



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación Social

El impacto del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación con respecto a la producción musical cuencana con estudio de caso en el medio Súper 949

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital.

Autor:

Damián Oswaldo Tenesaca Ñauta
C.I. 0106434228

Tutor:

Mgstr. Fernando Herminio Ortiz Vizueté
C.I. 1400261218

Cuenca – Ecuador

30/07/2019



RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo el evidenciar el panorama actual de la música independiente cuencana en torno a la aplicación del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación con un estudio de caso dentro de la radio Súper 949. Si bien este artículo, también conocido como Ley 1x1, entró en vigencia desde el año 2016, fue necesario el realizar una investigación tanto cuantitativa como cualitativa, en la cual los actores principales son los artistas cuencanos, reflejando en la encuesta realizada, el cómo se han visto beneficiados o afectados con la creación de una ley que los respalda como músicos, dentro de una escena musical ecuatoriana que se encuentra en desarrollo.

Dentro de la radio comunicación Súper 949, una entidad con una larga trayectoria dentro de la ciudad de Cuenca, se indago el impacto de esta ley dentro del medio de comunicación con respecto a la música independiente cuencana, analizando los alcances y limitaciones tanto conceptuales como prácticas, determinando además el nivel de aplicabilidad que tiene esta Ley 1x1 dentro del medio radial.

Al ser un artículo que se encuentra dentro de una ley con reformas actuales, fue óptimo y preciso su análisis así como su respaldo al artista independiente de la ciudad.

Palabras claves: Ley de comunicación. Investigación. Artículo 103. Ley 1x1. Súper 949. Impacto. Análisis.



ABSTRACT

The objective of this research is to highlight the current panorama of independent music in the basin around the application of article 103 of the Organic Law of Communication with a case study within the radio Súper 949.

Although this article, also known as Law 1x1, came into force in 2016, it was necessary to conduct both quantitative and qualitative research, in which the main actors are the artists from Cuenca, reflecting in the survey conducted, how they have benefited or affected with the creation of a law that supports them as musicians, within an Ecuadorian music scene that is developing.

Within the media Súper 949, an entity with a long trajectory within the city of Cuenca, the impact of this law was investigated within the media with respect to independent music cuencana, analyzing the scope and limitations both conceptual and practical, also determining the level of applicability that has this Law 1x1 within the radial medium.

Being an article that is within a law with current reforms, its analysis was optimal and precise as well as its support to the artist independent of the city.

Keywords: Communication law. Investigation. Article 103. Law 1x1. Súper 949. Impact. Analysis.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1	Introducción.....	9
1.2	Comunicación Mediática.....	10
1.2.1	Teoría Funcionalista aplicada a la comunicación mediática.....	10
1.3	Los medios de comunicación, la producción musical ecuatoriana y la sociedad...	12
1.4	La escena independiente cuencana.....	22
1.5	Aplicaciones de leyes de regulación musical similares en Latinoamérica.....	25
1.5.1	Argentina.....	25
1.5.2	Chile.....	26
1.5.3	Colombia.....	28
1.5.4	Venezuela.....	30
1.5.5	Perú.....	31
1.6	La ley Orgánica de Comunicación en Ecuador.....	33
1.6.1	Motivación del Legislador Ecuatoriano para la expedición de la ley...	33
1.6.2	El artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación.....	36
1.6.2.1	Origen jurídico.....	36
1.6.2.2	Organismo y Actores: Entrevista con personas involucradas con la Ley dentro de la ciudad de Cuenca.....	37
1.6.2.3	Estado Actual.....	38
1.7	Entidades gubernamentales relacionadas con el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación.....	40
1.7.1	SUPERCOM: Superintendencia de Comunicación e Información.....	40
1.7.2	SAYCE: Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos.....	41
1.7.2.1	Determinación de la nacionalidad de piezas musicales en Ecuador.....	42
1.7.2.2	Organismos y Actores: Personas relacionadas con esta entidad en Cuenca.....	43
1.8	Efectos generales de la implementación de la LOC en el país.....	43

**CAPÍTULO II: METODOLOGÍA**

2.1 Introducción.....	45
2.2 Metodología.....	45
2.3 Población y muestra.....	45
2.4 Herramientas de recolección de datos.....	47

CAPÍTULO III: RESULTADO DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

3.1 Introducción.....	49
3.2 Resultados Cuantitativos.	49
3.3 Comentarios sobre los resultados cuantitativos.....	56

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE ANÁLISIS CUALITATIVO

4.1 Introducción.....	58
4.2 Conocimiento de la Ley 1x1.....	58
4.3 Repertorio de música nacional y métodos de adaptación de la Ley 1x1 en la radio Súper 949.....	59
4.4 Música Independiente Cuencana dentro del medio de comunicación.....	61
4.5 Súper 949 antes de la Ley 1x1.....	65
4.6 Impacto.....	66
4.7 Reformas.....	69

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones.....	71
5.2 Recomendaciones.....	76
5.3 Limitaciones.....	77

ANEXOS

Modelo de entrevista a locutores del medio Súper 949.....	78
Modelo de encuesta a músicos independientes cuencanos.....	97
Modelo de entrevista al Superintendente de Comunicación e Información.....	99
Modelo de entrevista a funcionaria de Supercom en Cuenca.....	105



Modelo de entrevista a funcionaria de SAYCE.....107

REFERENCIAS.....109



Cláusula de Propiedad Intelectual

Damián Oswaldo Tenesaca Ñauta, autor del trabajo de titulación “El impacto del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación con respecto a la producción musical cuencana con estudio de caso en el medio Súper 949”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 30 de julio de 2019

Damián Oswaldo Tenesaca Ñauta
C.I. 0106434228

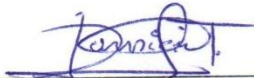


Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Damián Oswaldo Tenesaca Ñauta, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “El impacto del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación con respecto a la producción musical cuencana con estudio de caso en el medio Súper 949”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 30 de julio de 2019



Damián Oswaldo Tenesaca Ñauta
C.I. 0106434228



DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, por ser una guía espiritual en todas las acciones de mi vida, a mis padres por el apoyo incondicional en el desarrollo de mi vida estudiantil y ahora profesional, permitiéndome llegar hasta estas instancias.

A mi madre por su eterna paciencia, amor y convicción que me brinda cada día. A mi padre por su mano firme, su amor y sentido de guía. A mi hermana por el apoyo incondicional y palabras de aliento para continuar sin decaer.

Al padre de mi padre, por mirarme desde arriba y seguirme a donde voy.



AGRADECIMIENTO

A Dios, mi agradecimiento más grande y sincero, a mis padres que han sabido encaminarme y colocarme en el sitio en el cual me encuentro actualmente.

A la Universidad de Cuenca, por la oportunidad que me brindó para la culminación de mis estudios superiores, desencadenando en el cumplimiento de mi meta profesional. A los distinguidos docentes pertenecientes a la Escuela de Comunicación Social, por su ardua labor pedagógica.

Mi reconocimiento especial al Mgstr. Fernando Ortiz, Director del presente trabajo, por brindarme las herramientas necesarias en el desarrollo de este proyecto, por su calidad humana y profesionalismo.

Al distinguido personal del medio de comunicación Súper 949, por su importante colaboración en la aplicación de la presente propuesta; y, a todas las personas que de una u otra manera, colaboraron para el éxito y desarrollo del presente proyecto.



CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Introducción

La Ley Orgánica de Comunicación (L.O.C), en base al registro oficial del Órgano del Gobierno del Ecuador, se encuentra vigente desde el 25 de julio de 2013, teniendo en cuenta que para su aprobación se tuvieron dos previos debates en los cuales se discutió su puesta en funcionamiento. Esos debates se dieron en las siguientes fechas: 22 de diciembre de 2009 y 5 de enero de 2010 (primer debate) y 16, 22 y 24 de noviembre de 2011, 11 de abril de 2012 y 14 de junio de 2013 (segundo debate). Constando con 119 artículos en los cuales se prima la libertad de expresión y derechos comunicacionales destacamos para nuestro estudio el artículo 103 o mejor conocido como “Ley 1x1”, el cual se enuncia de la siguiente manera:

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. Se encuentran exentas de la obligación referida las radios temáticas o especializadas (Presidencia de la República, 2013).

Antes de ahondar más a continuación, se procede a definir a la radio temática como aquella que se especializa principalmente en los contenidos, donde el tiempo de programación se idea con relación al concepto del programa, unidad de programación, es decir, enfocándose en una sola línea de estilo, por lo cual queda descartada al momento de aplicar una Ley 1x1 (Moreno, 2005, p. 72).

