecuador.	80
Ley Orgánica de Comunicación.....	81
Fundamentación	83
Plan de acción	85
Plantilla del programa.	86
Administración de la Propuesta	89
Evaluación.....	89

Bibliografía: 90

Anexos

Paper

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1 Operacionalización de Variable Independiente	48
Tabla No. 2 Operacionalización de Variable Dependiente	49
Tabla No. 3 Plan de Recolección de la Información.....	50
Tabla No. 4 Técnicas e Instrumentos	51
Tabla No. 5 Encuesta, pregunta 1	52
Tabla No. 6 Encuesta pregunta 2	54
Tabla No. 7 Encuesta pregunta 3	55
Tabla No. 8 Encuesta pregunta 4	56
Tabla No. 9 Encuesta pregunta 5	57
Tabla No. 10 Encuesta pregunta 6	58
Tabla No. 11 Encuesta pregunta 7	59
Tabla No. 12 Encuesta pregunta 8	60
Tabla No. 13 Frecuencias Observadas	61
Tabla No. 14 Frecuencias Observadas	62
Tabla No. 15 Chi cuadrado	64
Tabla No. 16 Plan de Acción	85
Tabla No. 17 Administración de la propuesta.....	89
Tabla No. 18 Evaluación.....	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico No. 1 Árbol de problemas.....	8
Gráfico No. 2 Categorías Fundamentales	22
Gráfico No. 3 Constelación de ideas V.I.....	23
Gráfico No. 4 Constelación de ideas V.D.....	24
Gráfico No. 5 Encuesta pregunta 1	53
Gráfico No. 6 Encuesta pregunta 2	54
Gráfico No. 7 Encuesta pregunta 3	55
Gráfico No. 8 Encuesta pregunta 4	56
Gráfico No. 9 Encuesta pregunta 5	57
Gráfico No. 10 Encuesta pregunta 6	58
Gráfico No. 11 Encuesta pregunta 7	59
Gráfico No. 12 Encuesta pregunta 8	60
Gráfico No. 13 Chi cuadrado	63

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este trabajo de investigación es conocer como la programación radial influye en su audiencia y como afecta en la percepción de la misma, hacia la música alternativa independiente.

Basados en la ley de Orgánica de Comunicación que rige en el país, donde se dictamina la difusión de música de artistas nacionales se ha realizado un análisis de cuan incluyente es este dictamen y como lo están aplicando los medios radiales de la ciudad. Donde constatamos que no existe inclusión ni diversidad de géneros musicales, afectando directamente al trabajo de los músicos independientes, quienes no tienen por meta llegar a ser el número uno en las listas de los hits del momento, pero si llegar con su mensaje a la sociedad.

Se concluyó que la radio, en su mayoría, responde simplemente a la industria musical, a lo comercial. Su programación se ha limitado al mero entretenimiento, con una falta de calidad en sus contenidos, que no aportan positivamente a sus oyentes. Generando sociedades consumistas, sin identidad, sin autoestima, que veneran lo que viene de fuera y menosprecian y desconocen lo local.

Se propone la implementación de un espacio en la radio para la música tanto local como nacional de los músicos de géneros alternativos, con el objetivo de difundir su trabajo, brindar nuevas alternativas musicales a la sociedad que enriquecería su conocimiento así como su cultura además de generar identidad, y por último se generaría diversidad a las programaciones radiales.

Palabras clave: Programación Radial, Géneros, Música Alternativa, Difusión, Artistas Independientes.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to know how radio programming influences its audience and how it affects the perception of it, towards independent alternative music.

Based on the Organic Law of Communication that rules the country, where the dissemination of music by national artists is dictated, an analysis has been made of how inclusive this opinion is and how it is being applied by the radio media in the city. Where we find that there is no inclusion or diversity of musical genres, directly affecting the work of independent musicians, who do not have the goal to be number one on the lists of hits of the moment, but to arrive with their message to society .

It was concluded that radio, for the most part, simply responds to the music industry, to the commercial. Its programming has been limited to mere entertainment, with a lack of quality content, which does not positively contribute to its listeners. Generating consumer societies, without identity, without self-esteem, that venerate what comes from outside and despise and ignore the local.

It is proposed the implementation of a radio space for both local and national music of musicians of alternative genres, with the aim of disseminating their work, providing new musical alternatives to society that would enrich their knowledge as well as their culture as well as generate identity, and finally, diversity would be generated to radio programs.

Keywords: Radial Programming, Genres, Alternative Music, Broadcast. Independent Artists

INTRODUCCIÓN

Este trabajo está constituido por seis capítulos, mismos que se dividen en temas y subtemas los cuales vamos a describir a continuación.

Capítulo I: El Problema, contiene Tema de Investigación, Planteamiento del Problema, Contextualización, Árbol de Problemas, Análisis Crítico, Prognosis, Formulación del Problema, Preguntas directrices, Delimitación de la Investigación, Justificación, Objetivos General, Específicos.

Capítulo II: contiene Marco Teórico, Antecedentes, Fundamentación Filosófica, Fundamentación Legal, Categorías Fundamentales, Constelación de Ideas, Contextualización, Hipótesis, Señalamiento de Variables.

Capítulo III: contiene, Metodología, Enfoque de la Investigación, Modalidades de la Investigación, Tipo de la Investigación, Población y Muestra, Operacionalización de Variables, Recolección de la Información, Plan de Recolección de la Información.

Capítulo IV: contiene, Análisis e Interpretación de Datos, Verificación de la Hipótesis.

Capítulo V: contiene, Conclusiones, Recomendaciones.

Capítulo VI: contiene, Desarrollo de la Propuesta.

Línea de investigación: Géneros de Comunicación

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

TEMA: La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Contextualización

MACRO.

El papel fundamental de la música en la historia ha sido predominante para el desarrollo de la sociedad y sus diversas manifestaciones. Sin duda que la música genera bienestar en el medio que nos rodea. Según estudios realizados los seres vivos reaccionamos a estímulos musicales (*Tobar, 2013, págs. 34-35*) Artículo de la *Revista de la USFQ. “para el aula”*, nos hacen cambiar nuestro estado de ánimo. Aristóteles sostenía que “*contribuye de algún modo a la formación del carácter y del alma*” (*Aristoteles*) “*Política, Libro 8,1339b43 - 1340a43*”. Uno de los beneficios es la musicoterapia considerada como alternativa de apoyo en la rehabilitación de trastornos mentales.

Los géneros de música son numerosos y variados, estos representan épocas, generaciones, revoluciones. Hay tipos de música que se mantienen y perseveran en el tiempo, gustan a las nuevas generaciones que mantienen los gustos de sus padres; pero, en su mayoría la música y sus géneros evolucionan se fusionan dando como resultados los nuevos géneros que se escuchan en la actualidad unos aceptados y difundidos por los medios y otros no tan entendidos y por lo tanto rechazados, como es el caso de la música alternativa independiente.

La historia musical es grande con una riqueza en géneros y estilos que van desde el

tango, la salsa, el merengue, la cumbia, el pop, el folclor latinoamericano, la música protesta y la música alternativa entre otros. En la década de los 60 – 70 el mundo sufre algunos cambios, épocas de revoluciones. En países anglosajones, el Rock empieza hacer una de las vertientes de disconformidad social. En el caso de América Latina, se genera una derivación del folclor y nace la música protesta, con una corriente de músicos comprometidos como Silvio Rodríguez, Pablo Milanés, Noé Nicola en Cuba, aparece la nueva trova que contaba con el apoyo del gobierno. En el resto de Latinoamérica gente como Mercedes Sosa, Víctor Heredia, Víctor Jara, Violeta Parra, Isabel Parra responsables de “el nuevo cancionero”, “la nueva canción”, tuvieron tal influencia en los jóvenes que la mayoría generó organizaciones de reivindicación social. Lo mismo que sucede en la actualidad con las “Tribus Urbanas” que son un contrapeso, contracultura a lo establecido, al sistema.

Ecuador no ha sido ajeno a este impacto y como todos ha sufrido un sinnúmero de influencias, variaciones, fusiones, en estas épocas el Folklore y la música protesta tiene en sus letras contenidos sociales con representantes como el grupo “Daquilema”, Jatari, Jaime Guevara entre otros (*Villacres, 2014, pág. 12*) (*Repositorio de la PUCE. Trabajo “La Nueva Canción en el Ecuador a través de las Voces de Jatari. Quito 1972-1984*). El apogeo de la canción social también se desarrolló en el país en momentos de verdaderos cambios, de esta parte acá se encuentra que la música sigue siendo una forma de reclamarle a la sociedad por lo que se está haciendo mal, sigue siendo la principal forma de expresión, con sus debidas fusiones, cambian los ritmos pero continua la filosofía.

En Ecuador existe una variedad de géneros musicales en los que se definen los comerciales y los alternativos, debido a diferentes situaciones. Si bien es cierto vivimos en una sociedad libre, en donde cada individuo tiene derecho a obrar de acuerdo a su parecer. Sin embargo, causa polémica entre la sociedad conservadora ecuatoriana ver a un muchacho o muchacha de cabello largo, vestido de negro entero, con aretes en su rostro, con look “rasta” (rastafarismo reggae, motas en el cabello) o pantalones anchos cabellos de colores vivos, agitando su cabeza al ritmo de la música, haciendo un signo extraño con sus manos, o montados en los escenarios haciendo esa “música rara”. Músicos, sinónimo de violentos, alcohólicos,

drogadictos, cultistas satánicos (en el caso de los rockeros), vagos que solo pierden el tiempo.

Las interrogantes que giran en torno a este tema, discuten si es o no correcto la generalización, estereotipar, el rechazo a lo diferente, la negación de espacios de difusión y físicos. Al contar con espacios de divulgación y programación en los medios, la sociedad tendrá la oportunidad de informarse mejor sobre los artistas que hacen música alternativa independiente conocer su ideología. En Ecuador, cada persona será libre para afirmar o negar estereotipos difundidos en torno a este tema.

Mayra Benalcázar es conductora y productora del programa radial Prohibido Prohibir de la ciudad de Quito especialista en géneros alternativos independientes, (*EcuadorInmediato.com, 2016*) (*extracto de entrevista tomada del portal web ecuadorinmediato.com/radio espacio “El Poder de la Palabra”*) manifiesta: *“en el país los medios de comunicación deben empezar a respetar el producto que se hace en casa y darle una prioridad de porcentaje en relación a lo que se hace afuera, mi inquietud y que la manifestaba al señor Presidente con copia a los medios de comunicación van en el sentido no en el porcentaje, sino la diversidad”*. Con referencia a la ley del uno por uno, donde las emisoras tienen la obligación de pasar música de artistas nacionales, pero donde se deja de lado a los géneros alternativos.

Además del problema de la falta de políticas que apoyen la industria independiente, el reducido espacio de difusión en medios y la discriminación por falta de conocimiento, que sufren los artistas de música alternativa, cabe resaltar que parte de la idiosincrasia del ecuatoriano es la preferencia por lo de fuera, el rechazo a lo “hecho aquí”, con respecto a este tema, son los medios de comunicación los que juegan un papel fundamental, en la programación que consta de una baja diversidad, que da preferencia a música de géneros comerciales y de artistas de fuera, por el hecho del rédito económico que la industria musical genera, limitando la oportunidad a la audiencia de ampliar su conocimiento en cuestión de géneros musicales, alimentando esta tendencia por menospreciar el trabajo nacional, y la exclusión de un grupo importante de la sociedad, que frenando la evolución de la misma.

MESO.

En la provincia de Tungurahua la escena musical alternativa ha ido creciendo no solo en el sentido de cantidad sino también en organización, si hablamos de cantidad los géneros musicales que bordean esta escena artística son el reggae, el rap, el ska, el hip hop, el electrónico, el rock este último se divide en sub géneros como son el heavy metal, el hard rock, el thrash metal, el hardcore, el doom, el black metal, el death metal el gótico, el noise, el punk, entre los más representativos, ya que la fusión entre ellos es la característica de este tipo de música. Se realizan una serie de festivales como el “FFF” en Ambato, uno de los pioneros, “el San Pedro Fest” de Pelileo así como en Baños, Píllaro, Patate, Salasaca entre otros, con presencia de grandes representantes de la movida independiente tanto nacionales como internacionales, donde se concentra gente de todo el país. La organización es llevada a cabo por los mismos músicos, por organizaciones y colectivos que trabajan en post de la cultura y la música independiente, o, simplemente chicos de los diferentes cantones que quieren tener de cerca a sus bandas favoritas, los jóvenes manifiestan por medio de la música su filosofía de vida, su ideología política, la música alternativa refleja las necesidades y realidades de sus contextos, con lo que se identifican, ya que es claro que con el paso de los años la música ha sido el lenguaje para manifestar el sentir de todas las generaciones en diferentes estilos pero con la misma intensidad, desconocida para la mayor parte del público adulto que al no entenderla la rechaza.

Estos festivales buscan el apoyo de la empresa privada y el municipio pero en su gran mayoría son autofinanciados, no tenían un costo, situación que ha cambiado, los festivales buscan subsistir mediante el precio de las entradas. En la actualidad están pasando por una crisis, algunos han tenido que ser cancelados, por la baja venta de boletos, y por la complicada situación al momento de tramitar los permisos para la organización de eventos y los costos que estos representan. Benalcázar se refirió al asunto (*entrevista portal Ecuadorinmediato.com/radio*) “no solamente la radio, la prensa o la televisión son los espacios de difusión para nosotros que somos independientes y no hemos tenido espacios en los medios, es importante el acceder a los conciertos, porque nuestro público se entera de los sonidos a través de los

conciertos, pero la política de impuesto que se maneja desde el Municipio no permite que por pagos altísimos puedas presentarte”.

MICRO.

En la ciudad de Ambato “cuna del rock” nombre que se ha ganado la ciudad por el nacimiento de grandes representantes de este género (género que forma parte de la música independiente) la participación artística en la escena independiente ha sido por años un gran aporte de bandas reconocidas a nivel nacional e internacional, como es el caso de Cry, MutilatedChrist, Masectomy, Obscura, Mama Vudu, Mortero, Don de Gente, Distorsión Social, Cafetera Sub entre otras, reconocidas en el mundo underground, (*palabra inglesa que refiere a subterráneo, escondido especialmente al hablar del arte contracorriente en sus diferentes expresiones*) es decir conocido solo por sus seguidores. Claro está, son escasas las bandas que tienen apoyo de los medios, con difusión de sus participaciones internacionales o de su material y estas pocas son de estilos por llamarlos así, más suaves, ejemplo el género reggae, en los medios predominan géneros más digeribles como el pop, el tropical. Estas agrupaciones cuentan en su organización con gente que durante mucho tiempo viene trabajando por conseguir espacios para los artistas, y el respeto para los mismos como lo es el colectivo “Dogma” mismos que se encuentran conformando la red de colectivos de la provincia, “para impulsar de manera real la cultura musical y artística del Ecuador” afirmó Tannia Navarrete organizadora del festival “FFF” y directora de la revista Dogma, en una entrevista realizada para la ejecución de este trabajo.

En la actualidad las plataformas virtuales son un medio que facilita mucho la exposición del material de los artistas pero que no deja de ser excluyente ya que sigue siendo de uso solo para los seguidores de aquellos géneros, lo que delimita la percepción de los mismos. Los medios de comunicación son un derecho de la sociedad donde pueden expresarse, los músicos al no contar con estos espacios están renunciando a este derecho. Los espacios de difusión de los medios de comunicación especialmente el de la radio es una herramienta muy utilizada por la sociedad, es la panacea que sirve de guía y difusión que llega a la gente, es un importante medio

para que la gente encuentre la información sobre lo que tiene a su alrededor, y la tolerancia que hace falta en las sociedades.

ÁRBOL DE PROBLEMAS.

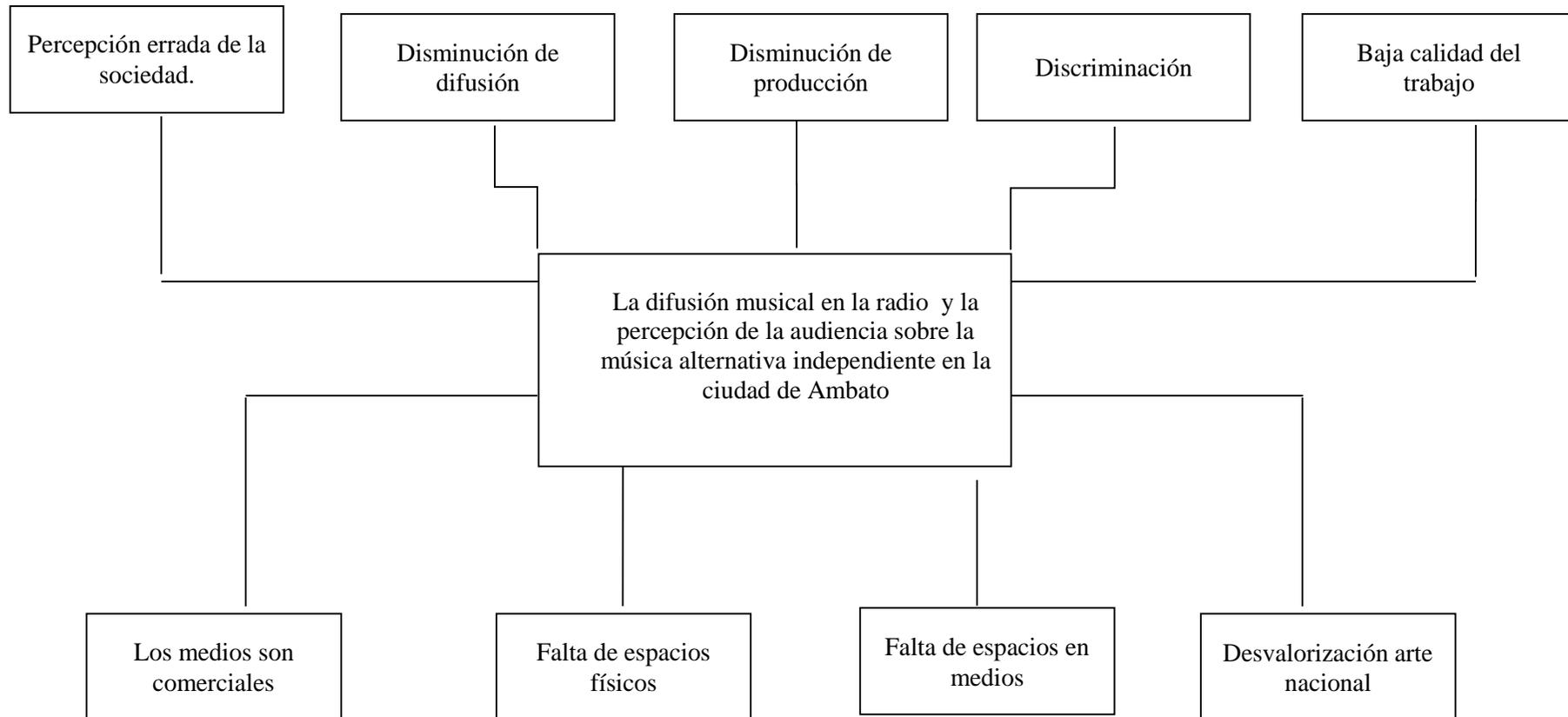


Gráfico No. 1 Árbol de problemas.

Fuente: Bianca German

Elaborado por: Bianca German.

ANÁLISIS CRÍTICO.

La intervención de los medios de comunicación en el arte y apoyo de los artistas nacionales es primordial. La difusión del material que se crea acá ratifica la subsistencia de los artistas su respeto, y la calidad de sus obras, por lo tanto generaría espacios para la manifestación de su arte y beneficiará a la concurrencia que esta genera; convirtiéndose en una sociedad de tolerancia, se dejará de lado la preferencia por lo de fuera y se ratificaría la identidad del arte nacional teniendo en cuenta que toda ha sido parte de una fusión e influencia. La misión de la cultura es de influenciar, globalizar, “[*la cultura: la esfera donde se desarrolla la actividad espiritual y creadora del hombre. Mi cultura: el espíritu del pueblo al que pertenezco y que impregna por igual mi pensamiento más elevado y los gestos más simples de mi existencia cotidiana*]” (Adoum, 1997, págs. 28-29)

El internet pone el mundo a sus pies con la gran cantidad de información. La difusión de los medios, la divulgación de lo que se hace aquí en el ámbito alternativo independiente es fundamental, se podrá encontrar muchas bandas en el mundo con los mismos géneros musicales que se hacen aquí, con la diferencia de que los artistas alternativos, representan en sus temas la realidad de sus contextos, el sentir de los jóvenes, como ven a la sociedad en que se desenvuelven, y estos no están siendo debidamente difundidos.

PROGNOSIS.

Si la difusión en las radios de la ciudad de Ambato continua dejando de lado a la producción musical alternativa independiente, esta corre peligro de extinción, los artistas independientes no pueden vivir de su arte, consagran grandes cantidades de tiempo y dinero en lo que les apasiona, pero deben dedicarse a otras actividades que les generen réditos económicos, la mayoría de ellos, por no decir todos, tienen un trabajo con horarios y responsabilidades el cual combinan con ensayos, conciertos, giras. Esta difícil situación ha obligado a varias bandas a tomar la decisión de separarse, ejemplo grandes grupos como Biorn Borg, Can Can, Tanque de Quito. La música, una de las manifestaciones artísticas con mayor carga de identidad se perderá, vulnerando los derechos que tiene la sociedad a la representación cultural y los derechos de los artistas a expresarse mediante sus obras. La percepción de la sociedad será cada vez más errada y alejada de la realidad, donde no se llegará a entender la ideología ni conocer el esfuerzo que realizan los artistas para lograr manifestar su sentir. Se generará un conflicto social, agudizando reacciones de auto aislamiento por parte de los grupos, en protesta a una sociedad sin tolerancia, que terminarán siendo rechazados por la misma.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo la difusión musical en la radio, infiere en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato?

INTERROGANTES.

¿Cómo es la difusión musical en las radios de la ciudad de Ambato?

¿Qué percepción tiene la audiencia sobre la música alternativa independiente?

¿Qué alternativa de solución existe al problema de la difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente?

DELIMITACIÓN DEL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN.

ESPACIAL:

Ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

TEMPORAL:

Noviembre 2017- Marzo 2018

DELIMITACIÓN DE CONTENIDOS:

CAMPO:

Ciencias Sociales

ÁREA:

Comunicación Social

ASPECTO:

Difusión y Percepción de la música alternativa independiente.

UNIDADES DE OBSERVACIÓN:

Artistas Alternativos.

Gestores Culturales.

Población de la ciudad.

JUSTIFICACIÓN.

Se considera que todas las personas tienen un motor que los mueve en la vida, que rotan en torno a un interés en especial, en este caso el universo es la música, la música es el lenguaje que mueve al mundo, empujados por esta pasión, se ha visto la necesidad de realizar este trabajo para aportar con un grano de arena a los artistas alternativos en su lucha de lograr mediante su arte expresar su sentir, su identidad.

El interés por los artistas y sus manifestaciones son parte primordial del desarrollo de

la sociedad. La música es una de las principales expresiones culturales que sirven para demostrar pertenencia, que da seguridad al individuo de sentirse representado y rodeado por gente afín a su modo de pensar.

Es importante mantener un estado de tolerancia por lo tanto, de respeto hacia dichas manifestaciones, no solo en pro de vivir en paz, y evitar actos represivos como el caso de la intromisión y abuso policial del año 1996 en un concierto donde cientos de jóvenes fueron torturados por vestir de negro, con cabellos largos y gustar de una música “extraña, violenta” el rock (*Rodríguez, 2016*), sino también a favor del arte para que este siga evolucionando, a favor de la sociedad para que su visión sea más amplia.