Dentro de la aplicabilidad del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación el artículo 103 ha sido uno de los cuales más ha sufrido un aumento progresivo de porcentaje a nivel de su



puesta en práctica. De manera gradual y durante 3 años ha ido del 20%, 35% hasta llegar al 50% quedando constancia en el escrito de la ley que su funcionamiento en totalidad ha empezado desde el 25 de junio de 2016 (Presidencia de la República, 2013).

En este primer capítulo se analizará el panorama teórico de esta ley en el cual se desarrolla dentro de un marco legal, describiendo los factores que llevaron a su creación, las corrientes comunicacionales en las cuales se fundamenta, además de una comparativa con otros países sudamericanos en los cuales leyes similares se expidieron y se mantienen activas o sufrieron reformas que acaparan específicamente los siguientes términos fundamentales en nuestra investigación: la música de autoría propia, su difusión en medios de comunicación locales y los beneficios o trabas que existen dentro del mismo campo.

1.2 Comunicación mediática

La comunicación mediática es un concepto relacionado principalmente a los medios de comunicación de masas y su desarrollo, para lo cual nuestro centro de estudio está basado en uno de sus principales exponentes: la radio. Un elemento clave al momento de entender lo que es la comunicación mediática son las diferentes teorías que abarcan este concepto, para lo cual nos basaremos en la teoría funcionalista, aplicada a la comunicación de masas o “mass media”.

Uno de los enfoques principales en los cuales se trata de entender a nivel macro la comunicación mediática, es como los mensajes de los mass media se incrustan en la cultura de las personas, haciendo que los mismos influyan de alguna manera en las conductas y hábitos de sus receptores (De Miguel Pascual, 2006, p. 219). Esto hace que sea más sencillo comprender la siguiente teoría.

1.2.1 Teoría Funcionalista aplicada a la comunicación mediática

Esta teoría se encuentra fundamentada por Harold Laswell, un pionero de las ciencias políticas y las ciencias de la comunicación, el mismo que subdivide al estudio de la



comunicación en cinco áreas: análisis del control, análisis de contenido, análisis de medios, análisis de audiencia y análisis de efectos, constituyendo un concepto referido a como los medios de comunicación de masas influyen en las personas que reciben sus mensajes o los reciben (Otero, 1997, p. 28). De esta manera se deslindan los límites establecidos por el propio Laswell hacia un modelo donde el centro de análisis era el análisis de contenido y sus efectos.

Es así como el sociólogo estadounidense proponía el estudio de la comunicación de masas desde tres aspectos: la supervisión del entorno, la correlación de las distintas partes de la sociedad respondiendo a este entorno y la transmisión de la herencia social de generación en generación, finalmente Charles R. Wright añadió posteriormente otro campo de estudio que es el entretenimiento (Lozano, 2007, p.25).

La supervisión del entorno se relaciona principalmente a la manera en cómo se recopila y distribuye la información, como se da la circulación de las noticias. La correlación deriva de la forma en que se interpreta la información y cómo reaccionan los receptores ante estos acontecimientos (propaganda, editoriales). La transmisión de cultura cae en las actividades destinadas a comunicar el valor histórico de una sociedad en particular, finalizando en el entretenimiento como elemento de distracción (Lozano, 2007, p. 26).

Todos estos aspectos desarrollados por los medios de comunicación sin la necesidad de una comunicación interpersonal deriva en tres tipos de respuestas o funciones: manifiestas, latentes y disfunciones. El primero son resultados que se buscan explícitamente, el segundo son resultados inesperados y finalmente, las disfunciones son los resultados indeseables o desagradables desde el punto de vista de la sociedad o de cada uno de sus miembros (Wright, 1986, p. 69-90).

Teniendo en cuenta al enfoque funcionalista como una base teórica para el análisis de las funciones desarrolladas por los medios de comunicación de masas en la sociedad, nos podemos



poner en contexto al momento de indagar sobre la manera en que los mismos influyen en la toma de decisiones y la recepción de contenido por parte de los consumidores comunicacionales, principios de persuasión basados en quien dice que, a través de que medio, a quién y con qué efecto, un análisis discursivo sobre el poder político que tienen los medios, creando de esta manera una identidad de consumo y del público en general.

1.3 Los medios de comunicación, la producción musical ecuatoriana y la sociedad

Los medios de comunicación y la difusión musical han ido a la par desde hace ya varios años, siendo los mismos la principal plataforma que ha catapultado varios artistas y han sido participes principales dentro del auge de sus carreras. Entre los primeros medios que empezaron a tratar el tema musical fueron los escritos, haciéndose camino desde la aparición de la imprenta en el siglo XV.

Es por ello que desde el siglo XIX se empezaron a vender revistas como la Billboard Magazine en Estados Unidos, una de las publicaciones profesionales relacionadas con la música más influyente dentro del contexto cultural, existiendo otras publicaciones anteriormente lanzadas como el The Euterpeiad, The Musical Magazine o el Boston Musical Magazine, pero siendo la revista Billboard una de las más destacadas hasta el día de hoy por su impacto y trascendencia en el ámbito cultural y musical mundial (Darias de las Heras, 2018, p. 74). Otras filiales a esta línea de revistas especializadas en el contexto musical se encuentra la Rolling Stone, fundada también en Estados Unidos en el año de 1967 por Jann Wenner y Ralph J, contando con un éxito notable además de tener ediciones en países latinoamericanos como Argentina, Brasil y Chile.

Otro punto importante dentro de la relación entre comunicación y música es la radio, como un eje trascendental, considerado como uno de los más relevantes si al hablar del tema de difusión comercial mediático de la música se trata. La Real Academia de la Lengua Española



define a la radio como “la transmisión mediante ondas hertzianas de programas destinados al público” (RAE, 2014). Dentro de esta concepción se puede describir que la relevancia de este medio desde su aparición ha sido y seguirá siendo un hito histórico en la manera en cómo se concibe la música en general.

Se menciona además que “la radio tiene una amplísima cobertura y multitud incontable de oyentes a los que interrumpe sea cual sea su actividad (...) no tiene prácticamente barreras y no hay ninguna tarea que sea obstáculo para su recepción” (Gil, 1993, p. 92). Es así que desde un inicio varias radios emitieron música clásica en sus transmisiones acaparando poco a poco el terreno de la misma y ampliando su llegada a un público masivo que disfrutaba escucharlos.

Desde los años 20 se empezó a emitir las primeras transmisiones con un claro ejemplo de Reginald Fessenden, pionero de la radiodifusión en sus años iniciales, quien en su primera transmisión colocó una ópera llamada “Xerxes” de Handel (Darias de las Heras, 2018, p. 89). Posteriormente cadenas británicas como la BBC, que fue una radio creada durante la Segunda Guerra Mundial, inundarían también el mercado de la radio. Pero uno de los más notables ejemplos que se podrían dar con relación a la música y su difusión por un medio radial sería en Estados Unidos, con un dato relacionado, se rememora que “durante los años 30, la radio es la forma de entretenimiento más popular y la música uno de sus contenidos estrella, en esos años empieza a emitirse los primeros programas de éxitos musicales, la fórmula llamada Top 40 Radio” (Darias de las Heras, 2018, p. 90).

Aunque generalmente al inicio la música se tocaba en vivo, trascendió al vinyl, después al cassette, posteriormente a el cd y finalmente, para llegar a nuestros días, la evolución digital la ha convertido en el famoso streaming que es simplemente un “término que hace referencia al hecho de transmitir video o audio remotamente a través de una red (como internet) en tiempo real sin necesidad de descargar el archivo completo” (ALEGSA, 2017).



Otro medio importante que se relaciona en el ambiente musical es la televisión, que desde su aparición se ha encargado de la transmisión de contenido audiovisual para un gran público, convirtiéndolo en uno de los mass media más importantes en la historia de la comunicación, siendo un medio completamente accesible que aún se logra posicionar a pesar de la relevancia que tiene el internet hoy en día, siendo definida por la Real Academia de la Lengua Española como la “transmisión de imágenes a distancia mediante ondas hercianas” (RAE, 2001), la televisión ocupa un lugar relevante dentro de los medios de comunicación tradicionales.