Esta investigación es interesante y novedosa para todos, tanto como para el que se identifica en este tema, como para aquel que no sepa nada de las culturas juveniles y deseen conocer y entender estas representaciones artísticas y sus mensajes. La sociedad se verá beneficiada con un estudio donde se llegará al punto de conocer y respetar sobre lo que sienten y hacen las personas con gustos y perspectivas diferentes, con un crecimiento artístico, una sociedad más abierta e informada, que tenga la oportunidad de encontrar su identidad sentirse representada.

El impacto que se espera será que la sociedad sepa que lo que no entienden no tiene por qué “ser malo”, ni que todo el arte debe ser “bonito”. Para ello se realizará contacto directo con todos los puntos sociales involucrados en el tema mediante entrevistas y encuestas para obtener el objetivo deseado. Ser una sociedad informada y tolerante parte también de lo que tienen a su alcance, lo que sus medios de comunicación les ofrezcan, si bien es cierto estamos en la libertad de escoger y discernir dicha información según nuestros gustos y formas de ser y pensar, pero no es justo tanto como para los receptores como para los artistas que su trabajo no tenga la misma oportunidad que otros a contar con espacios de difusión, es un derecho al que todos merecen.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

- Determinar como la difusión en la radio, incide en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar cómo es la difusión musical en las radios de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar qué percepción tiene la audiencia sobre la música alternativa independiente.
- Proponer qué alternativa de solución existe al problema de la difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES:

“Definir algo subjetivo como lo es la música resulta siempre difícil. En el caso de las músicas alternativas la dificultad es mayor, ya que éstas no son un estilo concreto, sino muchos de características a menudo muy distintas. Son numerosas las etiquetas que se aplican a cada uno de estos géneros. Las fronteras que los separan no son herméticas, y con frecuencia un músico e incluso una misma pieza discurren por distintos campos. Éste es el ejemplo más evidente de que a la creatividad artística no se le pueden poner trabas estilísticas que la aten a unos patrones determinados. Tarde o temprano, lo genial acaba surgiendo fuera de esos patrones. Romper Moldes, ésa podría ser la definición general de las músicas alternativas.” (Munnshe, 2010).

La música alternativa engloba a todos los tipos de música que se contraponen a los géneros comúnmente aceptados. Su característica principal es la fusión constante agrupa gran número de géneros musicales que se alejan de la música comercial o industrial y que tienen cada uno sus características propias.

La falta de difusión de la música realizada por los artistas locales de géneros alternativos y que resultan incomprensibles para el resto de la sociedad, es un tema que busca conocer la realidad de las programaciones en los medios, cuál es su objetivo hacia lo que le transmiten a su público, y al mismo tiempo, en qué nivel de conocimiento del desenvolvimiento cultural de las manifestaciones artísticas se encuentra la sociedad, y los mismos locutores radiales, para que de esta forma exista tolerancia. Este tipo de música no representa un negocio para la gran industria musical, ya que no son representados por las casas disqueras, es por ello que se denominan independientes, por lo tanto sus trabajos no pueden competir con los así llamados géneros comerciales.

En estudios realizados en correlación al tema efectuados por Hernán Condo y Geovanny Pinta estudiantes de comunicación social, en su tesis de grado “Tratamiento música Ecuatoriana en la radio Ambato” se ha realizado de forma general el tratamiento de la música ecuatoriana en un medio específico, en donde aun así, pese a ser géneros entre comillas más aceptados se los segmenta a nivel de direccionarlos a un tipo de público adulto y en ciertos horarios, que termina limitándolo de todas formas, este estudio se lo llevó a cabo con la intención de analizar mediante encuestas y entrevistas la posición de medios como de audiencia con respecto al manejo de la música nacional en la radio. (Condo, 1997)

La influencia de la globalización en la cultura musical es el interés de Juan Pablo Viteri Morejón en este trabajo *“La música es al mismo tiempo una metáfora de procesos culturales globales y un medio a través del cual gente proveniente de distintas locaciones interactúa. En los actuales contextos de movilidad y cambios tecnológicos, estilos musicales que se crearon en determinadas locaciones geográficas han viajado alrededor del mundo generando espacios de producción en nuevas geografías. En este movimiento, estos estilos continuamente adquieren significados relacionados con el nuevo contexto social al que han llegado. Esta investigación aborda a un tipo particular de música en un contexto específico: metal y hardcore en el Quito del siglo XXI”*. (Juan P, 2011)

La necesidad por encontrar espacios para los artistas alternativos, es cada vez mayor, y crece en todo el país, en la ciudad de Guayaquil se realizó un trabajo investigativo del cual compartimos su resumen *“El propósito de este trabajo de investigación es observar, identificar evaluar e implementar una sección de música independiente en una revista en la ciudad de Guayaquil, para que el público en general se informe de este arte ya que no existe un espacio escrito que hable sobre ello. Esta sección se enfocará al ámbito cultural de la música para así concientizar al lector sobre el arte que tiene el Ecuador. Debido a lo detallado del material investigado, se estudió la posibilidad de plantear la propuesta de una sección de música independiente en una revista, que se usa generalmente en un medio escrito de entretenimiento, esta matriz está defendida en el marco teórico del proyecto fundamentado con principios teóricos, haciendo denotar lo importante que es tener una sección que nos hable de*

la música nacional independiente de Guayaquil. Se utilizará el modelo exploratorio a través de la investigación de campo para recolectar datos que midan la comunicación actual y sentar las bases para la propuesta. El público en general será el principal objetivo del proyecto, los beneficiados serán las bandas que trabajan independientemente sin necesidad de una disquera o promotora de la misma. Las herramientas a utilizarse serán las entrevistas directamente a las Bandas Independientes de la ciudad de Guayaquil que permitirá tener resultados muy acertados de la investigación” (Janio Bustamente, 2012)

Vladimir Cabezas “La investigación tiene como objetivo la promoción y difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana a través de la comunicación 2.0 y las ventajas tecnológicas que ofrece para una interacción social, por medio de las redes sociales, para una comunicación eficiente. Se estudia la problemática cultural, así como los nuevos escenarios de lectura y las diferentes mediaciones que se producen en la misma, siendo una de ellas la democratización cultural y todos los procesos comunicacionales que se desarrollan alrededor de la cultura. Aborda el tema de la música como construcción social y las transformaciones que sufrió para convertirse inicialmente en una obra de arte y transformarse en un producto de consumo masivo, analizando en especial, la situación del movimiento independiente en Ecuador con dos bandas: Mamá Vudú y Sal y Mileto” (Cabezas, 2013)

La música alternativa independiente genera un fenómeno de contraste ya que si bien es cierto se la puede palpar en las calles, en las propias familias, pero al mismo tiempo, este movimiento cultural es ignorado, no se lo conoce ni existe el interés por entenderlo. Con los avances tecnológicos como el internet se puede decir que la comunicación y difusión de los distintos géneros van teniendo un espacio más libre, sin embargo esta información sigue siendo sectorial. Un trabajo de la tienda en línea Dorothy, portal digital donde se puede encontrar música de variados tipos de bandas, recoge en un gráfico la historia de las principales agrupaciones y géneros que han venido formando las diversas clases de música que se encuentran en la actualidad, quienes han sido de influencia para los actuales géneros y artistas locales, facilitando la información para que cualquier persona investigue pasó a paso. Lo que provee a los interesados una práctica manera de conocer sobre el tema de una forma

más resumida. Utilizan para esta investigación, la sinopsis y la historia. (Dorothy, 2016)

La existencia de medios de difusión de música alternativa independiente, genera inquietud en sus impactos, estudiándolos detalladamente, *“Los medios alternativos responden a la crisis de los medios tradicionales. La era digital abrió nuevas puertas, y algunos grupos periodísticos tomaron esta oportunidad para crear nuevas plataformas con nuevos lenguajes y formatos. La cultura ha sido un campo muy beneficiado de estas nuevas plataformas. En este caso, se estudia el impacto del medio alternativo Radio COCOA en la difusión de música alternativa independiente ecuatoriana. La tesis estudia el target de la radio, además de su crecimiento sostenido y el impacto que tiene en la escena local, en especial en los músicos.*

Para apoyar esta investigación, surgen dos productos periodísticos. En primer lugar, una página web sobre los medios alternativos. El sitio responde a preguntas de interés sobre estas plataformas, además de mostrar cinco casos ecuatorianos. Medios como GkillCity, Radio COCOA, Plan Arteria, la Barra Espaciadora y la Mala Letra muestran su modo de trabajo y las diferencias de los medios tradicionales.

En segundo lugar, una edición especial del suplemento “Enfoque” del Aula Magna, la revista mensual de la Universidad San Francisco de Quito. Esta edición es dedicada a los gestores culturales. Los artículos surgen de la idea que los medios no son, y no deberían ser, los únicos encargados de difundir la cultura. Medios, dueños de bares, músicos y organizadores de festivales cuentan su punto de vista y su grano de arena en el crecimiento de la industria cultural.” (Vega, 2014)

Jorge Munnshe recoge en su artículo, contenido de los tipos de música alternativa describiéndolos y definiéndolos. Dar a conocer la existencia y los tipos de dicha música, es la meta de este blog donde se ha utilizado como método la experimentación, la experiencia el conocimiento de la materia y la investigación. (Munnshe, 2010).

Tesis de Rodrigo Vivas “*La presente investigación tiene como interés fundamental el reconocer a la cultura como un eje transversal de todo proceso de Desarrollo Humano, a través del planteamiento de lineamientos de acción basados en las líneas de intervención de la Gestión Social a partir del enfoque de los modos de vida locales, que permita generar un espacio legítimo de desarrollo cultural para la escena musical independiente de la ciudad de Quito. Quito se caracteriza por ser patrimonio cultural de la humanidad y en esa medida tiene una historia, una tradición, unas culturas, milenarias y modernas, que dan cuenta de su diversidad y su riqueza. Parte del arte contemporáneo de la ciudad de Quito es la escena musical independiente, que se destaca por plantear nuevas propuestas musicales que de cierto modo se establecen los retos para fortalecer la identidad quiteña en la diversidad y garantizar una activa vida cultural que permite la recreación constante de los elementos que componen el patrimonio tangible e intangible. Entre los principales inconvenientes que presenta la escena musical independiente está la aplicación parcial de las políticas culturales además los escasos espacios públicos para promocionar la escena musical independiente, limitando a la población en general al acceso de bienes y servicios culturales*” (Vivas, 2014)

Análisis de María Lamacchia “*Nos focalizamos en el accionar y testimonio de autores, compositores, intérpretes y productores independientes de una región específica de Argentina, con la intención de conocer cuáles son los beneficios derivados de la digitalización y las limitaciones o los desafíos para dicho sector. En base a esta información, también se pretende dar cuenta de las necesidades que las herramientas y medios digitales vienen a cubrir, ante la falta de espacios de difusión y distribución en el “off line” para los ejecutantes y compositores autónomos y la concentración de mercado (oligopolio) de la industria fonográfica. Este trabajo intenta responder a las siguientes preguntas guía y a la vez disparadoras de otros interrogantes: ¿qué factores inciden en la elección o preferencia de las tecnologías digitales para la consecución de las distintas etapas (producción, distribución, venta y promoción) del quehacer musical independiente? ¿Cuáles son las nuevas tecnologías disponibles para esos fines y de qué modo se utilizan en el ámbito local (región AMBA)? Se parte de la siguiente premisa: mientras el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTICs) se extiende paulatinamente*

en algunos sectores de la población, los distintos medios digitales son cada vez más ponderados como herramientas válidas para las producciones musicales de diferentes estilos, en especial para las obras efectuadas de manera independiente”. (Lamacchia, 2016)

Los estudios que se han encontrado sobre el tema a excepción de ciertos artículos de diarios del país, (y que se empezaron a publicar a raíz del accidente de la discoteca “factory” de la ciudad de Quito), resultan siendo incompletos debido al vasto mundo de la expresión musical alternativa, que contienen características psicológicas, sociales, culturales. Para encontrar información a fondo sobre reportajes de bandas, conciertos, festivales, entrevistas, intereses, necesidades del underground en el país se debe acudir a formas de expresiones igual alternativas e independientes tales como grafitis, panfletos, programas radiales, espacios televisivos, páginas web, blogs, revistas, estos espacios están a cargo de personas que pertenecen al movimiento y están interesadas en su difusión y desarrollo, su tiempo de función está determinado por la situación económica para mantener los espacios.

Fundamentación Filosófica.

Respondiendo al modelo educativo

El presente trabajo está realizado con un enfoque crítico constructivista social, basado en la expectativa que se origina por el hecho o fenómeno social de las manifestaciones culturales que acontecen en nuestro contexto, con la firme convicción de dar respuesta a las problemáticas que surgen al no existir difusión de trabajos realizados por personas talentosas pero con gustos diferentes a lo convencional, que tienen el mismo derecho de transmisión que otros géneros que son conocidos como lo es el “pop” por ejemplo; crear un nivel de noción, de respeto y de tolerancia en las personas con relación a lo que desconocen, a lo que es diferente y que en la mayoría de los casos temen y rechazan.

La forma como se maneja el material en los medios de comunicación es clave en la percepción que su público se haga del mismo, es deber de las personas que están al

frente de un micrófono o una cámara entretener, educar e informar a la sociedad, crearle expectativas, fomentarles la ambición de saber más, ofrecerles opciones de todo lo que nos rodea para elegir. Así como también los dueños de medios deben ser conscientes de la gran responsabilidad que tienen en las manos, y cambiar así objetivos económicos por sociales, buscar el beneficio de todos los sectores y fomentar su desarrollo. De esta manera esta investigación pondrá en tela de juicio el manejo de la información, la influencia que genera en la población y si en los espacios se dan cabida a todo tipo de expresión cultural.

Fundamentación Legal.

Basados en los artículos que rezan en las principales normativas que rigen en el país.

Constitución de la República del Ecuador.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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 acceso a expresiones culturales diversas.

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. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

Categorías Fundamentales.

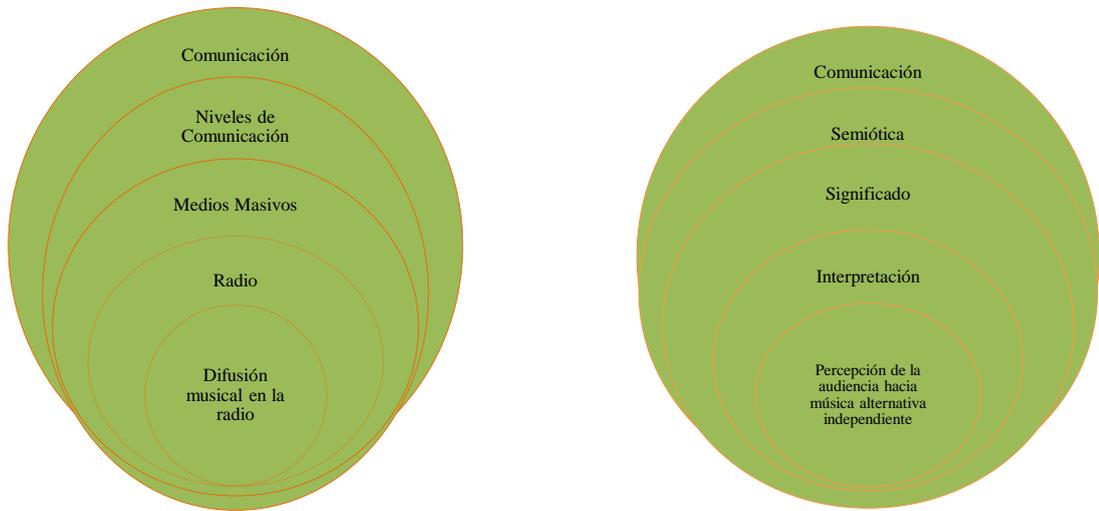


Gráfico No. 2 Categorías Fundamentales
Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

Constelación de Ideas

Variable Independiente.

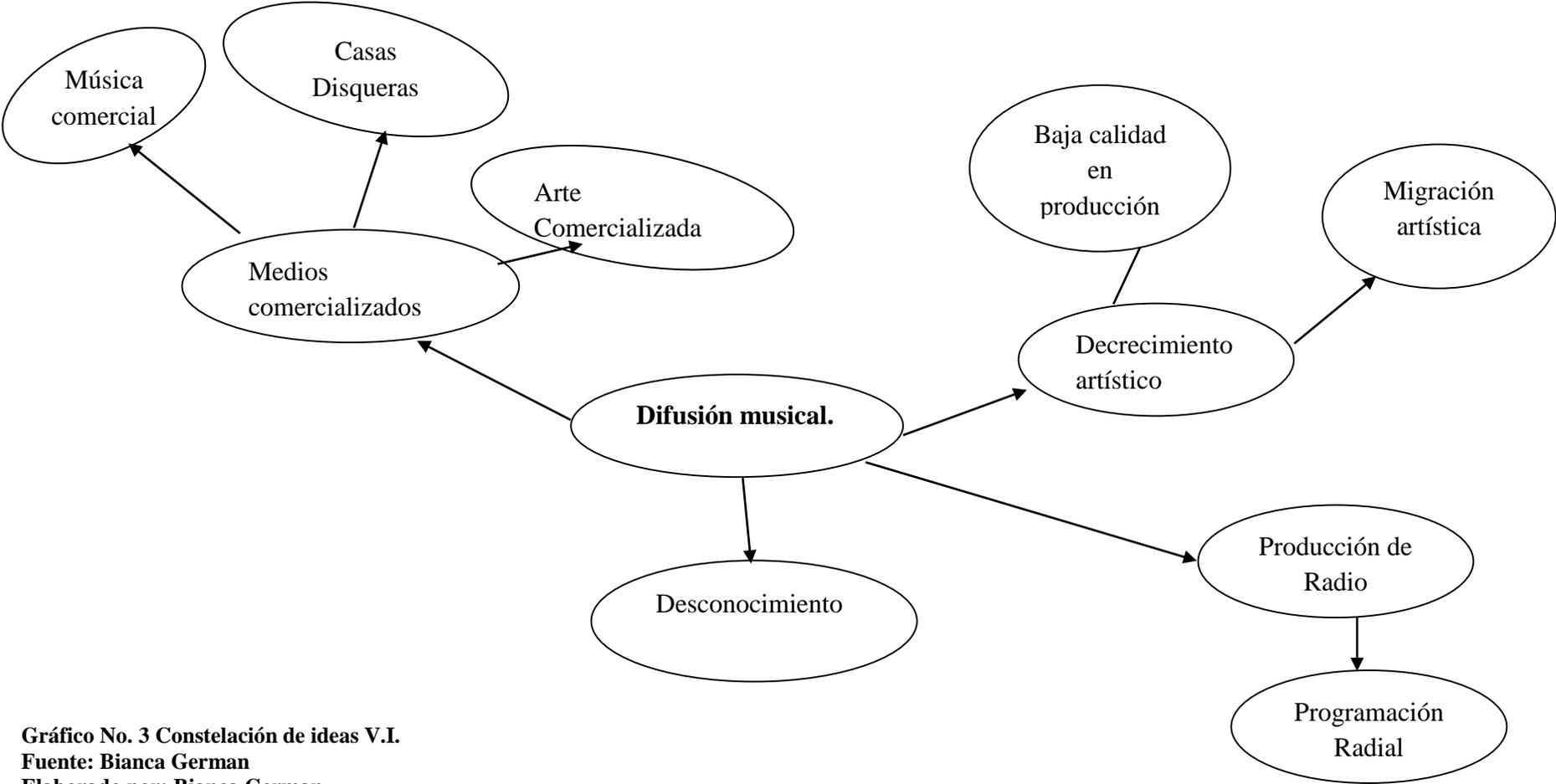


Gráfico No. 3 Constelación de ideas V.I.
Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

Variable Dependiente:

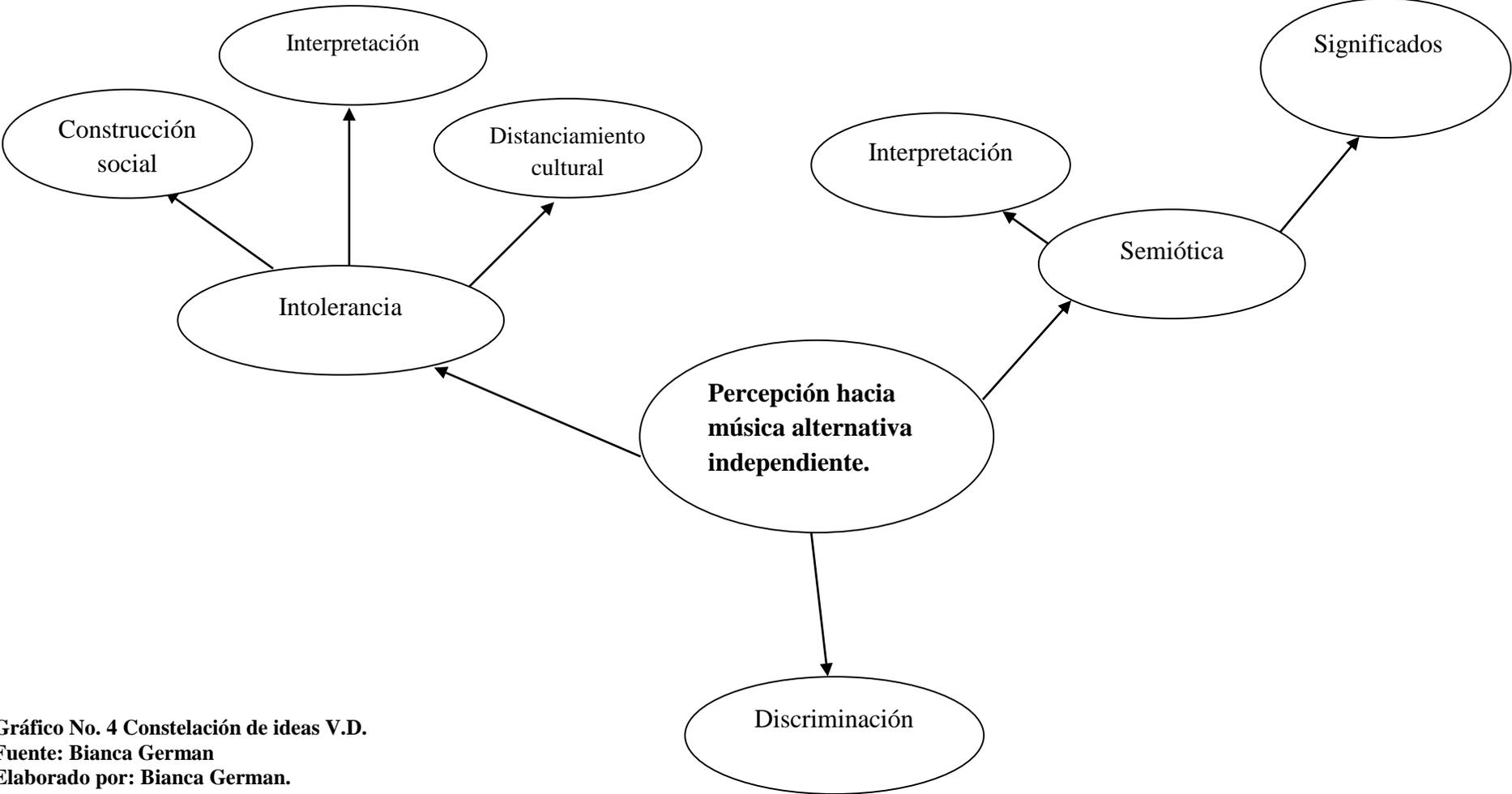


Gráfico No. 4 Constelación de ideas V.D.
Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

Índice de Contenidos.

Difusión musical en la radio

- Decrecimiento artístico

Baja calidad en producción

Migración artística

- Producción de Radio

Programación Radial

- Desconocimiento
- Medios comercializados

Música comercial

Casas Disqueras

Arte comercializada

Percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.

- Semiótica

Interpretación

Significados

- Discriminación
- Intolerancia

Construcción social

Interpretación

Distanciamiento cultural

Contextualización.

VARIABLE INDEPENDIENTE.

Comunicación:

Comunicación viene del latín “*comunis*” (*común*). Es decir mensaje que sea común para todos.

(*Lezama, 2013*). Manera de hacerse entender, de hacer llegar un mensaje. Es una acción propia de todo ser vivo. La comunicación se encuentra en todo lo que nos rodea, ya que todo comunica, somos seres sociables que necesitamos expresar nuestras emociones y las manifestamos de varias formas, incluso al no decir nada, estamos comunicando algo, “*es imposible no comunicarse*” (*Watzlawick, 1985, pág. 49*). Encontramos comunicación verbal, hablada o escrita o comunicación no verbal, lenguaje corporal o mediante señas o gestos, estas se valen de algún tipo de comunicación como la comunicación oral, visual, escrita, simbólica, gestual y sonora.

Desde luego, la comunicación construye realidades sociales en otros niveles más inmediatos. Ofrece informaciones para facilitar y posibilitar la vida en los grupos sociales, entretiene ocios y procura convencernos de la utilidad e importancia de productos, ideas y opciones políticas, culturales, etc. Con todo, estas acciones tan primarias y patentes obtienen su significado más preciso en el contexto que dibujan imaginarios y mitos, surgidos igualmente de la acción de los medios de comunicación, en cada grupo social. (Rueda, 2001, pág. 27).

Cuando la comunicación necesita llegar con el mensaje se sirve de varios instrumentos estos son los Medios de Comunicación o Mass Media. Los mass media son la radio, la prensa escrita, la televisión y las plataformas virtuales además del teléfono, el fax y el correo.

La sociedad se ha vuelto muy dependiente de la información de los medios, en realidad la función de estos es mantener como la palabra lo dice informada a la

población. Con el acceso a las plataformas virtuales, la información que se encuentran en ellas es enorme e inmediata, con este manejo indiscriminado de material corre el riesgo de no ser verificada y real, se puede encontrar muy buena información real, pero así también se encuentran cantidad de rumores e invenciones que se propagan de manera instantánea por la red. Por lo tanto la comunicación no es igual a información. La comunicación es la transmisión de la información, la misma que es real verificada, pero mientras no exista una retroalimentación no existe comunicación solo mera información, es aquí donde radica la diferencia entre estos dos términos que suelen ser confundidos.

La comunicación se la puede definir como un proceso entre dos o más personas para llegar con un mensaje mediante formas, tipos niveles y medios, el cual es receptado asimilado, y que obtiene una respuesta. La comunicación es el proceso primordial para que la sociedad avance, para que los seres vivan en armonía, la falta de comunicación genera malos entendidos que no producen desarrollos positivos. Es primordial la comunicación para el entendimiento y las buenas prácticas.

Niveles de comunicación:

Un nivel es un escalafón un peldaño que se supera con el pasar del tiempo de la experiencia, o es un orden que se va cumpliendo en una rutina diaria.

Los niveles de comunicación están determinados en:

Comunicación Intrapersonal. De adentro, comunicación interna consigo mismo reflexivo.

Comunicación Interpersonal. La interacción que se genera con el otro ser, relación con otra persona, un saludo, una discusión entre otros.

Comunicación Grupal. Es la que se genera en los lugares de trabajo o estudios donde la interacción es con un mayor número de personas.

Comunicación de Masas. Se generan, en las plataformas virtuales, en la televisión el cine, llega para toda la gente que está conectada a la web, que tiene un televisor escucha radio o lee periódicos revistas entre otros. (Gómez, 2010).

La relación humana es como un rito diario, va pasando por niveles iniciando por la relación consigo mismo la comunicación interna, luego la interacción con los otros, siempre existe esa necesidad de comunicarse.

Medios Masivos:

Entre los varios usos del término medio, nos vamos a guiar por la definición que nos compete al tema. Medio es una forma de alcanzar una meta, un canal que permite poner en marcha el objetivo planeado. (Gardey, 2009).

Masivo, aglutinante que abarca a la mayor parte. En grandes cantidades. (Ucha, 2009)

Los medios masivos (mass media) sirven como herramienta de la comunicación para que la información circule y llegue a la población de manera constante e instantánea, es una forma de mantener al mundo conectado y entretenido. Tienen una influencia muy fuerte en la comunidad, quienes confían plenamente en lo que en ellos se difunde. Los medios más utilizados son la prensa escrita, la radio la televisión y el internet. Los medios tradicionales (prensa, radio, televisión) gozan de mayor credibilidad, porque su información es regulada por las leyes y confirmada, versus a la web donde se puede encontrar todo tipo de material que no en todos los casos goza de veracidad, se puede encontrar casos donde la información sea pura especulación, pero al propagarse con tal velocidad se convierte en información real para muchos.

Esta inmediatez es la que va ganando terreno en la preferencia de los medios de comunicación, las personas tienen acceso directo y en todo momento, por medio de sus dispositivos móviles, tienen el mundo en sus manos. Los medios tradicionales se van acoplado a las nuevas tecnologías, y para no quedarse relegados ellos también forman parte de la gran pugna de ganar protagonismo y más seguidores.

Estos medios web sirven de ventana a los artistas que encuentran aquí una forma más fácil de promocionar su trabajo, a comparación de las trabas que en los medios tradicionales. Es más sencillo subir su trabajo a la nube ya que no existen parámetros en cuestión de censura, calidad, o aprobación, ya que los medios tradicionales son comerciales y se deben a las grandes industrias de la música y el espectáculo. (*Caro, 2013*)

A pesar de las grandes ventajas que se podría encontrar en el internet versus a los medios tradicionales, se debe tomar en cuenta que gran parte de la población aún no tiene acceso a este medio, por lo tanto son principales audiencias de los tradicionales, por estar a su alcance, como la radio por ejemplo. Y para que esa parte de la población llegue acceder al globalizado mundo de la web, los medios tradicionales seguirán existiendo aun por largo tiempo.

Radio:

Proviene del latín radius, y radium del latín científico que hace referencia al elemento químico utilizado en la industria nuclear. La radio también es el aparato electrónico que emite ondas y convertirlas en sonido.

Su tecnología inicial fue la de Amplitud Modulada (AM), para luego pasar a la Modulación de Frecuencia (FM), con una notable mejoría en las interferencias. La radio FM se estrenó a finales de la década de los 30, aunque esto no significó el final para AM. (*Perez, 2010*)

La radio es el medio de comunicación, que capta más atención y es el más utilizado. Su fácil accesibilidad en el plano económico, además de la cercanía que este medio tiene con sus oyentes, presta un servicio más inmediato diferente a la televisión o la prensa, que son más fríos por decirlo así. La radio ofrece información entretenimiento pero sobre todo compañía, la gente mientras realiza sus labores diarias puede mantenerse en sintonía de la radio, sin interrumpir su trabajo, sobre todo en el campo la programación radial los acompaña en su horario laboral que empieza a muy tempranas horas. Además la gente se siente respaldada es un medio

en el cual pueden llamar y hacer que su voz se escuche, participar en sorteos, pedir canciones, hacer amistad con los que están al otro lado del teléfono incluso hacer denuncias. Estas características son las que hacen que la radio se mantenga por tanto tiempo y pueda competir con los otros medios. *(Perez, 2010)*

La radio es un mundo mágico que encanta, y apasiona, su historia y evolución tiene igual esa magia que mantiene al público hasta la actualidad. Y cabe recalcar que los avances tecnológicos no han variado ese toque especial que tiene la radio. Al contrario ahora gracias al internet la radio se la puede escuchar en todo los puntos del planeta.

Difusión Musical:

La difusión viene del latín *diffusio*, -ōnis, propagación o divulgación de eventos, noticias, conocimientos, actitudes, culturas, modas, radiodifusión. Comunicación extendida de un mensaje. *(Española, 2016)*.

Musical, que es agradable, armonioso, que tiene música o la produce. *(González, 2015)*.

La difusión musical es una actividad que tiene como objetivo principal la elaboración y el apoyo a las actividades que fomentan la creación y difusión de la música de artistas principalmente nacionales, y a la vez contribuir con la cultura musical en las personas y la develación de géneros alternativos. Los encargados de este trabajo son los propios productores, los comunicadores, los medios de comunicación y los mismos seguidores. La gente se encargaba de transportar su música y compartirla con los demás, existía la costumbre de intercambiar el material entre ellos de esta manera se difundían estilos musicales nuevos, artistas y canciones. En la actualidad las personas comparten la música de su predilección en las plataformas digitales, es una forma moderna y digitalizada que equivale al intercambio de cassettes de las antiguas generaciones.

Los medios de comunicación son una gran influencia, ya que ellos son los que imponen prácticamente lo que se escucha, y la gente consume el material que allí se

difunde. Es una panacea muy importante y al mismo tiempo muy exigente, ya que el producto para mostrar pasa por varios filtros, como el de calidad de las grabaciones. Hugo Paredes director de programación de radio Bonita FM, en una entrevista para este trabajo, sostiene que el gobierno les presentó una plataforma virtual donde pueden encontrar material discográfico de artistas nacionales de varios géneros que les sirva para poder cumplir la ley del 1x1, ley que sienten como una imposición y que les genera malestar *“Ecuador no es un productor musical, nosotros los ecuatorianos no estamos, casi, digamos al mismo nivel de lo que es Colombia o lo que es EEUU o cualquier país internacional, todavía nos falta trabajar en eso y al inicio si nos hizo muy duro, tanto a los medios de comunicación, creo como, a los mismos artistas, que se les presionaba para que nos den un buen producto. Tomando en cuenta eso el artista ecuatoriano también puso de su parte, si, también comenzó a trabajar y comenzó a brindar un producto de buena calidad a los medios de comunicación, entonces ya podemos equiparar por lo menos el 1x1. Pero, ese digamos que no viene a ser la solución para eso, si, el artista todavía, le falta mucho por aprender, le falta mucho internacionalizarse porque viéndole de una perspectiva musical y de una perspectiva de afuera, eh, no llegamos todavía al nivel internacional como estar en un MTV como estar en varias plataformas que pueden visualizar los artistas internacionales, nosotros tenemos ese limitante que todavía no tenemos esa calidad y esa producción internacional, calidad auditiva, masterización, musicalización, y el artista ecuatoriano todavía no tiene una guía, que mismo quiere hacer o donde mismo, como mismo trabajar, o quien les guie para coger su género y a donde mismo proyectarse”*(Hugo Paredes, entrevista)

La opinión del radio comunicador, ratificó las sospechas y los motivos de este trabajo, en primer lugar, hace referencia a la industria musical, a que la forma prevalece al contenido ya que lamentablemente estos filtros no se ejercen con tanta firmeza en cuestión de los mensajes que las canciones dejan. En el plano filosófico, deben acoplarse al sistema caso contrario serán rechazados. En el plano social, se mantiene el sentido de acoger lo de fuera, minimizar y rechazar el producto nacional. Demostrando el déficit de valor y autoestima del que siempre adolecido la población, el cual no logrará superar, mientras se sigan imponiendo estos patrones. En segundo lugar, demuestra un total desconocimiento en tema de artistas y géneros alternativos

independientes. Su ideología su contenido. Al preguntarle sobre el nivel de conocimiento en el tema de música alternativa independiente en el que se hallan los locutores de las radios locales, reconoce al principio, que les falta un poco de conocimiento, pero que en los otros ritmos (música comercial) los manejan muy bien. Y al final manifiesta que no tienen falta de conocimiento, o prácticamente afirma, que no es su culpa, sino culpa de los artistas que no se han hecho visibles. Además él tiene la firme convicción de que en su medio si se da apoyo a la escena alternativa independiente, lo que demuestra una vez más que no tiene conocimiento de todo el acervo musical que esta movida abarca. Su confusión se debe a que en este medio se transmite el programa “radiopolis” conducido por Miguel Ángel Celi locutor con gran trayectoria de la ciudad además es integrante de la banda de música electrónica Santana Chill Out. Miguel Ángel es conocedor de la movida alternativa independiente, en realidad su programación es en donde más difusión de artistas nacionales se puede escuchar a comparación del resto de programas de las radios locales. En una conversación que mantuvimos con respecto al tema esto nos supo manifestar. *“Lamentablemente los seres humanos somos mal llevados, nos tienen que imponer una ley para cumplir con nuestras obligaciones como seres humanos. Bueno te cuento que hace unos años cuando trabajé en otro medio de comunicación acá, yo ya coloqué varia música, varias canciones de música de artistas ecuatorianos, sobre todo de la escena underground en un medio que se llama estéreo fiesta, pero en realidad allí la gente, más bien, me tenía como que estaba un poco loco, sacado de contexto, si, ahora en el 2017 hay algo de apoyo con esto del 1x1, imagínate hace 19- 20 años atrás era súper complejo. Entonces a mí no me coge de nuevo esto del 1x1, o sea, yo siempre he apuntado a que el país tiene muy buenos artistas, muy buenos productores, muy buenos creativos, y hay que darles su espacio. Yo creo que esta ley lo que a favorecido es que se... existan más músicos y que obviamente mejoren su calidad de trabajo para competir sacar adelante el nombre del país. Me parece muy importante eso. Falta por parte de varios medios de comunicación el comprometerse, no exactamente mirando un género como tal, sino la difusión de nuestra música sacar adelante a nuestros artistas. Por ejemplo en Argentina paso algo muy interesante, crearon una ley que evitaba el que se escuche música de afuera por ejemplo, hacia algunos años atrás, y que se de apertura exactamente solo a música hecha en Argentina y de allí viene toda esa camada entre*

ellos Gustavo Cerati, Soda Stereo y toda esa gente que ahora, tu sabes, son leyendas, y que nosotros y gran parte del mundo los admira, entonces necesitaron de una ley para valorar lo que ellos tienen y sacar adelante y ahora, ahí están las respuestas, o sea, Argentina es una cuna de grandes músicos de artistas, culturalmente nos llevan varios años en muchos aspectos, pero siempre es bueno emular cosas que nos permitan crecer manteniendo nuestra identidad.”

Retomando el tema, para el productor de la radio el esfuerzo de Miguel Ángel (que, pese a su buena predisposición, termina siendo mínimo, ya que en el basto mundo de estilos de música independiente no se difunden todos los géneros en especial los de contenidos fuertes, solo los más light como reggae, indie o heavy romántico por poner de ejemplo) es más que suficiente, incluso al mencionarle sobre un proyecto de difusión de la escena independiente aplicable para su radio, afirmó que sería una “sobrecarga, que para que más”, pero que, si el tiempo en la radio es financiado allí no habrá inconvenientes en el contenido que tenga el programa. Por lo tanto la solución más idónea es autofinanciar el espacio en la radio, para poder difundir la música y el trabajo de los artistas alternativos independientes.

Queda claro que la difusión en los medios de comunicación empieza un proceso, que esperamos conlleve a la apertura de cada vez más espacios para los artistas locales. Pero en la actualidad lo que principalmente aquí se difunde es lo que las grandes disqueras imponen, dificultando las cosas para los géneros alternativos independientes. Es por esta razón que los músicos independientes tienen al internet como su principal herramienta de difusión, así como aprovechan conciertos, festivales, para dar a conocer su trabajo y apreciar el de otros grupos e intérpretes.

Decrecimiento Artístico:

Disminución.

“1. f. Merma o menoscabo de algo, tanto en lo físico como en lo moral.

2. f. Arq. Cantidad en que el grueso de un muro es menor que su zarpa.

ir algo, como la salud, el crédito, etc., en disminución

1. loc. verb. Irse perdiendo.

2. *loc. verb. Irse estrechando o adelgazando en alguna de sus partes*". (Española R. A.)

"Artística, artístico, ca.

1. *adj. Perteneciente o relativo a las artes, especialmente a las bellas artes.*

2. *adj. Hecho con arte (|| manifestación de la actividad humana). Un jardín muy artístico.*

3. *adj. Perteneciente o relativo a los artistas. El cantante le nombró su representante" artístico. (Española R. A.).*

La disminución artística se evidencia en los últimos tiempos donde los grupos no cuentan con apoyo a sus trabajos, en el país la gran mayoría no puede solventar su arte, mucho menos vivir de ella.

Baja Calidad en Producción:

"Una buena producción es realizar las actividades necesarias para asegurar que se obtiene y mantiene la calidad requerida, desde que el diseño del producto es llevado a fábrica, hasta que el producto es entregado al cliente para su utilización. Los objetivos principales del aseguramiento de la calidad en la producción son: Minimizar costos." (Díaz, 1987)

Si no existe apoyo o por lo menos tolerancia a un producto artístico no se puede esperar que los productos sean de calidad, (forma) todo lo contrario cada vez se agranda la frontera entre lo comercial y lo independiente dejando a los artistas alternativos en gran desventaja.

Migración Artística:

"Se produce una migración cuando un grupo social, sea humano o animal, realiza un traslado de su lugar de origen a otro donde considere que mejorará su calidad de vida. Implica la fijación de una nueva vida, en un entorno social, político y económico diferente y, en el caso de los animales un hábitat distinto, que sea más propicio para la subsistencia de la especie." (Gardey A. , 2008)

Hay un refrán popular que dice “nadie es profeta en su propia tierra”. Esta es una realidad que viven los intérpretes locales, que en muchos de los casos obtienen reconocimiento en Quito en Guayaquil incluso fuera del país, por eso optan por radicarse en donde consideran tendrán más oportunidad de desarrollarse. Quedándose desprovista la ciudad de representantes artísticos, sin movimiento cultural.

Producción de Radio:

“El proceso de la producción radiofónica no se hace de manera independiente, sino que es producto del trabajo de un colectivo humano organizado oportunamente en la pre-producción, producción y pos producción. La actividad de la producción se sustenta en la originalidad, naturalidad y en la búsqueda constante de significantes y no de una realidad icnográfica que puede desvirtuar la capacidad humana de crear escenarios y visualizar libremente el universo de los imaginarios colectivos.” (Cherres, 2012).

Programación Radial:

“Programa, que procede del vocablo latino programma, es un término con diversos usos. Cuando nos referimos a un programa de radio, estamos haciendo referencia a una serie de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad (todos los días, una vez por semana, fines de semana en fin). Estas emisiones están identificadas por un título y comparten ciertas temáticas. Esto quiere decir que cada programa trata sobre cuestiones más o menos preestablecidas, lo que implica una especie de pacto con el oyente.” (Merino, 2013)

Desconocimiento:

“La palabra desconocer presenta dos usos bastante frecuentes en el lenguaje corriente, por un lado, implica la ignorancia que se tiene respecto de algo, de alguien, una verdad, un hecho, una situación, entre otras opciones. Porque no solamente se puede desconocer un suceso, como por ejemplo que aumentó el precio

de algunos productos, sino que también se puede desconocer a una persona. Cuando la palabra desconocer se aplica en este sentido, a un individuo, compromete la ausencia de conocimiento a dos niveles, por un lado relacional y por otro físico. Cabe destacar, que el mencionado desconocimiento puede deberse a la falta de interés que presenta una persona a la hora de reunir mayores conocimientos respecto de algo, en tanto, en este caso el desconocimiento en cuestión debe ser cuestionable; o en su defecto, puede deberse a la inaccesibilidad del conocimiento en cuestión, lo cual no conlleva de ningún modo una responsabilidad de la persona por desconocer, sino que en realidad desconoce porque no puede acceder a tal o cual conocimiento.” (Ucha, 2012)

Medios comercializados:

Comercializado es algo que genera réditos económicos, que ha sido mercantilizado con poca consideración de aspectos artísticos, académicos o de calidad. Los medios comercializados son empresas de comunicación dirigidas a su audiencia con visión clientelar sobre ellos, y estos a su vez pasan a formar parte de la clientela de las industrias. *“No se preocupen. No queremos controlar al mundo. Solo queremos un pedazo de él” Rupert Murdoch.* Su programación es creada en base a las necesidades de sus auspiciantes, no tanto de su audiencia. Sus contenidos de igual manera responden a la preferencia de la gran mayoría, las discográficas designan quien está de moda que es tendencia por lo tanto que se escucha.

En realidad, los gustos musicales de las personas, mucho tienen que ver con la fuerte difusión que los medios imponen, en ciertos casos hay producciones, demasiado básicas, pobres de contenido y de forma que se vuelven éxitos de temporada o como lo llaman en las radios el éxito de verano. El éxito va en función de cuanto bombardean las radios con los temas de temporada a la gente, las mismas que cada vez más se vuelven menos exigentes. Los medios comerciales no consideran a los estilos alternativos como generadores económicos, o por lo menos no al nivel que necesitan.

Música Comercial:

“Un producto comercial es algo de fácil consumo, aceptado por las masas. La música es una industria que mueve millones. Una canción con un buen ritmo, repetitivo y pegajoso es todo lo que se necesita para que se convierta en un éxito. En los medios es todo lo que interesa, una canción comercial, que sea escuchada en todas partes a toda hora por un determinado tiempo, hasta que fabriquen la próxima bomba.” (Seijas, 2012)

El sistema, aunque parezca una exageración, por medio de detalles insignificantes como en este caso la música es como mantiene el control. *“Estudios científicos aportan que géneros musicales con alto nivel de complejidad, en cuestión de composición, como la música clásica o el rock, sirve para desarrollar el cerebro, al tratar de decodificarla, a diferencia de géneros simples como el pop o el reggaetón conformados de máximo tres notas”.*
(Griffith, 2014)

La música comercial es lo que mayoritariamente se consume, ya sea por la fuerte difusión mediática, por la presión de las industrias musicales o gustos de la audiencia. La música es el reflejo de las sociedades la manifestación de sus emociones y formas de pensar, se debe dar espacio a que la gente conozca más sobre esta manifestación artística tan variada.

Casas Disqueras:

“Las casas disqueras o firmas discográficas se dedican al trabajo de crear artistas hacerlos famosos producen graban su música y luego se encargan de la reproducción, ellos llevan, estos denominados demos (demostrativo), pactan giras de medios, y la música empieza a sonar y ser difundida. Lo mejor que le puede pasar a un artista es que una disquera firme con ellos. Aquí las grandes firmas imponen sus propias reglas, e incluso están en la potestad de hacer cambios en sus creaciones, y de no conseguir el éxito esperado pueden detener la producción y el contrato con el artista.

Estas casa disqueras cuentan con compositores y arreglistas entre otros y están creando su propia música, buscan un grupo o un cantante que las interprete y así obtienen sus hits, una manera de asegurar que el tema sea todo un éxito, y para los interpretes una manera más sencilla de llegar a la fama. En la actualidad existen tres monstruos del mercado musical estos son:

Universal Music Group

Sony Music Entertainmen

Warner MusicGroup.” (Torres, 2011)

Arte Comercializada:

Arte

“Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). Por ejemplo: “La empresa norteamericana comenzará la comercialización de un nuevo producto en los próximos días”, “La comercialización del vino de arroz fue un éxito”, “Tenemos un buen producto, pero todavía fallamos en la comercialización”. (Pérez, 2010)

Como hemos mencionado a lo largo de este trabajo, los artistas locales desnudan las realidades de su entorno, su interés es poder expresar su sentir, llegar a la gente con su mensaje. Esta es la gran diferencia con la música comercial que busca estar en un top y ser número uno.

VARIABLE DEPENDIENTE.

Semiótica:

Semiótica no se trata de un acto de lectura; sino de una actitud de exploración de lo que existe de fondo de toda significación: sus raíces y los mecanismos que la sostienen. (Gardey A. , 2010)

En el diccionario encontramos que la semiótica: *es la ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción. Sinónimos: Semiología, Ling. Ciencia que estudia los signos y los sistemas de signos en el seno de la vida social. Semiológico,a adj. Referente a la semiología.* (Española D. d., 2001).