Desde su aparición en 1935, “la importancia de la televisión como fenómeno social de primera magnitud, justifica la atención que se le ha dedicado y se le dedica en todas partes; ese interés, lejos de haber disminuido, se acrecienta más y más” (Iglesias, 1990, p. 7). La televisión y la música siempre han estado ligados, el ejemplo más claro y que acrecienta el marco teórico de nuestra investigación es la cadena de televisión MTV, una de las más importantes en la historia del ámbito musical, siendo la catapulta directa al estrellato de varios artistas. En palabras de Gary Herman (2009) “el hecho de aparecer en MTV, que inició emisiones en 1981 y que, diez años después ya contaba con 54,5 millones de suscriptores, se convirtió en la gallina de los huevos de oro del ambicioso mercado musical” (p. 290).

Todo esto significó un hito que afectaría también a Latinoamérica por su novedosa manera de crear un mercado dentro de la industria musical, se transmitían conciertos en vivo, los videos musicales eran de primera calidad y con la más alta gama de variedades audiovisuales de la época, además de crear conciertos acústicos llamados MTV Unplugged o Desenchufados de bandas con material pesado, esto influyó muchísimo en las identidades musicales, especialmente de las estrellas de rock. En Latinoamérica influyó en el auge de varias bandas musicales en sus primeros años como Los Prisioneros de Chile, Soda Stereo y Charly García de Argentina o Café Tacvba de México. Todo esto se ve reflejado en la siguiente concepción de que:



Con la MTV activa desde 1981, se introduce una colaboración amplia y compleja entre industria discográfica, televisión y productores de imágenes, con circulación de elementos y resultados lingüísticos que dejen huellas, sobre todo, a partir de los modos en que, en pleno boom de post modernismo y sus estéticas, se termina por hablar de videos musicales (Brunetta, 2012 , p. 1208).

Todo esto dentro del margen de la difusión musical a través de la televisión, sin dejar de lado que varias televisoras a nivel mundial intentaron hacer lo mismo pero sin lograr el impacto que MTV marcó en sus días de gloria, marcas que sobreviven hasta el día de hoy a sabiendas de que la cadena dejó los principios de sus siglas “Music Television” para dedicarse al mercado de los shows televisivos de comedia adulta.

Dentro del contexto ecuatoriano, los medios de comunicación tienen una larga trayectoria y su relación con el ámbito musical han mantenido un contacto cercano, siendo parte importante para ocupar columnas de revistas, artículos o formar parte de la parrilla de programación en radio y televisión. A partir de este principio, dentro de los medios escritos, las revistas fueron gran fuente informativa con respecto al acontecer musical, teniendo en cuenta ese potencial se crearon revistas como Vistazo, fundada el 4 de junio de 1957 por Xavier Alvarado Roca, “Vistazo recoge los puntos de vista más diversos para contribuir a la reflexión de sus lectores sobre los hechos y personajes que hacen noticia” (Lima, 2009, p. 12).

Como la anterior concepción de la revista lo indica, es un producto enfocado en el ámbito político, más no en lo musical por eso, como antecedente principal, su creación abre puertas para otros productos escritos pero ya especializados en otras áreas, como la de nuestro estudio, la música. Entre esas primeras tenemos a la revista Generación XXI, lanzada en abril de 1996, cuya premisa editorial se cita:

La misión de proveer a los jóvenes de entretenimiento e información, sobre las últimas tendencias de la farándula, música, tecnología y problemática juvenil, analizados con un



enfoque alternativo, interactivo y visualmente atractivo que los motive a integrarse con la revista y a generar su propio criterio (“Generación XXI”, 1996, p.1).

Al estar enfocado en un rango de edad que oscila entre los 15 y 18 años de edad, su contenido de difusión musical es amplio, incluyendo tops de artistas, biografías e incluso en sus primeras épocas incluía un cancionero con letras de los éxitos del momento, incluyendo también material gráfico como posters.

Posteriormente apareció otra revista con un enfoque similar llamada “La Onda”, nacida en 1997, se propuso en su momento a difundir el acontecer actualizado en torno a la tecnología, películas, farándula nacional e internacional y lo más importante música, contando cada edición con entrevistas a artistas locales e incluyendo, al igual que Generación XXI, un cancionero y posters para sus usuarios. Llegando a tener una gran acogida hasta incluso después del auge del internet en Ecuador entre el año del 2007.

Otras revistas, especializadas o inmersas de alguna manera en nuestro campo de estudio, fueron Xona.ec, distribuida por diario El Comercio desde el año 2009, aunque las más destacadas dentro del ámbito independiente y netamente enfocado en la distribución de información acerca de artistas locales fueron Dogma. Esta revista lanzada en el año 2003, teniendo en el puesto de director y editor a José Luis Jácome y como su sitio web lo indica fue una “publicación especializada en música que incluye un CD/DVD compilatorio, cuyo objetivo fue dejar testimonio del trabajo y la producción musical ecuatoriana e iberoamericana de los últimos tiempos” (Dogma, 2003, p.1).

Lo más novedoso de Dogma fue su trabajo conjunto con otras entidades de apoyo al artista local, entre los cuales se destacan la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo de Tungurahua, quien ayudó con la impresión de los ejemplares, pero sin embargo la más destacada es “Adimi” cuyas siglas significan Asociación para el Desarrollo de la Música Iberoamericana, creada en Colombia el mes de octubre de 2007, su principal objetivo es:



Generar un espacio de trabajo conjunto entre productores de música en Iberoamérica, ligados a festivales, ferias, mercados y espacios que permitan la circulación de la música en este ámbito geográfico, prioritariamente las músicas actuales de creación (pop, rock, jazz, electrónica, contemporánea, hip hop...) (Adimi, 2007, p.1).

Todo esto fue apoyado por la entidad mencionada anteriormente conocida como “Adimi”, así que el Colectivo Dogma se logró posicionar en el mercado local underground de la escena musical independiente ecuatoriana, mercado definido como un grupo de bandas en crecimiento que se autofinancian para darse a conocer, como uno de sus principales referentes, contando con 6 ejemplares que causaron gran revuelo en el momento de publicación por su originalidad, ilustraciones y artistas invitados a colaborar en la misma.

Sin dejar de lado otros medios escritos enfocados en la música local nos encontramos con “Rockec”, nacida entre junio y julio del 2003, tenía como objetivo la distribución de noticias sobre el underground musical ecuatoriano pero en su rama más pesada: el metal. Es así que el prólogo de su primera edición enuncia lo siguiente:

ROCKEC Es una idea que nació desde hace mucho tiempo, pero entre una y otra cosa, de pronto no había la decisión o el momento oportuno para apuntar al blanco y disparar. Tendrán que entender que nada es tan fácil como parece y ver o leer esta revista que para unos les parecerá interesante en su primer número y para otros una publicación aburrida y sin interés. (...) Lo importante es haberlo logrado y con el respaldo de sellos independientes, bandas y algunos amigos enrolados en la escena, esta revista está en sus manos y esperamos sea el espejo y promoción de todas las actividades que se desarrollan en el MOVIMIENTO ROCKERO ECUATORIANO, para informar, promocionar, vender y llegar a todos lados con la etiqueta de 100% HECHO EN ECUADOR (“ROCKEC”, 2003, p.1).

Una de las últimas ediciones de este tipo fue “Darkness Magazine”, lanzada en 2005 como principal informante de la música metal tanto nacional como internacional. Destacando el uso de reviews para discos lanzados dentro del género antes mencionado y como ventana a un mercado latinoamericano, “Darkness Magazine” se distribuía en Ecuador y Colombia



simultáneamente, apoyada por una base de fans ansiosos de recibir contenido sobre sus artistas favoritos, en una escena que se encontraba posicionándose de manera colectiva.

Es de esta manera que los medios escritos amplían la brecha de comunicación para dar paso a la radio, un medio de comunicación que ha trascendido generaciones, conectando a las personas por su gran alcance y del cual ahondaremos a continuación.

La radio ecuatoriana data su aparición en el año 1924 gracias a Carlos Cordovez Borja, un ingeniero electrónico, fundando Radio “El Prado”, la misma que fue construida en una fábrica de tejidos del mismo nombre, perfeccionando las transmisiones hasta 1925 (San Félix, 1991, pág.14). Desde ese día se han desprendido varias radios que han marcado el inicio de la radiodifusión en el Ecuador como son Radio “Continental” de Ambato, La “Voz del Tomebamba” de Cuenca, “Zenit” y “Cristal” de Guayaquil, Radio “Quito”, cada una especializándose progresivamente en diversos aspectos como son noticias, shows en vivo, deportes, entrevistas y música (Ovando, 2007, p.1)

Es de esta manera que la programación de las radios debida ser copada, acaparar un público que estaba al pendiente, día tras día, de las transmisiones realizadas por estos medios, es así que la manera más efectiva se encontraba en proporcionar música como herramienta de entretenimiento a sus radio-escuchas, de esta manera aparecen los discos de carbón y los vinilos.