Significado:

Obtenido del diccionario, Significado: *conocido reputado. Significación de una palabra. Concepto que se une al significante para constituir un signo lingüístico. Significado es el sentido o la significación de una palabra o de una expresión.* (Española D. d., 2001) *El término procede del verbo significar, vinculado al signo de una idea o de algo material y a aquello que, por convención o imitación, representa otra cosa distinta (Gardey A. , 2011).* Para Pedro Reino en su investigación de identidad lingüística el significado *“es el aspecto conceptual, lo que nuestra inteligencia capta de la realidad” (Reino, 1990, pág. 12)*

Interpretación:

Recoger la información del entorno que nos rodea, descifrar los códigos que recibimos constantemente nos sirven para darnos una explicación, no necesariamente correcta, de las circunstancias que nos afectan, previas a su comprensión. La interpretación según el diccionario de la lengua *“explicar o declarar el sentido de una cosa. Traducir de una lengua a otra. Entender o tomar en buena o mala parte una acción o palabra. Comprender y expresar bien o mal el asunto o materia de que se trata”* (Española D. d., 2001).

Percepción hacia Música Alternativa Independiente:

Es la idea que la sociedad se hace de los artistas de géneros alternativos independientes, el conocimiento sobre el arte independiente es un tanto superficial, está más basado en las formas, y muy poco en lo que representa. Teniendo como

referente a la industria musical. De este modo la oportunidad de que los jóvenes artistas sean tomados en serio, para que puedan desarrollar un rol en la sociedad tanto cultural como económico se complica, como lo analizan en el trabajo de la revista Huellas de Argentina (Adriani, 2012, pág. 167)

Discriminación:

Concepto obtenido del diccionario,

Del lat. discrimināre.

1. tr. *Seleccionar excluyendo.*

2. tr. *Dar trato desigual a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, de sexo.* (Española D. d., 2001).

Intolerancia:

Se ha encontrado el siguiente concepto “*Se entiende por intolerancia a la acción de no soportar las expresiones que se oponen a determinado tipo de valores o ideologías y que por tanto se vuelven contrapuestas a las propias. Muchas veces la intolerancia se relaciona con el miedo y con el temor a lo desconocido, convirtiéndose todos en sentimientos negativos no sólo en individuos sino también en conjuntos sociales enteros*”. (Navarro, 2009). Según el diccionario *f. Falta de tolerancia, especialmente religiosa.* (Española R. A.)

Construcción social:

La construcción social hace referencia a que los fenómenos sociales ocurren en el ámbito de una sociedad determinada y son aceptados como naturales a ella; pero sin embargo son producto de esa cultura, como invención de la misma, que lleva a quienes la integran a tener una mirada de la realidad similar a quienes comparten esa cultura que aparece como incuestionable, aunque éticamente no habría inconvenientes de que no fuera así. (García, 2010)

Distanciamiento Cultural:

La sociedad es la sumatoria de manifestaciones culturales tanto individuales como colectivas, es lo que le va generando una identidad. Si dicha sociedad no presta atención a todas sus partes, estos sectores se tornaran invisibles, vulnerando sus derechos, restándole parte de su ser. Este distanciamiento solo genera retraso, y lecturas erradas, desencadenando intolerancia hacia lo que no encaja en lo convencional, limitando la posibilidad de formar grupos heterogéneos, distados de variedad armónica.

Como se mencionó ya en este trabajo, los representantes de estos géneros reflejan en sus letras sus propias realidades, es una forma de expresar lo que sucede a su alrededor, esto incluye denuncias tanto positivas como negativas, promoción de su entorno. A propósito, de las estrategias del Gobierno y el Ministerio de Turismo en campañas como “All you need is Ecuador” o el financiamiento del video del artista puertorriqueño Nicky Jam de género reggaetón donde se promocionan distintos escenarios turísticos del país. (<http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presento-al-mundo-si-tu-la-ves-video-musical-de-nicky-jam-filmado-en-ecuador/>).

Es una estrategia muy efectiva no se puede negar, pero que deja un sabor amargo a los artistas nacionales y mucho más a los alternativos. Demuestra claramente que no se conoce y por lo tanto no se confía en el potencial, la calidad y la genialidad de los productores artísticos del país, quienes sabrían exaltar de una forma más genuina las particularidades del país, con una carga de mayor ingenio, originalidad. Se deja a disposición enlaces de bandas que han hecho trabajos con relación al país, solo una pequeña muestra.

La Grupa: <https://www.youtube.com/watch?v=LEcvyA4WkiE>

Sudakaya: <https://www.youtube.com/watch?v=evalUSDIBvw>

Rocola Bacalao: https://www.youtube.com/watch?v=XnkRA_DnFgY

Retomando el tema, si, los artistas expresan su sentir en sus trabajos, los músicos, tienen aún la posibilidad más amplia, entre sus líricas encontramos sentimientos de

euforia, ira o alegría en cuanto a lo que les rodea. *“La poesía es una de las condiciones esenciales de la naturaleza; el canto es necesidad natural del hombre. Sea bárbaro, sea civilizado pobre o rico, bajo el ardiente clima ecuatorial o bajo el influjo de los hielos del polo, satisface esa necesidad sin esfuerzo ninguno” (Mera, pág. 36)*. En sus letras cuentan historias que definitivamente como el resto del arte, son obras donde las personas se sienten identificadas, y por supuesto están sujetas a la interpretación de las mismas. Estos mensajes pueden ser entendidos según el punto de vista del receptor. Ahora cabe recalcar que la música comercial en su mayoría contiene mensajes un tanto básicos, monótonos estos hacen referencia al amor, las traiciones, el sexo. En contraste a géneros alternativos los cuales en gran parte de sus temas hacen referencia a lo social, en muchos de los casos con un mensaje algo abstracto, es decir que, no solo se puede esperar rechazo a algunas bandas por su fuerza musical, sino que además sus mensajes tienen una cierta dificultad de decodificación. Esta situación es la que genera el distanciamiento entre la sociedad y los mensajes de las obras alternativas, donde la solución no es precisamente que estos cambien su estilo, sino más bien que exista una cultura más abierta, analítica. Como ejemplo se expondrá extractos de letras de canciones, donde se encuentran temas que es posible hieran susceptibilidades, o se los tomen como música sin sentido al no analizar con detenimiento su contenido, y no conocer el origen, ideología del artista.

Banda: SAL Y MILETO (Latacunga/Quito)

Género: Rock Libre Ecuatoriano.

Esta banda es una de las más representativas del país, marcó a toda una generación, y sigue muy latente en la actualidad pese a ya haberse desintegrado con la muerte de su vocalista. Su consigna es de protesta, denuncia. Abordan temas sociales ejemplo de eso las dos canciones a continuación donde se expresa el caso de los niños de la calle, y la situación política económica del país, temas del cual rescatamos ciertos extractos, utilizan metáforas y un mensaje abstracto como ya se mencionó.

Canción: El principito es un guambra de la calle. (Álbum Sal y Mileto)

*/ya ves/ nosotros somos más tristes/ nosotros que tenemos que fundearnos los
sueños/ con este estúpido perfume de la muerte a plazos/
/pide para comer/ pide para volar/ pide para volver/
/canta en mi memoria/ y en la memoria de los espectros de la calle/ los lobos están
suelos/ pero ellos no se meten con los muertos/*

En la canción dilucidan una realidad, enfocada desde dos frentes, el cómo ve la sociedad este problema, como lo asume y desde la mirada de los protagonistas, los niños de la calle.

Es posible que una persona ajena de este análisis, escuche la canción, principalmente se deje llevar por el ritmo fuerte, y luego no le encuentre sentido a la letra, llegando a la conclusión de que estaban bajo efectos psicotrópicos. O en su defecto no les agrade tocar temas tan fuertes pero reales, como es la dura realidad de estos niños, los cuales muchos de ellos consumen drogas para esquivar el frío el hambre, y prefieran escuchar canciones con contenidos de amor con los que se sientan identificados.

Tema: Aguanta. (Álbum Tres)

*/Todo va estar bien.../ cuando los soberanos amos del norte/ vengan a decirnos/
como carajos debemos llevar la dignidad en nuestros bolsillos/
/de todo nos dicen/ de todo nos cuentan/ nos dicen aguanta mi gente/ aguanta,
resiste gente/ aguanta mi pueblo aguanta/ aguanta que?/ aguanta que?/ aguanta que
pues hijuepucta!!!/
/no se puede creer/ que no podamos ser capaces de determinar/ el sentido de
nuestras naciones/ al margen de otras/ entre comillas mayores/*

La protesta social no está limitada a salir a una manifestación, es también uno de los principios del arte, la denuncia. En este tema la inconformidad por la intromisión de políticas exteriores, en especial de los EEUU, es la razón, es un grito en contra de la

hegemonía sobre los pueblos, una protesta se la grita y se la siente desde adentro con todas sus letras, sirve para desahogarse, sin embargo estos contenidos en las radios escandalizarían al público por sus fuertes expresiones más que por su mensaje. Tomando en cuenta que las “malas palabras” son manejadas en el convivir diario, pero al final resulta un tanto incomodo escucharlas cuando la situación lo amerita.

Banda: CRY (Ambato)

Género: Death Metal

Una de las bandas pioneras de la ciudad, que han logrado mantenerse hasta la actualidad. Su estilo fuerte con tendencias oscuras, en constante fusión ha logrado captar la atención del público a nivel de todo el país y fuera de él. Sus temas enfocan la crítica de temas sociales, de forma frontal con la fuerza característica de este género musical.

Tema: Sádico (Álbum Psicofonía.)

/llena tu circo de odio y de sangre/ /así gozaran tus hazañas/ /rézale a dios maldito torero/ /pero él ya está con nosotros/ /ven y tendrás toda clase de mal/ /es tu satisfacción/ /ven sacrifica a ese animal/ /es tu maldición/

Con su ideología claramente definida, realiza una crítica frontal a las corridas de toros, al torero específicamente. Los temas sociales como este generan gran controversia ya que resultan en enfrentamientos entre la sociedad, la música y las bandas como Cry marcan su postura y defiende lo que para ellos representa su forma de pensar. Característica que define a las bandas alternativas.

HIPÓTESIS.

La poca difusión musical en la radio repercutiría en una errada percepción de la sociedad hacia la música alternativa independiente.

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.

Variable Independiente.

La difusión musical en la radio

Variable Dependiente.

Percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

El trabajo de investigación lo que privilegió las técnicas cualitativas por medio de entrevistas. Además se realizaron técnicas cuantitativas orientadas a la comprobación de hipótesis poniendo énfasis en los resultados por medio de encuestas.

MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.

Para este trabajo se necesita tanto las modalidades de Investigación de Campo y Bibliográfica.

Investigación de Campo: se necesita del contacto directo con los involucrados en el análisis, como son los artistas, los seguidores y la gente de los medios, de esta manera conocer cómo repercute la difusión musical radial en la percepción de la audiencia hacia la música alternativa independiente.

Investigación Bibliográfica Documental: de actualidad, de estudios, periódicos, revistas, blogs entre otros.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Al hablar de saber qué efecto causa un proceso en la percepción de la sociedad se está correlacionando una causa con un efecto y se está estudiando el que pasa. Como primer paso determinamos un problema en este caso fue la difusión de la música alternativa independiente en los medios de comunicación y la percepción de la sociedad, luego nos centramos en un medio la radio, se redujo el campo de la sociedad a la audiencia, teniendo como tema “la difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia hacia la música alternativa independiente en la ciudad de

Ambato” Esta investigación es de tipo asociación de variables y se llegará a conocer qué resultado se dará en la percepción de la audiencia al cambiar la difusión musical en la radio, conocer que tanto tiene que ver una con la otra.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para obtener el resultado de la muestra se utilizó la calculadora digital, en línea (<https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>), el universo a investigar es de 178.538 habitantes correspondientes a la población de Ambato, con un margen de error del 5 %, una heterogeneidad del 50 % y el nivel de confianza del 95 % la muestra es de 384 personas, mismas que serán encuestadas. Para el estudio se utilizó la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que manejan los porcentajes de población del año 2010. En el cantón Ambato de la provincia de Tungurahua.

Tamaño del universo:	178538
Heterogeneidad:	50%
Margen de error:	5%
Nivel de confianza:	95%
Muestra:	384 encuestas.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: La difusión musical en la radio.

Tabla No. 1 Operacionalización de Variable Independiente

CONTEXTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Difusión Musical</p> <p>La difusión musical acción que apoya a las actividades que fomentan la creación de la música de artistas principalmente nacionales, contribuye con la cultura musical en las personas y la develación de géneros alternativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Difusión -Apoyo -Creación de música -Artistas nacionales -Cultura musical -Géneros alternativos 	<p>Medios Tradicionales FM</p> <p>Medios digitales.</p> <p>Apoyo artistas, familiar, social.</p> <p>Variedad de géneros musicales.</p> <p>Rechazo a géneros alternativos.</p>	<p>¿Cuál es la programación radial de la ciudad?</p> <p>¿Por qué no existe mucha difusión en los medios de comunicación para la música alternativa independiente?</p> <p>¿Qué dificultad tienen los artistas nacionales?</p> <p>¿Logran exponer su trabajo tanto como lo comercial?</p>	<p>Entrevistas y encuestas a músicos, gente de medios y seguidores de las bandas</p>

Fuente: Bianca German

Elaborado por: Bianca German.

Variable Dependiente: Percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

Tabla No. 2 Operacionalización de Variable Dependiente

CONTEXTUALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
La sociedad tiene la tendencia de temer a lo nuevo lo diferente lo que desconoce. El contrato social segrega a ciertos grupos generando una contradicción y un atentado a la libertad de expresión en todas sus representaciones especialmente las culturales.	<ul style="list-style-type: none"> -Sociedad -Tendencia -Desconocimiento -Segregar Libertad de Expresión -Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> -Personas potenciales consumidores -No saben nada de la música alternativa -La música es una expresión social cultural 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La gente elige que escuchar? ¿Conocen de géneros musicales? ¿Conocen del trabajo nacional? ¿Conocen de las expresiones de los jóvenes? 	Entrevistas y encuestas a músicos, gente de medios y seguidores de las bandas

Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de información se realizará de la manera que se detallara a continuación:

Tabla No. 3 Plan de Recolección de la Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para resolver las inquietudes de la investigación, y encontrar una solución.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Artistas alternativos independientes, programación radial, sociedad en general.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	La difusión radial y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.
4.- ¿Quién?	Bianca German (Investigadora)
5.- ¿Cuándo?	septiembre 2017 marzo 2018
6.- ¿Dónde?	Ambato
7.- ¿Cuántas veces?	Una vez
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta y Entrevista
9.- ¿Con qué?	Cuestionario
10.- ¿En qué situación?	En horas adecuadas en las calles de la ciudad.

Fuente: Bianca German

Elaborado por: Bianca German.

Técnicas e Instrumentos

Estas son las siguientes técnicas e instrumentos utilizados para la realización de este trabajo.

Tabla No. 4 Técnicas e Instrumentos

Tipo de Información	Técnicas de Investigación	Instrumento de Investigación
Información primaria (de campo)	Encuesta y entrevista	Cuestionario
Información secundaria	Lectura científica	Estudios relacionados con el tema de investigación

Fuente: Bianca German

Elaborado por: Bianca German.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para la consecución del análisis e interpretación de los resultados de este trabajo se utilizó como herramientas la encuesta y la entrevista mismas que fueron aplicadas a la colectividad ambateña de diferentes edades y a los músicos y gestores artísticos de gran trayectoria.

Con la intención de verificar cual es el conocimiento de la audiencia de las radios de la ciudad sobre la existencia del arte alternativo musical en el país y por otro lado conocer la realidad vivida por los mismos actores de la escena independiente. Basados en estos resultados resolveremos las inquietudes aquí planteadas confirmándolas o replanteando el problema sobre la difusión musical y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad.

Herramientas:

Encuesta (384)

1. Público audiencia de radios de la ciudad de Ambato.

Tabla No. 5 Encuesta, pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
adolescente	75	19,5
joven	68	17,7
adulto	241	62,8
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

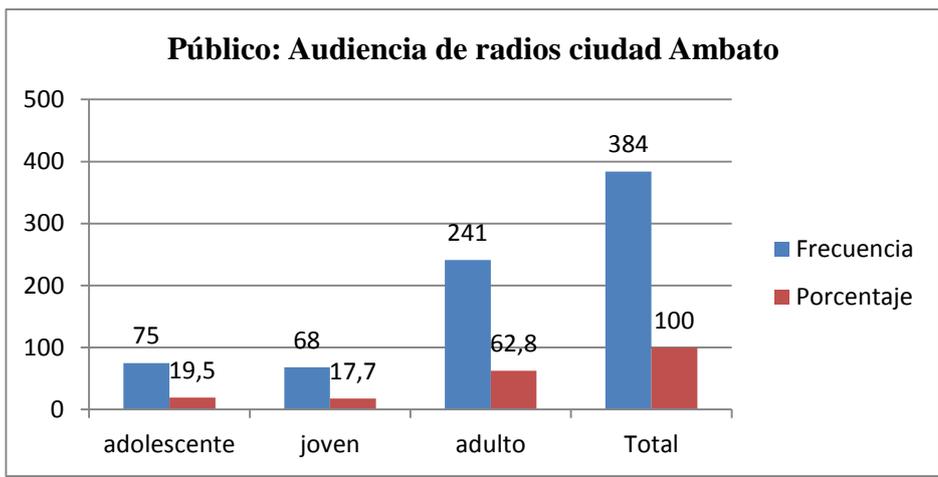


Gráfico No. 5 Encuesta pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Del total de la población de 384 personas a quienes se les realizaron las encuestas, tenemos la siguiente segmentación, adolescentes en un total de 75 que representan al 19,5%, jóvenes un total de 68 que equivale al 17,7% y adultos en un número de 241 que equivalen al 62,8 %. Se ha focalizado la atención en el público adulto quienes son los que más escuchan radio, y son los del interés de esta investigación.

La audiencia de las radios de la ciudad cuenta con un público muy variado entre adolescentes, jóvenes y adultos. Entre ellos son los adultos los que más escuchan radio seguido por los jóvenes.

2. ¿Conoce usted lo que es Música Alternativa Independiente?

Tabla No. 6 Encuesta pregunta 2

Alternativa	SI	porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	70	18,23	5	1,30	19,53
joven 68	50	13,02	18	4,69	17,71
adulto 241	41	10,68	200	52,08	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

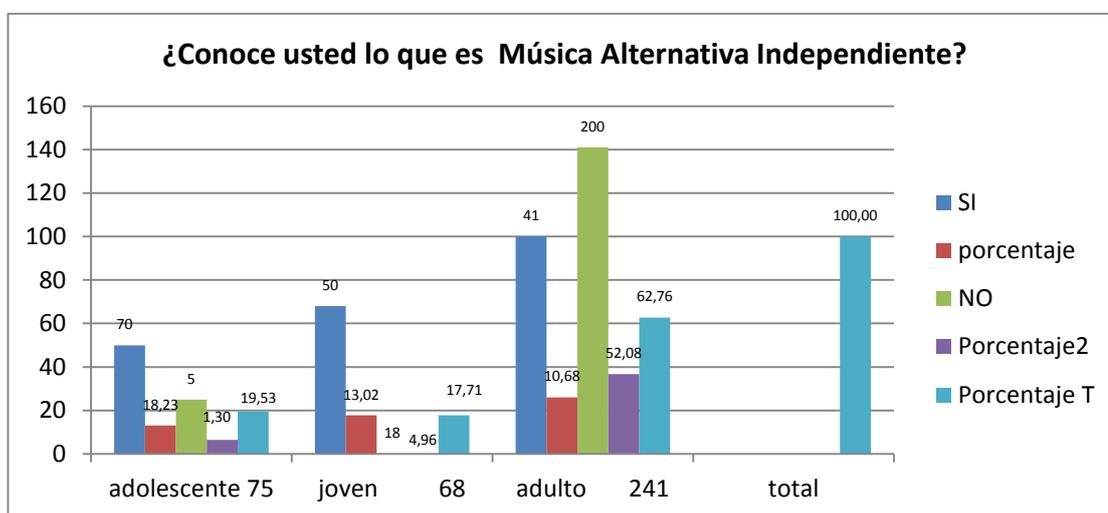


Gráfico No. 6 Encuesta pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Del 19,5% de adolescentes el 18,23% conocen acerca de la música alternativa frente al 1,30% que desconocen del tema. Del 17,7% de la población de jóvenes el 13,02% conocen sobre el tema frente al 4,96% que desconocen. Mientras que del 62,76% de la población adulta solo el 10,68% de la población sabe de la música alternativa independiente frente al 52,08% que no sabe sobre la música alternativa independiente.

Entre los adolescentes usuarios de radio es un tema bastante manejado, el tema de la música de géneros alternativos, independientemente de que les guste o no. El mismo caso es en la población juvenil. Mientras que en el caso de los adultos, en su mayoría no están familiarizados con este término.

3. ¿Cree usted que existe música alternativa en la ciudad de Ambato?

Tabla No. 7 Encuesta pregunta 3

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje	Porcentaje
adolescente 75	70	18,2	5	1,30	19,5
joven 68	60	15,6	8	2,08	17,7
adulto 241	41	10,7	200	52,1	62,8
total 384					100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

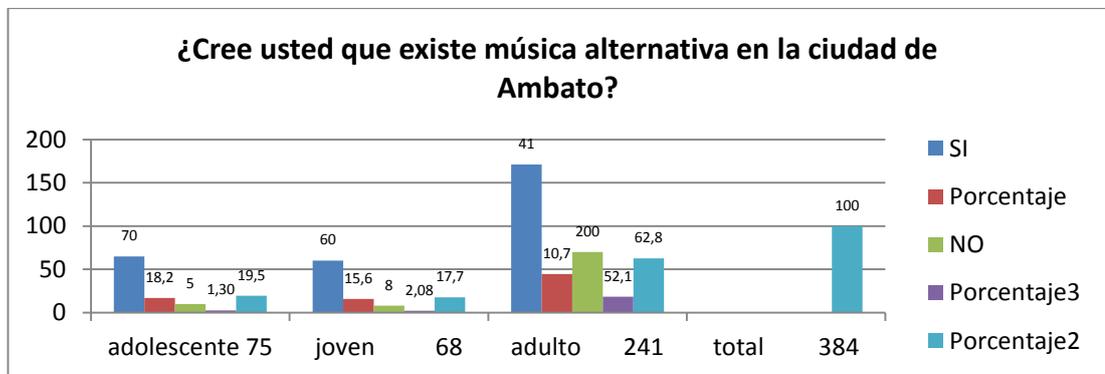


Gráfico No. 7 Encuesta pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

En torno a esta pregunta el 18,2% de la población adolescente respondió afirmativamente frente al 1,30%. El 15,6% de la población joven cree que existe mientras el 2,08% no sabe de la existencia. El 10,7% de los adultos creen que existe arte alternativo musical en la ciudad frente al 52,1% que no lo considera así.

Una vez más se recalca que independientemente de sus gustos musicales la población adolescentes y jóvenes oyentes de radios locales perciben la presencia de los artistas independientes, mientras que en el caso del último grupo de la población adulta, luego de explicarles que son géneros alternativos independientes, (utilizando para esto, características identificativas como la vestimenta por ejemplo) creen que no existe movimiento en la ciudad, y los pocos que afirmaron, piensan que son seguidores de estos géneros, pero no creen que existan intérpretes o artistas representantes de la ciudad.

4. ¿Cree usted que los artistas que suenan en las radios son los mejores?