Los discos de carbón y vinilos fueron las principales herramientas al momento de colocar música en la radio durante varios años, ante todo esto, existe un dato interesante explicado por la periodista cuencana Martha Cardoso en torno a este tema:

Debido a que habían pocas "cajas de música" en la ciudad, el público acudía al auditorio del edificio en donde funcionaba la radio, situado en la Asociación de Empleados, su nuevo local. Todo transcurría en la mitad de la paz de la Cuenca conventual. Era la radio de antaño, el espejo de una sociedad (Cardoso, 2007, p. 36).



La música al ser tocada en vivo, existía un apoyo considerablemente amplio al artista local, posteriormente se dio cabida a artistas internacionales con la llegada de los vinilos, cassettes, discos, todo un proceso progresivo.

Posteriormente a la radio nacional, aparece en Ecuador un nuevo medio de comunicación: la televisión. La televisión en Ecuador, nace en los años setenta gracias a la iniciativa de una comunidad religiosa evangélica, sin una implantación sencilla, se consolida como un medio de comunicación de gran influencia a nivel nacional (Ortíz y Suing, 2016, p. 135). Siendo Canal 2 el primero en emitir una señal abierta, fueron apareciendo más de la siguiente manera:

Fecha de creación	Nombre del canal	Constitución
1 de marzo de 1967	Ecuavisa	Privado
30 de mayo de 1969	TC Televisión	Privado (incautado desde el 2008)
22 de febrero 1974	Teleamazonas	Privado
18 de abril de 1977	Gamavisión	Privado (incautado desde el 2008)
6 de noviembre de 1992	Canal UNO	Privado
3 de noviembre de 1993	Telerama	Privado
10 de enero de 2005	RTU	Privado
26 de octubre de 2007	ECTV	Público

Elaboración: “Razón y Palabra” Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación.

Tabla 1. Fecha de creación de canales de cobertura nacional de Ecuador

Después de lo expuesto anteriormente, mencionamos uno de los elementos que destacan dentro de su producción, la música, es por eso que “la música acompaña y da ambiente, sentimiento y profundidad a la narración (...) esta debe cumplir una función de significar, no es un ruido que acompaña a la narración” (Rincón y Estrella, 2001, p. 162), manteniendo este vínculo música-televisión, la parrilla de programación televisiva especializada en la



distribución de música ya sea nacional e internacional no tiene más que dos grandes antecedentes dentro del contexto ecuatoriano: TV Clips, UNÍZONO Clips.

Dos programas enfocados en la transmisión de videoclips musicales, el primero TV Clips nacido en 1993 fue un programa en donde la juventud ecuatoriana podía conocer todo sobre el mundo de la música, a través de varios segmentos se encargaron de dar a conocer nuevos artistas, los mejores temas en el Top 10 y premiar a los televidentes con concursos en vivo, transmitido durante una hora, de lunes a viernes por el canal Telerama (Telerama, 2008).

UNÍZONO Clips, transmitido por Ecuador TV de lunes a viernes a las 16h30, tuvo como director general de la plataforma a Dennis Darquea, encargado principalmente de la distribución de videoclips para bandas ecuatorianas, con ese énfasis puesto en lo audiovisual, evolucionaron de la televisión nacional a una plataforma web. “En tres años, se han programado más de 150 videos de bandas nacionales. Por eso su intención es que la página también impulse “el arte de seguir haciendo discos originales, físicos, creativos...”” (Radio Cocoa, 2014, p. 3). De esa manera y con la creación de las llamadas “guerras de bandas” se logró afianzar la confianza del espectador con el programa.

En la actualidad, la vinculación social entre música y consumidor, se encuentra en el internet, articulando la facilidad de acceso a la red y las novedades inmediatas que el mismo posee, con respecto a esta versatilidad se afirma lo siguiente:

Ahora que el internet ha hecho posible a muchos amantes de la música encontrar casi cualquier canción que deseen escuchar, la industria tecnológica se enfrenta a un nuevo reto: expandir los horizontes de los oyentes para hacer que les sea más fácil descubrir nueva música que les pueda gustar. No es una tarea fácil. A menudo los propios oyentes no pueden expresar todo lo que la música les gusta. Parfraseando la famosa cita de Potter Stewart, juez de la Corte Suprema, sobre la dificultad de definir la pornografía: ellos la reconocen cuando la oyen (De Aguilera, Adell y Cedeño, 2008, p. 28).



Incluyendo plataformas virtuales como Spotify, Deezer, iTunes, el acceso a la música mediante streaming, ha disparado el mercado global de la música a un punto demasiado elevado. “Spotify sigue estando por delante de sus competidores en la actualidad, incluyendo Google, Apple y Amazon, ya que actualmente es el único agente histórico de la industria que ha conseguido implantarse con éxito al otro lado del Atlántico” (Bouillot, 2017, p. 1).

Otro de los puntos que se destaca de la era digital es la muerte del papel, una consecuencia derivada de la misma versatilidad y facilidad de acceso que nos ofrece el internet. Ante esto se menciona lo siguiente:

La era digital, ¿significa la muerte del libro en papel, como la era de Gutemberg significó la muerte lenta de los libro en pergamino? (...) supuesto que el nuevo milenio comienza iniciándose con la tarea de trasladar los libros en vegetal a los libros en digital- el determinar en qué medida pueda modificar la perspectiva de la lectura de los textos, y no solo por sus efectos directos, sino por los cambios inducidos por los nuevos escenarios y tecnologías que las traslaciones masivas implican (Bueno, 2016, p. 26).

Teniendo en cuenta el concepto, se puede proyectar una perspectiva más amplia y como revistas especializadas como las ya mencionadas: Billboard, Rolling Stone, NME, optaron por una versión digital de sus ejemplares, abriendo así también las puertas a sitios web que se dedican netamente a hablar de música.

En el país existen algunos sitios que cuentan como única misión el respaldar a la escena local, brindando cobertura a eventos, creando sesiones en vivo (presentaciones de temas musicales), realizando videoclips y montando una gama variada de opciones de manejos de redes para la difusión de bandas y artistas, entre los mismos se encuentran dos: Radio Cocoa e Indie Criollo.

Radio Cocoa nace un 1 de Enero de 2010 y como su sitio web lo indica se presenta como una radio universitaria online, independiente y alternativa, es decir, funciona dentro de las



instalaciones de la Universidad San Francisco de Quito. Funcionando como productores de contenido en el cual se destaca la cobertura de conciertos de la escena musical independiente ecuatoriana, creando crónicas y reportajes tanto escritos como audiovisuales presentados en su sitio web y canal de Youtube, además de videoclips, muestran una propuesta de cambio en los nuevos medios. (Radio Cocoa, 2016).

Indie Criollo, nace un 31 de Diciembre en la ciudad de Quito, es “una plataforma musical que informa sobre las últimas noticias de la escena musical en el país, además de apoyar nuevas bandas” (Indie Criollo, 2018, p. 1). Es una plataforma web que se encarga, al igual que Radio Cocoa, a realizar una cobertura masiva de eventos relacionados a la música local y sus artistas, es decir, conciertos, festivales, nuevos lanzamientos. Al utilizar herramientas de red como Instagram, su alcance es considerable, haciendo que la misma haya adquirido notoriedad y un gran número de seguidores.

1.4 La escena independiente cuencana

Para entender a lo que se concibe como escena independiente cuencana, es necesario remontarnos un poco a lo que en sí se podría definir a la música nacional ecuatoriana. Cabe mencionar la intensa búsqueda de los ciudadanos ecuatorianos por una conceptualización propia y que acuñe, de manera correcta, los elementos que la componen.

Con respecto a la definición de lo que se concibe como “música ecuatoriana” o “música nacional a lo que la catedrática Ketty Wong (2011) explica que “los ecuatorianos, utilizan el término música nacional, en vez de música ecuatoriana, para hablar de su música popular urbana, sin precisar el origen geográfico de las canciones que la conforman” (p. 177).

Esto contiene una serie de inconvenientes al querer tener una concepción clara del término por el género pero la autora sabe afirmar que “una gran mayoría afirma que cualquier música



cantada por y para el pueblo ecuatoriano, incluidos el rock y el pop ecuatoriano, constituyen una música nacional” (Wong, 2011, p. 178).