Tabla No. 8 Encuesta pregunta 4

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje3	Porcentaje2
adolescente 75	35	9,11	40	10,4	19,5
joven 68	60	15,6	8	2,08	17,7
adulto 241	171	44,5	70	18,2	62,8
total 384					100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

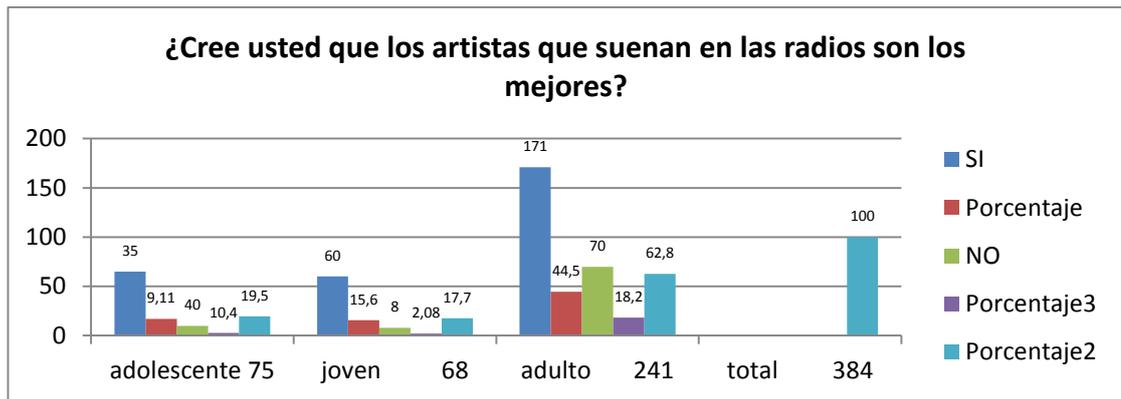


Gráfico No. 8 Encuesta pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

En la población adolescente para el 9,11% los artistas que suenan en las radios son los mejores, para el 10,4% no lo son. En los jóvenes el 15,6% piensan que sí, frente al 2,08% que no lo ve de este modo. Para la población adulta el 44,5% respondió de forma positiva ante el 18,2% que no considera que los artistas que suenan en las radios sean los mejores.

Basados en lo que escuchan a diario en sus estaciones favoritas para los adolescentes y jóvenes, los primeros están un poco disconformes porque quisieran escuchar un poco más de sus aristas favoritos, que escuchan en fiestas, bares, discotecas y redes sociales (refiriéndose específicamente a géneros urbanos, reggaeton) ya que se quejan de que en las radios no hay mucha variedad, mientras que la población juvenil están conformes con lo que los medios les brindan y consideran que son los mejores. La población adulta de igual manera basada en la programación de su radio y su género musical preferido considera en su mayoría que estos son los mejores, por el hecho de sonar en las radios.

5. ¿Qué concepto tiene usted sobre los representantes de estos géneros?

Tabla No. 9 Encuesta pregunta 5

Alternativa	Artistas	Porcentaje	Talentosos	Porcentaje2	Raros	Porcentaje3	Vagos	Porcentaje4	Porcentaje T
adolescente 75	60	15,6	0	0,00	15	3,9		0,00	19,53
joven 68	50	13,02	0	0,00	18	4,7		0,00	17,71
adulto 241	0	0,00	0	0,00	200	52,1	41	10,68	62,76
total 384									100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

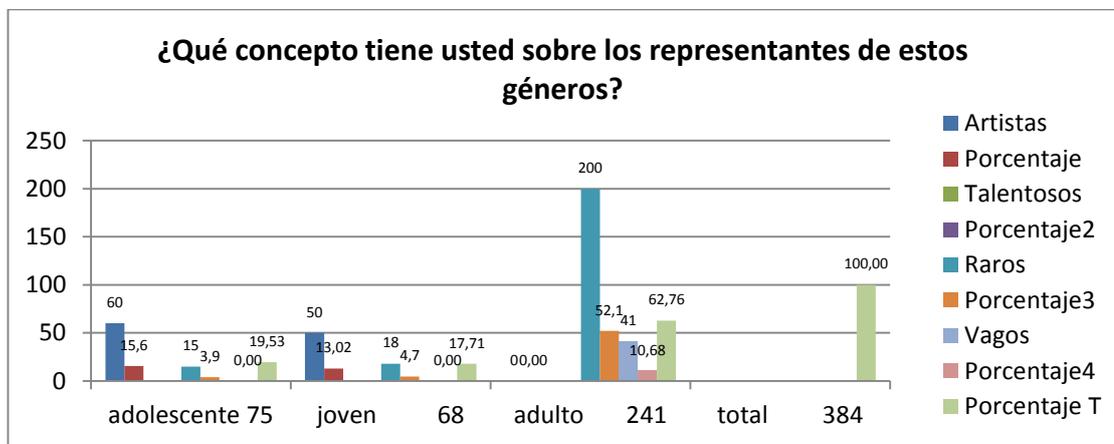


Gráfico No. 9 Encuesta pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

La percepción del público hacia los representantes de géneros musicales alternativos se definió de la siguiente manera, para el 15,6% público adolescente y el 13,02% del público joven los consideran artistas. Mientras que el 3,9% de adolescentes, el 4,7% de los jóvenes y 52,1% de los adultos los consideran raros. Y un 10,68% del público adulto los considera vagos.

Es evidente que para el total de la población de consumidores de radio, los géneros alternativos independientes y sus representantes generan extrañeza y hasta un cierto rechazo, ya que no se encuentran familiarizados con los mismos. Confiesan que la radio va con ellos en todo momento, en la calle, buses entre otros, les toca escuchar de todo, sea o no de su preferencia. Pero estos géneros no suenan por lo tanto no saben nada de ellos.

6. ¿Qué piensa usted de la música alternativa independiente?

Tabla No. 10 Encuesta pregunta 6

Alternativa	Buena	Porcentaje	Mala	Porcentaje2	Regular	Porcentaje3	Porcentaje T
adolescente 75	60	15,6	10	2,6	5	1,3	19,5
joven 68	60	15,6	5	1,3	3	0,8	17,7
adulto 241	20	5,2	180	46,9	41	10,7	62,8
total 384							100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

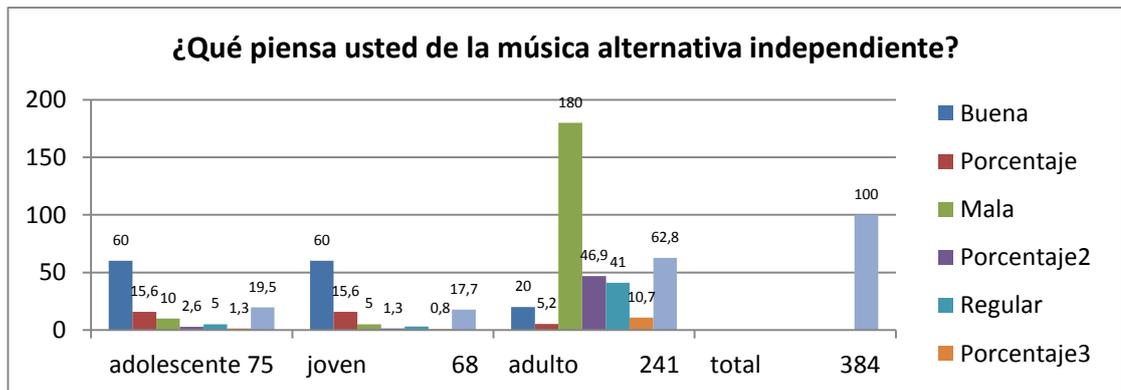


Gráfico No. 10 Encuesta pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Con respecto a las alternativas propuestas en esta pregunta el público respondió de la siguiente manera. Para alternativa Buena se receptaron los siguientes resultados adolescentes 15,6% jóvenes 15,6% adultos 5,2%. Alternativa Mala, adolescentes 2,6%, jóvenes 1,3%, adultos 46,9%. Alternativa Regular, adolescentes 1,3%, jóvenes 0,8%, adultos 10,7%.

En este caso la adolescencia y juventud se muestran un poco más abiertos, valorizando el trabajo de los artistas, recalcando nuevamente, aparte de si les gusta o no, toman en cuenta el sacrificio de los músicos. Caso contrario con los adultos que lo califican con una visión más superficial.

7. ¿Ah escuchado en las radio de su ciudad, géneros de Música Alternativa Independiente?

Tabla No. 11 Encuesta pregunta 7

Alternativa	SI	porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	0	0,00	75	19,53	19,53
joven 68	0	0,00	68	17,71	17,71
adulto 241	0	0,00	241	62,76	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

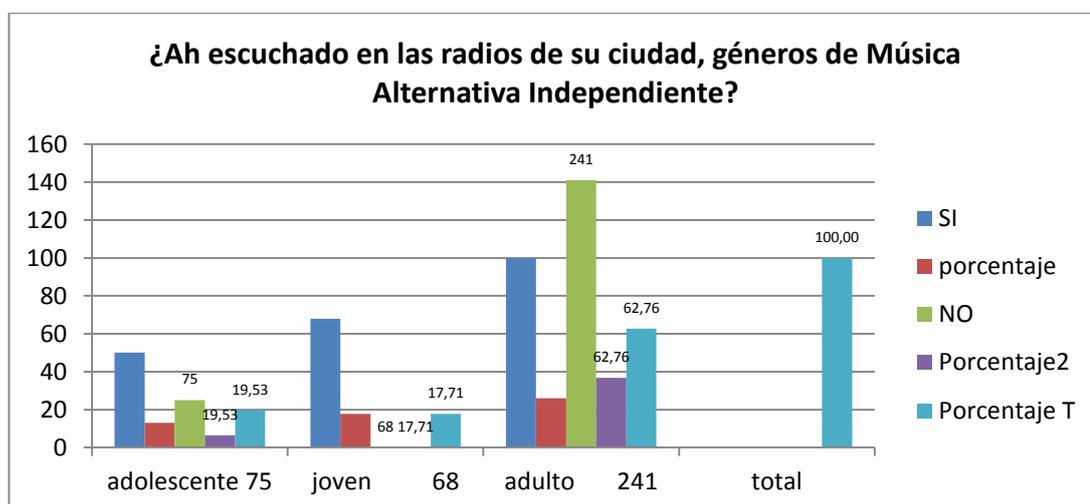


Gráfico No. 11 Encuesta pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Con respecto a la pregunta de si han escuchado géneros de música alternativa en las radios de su ciudad el 100% de los encuestados coincidió en que no escuchan géneros alternativos en la radio.

Este resultado no es de sorprender ya que la población en sus tres segmentos no ha escuchado música alternativa independiente en sus programaciones preferidas, ni escucha nada diferente, cuando atienden la radio en circunstancias ajenas a su voluntad, ejemplo en un restaurante.

8. ¿Cree usted que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir música alternativa independiente?

Tabla No. 12 Encuesta pregunta 8

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	50	13,02	25	6,51	19,53
joven 68	68	17,71	0	0,00	17,71
adulto 241	100	26,04	141	36,72	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

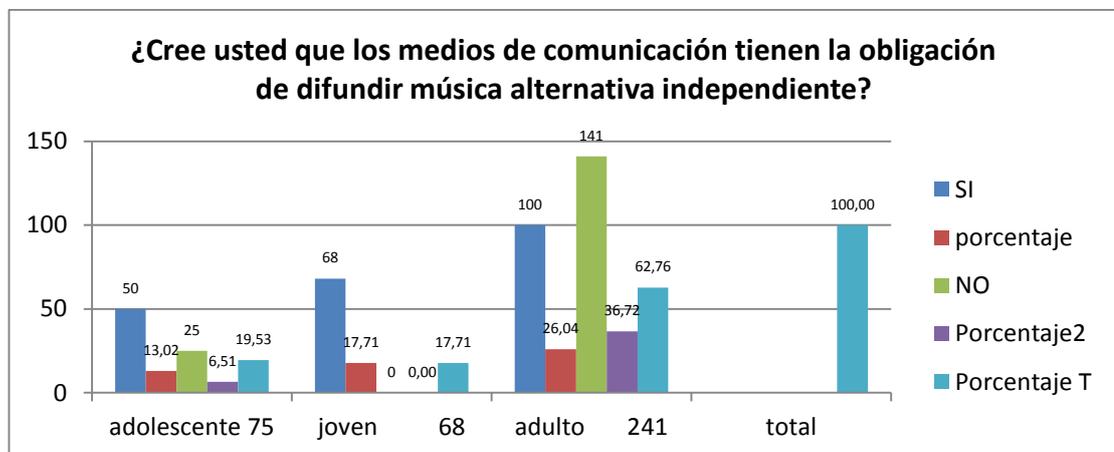


Gráfico No. 12 Encuesta pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

El 13,02% de la población adolescente piensa que los medios deben difundir música alternativa mientras que el 6,51% afirma lo contrario. Para la población de los jóvenes que equivale al 17,71% está de acuerdo con que es obligación de los medios en difundir géneros alternativos. Para los adultos el 26,04% está de acuerdo frente al 36,72% quien cree que no tienen la obligación.

En esta opción la población en su mayoría está de acuerdo con que los medios deben dar espacio a todos los artistas, guiados por el sentido de justicia. La población adulta da un vuelco un tanto sorprendente al aceptar que están en el derecho de tener espacio para ser difundidos, y confiesan tener algo de curiosidad. Mientras que el resto considera que nada debe ser obligatorio.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la comprobación de la hipótesis, se ha recurrido al cálculo del Chi cuadrado.

Planteamiento de Hipótesis:

H0: Hipótesis Nula

H1: Hipótesis Alterna

H0: La difusión musical en la radio no repercute en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.

H1: La difusión musical en la radio si repercute en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.

FRECUENCIAS OBSERVADAS.

Tabla No. 13 Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
PREGUNTA 2: ¿Conoce usted lo que es Música Alternativa Independiente?	161	223	384
PREGUNTA 3: ¿Cree usted que existe música alternativa en la ciudad de Ambato?	171	213	384
PREGUNTA 7: ¿Ah escuchado en las radio de su ciudad, géneros de Música Alternativa Independiente?	0	384	384
PREGUNTA 8: ¿Cree usted que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir música alternativa independiente?	218	166	384
TOTAL	550	986	1536

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

FRECUENCIAS ESPERADAS

Tabla No. 14 Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	SI	NO
PREGUNTA 2: ¿Conoce usted lo que es Música Alternativa Independiente?	137.5	246.5
PREGUNTA 3: ¿Cree usted que existe música alternativa en la ciudad de Ambato?	137.5	246.5
PREGUNTA 7: ¿Ah escuchado en las radios de su ciudad, géneros de Música Alternativa Independiente?	137.5	246.5
PREGUNTA 8: ¿Cree usted que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir música alternativa independiente?	137.5	246.5
TOTAL	550	986

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Cálculo del Chi-cuadrado

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología:

x^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencias Observadas

E = Frecuencias Esperadas

1.- Formulación de la Hipótesis.

Ho: “La difusión musical en la radio no repercute en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente”

H1: “La difusión musical en la radio si repercute en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente”.

2.- Elección de la prueba estadística.

Chi-cuadrado

3.- Nivel de significancia.

El nivel de significación es del 5% equivalente al 0.05

4.- Distribución muestral.

$$Gl = K - 1$$

$$Gl = (f-1)(c - 1)$$

$$Gl = (4 - 1)(3 - 1)$$

$$Gl = (3)(2)$$

$$Gl = 6$$

Por tanto, con 6 de grados de libertad, tenemos un valor de la tabla estadística de 19.86

5.- Definición de la zona de rechazo.

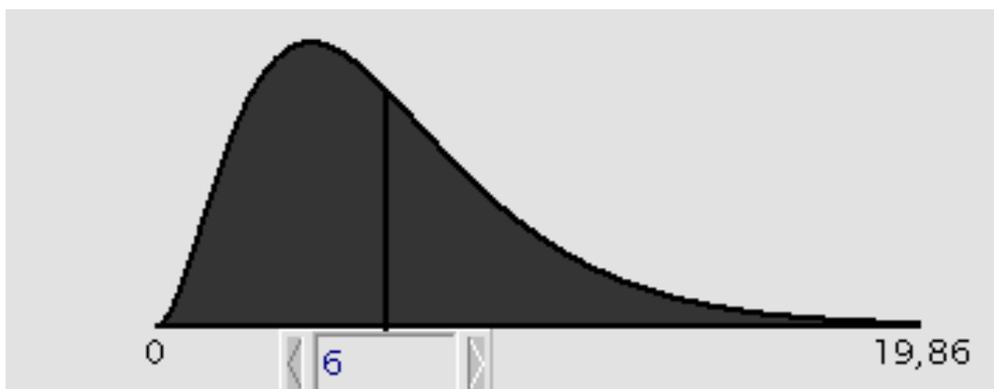


Gráfico No. 13 Chi cuadrado
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Bianca German.

6.- Cálculo del chi cuadrado.

Tabla No. 15 Chi cuadrado

FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS ESPERADAS	(FO - FE)²	(FO-FE)² / FE
161	137.5	552.25	4.016
171	137.5	1122.25	8.161
0	137.5	18906.25	137.5
218	137.5	6480.25	47.129
223	246.5	552.25	2.240
213	246.5	1122.25	4.552
384	246.5	18906.25	76.698
166	246.5	6480.25	26.289
TOTAL			306.585

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Bianca German.

7.- DECISION.

Como el valor calculado es mayor al dado por la tabla estadística, es decir que 306.585 es mayor que 19.86, se acepta la Hipótesis alterna que en su texto dice: “La difusión musical en la radio si repercute en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.”

Entrevista:

Entrevistado: Edgar Castellanos, productor/músico/gestor cultural (Mama Vudu, Fundación Música Joven)

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

Como en todas las ciudades del Ecuador este tipo de música tiene una cantidad minoritaria de gente que escucha o asiste a eventos y conciertos.

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

Es muy complicado porque tenemos que destinar nuestro tiempo en muchos proyectos de diferente tipo y en actividades extra musicales. Normalmente tienes que trabajar como promotor, organizador, publicista, etc. Muchos tenemos otros oficios y profesiones que nos ayudan a obtener ingresos. Además te enfrentas a montón de trabas que van desde reglamentos ridículos y burocracia torpe hasta medios de comunicación tóxicos que evitan la difusión de música alternativa.

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

Lo básico es:

- Facilitar el uso de espacios públicos
- Agilizar trámites para conciertos pagados tomando en cuenta que estos son destinados a un público minoritario pero que otorgan otro tipo de dinámica cultural y de construcción de identidades.
- Eliminar impuestos como IVA para actividades musicales.
- Destinar presupuesto para financiar obras e investigación de autores locales.

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

La situación es similar, pues las expresiones contemporáneas y marginales tienen

que pelear con muchos problemas para evolucionar y promocionarse, la única diferencia es el uso de medios digitales para la difusión pero eso trae consigo otro tipo de problemática.

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

Solo en medida de que es mejor un músico que un delincuente porque todavía hay muchos prejuicios en torno a oficio del músico. Además que los músicos como tal no hemos podido dar soluciones a un sistema denigrante de explotación que abusa del creador a favor del comerciante.

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

Claro que si, aunque algunos artistas eviten la sobre exposición como un acto ético, la mayoría nos interesa que la música se conecte con un público también como un acto de resistencia en contra de la cultura hegemónica aparte de que la construcción adecuada de un público crítico traería beneficios de diferente tipo.

¿Son importantes para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

Dado que la radio todavía tiene gran influencia en el público, es importante para llegar a diferente público de diferente extracto social.

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido etc. ?

Hay de todo, pero la gran mayoría de producciones son de alta calidad, sin embargo esto no es importante dentro de programación tóxica donde las tendencias más comerciales son impuestas desde polos culturales donde se prioriza el show y el entretenimiento más desechable en perjuicio de nueva música con una propia construcción identitaria.

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

Hay algunas propuestas que por estar más cerca de los parámetros radiales han

obtenido más exposición, la gran mayoría no tienen espacio en la radio.

Entrevistado: Jaime Molina, Músico/Productor/Gestor cultural (CafeteraSub, Detonador, Superkabras).

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

Define géneros alternativos independientes

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

No me considero como tal, pero creo que es muy difícil surgir para cualquier persona que se dedique a las artes y no tenga un respaldo económico.

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

El apoyo del estado a las artes y cultura es y será incipiente, nadie debería ser parte de un sistema de financiamiento paternalista.

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

Si como géneros alternativos te refieres al grunge, rock alternativo, rap alternativo, creo que ya no existen o han mutado a otras formas musicales, el término “alternativo” para definir a un género me resulta anacrónico.

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

La sociedad respalda lo que le conviene, lo que piensa que le representa, en general la sociedad local es inculca y conservadora y eso impide la generación de un mercado artístico donde se implemente un proceso de oferta-demanda indispensable para la circulación y consumo de cualquier producto en este caso artístico o cultural.

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

Supongo que sí, sino para que lo hacen?

¿Es importante para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

La difusión es indispensable para la circulación de un producto artístico pero esperar que los medios de comunicación tradicionales ofrezcan espacios a cambio de nada es pecar de ingenuo, además, ahora con la globalización de las comunicaciones, cada músico tiene más posibilidades de difundir su trabajo sin necesidad de acudir a los medios tradicionales.

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido?

No escucho la radio ni veo televisión, hago música que está destinada a circuitos underground nacionales e internacionales.

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

Como te contesté anteriormente, no escucho la radio, pero sé que para que un músico obtenga algún beneficio de promoción como son las regalías, debe ser parte de una sociedad de gestión que vele por sus intereses.

Entrevistado: Julio Valle, Músico/Productor/Gestor Cultural. (Mortero, Pan de Cordero,)

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

Hoy en día hay dos cosas que puedo observar, una es que si hay mucha gente escuchando (en internet) bandas nacionales independientes, casi todas de Quito, pocas de otras ciudades. La otra es que no hay asistentes a los eventos de música independiente en la ciudad de Ambato como fue en años pasados. Pienso q una de las razones es que aún no hay una banda que haya creado su propio público en la ciudad.

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

La pregunta está muy abierta, super cool. Aparte de eso, en mi caso, se siente muy bien haber generado vínculos y conocimientos en varias áreas de la producción de eventos para a la escena local. Mi fuente de trabajo se basa en mis aptitudes musicales, no tanto así de intérprete o ejecutante, sino más bien de proveedor de servicios y soluciones sonoras para otros músicos.

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

Ninguna, todo lo que sale de las instituciones genera envidia, discordia, dependencia, inutilidad, vagancia.

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

En Ecuador sucede un nuevo género de moda, el indie de hoy. En esta tendencia hay muchísimas buenas bandas con muy buenos trabajos en grabación y composición. Creo que va bien. Bandas como la “máquina camaleón”, “swing original monks” nos han representado en el lolapalloza por ejemplo (festival de música alternativa independiente EEUU). Mateo Kingman es muy cotizado en Europa. Va bien quien

trabaja bien. Hay géneros musicales que como es de esperarse ya no están de moda, no son tendencia y por ende su género hoy tiene muy poca acogida. Para que acudan gente hay q poner bandas viejas populares, intentando más enfocarse en la melancolía del asistente. Pero al hablar del indie de esta época, este si llena bares y locales grandes, pero no tanto en Ambato, sino en Quito, Latacunga, Riobamba. Tampoco es de tanta acogida como es el reggaeton o el viejo pop ecuatoriano (q más que llenar solo son un producto que ofrecen a las viejas instituciones: municipio, reinados, colegios y que por ende la asistencia siempre es efectiva, pero no se cuanta gente fuera si hacen un concierto de bar, seria de experimentarlo.

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

No creo, no creo q a ningún artista se lo respalde mucho. A la gente le da indiferencia. Lo ven más como si doy plata para un artista lo hago como caridad.

La mayoría de la gente no se da cuenta de lo profundo de las expresiones artísticas, no se dan cuenta que con ellas podemos crecer, llegar a conocernos más, unirnos, perdonarnos, no se trata solo del entretenimiento, del baile, del alcohol, o drogas, se trata de una herramienta muy poderosa para trascender en pensamiento, en emociones.