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, recae en nuestras manos el articular además el concepto de independencia, esto nos lleva a saber que “la independencia a grandes rasgos representa la cualidad de ser independiente, esto es no estar sujeto a condiciones ajenas (...) se diluye hacia conceptos más congruentes de autonomía y libre albedrío” (Alcocer, s.f., p. 1).

Relacionado a la música, el término “independiente” va más allá del simple hecho de la libertad creativa, sino más bien, se entiende como un estilo de música que se autofinancia, sin la necesidad de entidades gubernamentales o grandes empresas (disqueras, sellos, marcas) que paguen por la creación de cada uno de sus materiales. Esta definición data del siglo XX siendo usadas para designar una concreta separación económica entre los sellos denominados “independientes” y las principales compañías discográficas (Lamacchia, 2016, p. 103).

Con todo esto, en la ciudad de Cuenca se tiene una cifra de alrededor de 36 bandas dentro de esta escena, una que nació con el simple hecho de dar a conocer a la ciudad y al país nuevos sonidos y nuevas experiencias sonoras que cautiven a las personas en general, ampliando la visión de lo que estéticamente se considera bueno o agradable.

Son diversos los géneros que se encuentran dentro de la misma, tomando influencias de bandas que marcaron un antes y un después en el llamado rock libre ecuatoriano, como son Sal y Mileto (UIO), Zuchos del Vado (CUE), Basca (CUE), Bajos Sueños (CUE), Mamá Vudú (UIO), Niñosaurios (GYE), por nombrar algunas, esta música ha intentado buscar su propio espacio en la sociedad remarcando como principal fuente de difusión el internet y los festivales musicales.



Como lo explica Leo Espinoza, vocalista de la banda Leteléfono, la facilidad de las nuevas tecnologías para escuchar nuevas influencias, grabarlas y publicitarlas, agiliza aún más el crecimiento de las bandas locales, sin mencionar la reducción del costo, creando plataformas virtuales y agilitando la creación de nuevas propuestas (El Tiempo, 2014).

Es así como el internet (Redes Sociales, Spotify, BandCamp, Deezer, iTunes, SoundCloud) además de los festivales, se convierte en la principal fuente de difusión de la escena musical independiente cuencana. Entre ellos se encuentran Radio COCOA, como plataforma virtual para dar a conocer cada nuevo lanzamiento y dos eventos importantes: La Fiesta de la Música y El Descanso.

El primero, teniendo su origen desde hace ya varios años atrás “es una celebración creada por la República Francesa en el año 1982 e impulsada desde entonces por la red mundial de Alianzas Francesas” (Alianza Francesa, 2018). En la ciudad, se celebra cada año por el mes de junio, acaparando la atención de más de 20000 personas de todo el país, siendo uno de los eventos más grandes, ocupando varios espacios de la ciudad como escenarios y teniendo como misión el dar a conocer nuestra música, en especial la independiente.

El segundo nacido en Cuenca en el 2015, siendo uno de los principales hitos dentro de la música independiente nacional, por tener como objetivo principal el impulsar de una manera descomunal a la escena latinoamericana, dando a conocer nuevas bandas dignas de ser escuchadas, teniendo ya 3 ediciones realizadas anualmente siendo todas un éxito total, incluyendo en su cartelera bandas de renombre como El Mató a un Policía Motorizado, Neon Indian, entre otros.

Otro punto que cabe recalcar son las cabidas que tiene esta escena en las radios locales, de las cuales se destacan Radio La Voz del Tombemaba, 102.1 en frecuencia modulada (FM) y la radio Súper 949 FM, en la cual se centra nuestro estudio de caso, por incluir en su programación



material de las bandas, como apoyo a la escena y creando un alcance a nuevos oyentes en los cuales no pasa desapercibido cada canción que suena en dicho medio.

La escena independiente cuencana se caracteriza por desprenderse de los márgenes establecidos de la música contemporánea, creando un concepto propio a nivel sonoro y audiovisual, construyendo con la misma una base sólida de fans. Teniendo en cuenta lo difícil que es salir musicalmente en el país, se crea una alianza entre los propios músicos, ayudando a financiarse conciertos, grabaciones, videos para poder dejar el nombre de la ciudad y el país en alto.

1.5 Aplicaciones de leyes de regulación musical similares en Latinoamérica

En Latinoamérica varias entidades gubernamentales aplicaron leyes similares a la difusión y protección de la música local como un patrimonio intangible. Estas leyes se encuentran aún en funcionamiento en países como Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, Perú y a continuación se enunciará cada una de ellas en un marco conceptual que sustente las mismas.

1.5.1 Argentina

La música nacional de Argentina tiene como antecedente histórico clave la Guerra de las Malvinas, desarrollada entre el 2 abril 1982 y el 14 junio 1982 (Warley, Forn, 2007, pág.11.). Para varios analistas musicales, este fue el punto inflexión y despegue de varios artistas de la época, en donde, se prohibió de manera estricta la difusión de música en inglés o de cualquier banda británica. Alonso, Friedheim y Maretto (2005) señalan en su investigación que:

La Guerra de las Malvinas que se desarrolló en 1982 condujo al gobierno de Galtieri a prohibir la difusión de música en inglés, este hecho en consecuencia facilitó el boom del rock nacional. Los medios de difusión, tanto la radio como la TV, y las productoras discográficas empezaron a aumentar la demanda de temas e intérpretes nacionales, conscientes del excelente negocio que se presentaba, generando un crecimiento cuantitativo



y cualitativo del movimiento rock que se manifestó no solo en una mayor difusión de los músicos tradicionales sino en la aparición de nuevos intérpretes (p. 36)

Fue una acción masiva que impulso un género musical a convertirse en una masa de millones de ciudadanos, en especial jóvenes, que buscaban una escapatoria a la dictadura militar que copaba las calles del país, en medio del caos y la desolación de la guerra. “La sociedad festejó la vuelta de sus artistas y los militares utilizaron el fervor popular a favor de su aventura bélica. León Gieco, Porchetto, Charly García y Mercedes Sosa volvieron a la primera plana. De un día para el otro, la música en inglés desapareció” (CUCA, 2015)

En la actualidad, Argentina cuenta con una ley llamada “Ley Nacional de la Música”, aprobada en octubre del año 2012, contando como misión principal la creación de un Instituto Nacional de la Música que permitirá aumentar el respaldo al fomento de la producción musical, así como la formación de los músicos, las condiciones para el trabajo en vivo y políticas de difusión de las obras de autor (educar, 2013).

Como lo expresa la Ley de Medios de Argentina en su artículo 65, los servicios privados y no estatales, deberán emitir un mínimo de 30% de música de origen nacional, sea de autores o de intérpretes nacionales, sin importar el género y a lo largo de la programación, además, se debe asegurar que el 50% de música producida en forma independiente sea emitida dentro de esta, asegurando así su difusión en torno al margen legal (Inamu, 2012).

1.5.2 Chile

En Chile existe un documento legal conocido como “Ley 19.928” sobre el fomento de la música chilena, expedida en el año de 1999 con una carta en la cual se explica que esta ley:

Tiene por objeto estimular la creación, interpretación, producción y difusión de nuestras expresiones musicales, así como reconocer la labor profesional de los autores, compositores, intérpretes y ejecutantes recopiladores chilenos, como forjadores del



patrimonio musical nacional en sus diversas expresiones (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2004, p. 5)

Uno de los cambios más importantes de esta ley llegaría en 2015 con un proyecto sobre la música chilena en las radios, en la cual se debe emitir un porcentaje mínimo de la misma. Con la incorporación de un nuevo artículo se explica que las radioemisoras, en su programación diaria, deberán emitir al menos un 20% de música nacional, esto incluye al menos una cuarta parte deberá corresponder a música de raíz folklórica y de tradición oral (Rentería, 2014).

En medio de la polémica por la promulgación de esta ley antes de que sea emitida, una de las principales detractoras del proyecto fue la ARCHI (Asociación de Radiodifusores Chilenos). En un artículo publicado por el medio chileno Teletrece, el presidente de la entidad antes mencionada explicaba que esa ley no funcionaría y no cumpliría con las expectativas de los artistas, añadiendo además que en ninguno de los países que ha sido aplicada esta política de difusión, como Brasil, México, Colombia o España, ha funcionado (Teletrece, 2014).

Finalizó además explicando que “hoy, las radios compiten con plataformas tecnológicas. La gente está acostumbrada a buscar la música que quiere, y si se impone en términos musicales no se producirá el efecto (positivo) que buscaba esta ley” (Teletrece, 2014). No solo eso como punto en contra, sino además que esa ley no distingue los formatos de las diversas programaciones radiales.