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

No mucho, no se sienten competidos, solo sienten envidia de puros caprichos de un pueblo que siempre fue así. Solo se trata de mero ego en la ciudad. Nadie quiere hacer una canción que dure una eternidad, solo quieren tocar en escenarios grandes aun cuando su ejecución o composición sea muy pobre. Quisiera que por lo menos haya una banda q aunque no sean los mejores ejecutantes pero q sean bien arrechos, bien musicales, bien ensayados. Pero no, aún no pasa eso. Peor pedir que una banda sea bien creativa, en eso si ya pierdo las esperanzas.

¿Son importantes para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

Si te refieres a la radio FM, sí. Pero como no hay como entrar ahí por el poco nivel elevado de los dueños de las radios no se puede. Pero eso pasa hasta en los locales, solo les interesa mantener el negocio, y con mucho miedo, pasan la misma y la

misma música: reggaeton, bachata, tropi pop.

De todos modos ya hay otro poder que es el internet, así que los músicos más se van por ese medio que es gratuito y muy efectivo.

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido etc ?

Hay mucha mejor calidad y mucha peor.

Calidad:

-En calidad de contenidos, conceptos y creatividad, las bandas independientes son las que mandan. En las bandas de radio, la creatividad es nula.

-En calidad de ejecución, hay excelentes bandas independientes, y en la radio también las hay, en eso no hay diferencia. Claro que te puedes topar con bandas independientes con una muy mala ejecución también, eso depende ya del género.

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

Al referirnos a la transmisión por radio: muy pocos si, aún es muy poco.

Entrevistado: Jorge Gonzales, Músico/Productor/. (Geo Pro, Don de Gente)

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

En la ciudad la acogida por parte de la gente es mínima, en los eventos realizados solo asisten amigos y conocidos de las bandas, no es muy rentable realizar un evento en Ambato debido a que hay conflictos de ideologías que empiezan por los miembros de ciertos grupos y que se distribuyen entre su gente, Las personas están inmersas en la música que está de moda, como el reggaetón y lo único que les interesa es bailar en discotecas, mas no aportar algún movimiento independiente cultural, artístico que de apoco desaparece en Ambato.

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

En un poco complicado, porque de cierta manera estas en la mira de muchas personas, personas que te desean buenas y malas cosas, como en toda ciudad pequeña, existe envidia y eso genera una vida un poco compleja, pero con los años aprendes a sobrellevar eso, y le das prioridad más a tu familia y a tus proyectos profesionales, personales y musicales.

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

Obviamente apoyo económico, por lo general nos movemos con autogestión, es decir, todo sale de nuestros bolsillos, complicando que nuestros proyectos salgan a la luz, a pesar de este inconveniente seguimos haciendo música, trabajando, creyendo en nosotros y en nuestras facultades como músicos y como personas creativas que somos.

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

Pésima, no hay apoyo por parte de las autoridades, tanto de la empresa privada como

de la pública y mucho menos público, la música independiente en la ciudad sale adelante por iniciativa propia de las bandas que hoy por hoy son muy pocas.

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

No, solo nos apoyan nuestras familias y amigos.

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

Sí, Estamos trabajando en eso, en mi caso estamos haciendo un disco con mi grupo DON DE GENTE, que se grabó en Ambato y se está mezclado y masterizando en Quito, obviamente el dinero sale de nuestros bolsillos y por lo general difundimos nuestros trabajos por redes sociales y uno que otro medio radial que no nos apoya.

¿Son importantes para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

Si, nos ayudan a tener más alcance, a llegar a más gente que está acostumbrada a lo mismo de siempre, es decir, al reggaetón, ballenato, música pop, etc.

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido etc.?

En un medio estándar debido a la falta de apoyo de las autoridades y de su gente, en este momento mi grupo y yo estamos sacando un material que tiene un nivel alto de calidad y contenido, autofinanciado.

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

Ninguno, porque como grupos independientes no estamos vinculados o inscritos en sayce o fenarpe que son de cierta manera las entidades que controlan este tipo leyes. En lo personal no me interesa “los beneficios” que me puedan ofrecer dichas instituciones.

Análisis Entrevista.

“La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.”

La entrevista fue realizada a reconocidos representantes de los géneros independientes alternativos que al mismo tiempo cumplen función de gestores culturales, con vasta experiencia y precursores cada uno en su estilo, este detalle también se seleccionó cuidadosamente, para conocer la realidad de los mismos desde diferentes ángulos.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

Para los implicados hay una baja aceptación, y ha ido disminuyendo con el pasar del tiempo. Es evidente que una nula difusión hace que la gente opte por escuchar otro tipo de música. Esto afecta a los eventos que realizan porque tampoco existe mucha asistencia.

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

Complicado, es la palabra con que lo definieron. La mayoría de ellos deben dedicarse a otras actividades que les generen economía para poder salir adelante con sus proyectos artísticos. Además de sufrir de discriminación y falta de espacios de difusión.

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

Por su esencia de rebeldía y protesta, se mantienen reticentes al involucramiento político, pero aceptan que sería de ayuda que se manejen políticas favorables a los artistas locales, como menos impuestos en realización de eventos, e inversión en los proyectos de los músicos.

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

En cuestión de existencia y evolución confirman que siguen en la palestra, con la misma fuerza, la misma originalidad pero evolucionados, con un arma, que es el

medio digital. Pero siempre se enfrentan a las mismas trabas, es como si la que no evolucionara es la sociedad.

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

Un no es lo que respondieron en resumen, sienten que la sociedad solo consume lo que les ofrecen, y se muestran indiferentes a expresiones alternativas.

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

En definitiva si, su meta es llegar con un mensaje y crear revolución. Nadie crea un trabajo y se lo queda para si mismo, esto no quiere decir que estén interesados en la sobreexposición, su meta es la construcción de identidad.

¿Son importantes para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

A pesar del notarse cierto resentimiento en su discurso en cuestión de los medios tradicionales como la radio, debido al rechazo al que sufren hasta hoy, su interés es el de brindar nuevas alternativas a los oyentes que están acostumbrados al mercado industrial de la música.

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido?

Coinciden en que en cuestión de contenido las bandas alternativas independientes tienen mensaje, identidad, originalidad, superan por mucho al material comercial. Pero que en cuestión de calidad no cuentan con los medios económicos para estar al nivel de la industria musical comercial. En la sociedad, como en la mayoría de los casos, se juzga la forma y no el contenido.

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

No se sienten beneficiados en ningún sentido. Falta variedad en la programación radial.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Luego del resultado de la investigación tanto a la audiencia de la radio en la ciudad y a los artistas independientes se llega a las siguientes conclusiones.

- Que la ciudadanía en realidad no tiene conocimiento sobre lo que es la música alternativa independiente, y los medios de comunicación tienen mucha responsabilidad sobre esta situación.
- Que tienen una visión muy limitada acerca de los artistas y su forma de manifestación, se deja llevar especialmente por la parte estética, y por lo que los medios transmiten imponiendo estándares.
- Que la programación que ofrecen las radios, se limita solo al entretenimiento.
- Que gran parte de la sociedad cree que lo que suena en la radio es lo mejor y desconoce mucho el aporte artístico local, generando un vacío cultural enorme así como de falta de identidad.
- Que las radios no brindan espacio a los géneros alternativos, la industria musical no da cabida a lo local.
- Que la sociedad no encuentra alternativas, diversidad en las programaciones radiales y termina consumiendo lo mismo de siempre.
- Que la radio como el resto de los medios de comunicación, tiene la obligación de brindar espacios que generen en la sociedad evolución, tolerancia, y nuevas alternativas.
- Que las personas que están en la radio, tienen poco conocimiento de géneros musicales diversos, se limitan a lo establecido y no se capacitan ni investigan. Se enfocan en la parte económica.
- Que la falta de difusión de géneros alternativos independientes, no permite que los artistas subsistan de su arte ni evolucionen.
- Que cada vez es mayor la proliferación de material de bandas en la escena independiente, pero que al mismo tiempo se van desvaneciendo por la falta de apoyo

RECOMENDACIONES

- Principalmente un cambio de actitud de la gente en las radios, basta de ver al producto nacional como una imposición y con desprecio, valorizando mega producciones extranjeras.
- Analizar los productos artísticos más por el contenido que por la forma, con referencia a los estándares técnicos para sonar en las radios.
- Que exista diversidad de géneros musicales en las radios.
- Contar en su staff con gente especializada en géneros musicales alternativos mucho más en bandas nacionales.
- Dar preferencia y ciertos consentimientos al producto alternativo independiente, en cuestión de los estándares para sonar en la radio. Los artistas independientes no están en la capacidad de invertir en mega producciones, pero si tienen toda la habilidad de presentar un contenido ingenioso, que muestra en mucho de los casos la realidad de su entorno, que sacude a la gente la hace pensar.
- Permitir en la programación radial espacios alternativos donde la audiencia tenga la oportunidad de conocer y saber discernir.
- Un programa de música alternativa independiente en cada radio, es mucho más enriquecedor, cuenta con especialistas que nutrirán a los escuchas sobre los géneros, ideologías tipo de música entre otros, aportando al crecimiento de la sociedad.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS:

Título: Programa Radial “La Caída”

Institución ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Beneficiarios: Audiencia, artistas, radio.

Ubicación: cantón Ambato (Provincia, Tungurahua)

Equipo Técnico Responsable: Bianca German

Tiempo para Ejecución: Junio 2018

Antecedentes de la Propuesta.

El resultado de esta investigación ratifica las interrogantes que motivaron para la implementación de este trabajo. La percepción de la sociedad hacia la música alternativa independiente y sus representantes, es muy básica, raya en lo discriminatorio. Los medios de comunicación no generan una sociedad crítica ni exigente, solo sociedad de consumo, impone patrones, de comportamiento, estéticos, deformando a la sociedad tiñéndola de una doble moral donde se consienten programaciones de contenidos ordinarios, vacíos los programas radiales, con escasas excepciones, han caído en un circo de vulgaridad e irrespeto al público, incluso algunas personas que conducen estos shows no tienen ni un básico conocimiento sobre cultura general, y como resultado, sus programas son faltos de información de cultura y arte, que no aportan en absolutamente nada, despojando a la audiencia de su identidad, alimentando el consumo y endiosamiento de lo de fuera, promoviendo la mediocridad y la costumbre de pensar que el país no cuenta con representantes artísticos de calidad. Pero como es popular y vende, tiene carta libre de ocupar los espacios públicos que deben ser utilizados para engrandecer a la sociedad ampliar su mentalidad. Es así que las personas, rechazan las manifestaciones culturales que no siguen estos patrones, se escandalizan de un género musical estridente, que exprese realidades crudas en sus contenidos con mensajes que les hace pensar que está sucediendo a su alrededor.

Como hemos mencionado reiterativamente a lo largo de este trabajo los medios son los llamados a la construcción de una población, exigente habida de conocimiento, crítica. La sociedad merece programación que le dé en que pensar, que sea entretenida sin tener que recurrir a un humor que fomente la homofobia el machismo en fin, formas ofensivas, La radio debe brindar espacio para las manifestaciones locales y nacionales. Es necesario un espacio donde se difunda material alternativo independiente e información sobre los mismos.

Justificación

Es importante recordar que la radio es un medio al servicio de la sociedad, los artistas alternativos independientes deben ejercer a su derecho de acceder a los espacios de expresión, caso contrario se estaría vulnerando sus derechos. La ley ordena que se difunda el 50% de contenidos locales, pero en estos no se refleja la necesidad de los artistas de géneros alternativos independientes.

Esta propuesta tiene un interés en invitar a la sociedad a analizar qué es lo que los medios están considerando como música nacional, además demostrarle a los mismos que no solo existe pop y grupos de los 80, bandas muy reconocidas que marcaron épocas, nadie pretende desconocerlas, pero en el abanico musical actual hay una evolución de géneros y una cantidad impresionante de material de calidad, y deben ser difundidos.

El impacto que se pretende generar en la audiencia es con el fin de que se empiecen a conocer estos géneros, que la gente encuentre la posibilidad de decidir que escucha y porque, que tenga los argumentos para decidir si algo le gusta o no y porque, pero con conocimientos, que encuentre su identidad real.

Este proyecto será beneficioso para los músicos quienes podrán difundir sus trabajos, encontraran nuevos adeptos y críticos, motivándolos a seguir adelante, también los medios se verán beneficiados al contar con una programación diversa, con un nuevo público, y el beneficio de cumplir con la sociedad, además de la audiencia quienes adquirirán conocimientos nuevos que enriquecerán su cultura, y obtendrá un cambio

de mentalidad. La sociedad en si se ve beneficiada.

El proyecto es ejecutable ya que la radio es un medio muy aceptado por la población que llega a puntos donde aún no han podido llegar otros medios. Este es un aspecto importante para tomar en cuenta en el momento de querer llegar con un mensaje a la mayoría de la población y porque no decirlo a la que más falta le hace.

Objetivos:

Objetivo General.

- Diseñar y ejecutar el programa radial “La Caída”

Objetivos Específicos:

- Creación de la plantilla del programa.
- Elaboración de presencia en redes sociales.
- Socialización del proyecto a los artistas independientes, por medio de redes sociales invitándolos a compartir su material para difundir.
- Adquisición del material discográfico de la escena alternativa independiente, que haga falta.

Análisis de factibilidad

Factibilidad Legal: Este estudio tiene como fin, informar educar y apoyar a la difusión de trabajo de artistas locales de géneros alternativos independientes.

La presente propuesta se apoya en lo estipulado en los artículos que rezan en las principales normativas que rigen en el país.

Constitución de la República del Ecuador.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos,

educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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 acceso a expresiones culturales diversas.

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. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

La difusión que exigen las leyes sea del 50% de música nacional no refiere a géneros por lo tanto la programaciones se dedican a promocionar la música comercial dejando de lado a los géneros alternativos independientes.

Factibilidad Política: La elaboración de un proyecto radial para la difusión del trabajo de artistas de música alternativa independiente local y nacional en la radio FM. Cumple un papel positivo para la sociedad, no infringe ninguna ley, no es discriminatorio, no crea violencia no genera proselitismo religioso ni político.

Factibilidad Tecnológica: Para la realización de este trabajo se cuenta con el material tecnológico necesario. En el caso de las entrevistas contamos con grabadoras, cámaras, micrófonos entre otros. Así como de computadora para edición e internet.

Factibilidad Socio Cultural: El tema de la música en la sociedad es un fenómeno que genera varias transformaciones a lo largo de construcción de identidad. La cultura se alimenta de la influencia de las demás por lo tanto la música aporta un papel muy importante en esta cimentación.

Factibilidad Económica: Los montos destinados para este proyecto corren por cuenta de la persona a cargo Bianca German.

Fundamentación

Es evidente que los resultados presentados en este trabajo reflejan que la percepción de la audiencia hacia los artistas alternativos independientes es un tanto discriminatoria, y que esto se debe en gran parte a la programación sesgada que los medios de comunicación brindan a su público, donde no existe espacio para la música alternativa independiente, además que es necesario exigir un nivel más elevado en los contenidos de los medios de comunicación entre ellos la radio. Basados en estos resultados es prominente y necesario la implementación de espacios de música alternativa. Con este proyecto se quiere aportar al esfuerzo de los artistas independientes quienes necesitan espacios para difundir su mensaje mediante el arte, y al desarrollo de una sociedad que debe tener alternativas para promover su conocimiento, encontrar su identidad, y enriquecer su cultura.

Difusión.

“Divulgar y Vulgarizar, conviene acercarse a las definiciones que el DRAE aporta de los verbos divulgar y vulgarizar. Según el DRAE (Diccionario de la Real Academia Española):

Divulgar (Del Lat. Divulgare) tr. Publicar, extender, poner al alcance del público una cosa. (s/v)

Vulgarizar. (Del lat. Vulgaris vulgar) tr. Hacer vulgar o común una cosa // 2. Exponer una ciencia o una materia técnica cualquiera, en forma fácilmente asequible al vulgo. // 3. Traducir un escrito de otra lengua a la común y vulgar. // 4. prn. Darse uno al trato y comercio de la gente del vulgo o comportarse como ella. (s/v)

Se puede apreciar que el segundo término incluye un significado peyorativo que se trasluce también en el habla coloquial, hasta el punto que se puede utilizar como un insulto (vulgar). Esta connotación negativa no existe en el primer verbo. Ambos términos coinciden en la segunda forma de la voz vulgarizar: “exponer una ciencia o una materia técnica cualquiera en forma fácilmente asequible al vulgo”. Y aun así la palabra vulgo resulta poco respetuosa para definir al conjunto de la población.

Es precisamente por esta circunstancia que en castellano se prefiere siempre la primera acepción ya que carece de esas connotaciones negativas. En Francia, por ejemplo no se hace esa misma distinción y se utiliza más el verbo vulgariser en lugar de divulguer en los textos que hacen referencia a la divulgación científica. En cualquier caso, y eliminando esta concepción peyorativa, es interesante resaltar que bajo los términos de divulgación vulgarización existen dos conceptos fundamentales y complementarios:

- a) Extender algo entre la población. Es decir, DIFUNDIR*
- b) Hacerlo asequible e inteligible para esa población.*

Sobre la base de estas dos acciones fundamentales se puede explicar la divulgación como la difusión o extensión de algo de una forma asequible e inteligible para la población. Evidentemente el verbo contempla muchas aplicaciones distintas, a veces solo con el primer sentido: el de difundir.” (Belenguer, 2003)

Comunicación

La cultura y la formación de la identidad necesitan de políticas comunicacionales, que generen esa coyuntura que anime una a la otra.

“El señalamiento de aquellas disciplinas que han posibilitado establecer un campo de emplazamiento e intersección de las políticas de comunicación y de la identidad cultural, habrá de constituir nuestro primer cometido. Dicho campo estará conformado por una especie de triada, la que constituyen esfera comunicativa, esfera cultural y esfera política, de la que parten ciertas estrategias cuya incidencia se apreciará en las dos primeras. Queda designado, de este modo, un triple campo empírico que exige, a su vez, ser acometido desde una pluralidad disciplinar que permita su exploración rigurosa, en tanto ajustada a las tres esferas, equilibrada pues y específica, de tal campo de relaciones que, si bien no es novedoso, adolece todavía de una impresión epistemológica.

Pues bien, en el punto de partida, en el origen del acontecimiento de un lugar común habitado por procesos comunicativos y procesos culturales, se halla una tradición

teórica de talante sociológico orientada a reflexionar sobre la incidencia de los medios de comunicación de masas –comenzamos, de este modo, a acotar la esfera de lo comunicativo en tanto esfera de la producción mediática de comunicación- en la configuración de modelos culturales definatorios de las sociedades post-industriales. Así, al amparo de la Sociología del conocimiento como de la sociología de la cultura- en cuya línea se situarían Max Weber o el propio Cassirer- surge un concepto de cultura, en cierta medida racionalista, que la plantea como un surtidor de esquemas [Muñoz, 1995: 12]. ”

(López, 2007)

Plan de acción

Tabla No. 16 Plan de Acción

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable
Crear	Creación de la plantilla del programa.	Preparar el modelo del programa	Materiales de oficina	Bianca German
Elaborar	Elaboración de presencia en redes sociales.	Creación de perfiles en las principales redes sociales.	Computadora Internet	Bianca German
Socializar	Socialización del proyecto a los artistas independientes.	Comunicación con los artistas mediante los muros de redes sociales.	Computadora Internet	Bianca German
Adquirir	Adquisición del material discográfico de la escena alternativa independiente.	Luego de la comunicación con los artistas se debe recopilar su material nuevo así como también el material de los artistas nuevos	Humano Económico	Bianca German

Fuente: Bianca German

Elaborado por: Bianca German.

Plantilla del programa.

1. Público objetivo.

El programa tiene como fin la difusión del material discográfico de los artistas alternativos independientes del país y especialmente de la provincia, así como también información sobre su trabajo, trayectoria, intereses, sueños, entre otros. La meta es llegar a la mayor parte de la población.

Dirigido a hombres mujeres

Adolescentes

Jóvenes

Adultos

2. Objetivos.

- Difundir el material discográfico de las bandas y artistas locales y nacionales de música alternativa independiente.
- Brindar espacio para que los artistas expresen y compartan una parte de su vida sus metas entre otros.
- Generar un espacio de información para que la población cambie su percepción hacia los artistas alternativos independientes y conozcan su trabajo.
- Crear un espacio de diversidad musical en la radio. De este modo lograr abrir las puertas para más espacios de propuestas alternativas en toda la frecuencia radial.

3. Nombre del Programa y Frecuencia.

Programa:

“La Caída” (el que no cae, se aburre)

Caída, termino juvenil que hace referencia a la asistencia a un evento en particular, un concierto, una fiesta, una reunión de amigos. Enfocados en este concepto va el slogan, que invita a pasar un momento ameno. Tomado del refrán (en la casa del jabonero el que no cae resbala), adaptado ingeniosamente para el nombre del programa.

Transmitido por Bonita FM 93.7

1. Periodicidad.

De lunes a viernes de 16h00 a 18h00 horas.

2. Tipo de locución y música.

Conducción Bianca German.

Estudiante de comunicación social ex productora y conductora del programa radial “La Yapa” difusor de música alternativa independiente (2004).

Además de los invitados que compartirán el micrófono a manera de conductores secundarios.

El espacio es netamente para difusión musical alternativa independiente. (rock, reggae, electrónica, rap, hip hop, indie y los ritmos que se presenten ya que este género se mantiene en constante evolución).

3. Relación con el público

El público podrá interactuar mediante todas las alternativas comunicacionales, llamadas telefónicas, mensajes, redes sociales en fin, todas las que se encuentren a disposición.

4. Contenidos.

El programa cuenta con los siguientes contenidos.

Música.

Bienvenida y entrevista de invitados.

Entrevistas

Reportajes

Invitado del mes

Especiales

Análisis y recomendación de lecturas

Análisis y recomendación de películas

Segmento de concursos.

Sección de difusión e invitación a eventos.

Revisión y recomendación de agenda cultural de la ciudad.

Redes sociales.

Una vez constituido el programa y definido su día y horario se procederá a la elaboración de los perfiles en las principales redes sociales.

Facebook

Twitter

Instagram.

Youtube

Es la manera más efectiva de llegar a la mayor cantidad de público y de manera inmediata.

Socialización.

La forma de comunicación que se ha elegido para promocionar la transmisión con las bandas, compartir su trabajo y mantener el contacto para su participación en el programa, es por medio de las redes sociales. Las formas de comunicación han evolucionado, en la actualidad es más sencillo, quedar en una cita, hacer y aceptar una invitación y compartir eventos, a diferencia de la formalidad que conllevaba este tipo de actividades. Como se ha mencionado las redes sociales son la estructura más eficaz para publicitar un evento, producto, negocio, idea. Por lo tanto es el medio preferido para los artistas y la publicación de sus trabajos. y la forma que nos permitirá obtener su participación.

Adquisición.

Para la implementación del programa, contamos con una gran cantidad de material discográfico de las bandas. Es de suma importancia recopilar el material nuevo de las mismas y además el nuevo trabajo de las mismas y artistas que han surgido recientemente y a lo largo de este periodo. Este trabajo puede ser de manera digital o en físico según como sea la predisposición de las representantes de estos géneros. Lo importante es obtenerlos de manera directa de los mismos dueños de los trabajos.

Administración de la Propuesta

Tabla No. 17 Administración de la propuesta

Actividad	Recursos Humanos	Recursos Materiales	Recursos Tecnológicos	Recursos Financieros
Producción del programa radial “La Caída” difusor de música alternativa independiente local y nacional.	Investigadora: Bianca German Músicos Productores Gestores culturales	Materiales de oficina: papel Esferográficos Cartulinas otros	Cámaras Grabadoras Computadora Internet	Autofinanciación

Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

Evaluación.