Ante toda esta negativa de dar por sentada una ley que difunda aún más la música local chilena, artistas del país, entre ellos el pianista Valentin Trujillo, en una entrevista brindada al medio *bibiochile* expresaba que “la música chilena debe fomentarse y difundirse, no imponerse” (*bibiochile*, 2014), indicando que era una campaña que faltaba el respeto al músico chileno.



Otra de las cuales se opuso a esa campaña ofertada por ARCHI, fue la Ministra de Cultura, que en aquel entonces era Claudia Barattini, mostrando una postura de apoyo total a la lucha por la difusión de la música local, sabiendo explicar que “en la televisión tenemos cuotas que tienen que ser de programación nacional y nadie las discute. No veo por qué no podemos tener mecanismos similares en la radiodifusión para la música nacional” (La Nación, 2014).

Pero de una manera progresiva y hablando en cifras, varios analistas se han pronunciado con respecto al avance de esta ley y su impacto en los medios locales. Raúl Pinto, académico de la Universidad de La Serena de Chile, explica para Diario La Región, que antes de 2015 la música en Chile no llegaba al 18% en las radios, después de la aplicación de la misma han llegado a oscilar entre el 23,4%, es así como a inicios del año de puesta en marcha de esta ley rondaron por el 22,76%, en 2016 a un 25,04% y para 2017 tocaron el 22,5% (La Región, 2018).

Las cifras anteriormente mencionadas son contrastadas por los estudios diarios realizados por la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), indicando además la eminente caída del porcentaje de difusión “se explica en parte por el aumento en la cantidad de radios que son monitoreadas por el organismo a través del software Vericast (...) al inicio siendo 220 radios y ahora son más de 500” (Del Real, 2018). Lamentablemente, la falta de renovación musical, donde la ley no se entromete más que como respaldo legal, implica la reducción de estas cifras y no es la radio la que está fallando.

1.5.3 Colombia

La música en Colombia carece de un marco legal que la respalde, cada día se disminuye más el apoyo a la distribución de este patrimonio intangible haciendo que se pierda cada vez más su identidad en medio de políticas públicas que carecen de fundamentos que apoyen al artista colombiano.

Es así como SAYCO (Sociedad de Autores y Compositores de Colombia) explica en su sitio web que:



La proliferación en nuestro país de música foránea (anglo, mexicana, rap, hip hop, reggae, reggaetón, etc.) que inunda día a día los medios de comunicación masiva, (emisoras, programadoras, internet, ring-tones, etc.) viene menguando nuestra cultura musical, a la vez que atenta contra los intereses económicos y artísticos de sus autores/as, compositores/as, intérpretes y ejecutantes (SAYCO, 2018).

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, la pérdida de identidad del folclor colombiano es inminente, haciendo que las nuevas generaciones desconozcan el folclor y las bases de la música popular autóctona de Colombia, siendo desplazados por ritmos que no reflejan nada de la cultura propia del país (SAYCO, 2018).

Una vez más, el grave problema ante todo esto es la difusión, para ello se creó un término conocido como “payola”, es decir, pagarle a las emisoras para que la música del artista local suene en el medio de comunicación, existiendo además un antónimo, si así se podría llamarle, a la “contrapayola” que quiere decir pagar para que alguien no suene, limitando así el fortalecimiento de la música (elColombiano, 2018).

Es por eso que se ha visto la necesidad de la creación de una ley que respalde estos bienes de los artistas, para su masificación en medios, así como su difusión en comparación con la música extranjera. Así se desarrolló un proyecto vigente que cumpla con estos objetivos, conocido como el Proyecto de Ley de la Música en Colombia, que fue creado por la Unión del Sector de la Música (USM), la Corporación Revista Música y la Fundación Friedrich Ebert de Alemania en Colombia (Fescol) (El negocio de la música, 2018).

Entre los principales problemas encontrados está la falta de estrategias, por parte de organismos estatales, para la difusión de contenidos, mencionando implícitamente la falta de atención al artista y eliminando el reconocimiento de su valor profesional. En resumen el proyecto se enfoca en “la creación de un Fondo que promueva cinco líneas estratégicas:



promoción, formación, investigación, producción artística, difusión y circulación, a partir de captación de recursos parafiscales” (elColombiano, 2018).

Es así como de alguna manera se cumpliría con el mandato de la Constitución de Colombia, específicamente en los artículos 70 y 71, que enuncian el promover y fomentar el acceso a la cultura de todo ciudadano colombiano, así como sus diversas manifestaciones, finalizando con una búsqueda de conocimiento y expresión artística libre (Corte Constitucional de Colombia, 2016).

1.5.4 Venezuela

El auge de la música nacional venezolana se dio gracias a la Ley sobre Responsabilidad Social en Radio y Televisión emitida en el año de 2005, aprobada por el poder legislativo en el gobierno del ex presidente Hugo Chávez, donde se obligaba a reducir al mínimo la difusión de música anglosajona, en un país que en los años noventa la reproducción de música propia del país no sobrepasaba el 5% (El País, 2013).

Eso de alguna manera impulsó el crecimiento de bandas locales, que para ese entonces, pasaban desapercibidas. Es así como en el año 2012 se realiza una nueva reforma a la Ley de Comunicación, específicamente en el artículo 14, en la cual expresa de manera resumida lo siguiente:

Durante los horarios todo usuario y supervisado, los servicios de radio o televisión que difundan obras musicales, deberán destinar a la difusión de obras musicales venezolanas, al menos un cincuenta por ciento de su programación musical diaria (CONATEL, 2014).

En esta ley de comunicación venezolana se incluye además que “deberán destinar al menos un diez por ciento (10%) de su programación musical diaria, a la difusión de obras musicales de autores, autoras, compositores, compositoras o intérpretes de Latinoamérica y del Caribe”



(CONATEL, 2014), desatando así un vínculo de beneficios entre artistas del mismo continente apoyando una misma causa, el no perder la identidad nacional.

Como bien lo explica un artículo publicado por la revista de SACVEN (Sociedad de Autores y Compositores de Venezuela), la reforma de esa ley y en especial la implementación del artículo 14, intenta revivir el decreto “1x1”, centrado en el que por cada canción internacional deberá sonar una nacional, implementada en los años 80 durante el gobierno del expresidente Luis Herrera Camping y gracias a la cual surgieron artistas de talla mundial como Franco de Vita, Ricardo Montaner, entre otros (SACVEN, 2012).

1.5.5 Perú

En Perú existe la Ley del Artista, Intérprete y Ejecutante, promulgada el 18 de Diciembre de 2013, donde posteriormente se reglamentó en implementó teniendo en cuenta en que esta ley establece un régimen de derechos y obligaciones aplicadas a las labores de artista, entre las cuales se incluye su difusión (INFOARTES, 2011), dictaminando en su artículo 45 lo siguiente:

Las empresas de radiodifusión de señal abierta deberán destinar no menos del 10% de su programación diaria a la difusión del folclor, música nacional y series o programas relacionados con la historia, literatura, cultura o realidad nacional peruana, realizadas con artistas contratados de acuerdo a la presente Ley (Congreso de Perú, 2003).

Con miras a un futuro más prometedor para los artistas, está ley intenta contemplar los valores propios de la música peruana, aunque, en el año de 2013 se buscó reformar esta ley bajo una iniciativa ciudadana enfocada en subir al 30% la difusión de la producción nacional de Perú en radio y televisión, fomentada por el comunicador audiovisual Percy Céspedes y Walter Cobos, músico de la banda Ni Voz Ni Voto, todo esto bajo el nombre de “HAZ QUE SUENE TU MÚSICA, PERÚ” (La República, 2013).

Con respuesta a eso el congresista Sergio Tejada decidió impulsar el llamado “Proyecto de Ley de Promoción de la Música Nacional”, que pedía a las radios difundir al menos un 35% de



material de artistas peruanos, pronunciando que hay muchas radios con bajos porcentajes de música nacional, buscando así un espacio para el músico (Perú21, 2013).

Aunque se tomaron esas iniciativas de impulsar los proyectos de difusión, incluso llegando a tener la atención del Ministerio de Cultura, esos proyectos no llegaron a concretarse, es por eso que como se cita a Sergio Tejada en el medio Publimetro de Perú “lo que sí vimos fue que a raíz del proyecto, estos grupos se esforzaron en reforzar sus redes, como Sonorama (web de difusión musical). Después aparecieron algunos programas como IPE, Movistar... me pareció súper bien” (Publimetro, 2013).