Tabla No. 18 Evaluación

Preguntas Básicas	Explicación
¿Qué evaluar?	La difusión de la música alternativa independiente en el programa radial.
¿Quién evalúa?	Bianca German
¿Para qué evaluar?	Para obtener resultados, y realizar mejoras.
¿Cuándo evaluar?	En el momento de ejecución del programa
¿Dónde evaluar?	En la audiencia de la radio de la ciudad de Ambato
¿Cómo evaluar?	Mediante la interacción del público con el programa

Fuente: Bianca German
Elaborado por: Bianca German.

BIBLIOGRAFÍA:

1. TOBAR, Claudia, “Beneficios de la Música en el aprendizaje”
http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_06/0018_para_el_aula_06.pdf
2. Aristóteles, Política, Libro 8, 1339b43-1340a43.
3. VILLACRES, María “ La Nueva Canción en el Ecuador a través de la Voces de Jatari, Quito 1972-1984 ”
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10788/6.6.000671.pdf?sequence=4>
4. http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/musica_ecuatoriana_alternativa_debe_tener_mas_aceptacion_en_medios_de_comunicacion_segun_productora_musical_audio--104706
5. ADOUM, Jorge, ” ECUADOR, señas particulares”, Editorial Eskeletra.1997. Quito. Pág. 28-29.
6. RODRIGUEZ, Pablo. “La tarde de las melenas caídas”
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/la-tarde-de-las-melenas-caidas>
7. CONDO, Hernán y PINTA, Geovanny, “Tratamiento música Ecuatoriana en la radio Ambato”, 1997. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato.
8. VITERI, Juan P., “Música y globalización: hardcore y metal en el Quito del siglo XXI” <http://hdl.handle.net/10469/6289>
9. BUSTAMANTE, Janio y CEPEDA, Julio, “análisis de la música independiente en la ciudad de Guayaquil para la creación de una sección en una revista”
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2187>
10. CABEZAS, Vladimir “Propuesta comunicacional para la promoción y difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana, mediante la realización de una página web y el apoyo de la comunicación 2.0”
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1963>
11. DOROTHY, Hyde. Resumen historia de la Música. <http://www.h-y-d-e.com/la-historia-de-la-musica-alternativa-en-un-mapa-de-coleccion/4653>
12. VEGA, Carolina “Impacto de los medios alternativos en la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana caso de estudio: Radio COCOA”

- <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4194>
13. MUNNSHE, Jorge. Tipos de música alternativa
<http://www.amazings.com/articulos/lamna.html>
 14. VIVAS, Rodrigo, “Desarrollo Humano Sostenible y Cultura, Caso: Escena Musical Independiente de la Ciudad de Quito”.
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10055>
 15. LAMACCHIA, María, “LA MÚSICA INDEPENDIENTE EN LA ERA DIGITAL”
http://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/727/TM_2017_lamacchia_008.pdf?sequence=1
 16. LEZAMA, Marco. Comunicación Etimología, perspectiva y actualidad
<https://marcoslezamasierravigas.wordpress.com/2013/04/15/comunicacion-origen-etimologico/>
 17. WATZLAWICK, Paúl. “TEORIA DE LA COMUNICACION HUMANA”
Editorial Herder, 1985. Barcelona. Pág. 49
 18. MONTERO Julio, RUEDA José, “Introducción a la Historia de la Comunicación” Editorial Ariel S.A. 2001. Barcelona. Pág. 27
 19. GOMEZ, Cesar <https://es.scribd.com/doc/55435366/Niveles-de-comunicacion>
 20. PEREZ Julián, GARDEY Ana. <http://definicion.de/medio/>
 21. UCHA, Florencia. Masivo concepto.
<https://www.definicionabc.com/social/masivo.php>
 22. CARO, Francisca <http://www.monografias.com/trabajos88/medios-masivos-de-comunicacion/medios-masivos-de-comunicacion.shtml>
 23. PEREZ, Julián, GARDEY, Ana. Radio definición. <http://definicion.de/radio/>
 24. Gran Diccionario de la Lengua Española. Difusión significado.
<https://es.thefreedictionary.com/difusi%C3%B3n>
 25. GONZALEZ, Mauro <https://prezi.com/jlj3d0w7gfuv/medios-de-difusion-musical/>
 26. RAE. Decrecimiento significado.
<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=disminuci%C3%B3n>
 27. RAE. Artístico definición.
<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=art%C3%ADstico>

28. DIAZ, Octavio. “La calidad no cuesta: el arte de cerciorarse de la calidad”
Editorial CECSA. 1987. México. Pág. 21
29. GARDEY, Ana. Concepto de Migración. <https://definicion.de/migracion/>
30. CHERRES, José. Producción de radio.
https://prezi.com/pceks_koh1cz/que-es-la-produccion-radiofonica/?webgl=0
31. MERINO, María. Programación radial. <https://definicion.de/programa-de-radio/>
32. UCHA, Florencia. Desconocimiento definición.
<https://www.definicionabc.com/?s=Desconocer>
33. SEIJAS, Pablo. La música comercial y la música no comercial
<http://www.sineris.es/jcftinpan.html>
34. GRIFFITH, Virgil. Demostrado: los fans del «reggaetón» tienen un cociente intelectual más bajo que el resto.
<http://www.abc.es/cultura/musica/20141024/abci-reggaeton-inteligencia-baja-201410241124.html>
35. TORRES, Cristian. Particularidades de la industria discográfica en el siglo XXI
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/>
36. MERINO, María. Definición de arte. <https://definicion.de/arte/>
37. PEREZ, Julián. Definición de comercialización.
<https://definicion.de/comercializacion/>
38. GARDEY, Ana. Definición de Semiótica <https://definicion.de/semiotica/>
39. Diccionario de la Lengua Española <https://definicion.de/significado/>
40. REINO, Pedro, “Dialectología, Apuntes para el estudio de, El Español en el Ecuador”. Ed. PÍo XII. 1990. Ambato, 1990, Pág. 12.
41. ADRIANI, Luis. Revista HUELLAS No 16 artículo Reseñas Bibliográficas
Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes pág. 167
<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/huellas/v16a11educ.pdf>
42. NAVARRO, Javier. Definición Intolerancia. <https://www.definicionabc.com/?s=>
43. GARCIA, Carlos. Construcción Social
<https://teodulopezmelendez.wordpress.com>
44. <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presento-al-mundo-si-tu-las-ves-video-musical-de-nicky-jam-filmado-en-ecuador/>.
45. MERA, Juan L, “Cantares del Pueblo Ecuatoriano”, Clásicas Ariel, No. 43,
Guayaquil-Quito, Publicaciones Educativas Ariel s.a., pp. 15-36.

46. BELENGUER, Jané, M. (2003). Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 9, 43-53
47. LOPEZ, Antía. “POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CULTURAL: estrategias gubernamentales sobre la Comunicación Social”, Universidad de Santiago de Compostela. 2007.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

ENCUESTA:

Público: Audiencia de radios ciudad de Ambato

Adolescente joven adulto

¿Conoce usted lo que es Música Alternativa Independiente?

Sí No

¿Cuál es su género musical preferido?.....

¿Cree usted que existe música alternativa en la ciudad de Ambato?

Sí No

¿Qué grupos?.....

¿Qué géneros?.....

¿Cree usted que los artistas que suenan en las radios son los mejores?

Sí No

¿Porque?.....

¿Qué concepto tiene usted sobre los representantes de estos géneros?

Son: Artistas Talentosos Raros Vagos

¿Porque?.....

¿Qué piensa usted de la música alternativa independiente?

Buena Mala Regular

¿Porque?.....

¿Ah escuchado en las radios de su ciudad, géneros de Música Alternativa Independiente?

Sí

No

¿Donde?.....

¿Cree usted que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir música alternativa independiente?

Si

No

¿Porque?.....

¿En qué beneficiaria que la ciudadanía consuma música alternativa independiente?

Indique sus razones.....

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La difusión musical en la radio, y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

¿Cómo es la acogida en la ciudad de Ambato a los géneros alternativos independientes?

¿Cómo es ser un artista alternativo independiente en esta ciudad?

¿Qué tipo de apoyo sería beneficioso para los artistas alternativos de parte de las autoridades?

¿Cómo está la situación para los géneros alternativos a referencia de años atrás?

¿Cuentan los Artistas alternativos con respaldo de la sociedad?

¿Les interesa a los artistas alternativos difundir su material?

¿Son importantes para un músico alternativo independiente, los espacios de difusión en las radios?

¿Frente a los géneros comerciales difundidos en la radio, en qué nivel se encuentran los artistas alternativos independientes, calidad, cantidad, contenido etc ?

¿Encuentran los artistas alternativos independientes, algún beneficio en la ley del 1x1 o 50 % de la ley orgánica de comunicación?

**Análisis de contenido de música comercial versus música alternativa
independiente.**

Lo que suena en la Radio tradicional FM

Interprete: RD Maravilla

Tema: Hola bebe

Mr bombo tan listo

Hola bebe tu como estas?

Me gustas mucho morena

Ella me dice que es bien seria

Que respete que no insista que

No lo piense ni por un segundo

“nena disculpa mi

Atrevimiento pero esta

Noche de que te lo

Hundo te lo hundo”

De que te lo hundo te lo hundo

De que te lo hundo te lo hundo tu te

Pones bruta y yo me pongo bruto y...

De que te lo hundo te lo hundo

Esta noche no es normal va a

Ser espectacular me lo dijo

En un mensaje subliminal

Ella quiere que le meta

Que la someta que la

Agarre y que le de un

Besito en la teta

Tú te haces la dura pero yo sé que te gusta

Música que no es difundida en medios

Interprete: Cafetera Sub

Tema: Microcosmos

Piensa libérate del esquema habitual

en tu vida permanecerá tu voluntad

has hecho mal has querido estar a su

lado para no pensar por ti te han

lastimado y a mí también sentí

cercado el camino de tu libertad ha

sido fácil no querer cambiar, /gastas/

ignorar que vas más allá, /tiemblas/

falta de unión y comprensión /en ti/

no es solución es auto destrucción y

si miras hacia atrás, ya no verás un

simple ser maquillado ocultándose

mirando siempre en alto no siembres

mala vida será fácil perdonar sabrás

dar cambios positivos mírame no te

mimiento apresúrate es la oportunidad

libérate, oxigena tu mente sin

abismos no la envuelvas y conviértas

en prisión mirando siempre en alto

/sabrás que hacer/ no siembres mala

Vida será fácil perdonar /prepárate/

sabrás dar cambios positivos eso durará por

siempre /confía en ti/ así

como mi salvación no es por nada

ese sufrimiento /resiste/ he sabido dar mi

comprensión.

Conciertos Música Alternativa Independiente

Autoría: Bianca German



PAPER

LA DIFUSIÓN MUSICAL EN LA RADIO Y LA PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA SOBRE LA MÚSICA ALTERNATIVA INDEPENDIENTE EN LA CIUDAD DE AMBATO

Universidad Técnica de Ambato
Bianca Azucena German Ramírez

RESUMEN.

El propósito de este trabajo de investigación arrojó como resultados que los espacios radiales, son importantes para la difusión de los artistas locales de música alternativa independiente, así como también para la idea que la sociedad se hace de estos representantes. La música alternativa independiente refleja la realidad que los interpretes de estos géneros encuentran a su alrededor, la música es la forma que ellos eligen para manifestarse. Su intención es llegar con un mensaje a la sociedad mas no el de estar en primer lugar del ranking semanal. En las radios de la ciudad no se difunde la música de los artistas locales.

La Ley Orgánica de Comunicación que rige en el país, dictamina la difusión de música de artistas nacionales, pero no especifica ni menciona la diversidad de géneros por lo tanto la programación de la radio no es inclusiva.

Se deben implementar espacios de música alternativa independiente en las programaciones radiales. Los artistas nacionales no deben renunciar a su derecho de expresión y difusión de sus trabajos. La radio tiene el deber de brindar una programación variada a sus oyentes, generarles alternativas que los enriquezcan culturalmente, difundir el trabajo nacional especialmente local, ser inclusivos y diversos, presentar programaciones de calidad.

Palabras clave: Difusión, Programación Radial, Música Alternativa, Audiencia, Intérpretes.

ABSTRACT

The purpose of this research project was to show that radial spaces are important for the diffusion of local independent alternative music artists, as well as for the idea that society makes of these representatives. Independent alternative music reflects the reality that the performers of these genres find around them, music is the way they choose to manifest themselves. His intention is to arrive with a message to society but not to be in first place in the weekly ranking. The music of local artists is not broadcast on the radios of the city.

Broadcast. Independent Artists

The Organic Law of Communication that governs the country, dictates the dissemination of music by national artists, but does not specify or mention the diversity of genres, therefore radio programming is not inclusive.

Independent alternative music spaces should be implemented in radio programming. National artists must not renounce their right of expression and dissemination of their work. The radio has the duty to provide varied programming to its listeners, generate alternatives that enrich them culturally, disseminate the national work especially local, be inclusive and diverse, present quality programming.

Keywords: Broadcasting, Radio Programming, Alternative Music, Audience, Interpreter.

Introducción.

La música genera sensaciones que dan identidad, bienestar, unión, amistad, aceptación. Es un fenómeno que traspasa fronteras. Y cumple un papel fundamental en las sociedades.

Es un tema de mucha importancia que ha sido analizado un sinnúmero de veces con diferentes enfoques, debido al gran papel que juega en la sociedad. Es importante conocer las características que identifican a los pueblos, la música es una de las principales generadoras de las mismas.

Los artistas locales no son más que el resultado de los procesos de formación de la cultura de cada localidad, los mismos que deben ser analizados y escuchados al ser sus portavoces.

La razón principal de este trabajo se debe a que los medios de comunicación en especial la radio, que ese el medio que se encuentra más cerca de la gente, no contiene, en su mayoría, espacios para música de intérpretes locales de géneros alternativos, su programación es netamente enfocada a lo comercial, su producción es básica, solo para entretener.

Esta programación influye en su audiencia, en el sentido de volverla consumista, sin intereses sociales, científicos, culturales. Y principalmente consumista de la cultura extranjera, que desconoce del trabajo hecho en casa, despreciando lo nacional, por pensar que carece de calidad.

Es importante que se empiece a combatir este tipo de discriminación que nos hacemos a nosotros mismos, que se eduque a la población, que se le brinde alternativas con las que encuentren identidad y por lo tanto se sientan orgullosos de todo lo que se puede realizar, entendiendo hasta donde pueden llegar con sacrificio y organización.

Los datos obtenidos en el trabajo de investigación, ratifica el desconocimiento de la

población con respecto al trabajo de los artistas de música alternativa independiente, por lo que se justifica plenamente la implementación de este estudio y de su propuesta, para difundir información y el trabajo de las bandas.

JUSTIFICACIÓN.

Se considera que todas las personas tienen un motor que los mueve en la vida, que rotan en torno a un interés en especial, en este caso el universo es la música, la música es el lenguaje que mueve al mundo, empujados por esta pasión, se ha visto la necesidad de realizar este trabajo para aportar con un grano de arena a los artistas alternativos en su lucha de lograr mediante su arte expresar su sentir, su identidad.

El interés por los artistas y sus manifestaciones son parte primordial del desarrollo de la sociedad. La música es una de las principales expresiones culturales que sirven para demostrar pertenencia, que da seguridad al individuo de sentirse representado y rodeado por gente afín a su modo de pensar.

Es importante mantener un estado de tolerancia por lo tanto, de respeto hacia dichas manifestaciones, no solo en pro de vivir en paz, y evitar actos represivos como el caso de la intromisión y abuso policial del año 1996 en un concierto donde cientos de jóvenes fueron torturados por vestir de negro, con cabellos largos y gustar de una música “extraña, violenta” el rock (**Rodríguez, 2016**), (*Artículo tomado del Diario El Telégrafo, sección Cartón Piedra*), sino también a favor del arte para que este siga evolucionando, a favor de la sociedad para que su visión sea más amplia.

Esta investigación es interesante y novedosa para todos, tanto como para el que se identifica en este tema, como para aquel que no sepa nada de las culturas juveniles y deseen conocer y entender estas representaciones artísticas y sus mensajes. La sociedad se verá beneficiada con un estudio donde se llegará al punto de conocer y respetar sobre lo que sienten y hacen las personas con gustos y perspectivas diferentes, con un crecimiento artístico, una sociedad más abierta e informada, que tenga la oportunidad de encontrar su identidad sentirse representada.

El impacto que se espera será que la sociedad sepa que lo que no entienden no tiene por qué “ser malo”, ni que todo el arte debe ser “bonito”. Para ello se realizará contacto directo con todos los puntos sociales involucrados en el tema mediante entrevistas y encuestas para obtener el objetivo deseado. Ser una sociedad informada y tolerante parte también de lo que tienen a su alcance, lo que sus medios de comunicación les ofrezcan, si bien es cierto estamos en la libertad de escoger y discernir dicha información según nuestros gustos y formas de ser y pensar, pero no es justo tanto como para los receptores como para los artistas que su trabajo no tenga la misma oportunidad que otros a contar con espacios de difusión, es un derecho al que todos merecen.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

- Determinar como la difusión en la radio, incide en la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar cómo es la difusión musical en las radios de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar qué percepción tiene la audiencia sobre la música alternativa independiente.
- Proponer qué alternativa de solución existe al problema de la difusión musical en la radio y la percepción de la audiencia sobre la música alternativa independiente.

METODOLOGÍA.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

Con el presente trabajo de investigación lo que se privilegiara son técnicas cualitativas por medio de entrevistas. Además se realizaran técnicas cuantitativas orientadas a la comprobación de hipótesis poniendo énfasis en los resultados por medio de encuestas.

MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.

Para este trabajo se necesita tanto las modalidades de Investigación de Campo y Bibliográfica.

Investigación de Campo: se necesita del contacto directo con los involucrados en el análisis, como son los artistas, los seguidores y la gente de los medios, de esta manera conocer cómo repercute la difusión musical radial en la percepción de la audiencia hacia la música alternativa independiente.

Investigación Bibliográfica Documental: de actualidad, de estudios, periódicos, revistas, blogs entre otros.

Resultados.

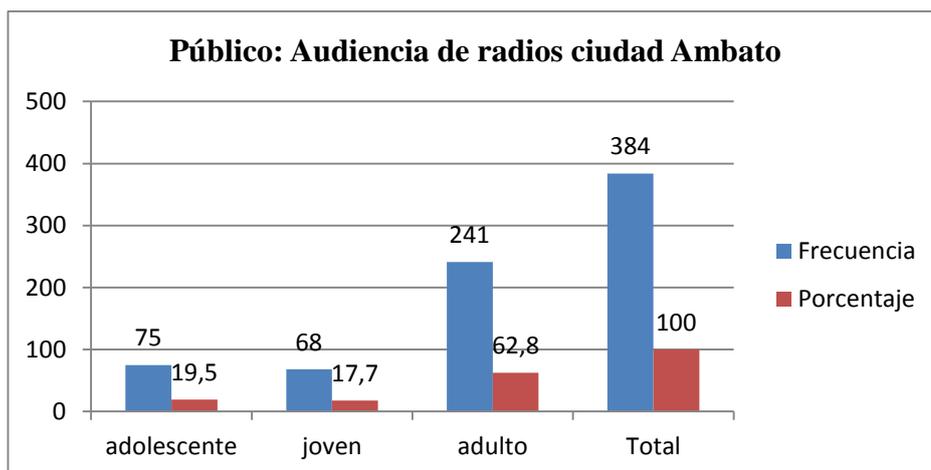
4. Público audiencia de radios de la ciudad de Ambato.

Encuesta, pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
adolescente	75	19,5
joven	68	17,7
adulto	241	62,8
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Del total de la población de 384 personas a quienes se les realizaron las encuestas, tenemos la siguiente segmentación, adolescentes en un total de 75 que representan al 19,5%, jóvenes un total de 68 que equivale al 17,7% y adultos en un número de 241 que equivalen al 62,8 %. Se ha focalizado la atención en el público adulto quienes son los que más escuchan radio, y son los del interés de esta investigación.

La audiencia de las radios de la ciudad cuenta con un público muy variado entre adolescentes, jóvenes y adultos. Entre ellos son los adultos los que más escuchan radio seguido por los jóvenes.

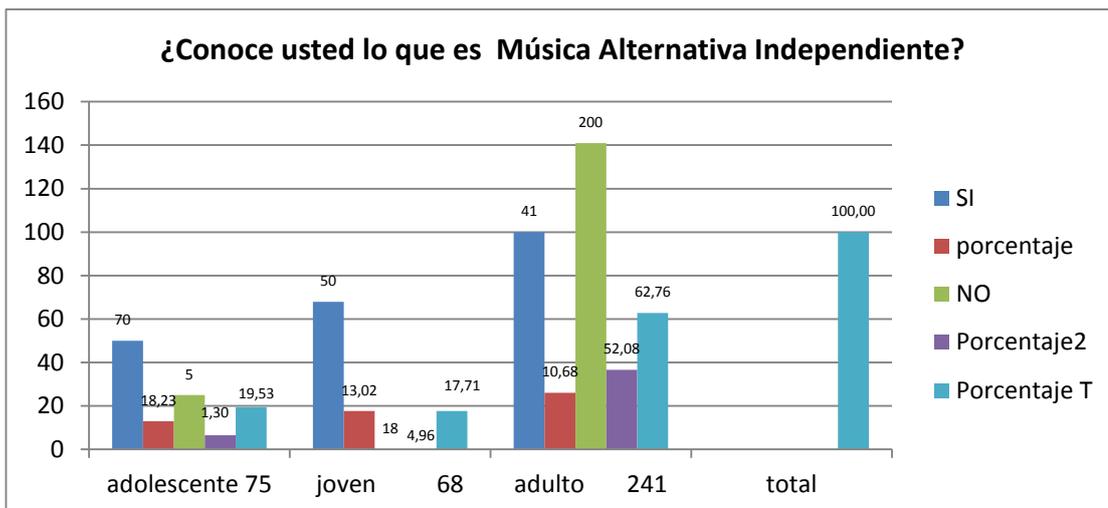
5. ¿Conoce usted lo que es Música Alternativa Independiente?

Encuesta pregunta 2

Alternativa	SI	porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	70	18,23	5	1,30	19,53
joven 68	50	13,02	18	4,69	17,71
adulto 241	41	10,68	200	52,08	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Del 19,5% de adolescentes el 18,23% conocen acerca de la música alternativa frente al 1,30% que desconocen del tema. Del 17,7% de la población de jóvenes el 13,02 conocen sobre el tema frente al 4,96 que desconocen. Mientras que del 62,76% de la población adulta solo el 10,68% de la población sabe de la música alternativa independiente frente al 52,08 que no sabe sobre la música alternativa independiente.

Entre los adolescentes usuarios de radio es un tema bastante manejado, el tema de la música de géneros alternativos, independientemente de que les guste o no. El mismo caso es en la población juvenil. Mientras que en el caso de los adultos, en su mayoría no están familiarizados con este término.

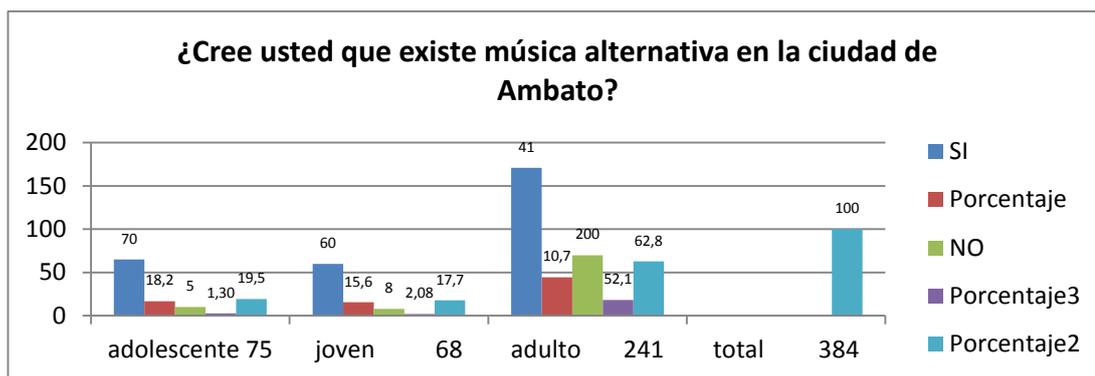
6. ¿Cree usted que existe música alternativa en la ciudad de Ambato?

Encuesta pregunta 3

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje	Porcentaje
adolescente 75	70	18,2	5	1,30	19,5
joven 68	60	15,6	8	2,08	17,7
adulto 241	41	10,7	200	52,1	62,8
total 384					100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

En torno a esta pregunta el 18,2% de la población adolescente respondió afirmativamente frente al 1,30%. El 15,6% de la población joven cree que existe mientras el 2,08% no sabe de la existencia. El 10,7% de los adultos creen que existe arte alternativo musical en la ciudad frente al 52,1% que no lo considera así.

Una vez más se recalca que independientemente de sus gustos musicales la población adolescentes y jóvenes oyentes de radios locales perciben la presencia de los artistas independientes, mientras que en el caso del último grupo de la población adulta, luego de explicarles que son géneros alternativos independientes, (utilizando para esto, características identificativas como la vestimenta por ejemplo) creen que no existe movimiento en la ciudad, y los pocos que afirmaron, piensan que son seguidores de estos géneros, pero no creen que existan intérpretes o artistas representantes de la ciudad.

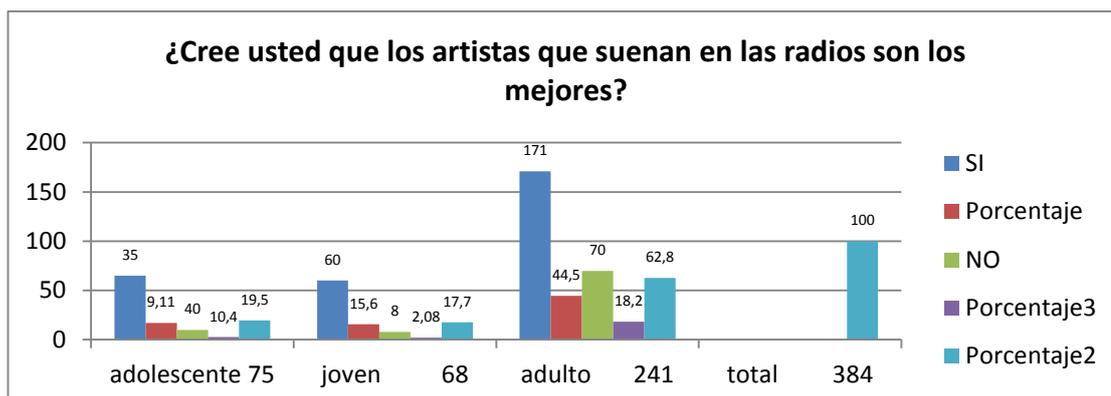
9. ¿Cree usted que los artistas que suenan en las radios son los mejores?

Encuesta pregunta 4

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje3	Porcentaje2
adolescente 75	35	9,11	40	10,4	19,5
joven 68	60	15,6	8	2,08	17,7
adulto 241	171	44,5	70	18,2	62,8
total 384					100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

En la población adolescente para el 9,11% los artistas que suenan en las radios son los mejores, para el 10,4% no lo son. En los jóvenes el 15,6% piensan que sí, frente al 2,08% que no lo ve de este modo. Para la población adulta el 44,5% respondió de forma positiva ante el 18,2% que no considera que los artistas que suenan en las radios sean los mejores.

Basados en lo que escuchan a diario en sus estaciones favoritas para los adolescentes y jóvenes, los primeros están un poco disconformes porque quisieran escuchar un poco más de sus aristas favoritos, que escuchan en fiestas, bares, discotecas y redes sociales (refiriéndose específicamente a géneros urbanos, reggaeton) ya que se quejan de que en las radios no hay mucha variedad, mientras que la población juvenil están conformes con lo que los medios les brindan y consideran que son los mejores. La población adulta de igual manera basada en la programación de su radio y su género musical preferido considera en su mayoría que estos son los mejores, por el hecho de sonar en las radios.

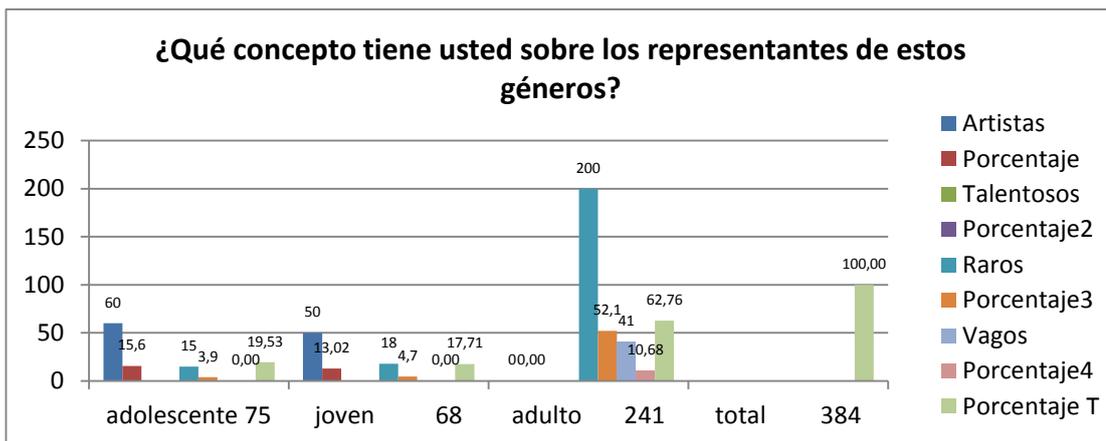
10. ¿Qué concepto tiene usted sobre los representantes de estos géneros?

Encuesta pregunta 5

Alternativa	Artistas	Porcentaje	Talentos	Porcentaje2	Raros	Porcentaje3	Vagos	Porcentaje4	Porcentaje T
adolescente 75	60	15,6	0	0,00	15	3,9		0,00	19,53
joven 68	50	13,02	0	0,00	18	4,7		0,00	17,71
adulto 241	0	0,00	0	0,00	200	52,1	41	10,68	62,76
total 384									100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

La percepción del público hacia los representantes de géneros musicales alternativos se definió de la siguiente manera, para el 15,6% público adolescente y el 13,02% del público joven los consideran artistas. Mientras que el 3,9% de adolescentes, el 4,7% de los jóvenes y 52,1% de los adultos los consideran raros. Y un 10,68% del público adulto los considera vagos. Es evidente que para el total de la población de consumidores de radio, los géneros alternativos independientes y sus representantes generan extrañeza y hasta un cierto rechazo, ya que no se encuentran familiarizados con los mismos. Confiesan que la radio va con ellos en todo momento, en la calle, buses entre otros, les toca escuchar de todo, sea o no de su preferencia. Pero estos géneros no suenan por lo tanto no saben nada de ellos.

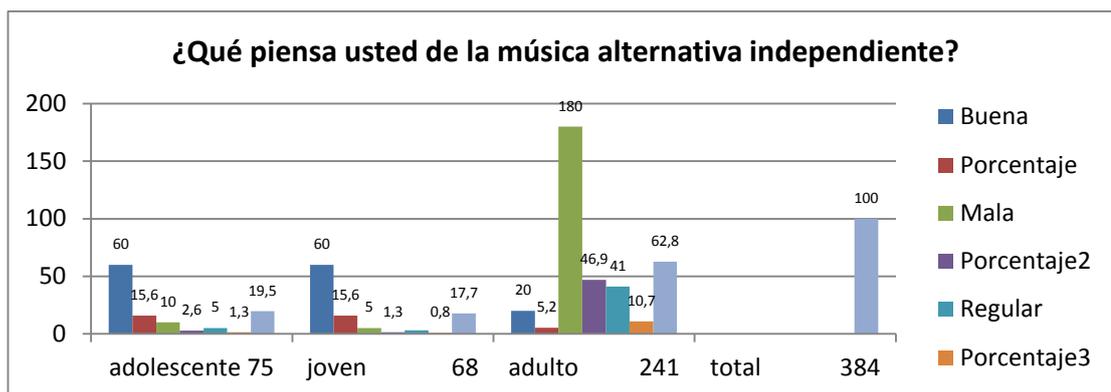
11. ¿Qué piensa usted de la música alternativa independiente?

Tabla No. 19 Encuesta pregunta 6

Alterativa	Buena	Porcentaje	Mala	Porcentaje2	Regular	Porcentaje3	Porcentaje T
adolescente 75	60	15,6	10	2,6	5	1,3	19,5
joven 68	60	15,6	5	1,3	3	0,8	17,7
adulto 241	20	5,2	180	46,9	41	10,7	62,8
total 384							100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Con respecto a las alternativas propuestas en esta pregunta el público respondió de la siguiente manera. Para alternativa Buena se receptaron los siguientes resultados adolescentes 15,6% jóvenes 15,6% adultos 5,2%. Alternativa Mala, adolescentes 2,6%, jóvenes 1,3%, adultos 46,9%. Alternativa Regular, adolescentes 1,3%, jóvenes 0,8%, adultos 10,7%.

En este caso la adolescencia y juventud se muestran un poco más abiertos, valorizando el trabajo de los artistas, recalcando nuevamente, aparte de si les gusta o no, toman en cuenta el sacrificio de los músicos. Caso contrario con los adultos que lo califican con una visión más superficial.

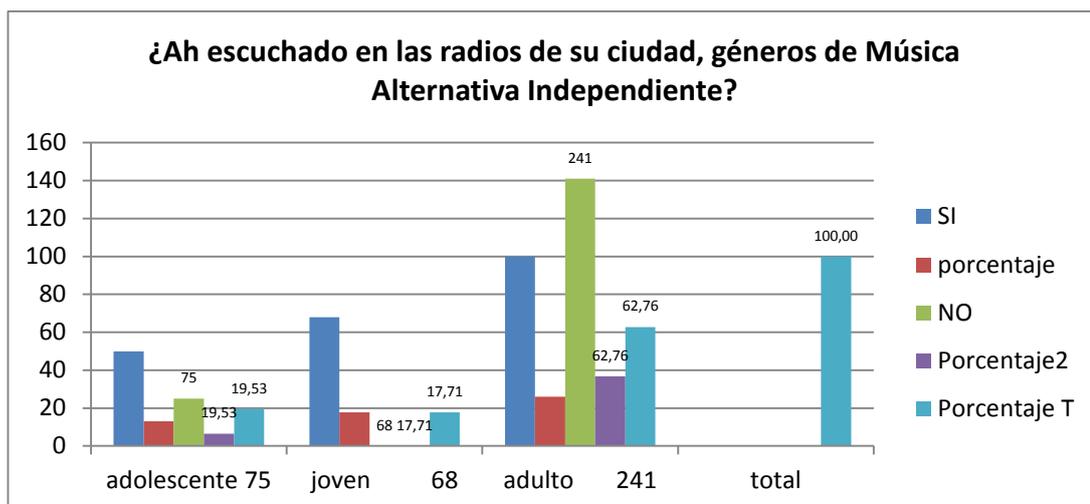
12. ¿Ah escuchado en las radio de su ciudad, géneros de Música Alternativa Independiente?

Encuesta pregunta 7

Alternativa	SI	porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	0	0,00	75	19,53	19,53
joven 68	0	0,00	68	17,71	17,71
adulto 241	0	0,00	241	62,76	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

Con respecto a la pregunta de si han escuchado géneros de música alternativa en las radios de su ciudad el 100% de los encuestados coincidió en que no escuchan géneros alternativos en la radio.

Este resultado no es de sorprender ya que la población en sus tres segmentos no ha escuchado música alternativa independiente en sus programaciones preferidas, ni escucha nada diferente, cuando atienden la radio en circunstancias ajenas a su voluntad, ejemplo en un restaurante.

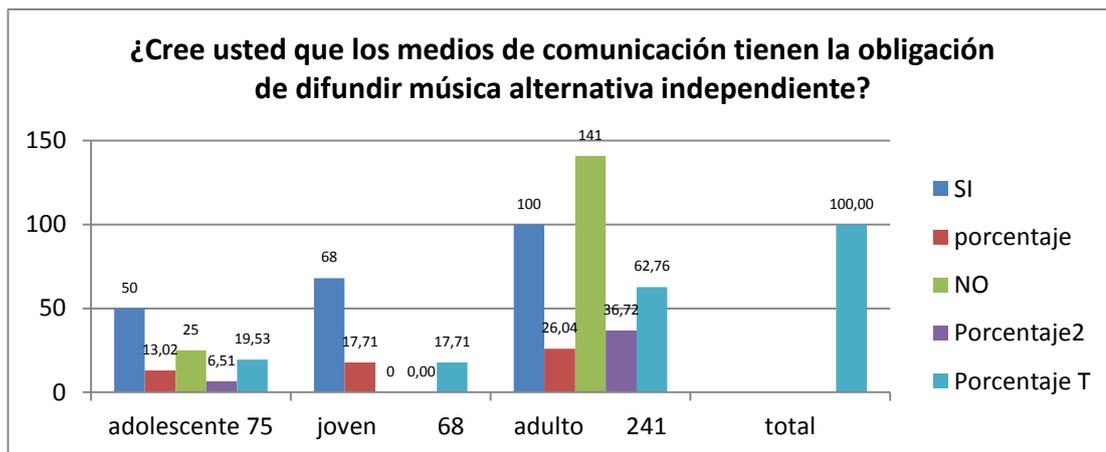
13. ¿Cree usted que los medios de comunicación tienen la obligación de difundir música alternativa independiente?

Encuesta pregunta 8

Alternativa	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje2	Porcentaje T
adolescente 75	50	13,02	25	6,51	19,53
joven 68	68	17,71	0	0,00	17,71
adulto 241	100	26,04	141	36,72	62,76
total					100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.



Encuesta pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Bianca German.

Interpretación y Análisis.

El 13,02% de la población adolescente piensa que los medios deben difundir música alternativa mientras que el 6,51% afirma lo contrario. Para la población de los jóvenes que equivale al 17,71% está de acuerdo con que es obligación de los medios en difundir géneros alternativos. Para los adultos el 26,04% está de acuerdo frente al 36,72% quien cree que no tienen la obligación.

En esta opción la población en su mayoría está de acuerdo con que los medios deben dar espacio a todos los artistas, guiados por el sentido de justicia. La población adulta da un vuelco un tanto sorprendente al aceptar que están en el derecho de tener espacio para ser difundidos, y confiesan tener algo de curiosidad. Mientras que el resto considera que nada debe ser obligatorio.

CONCLUSIONES:

- La ciudadanía en realidad no tiene conocimiento sobre lo que es la música alternativa independiente, y los medios de comunicación tienen mucha responsabilidad sobre esta situación.
- Tienen una visión muy limitada acerca de los artistas y su forma de manifestación, se deja llevar especialmente por la parte estética, y por lo que los medios transmiten imponiendo estándares.
- Que la programación que ofrecen las radios, se limita solo al entretenimiento.
- Que gran parte de la sociedad cree que lo que suena en la radio es lo mejor y desconoce mucho el aporte artístico local, generando un vacío cultural enorme así como de falta de identidad.
- Que las radios no brindan espacio a los géneros alternativos, la industria musical no da cabida a lo local.
- Que la sociedad no encuentra alternativas, diversidad en las programaciones radiales y termina consumiendo lo mismo de siempre.
- Que la radio como el resto de los medios de comunicación, tiene la obligación de brindar espacios que generen en la sociedad evolución, tolerancia, y nuevas alternativas.
- Que las personas que están en la radio, tienen poco conocimiento de géneros musicales diversos, se limitan a lo establecido y no se capacitan ni investigan. Se enfocan en la parte económica.
- Que la falta de difusión de géneros alternativos independientes, no permite que los artistas subsistan de su arte ni evolucionen.
- Que cada vez es mayor la proliferación de material de bandas en la escena independiente, pero que al mismo tiempo se van desvaneciendo por la falta de apoyo.

RECOMENDACIONES

- Principalmente un cambio de actitud de la gente en las radios, basta de ver al producto nacional como una imposición y con desprecio, valorizando mega producciones extranjeras.

- Analizar los productos artísticos más por el contenido que por la forma, con referencia a los estándares técnicos para sonar en las radios.
- Que exista diversidad de géneros musicales en las radios.
- Contar en su staff con gente especializada en géneros musicales alternativos mucho más en bandas nacionales.
- Dar preferencia y ciertos consentimientos al producto alternativo independiente, en cuestión de los estándares para sonar en la radio. Los artistas independientes no están en la capacidad de invertir en mega producciones, pero si tienen toda la habilidad de presentar un contenido ingenioso, que muestra en mucho de los casos la realidad de su entorno, que sacude a la gente la hace pensar.
- Permitir en la programación radial espacios alternativos donde la audiencia tenga la oportunidad de conocer y saber discernir.
- Un programa de música alternativa independiente en cada radio, es mucho más enriquecedor, cuenta con especialistas que nutrirán a los escuchas sobre los géneros, ideologías tipo de música entre otros, aportando al crecimiento de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA:

25. TOBAR, Claudia, “Beneficios de la Música en el aprendizaje”
http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/para_el_aula/Documents/para_el_aula_06/0018_para_el_aula_06.pdf
26. Aristóteles, Política, Libro 8, 1339b43-1340a43.
27. VILLACRES, María “ La Nueva Canción en el Ecuador a través de la Voces de Jatari, Quito 1972-1984 ”
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10788/6.6.000671.pdf?sequence=4>
28. http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/musica_ecuatoriana_alternativa_debe_tener_mas_aceptacion_en_medios_de_comunicacion_segun_productora_musical_audio--104706
29. ADOUM, Jorge, ” ECUADOR, señas particulares”, Editorial Eskeletra.1997.
 Quito. Pág. 28-29.
30. RODRIGUEZ, Pablo. “La tarde de las melenas caídas”

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/la-tarde-de-las-melenas-caidas>

31. CONDO, Hernán y PINTA, Geovanny, “Tratamiento música Ecuatoriana en la radio Ambato”, 1997. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato.
32. VITERI, Juan P., “Música y globalización: hardcore y metal en el Quito del siglo XXI” <http://hdl.handle.net/10469/6289>
33. BUSTAMANTE, Janio y CEPEDA, Julio, “análisis de la música independiente en la ciudad de Guayaquil para la creación de una sección en una revista” <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2187>
34. CABEZAS, Vladimir “Propuesta comunicacional para la promoción y difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana, mediante la realización de una página web y el apoyo de la comunicación 2.0” <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1963>
35. DOROTHY, Hyde. Resumen historia de la Música. <http://www.h-y-d-e.com/la-historia-de-la-musica-alternativa-en-un-mapa-de-coleccion/4653>
36. VEGA, Carolina “Impacto de los medios alternativos en la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana caso de estudio: Radio COCOA” <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4194>
37. MUNNSHE, Jorge. Tipos de música alternativa <http://www.amazings.com/articulos/lamna.html>
38. VIVAS, Rodrigo, “Desarrollo Humano Sostenible y Cultura, Caso: Escena Musical Independiente de la Ciudad de Quito”. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10055>
39. LAMACCHIA, María, “LA MÚSICA INDEPENDIENTE EN LA ERA DIGITAL” http://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/727/TM_2017_lamacchia_008.pdf?sequence=1
40. LEZAMA, Marco. Comunicación Etimología, perspectiva y actualidad <https://marcoslezamasierravigas.wordpress.com/2013/04/15/comunicacion-origen-etimologico/>
41. WATZLAWICK, Paúl. “TEORIA DE LA COMUNICACION HUMANA” Editorial Herder, 1985. Barcelona. Pág. 49
42. MONTERO Julio, RUEDA José, “Introducción a la Historia de la

- Comunicación” Editorial Ariel S.A. 2001. Barcelona. Pág. 27
43. GOMEZ, Cesar <https://es.scribd.com/doc/55435366/Niveles-de-comunicacion>
 44. PEREZ Julián, GARDEY Ana. <http://definicion.de/medio/>
 45. UCHA, Florencia. Masivo concepto.
<https://www.definicionabc.com/social/masivo.php>
 46. CARO, Francisca <http://www.monografias.com/trabajos88/medios-masivos-de-comunicacion/medios-masivos-de-comunicacion.shtml>
 47. PEREZ, Julián, GARDEY, Ana. Radio definición. <http://definicion.de/radio/>
 48. Gran Diccionario de la Lengua Española. Difusión significado.
<https://es.thefreedictionary.com/difusi%C3%B3n>
 25. GONZALEZ, Mauro <https://prezi.com/jlj3d0w7gfuv/medios-de-difusion-musical/>
 26. RAE. Decrecimiento significado.
<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=disminuci%C3%B3n>
 27. RAE. Artístico definición.
<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=art%C3%ADstico>
 28. DIAZ, Octavio. “La calidad no cuesta: el arte de cerciorarse de la calidad”
Editorial CECSA. 1987. México. Pág. 21
 29. GARDEY, Ana. Concepto de Migración. <https://definicion.de/migracion/>
 30. CHERRES, José. Producción de radio.
https://prezi.com/pceks_koh1cz/que-es-la-produccion-radiofonica/?webgl=0
 31. MERINO, María. Programación radial. <https://definicion.de/programa-de-radio/>
 32. UCHA, Florencia. Desconocimiento definición.
<https://www.definicionabc.com/?s=Desconocer>
 33. SEIJAS, Pablo. La música comercial y la música no comercial
<http://www.sineris.es/jcftinpan.html>
 34. GRIFFITH, Virgil. Demostrado: los fans del «reggaetón» tienen un cociente intelectual más bajo que el resto.
<http://www.abc.es/cultura/musica/20141024/abci-reggaeton-inteligencia-baja-201410241124.html>
 35. TORRES, Cristian. Particularidades de la industria discográfica en el siglo XXI
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/>

36. MERINO, María. Definición de arte. <https://definicion.de/arte/>
37. PEREZ, Julián. Definición de comercialización.
<https://definicion.de/comercializacion/>
38. GARDEY, Ana. Definición de Semiótica <https://definicion.de/semiotica/>
39. Diccionario de la Lengua Española <https://definicion.de/significado/>
40. REINO, Pedro, “Dialectología, Apuntes para el estudio de, El Español en el Ecuador”. Ed. Pío XII. 1990. Ambato, 1990, Pág. 12.
41. ADRIANI, Luis. Revista HUELLAS No 16 artículo Reseñas Bibliográficas Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes pág. 167
<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/huellas/v16a11educ.pdf>
42. NAVARRO, Javier. Definición Intolerancia. <https://www.definicionabc.com/?s=>
43. GARCIA, Carlos. Construcción Social
<https://teodulopezmelendez.wordpress.com>
44. <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presento-al-mundo-si-tu-las-ves-video-musical-de-nicky-jam-filmado-en-ecuador/>.
45. MERA, Juan L, “Cantares del Pueblo Ecuatoriano”, Clásicas Ariel, No. 43, Guayaquil-Quito, Publicaciones Educativas Ariel s.a., pp. 15-36.

46. BELENGUER, Jané, M. (2003). Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico. Estudios sobre el mensaje periodístico, 9, 43-53
47. LOPEZ, Antía. “POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CULTURAL: estrategias gubernamentales sobre la Comunicación Social”, Universidad de Santiago de Compostela. 2007.