En julio de 2018 se realizó un debate sobre la crisis que atraviesa la música peruana, enfocada específicamente en los géneros rock y pop en las radios nacionales. Es así como lo explica el sitio web Conciertos Perú, en una tabla con cifras de difusión en torno a las cuatro radios principales del país:

Radio Mágica	0% música nacional
Radio Doble Nueve	1% música nacional
Radio Oxígeno	3% música nacional
Radio Planeta	0% música nacional

Tabla 2. Porcentajes de difusión de música nacional en las principales radios peruanas.

Elaboración: Conciertos Perú

Es por eso que, en medio del debate, se trató los principales problemas a los que se cita un estudio realizado en enero de 2017 ubica al rock en quinto lugar por debajo de la cumbia, salsa, huaynos y las baladas con un 6% de preferencia en país, en tanto, que otro estudio realizado en octubre de 2017 llamado “Radiografía social de los gustos musicales en el Perú” del Instituto de Opinión Pública de la PUCP pone al rock en español en sexto lugar por debajo de la cumbia,



balada, huayno, salsa y música criolla con un 18% de preferencia en el país (Conciertos Perú, 2018).

Mostrando un cierto desconcierto en cuanto a preferencias, pero haciendo prevalecer más el impulso por mantener en tendencia el arte peruano, que pasa desapercibido en los medios de comunicación como radio y televisión, e incluso luchando contra las nuevas plataformas digitales como Youtube o Spotify, mantiene en desasosiego a la comunidad de artistas que hacen frente ante una urgente reforma a una ley que no respalda, sino más bien calla.

1.6 Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador

La Ley Orgánica de Comunicación (L.O.C) en Ecuador, tiene como antecedente principal la propuesta de un proyecto de ley, en el cual tres proyectos fueron debatidos el mes de septiembre del año 2009 en medio de una Comisión Especial Ocasional de Comunicación conformada por los asambleístas: Mauro Andino, Betty Carrillo, Humberto Alvarado, Rolando Panchana, Angel Vilema y María Augusta Calle (PAIS); Jimmy Pinoargote (ADE); Cinthya Viteri (MG-PSC); Lourdes Tibán (MPD-PK); Fausto Cobo (PSP); y, César Montúfar (MCN) (El Universo, 2009). Los proyectos correspondían a César Montufar, Lourdes Tibán, Clever Jiménez, y Rolando Panchana.

1.6.1 Motivación del Legislador Ecuatoriano para la expedición de la ley.

Durante años se había promulgado la necesidad de crear una ley de comunicación en el Ecuador. En palabras del jurista ecuatoriano Romel Jurado Vargas la legislación sobre asuntos relativos a la comunicación se elaboró a partir de una fragmentación artificial de los elementos que intervienen en la comunicación, es decir, el punto principal de esta disputa son los medios de comunicación, contextualizando de alguna manera, son los aspectos tecnológicos y mercantiles de los mismos (Jurado, 2009, p. 2). Edison Toro, funcionario de la Supercom nos explica que:



La discusión iba en qué tipo de ley se requería, de ahí se conversó efectivamente que el tipo de ley que se buscaba era con una institucionalidad, en el que haya un consejo de regulación de contenidos donde se protegiera por lo menos teóricamente los derechos, los derechos de las audiencias, en el que estaba enfocado temas de niños, temas de personas con discapacidad y en base a esa línea se fue construyendo poco a poco esta dinámica del texto (Toro, 2018).

En medio de todo esa disputa por el desarrollo de una ley que acapare el respaldo a una comunicación regulada, especialmente en ámbitos legales de frecuencias, disposiciones de parrillas de programación o más aspectos que se relacionan con la comunicación interna del país, César Montufar explicaba que “la iniciativa (...) busca garantizar los derechos a la libertad de expresión, comunicación y acceso a la información pública. Además de fortalecer el ejercicio profesional de periodistas, comunicadores y ciudadanos, a pensar, opinar y expresarse libremente” (El Comercio, 2009).

Las propuestas presentadas por los asambleístas, en el año 2010, se encontraban desarrolladas de la siguiente manera:

César Montufar exponía un proyecto basado en una concepción liberal clásica de los derechos de la comunicación cuyo disfrute y expansión debe proteger, garantizar y promover la nueva Ley de Comunicación, sobre todo en relación a las posibles injerencias de los poderes públicos (Jurado, 2010, p. 5).

El siguiente asambleísta Rolando Panchana, miembro del oficialismo, expresaba una visión enfocada a los intereses gubernamentales, específicamente del grupo de legisladores del Movimiento Alianza País, la misma propuesta:

Adolecía de serias deficiencias conceptuales y de técnica jurídica respecto de la formulación de los derechos de la comunicación; y, al establecer categorías, derechos y deberes de los comunicadores sociales, apuntalaba la tesis -ya superada- de que la comunicación es un asunto de los profesionales de la comunicación (Jurado, 2010, p. 6).



La última propuesta fue desarrollada por la ex-asambleísta Lourdes Tibán, elaborada por un grupo de organizaciones ciudadanas denominadas “Foro de Comunicación”, los mismos que fomentaron la implementación de derechos comunicacionales en la constitución del 2008, este proyecto se encontraba formulado de la siguiente manera:

Desde un enfoque Constitucional de derechos, aunque no logró integrar todos los elementos en juego sobre la regulación de la comunicación (...) establecía categorías, derechos y deberes de los comunicadores sociales, apuntalando la tesis de que la comunicación es un asunto principalmente de los profesionales de la comunicación, quienes deben ejercer la supervisión última de toda actividad en los medios. (Jurado, 2010, p.8).

Es así como en el año de 2013 se aprobó el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación, la misma que está conformada por 119 artículos, 22 disposiciones transitorias, 6 reformatorias y 2 derogatorias, incluyendo los siguientes puntos:

- La reversión de frecuencias ilegalmente conseguidas y la redistribución de las mismas, de tal manera que exista un 34% asignada a medios comunitarios, un 33% a medios públicos y un 33% a medios privados (El Telégrafo, 2013).
- Para el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios, a los cuales la Ley considera indispensables para la democratización de la comunicación, se contemplan acciones afirmativas para que se instalen y sostengan: préstamos para compra de equipos, exención de impuestos para la importación de equipos, capacitación administrativa y comunicacional (El Telégrafo, 2013).
- También contiene principios deontológicos y criterios de responsabilidad ulterior, establece el derecho a la rectificación y a la réplica, determina la posición de los medios respecto a los procesos judiciales, y prohíbe la censura previa (El Telégrafo, 2013).
- También crea la Superintendencia de Información y Comunicación, órgano que se encargará de la "vigilancia, auditoría, intervención y control" y tendrá



"capacidad sancionatoria" sobre la actuación de medios de comunicación (El Telégrafo, 2013).

- Otro órgano creado por la nueva ley es el Consejo de Regulación de Medios, que tendrá atribuciones en ámbitos como el acceso a la información, contenidos y franjas horarias, elaboración de reglamentos y de informes para la adjudicación de frecuencias, entre otras competencias (El Telégrafo, 2013).

1.6.2 El artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación emitida en el año 2013, contiene dentro de la misma, un artículo enfocado en la difusión de contenido de música nacional dentro de las radios conocida como el artículo 103 o Ley 1x1, cuya premisa principal se describe de la siguiente manera:

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 (Arcotel, 2013, pág.18).

Como consecuente a esta premisa, se ahondará a continuación un poco más sobre el origen jurídico de este artículo y su situación actual dentro del país, todo esto dentro de nuestro campo de estudio que precisa la conceptualización de diversos términos que nos ayudarán a la comprensión del tema investigado.

1.6.2.1 Origen jurídico

El artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, tiene como antecedente principal la Ley de Defensa Profesional del Artista Ecuatoriano, en cuyo Registro Oficial 798 emitido el 23 de Marzo de 1979, contando con diversos puntos en los que se intentaba acaparar el sentido de apoyo al producto nacional ecuatoriano, en términos de música.



Dentro de este documento legal, nos encontramos con el artículo 28 perteneciente al Capítulo VI de Disposiciones Especiales que tanto las estaciones de radio y canales de televisión, deberán promover la música del artista ecuatoriano quedando la televisión en un 10% y las estaciones de radio en un 30% dentro de su programación habitual, incluyendo un 5% de presentaciones en vivo en la televisión y el 30% en las radiodifusoras (Unesco, 1979).

Ante la incertidumbre del incumplimiento de la disposición legal antes mencionada, dentro de la Ley de Comunicación emitida en el año del 2013, con un previo debate en la Asamblea Nacional, se decide retomar el artículo de respaldo al artista ecuatoriano con un denominado “Reglamento de Aplicación del Artículo 103 de la Ley de Comunicación”.

El reglamento con Registro Oficial 364 emitido el 29 de Octubre de 2014, emite que la Disposición Transitoria Sexta de la Ley Orgánica de Comunicación dispone la aplicación paulatina de su Artículo 103, en el cual se debía aplicar la difusión del contenido musical nacional, en un plazo de 3 años a partir de la entrada en vigencia de la ley, comenzado con un 20% en el primero, 30% en el segundo y finalmente 50% en el tercer año (Supercom, 2016).

Lo que buscó ese artículo, fue un poco el fomento o la difusión de la música nacional, en su amplia contractura, es decir, música creada, compuesta por personas nacionales, por ecuatorianos, en la medida en que ese sector, ha vista de quien aprobó esto necesitaba tener esa protección especial (Toro, 2018).

1.6.2.2 Organismo y Actores: Entrevista con personas involucradas con la Ley dentro de la ciudad de Cuenca

Mónica Toral, funcionaria de la Supercom dentro la ciudad de Cuenca, manifestó que la entidad en la ciudad se encarga principalmente de la regulación de los medios de comunicación, brindando un monitoreo constante con respecto a la programación que los mismos transmiten,



explicando que los medios que monitorean les son designados de manera aleatoria (Torales, 2018).

En torno al estado actual en el cual se encuentra la Ley de Comunicación, vincula la creación de Supercom como una entidad regulatoria y la contradicción directa de las nuevas reformas que se están planteando desde el pleno de la Asamblea Nacional, donde se propone su desaparición, debido a varios inconvenientes que han existido con relación al tema de multas e incumplimientos de los medios de comunicación (Torales, 2018).

Ante eso, la aplicación del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación se ha visto acatado de una manera correcta, expresando que son mínimas las fallas a esta disposición, ya que la franja horaria de los programas radiales y la temática más tratada dentro de estos medios es el entretenimiento, la música es un producto infaltable y que no se ve presto de evasión (Torales, 2018).

1.6.2.3 Estado Actual

La Ley Orgánica de Comunicación se encuentra actualmente reformada, con un pleno de la Asamblea que aprobaba cambios a este documento el 18 de Diciembre de 2018, varias normativas de la misma se encuentran renovados en estructura y aplicación (El Comercio, 2018). Es entonces cuando el artículo 103 de esta ley se encontraba en debate para lo cual el Superintendente de la Información y Comunicación, Edison Toro, mencionaba que:

Según la reforma está igual como estaba antes pensando exactamente que se tenga que construir algo distinto a lo que se estaba haciendo, con una política integral, sin embargo, entiendo que el ejecutivo está pensando en el veto para bajar el porcentaje de obligación que se tiene de difundir esto pero hay que recordar que ya el enfoque de sancionador no va a existir por lo tanto esto queda en el tema casi de una buena voluntad de las radios para difundir esto (Toro, 2018)



Los cambios a este artículo se encuentra propuesta en el primer informe reformativo aprobado, en donde la premisa principal es una propuesta de reducción del 50% de música nacional que se difunde en el país a una cifra que oscila entre el 10% y 20%, haciendo que de alguna manera decaiga el peso de reproducción musical en radios, debido a que, según los legisladores ecuatorianos, este artículo no tuvo ningún sustento técnico que lo respalde (El Telégrafo, 2018).

Con relación a lo antes mencionado, Juan Fernando Velasco actual presidente de SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos), ha expresado su descontento con este artículo debido a que, según él, no se han obtenido los resultados necesarios, siendo visibles este tipo de deficiencias (El Comercio, 2018).

Por consecuente, entre las principales reformas aplicadas a la Ley Orgánica de Comunicación se encuentran: la eliminación de la Superintendencia de Comunicación (Supercom), en un plazo de 181 días que vencen en Junio de 2019; además se suprimen figuras como el linchamiento mediático y los códigos deontológicos, apostando por una autorregulación de los medios (El Comercio, 2018).

Ante la eliminación de la Superintendencia de Comunicación como regulador de medios nacionales y de cumplimiento de artículos aplicados a la programación como lo es el artículo 103, se destaca su carácter sancionador. En base a cifras, se indica que en el año 2017, de 229 medios supervisados, el 84% cumplió y el 16% no lo hizo, considerando de esta manera un gran logro tanto para los músicos, como para los productores ecuatorianos, aunque de alguna manera, algunos artistas expresan que se eliminó la relación natural entre radioemisoras y compositores ecuatorianos (El Comercio, 2018).



1.7 Entidades relacionadas con el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación

Para la regulación y coordinación de la Ley Orgánica de Comunicación, en específico del artículo 103, se creó entidades que le ayuden en el cumplimiento de su objetivo de principal a nivel comunicativo. Empezamos con el Cordicom (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación), principal encargado de implementar normativas para el cumplimiento de los estatutos establecidos dentro de la Ley Orgánica de Comunicación.

De este se desprende la Supercom (Superintendencia de Información y Comunicación), a quien las reformas a la ley la eliminarían en Junio de 2019, pero que durante su permanencia, se encargó de asegurar el cumplimiento de los contenidos pertenecientes a la L.O.C dentro de los medios de comunicación, entre ellos el Artículo 103.

No podía faltar en el país una Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE), quien se mantiene como un grupo de respaldo a las obras o piezas musicales de los compositores del país, velando por el cumplimiento de regalías y la protección a los derechos de autor.

1.7.1 SUPERCOM: Superintendencia de Comunicación e Información

La Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom) nace a partir de la creación de la Ley Orgánica de Comunicación, como un organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control en el ámbito administrativo del ejercicio de los derechos a la comunicación, establecidos dentro de la Constitución, además de contar con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación (Supercom, 2015).

Entre las principales atribuciones con las que cuenta la Superintendencia de Información y Comunicación, presentes en el Artículo 56 de la LOC, se encuentra principalmente la supervisión del cumplimiento de las disposiciones legales del derecho de la comunicación, resolver denuncias en torno a la materia de derechos de comunicación, requerir a cualquier



persona relaciona con el ámbito de la comunicación la información sobre el cumplimiento de estas disposiciones además de emitir sanciones amparadas en la ley de comunicación (Arcotel, 2013).

En beneficio al artista ecuatoriano, además de regular la aplicación del Artículo 103 en medios, la Supercom creó una plataforma denominada “Latitud 1x1”, una plataforma encargada principalmente del registro de artistas en donde los mismos suben su material musical, a modo de repositorio digital, donde después de un previo registro, los medios de comunicación, especialmente radios, pueden descargar las canciones y transmitir las en su programación habitual.

Aunque durante su estado de vigencia total se desarrollaba como un organismo regulador de medios de comunicación, se encuentra próximo a desaparecer debido a las reformas acaparadas por el pleno de la Asamblea Nacional en torno a la Ley Orgánica de Comunicación. El 20 de Febrero de 2019 fue dictada la última promulgación de la reforma transitoria que reafirma su eliminación, a lo que el Superintendente Edison Toro, confirmó el uso de \$2 millones de dólares para indemnizaciones de personal y otros rubros de gasto (El Universo, 2019).

1.7.2 SAYCE: Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE), es una entidad nacida en 1973 encargada de respaldar los derechos de autoría de obras musicales en el país. Los derechos de autor son la única remuneración que reciben los creadores de una obra musical por permitir que el usuario use su música en diferentes ambientes ya sea comunicación pública, sectores de alojamiento, alimentos y bebidas, sectores de diversión y entretenimiento, locales comerciales o radio y televisión, transporte o ejecuciones en vivo (SAYCE, 2018).



Contando con diferentes tarifas diferentes dependiendo del lugar en donde sea reproducida la obra de su autoría, SAYCE pertenece a un grupo denominado de gestión colectiva, entendido como “al ejercicio del derecho de autor y los derechos conexos por parte de organizaciones que actúan en representación de los titulares de derechos y en defensa de los intereses de estos últimos” (Latitud 1x1, 2016). Esto quiere decir que el músico obtiene la capacidad de prohibir o autorizar el uso de sus obras dependiendo del motivo y el lugar.

SAYCE trabaja en conjunto con el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) encargado de propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender los derechos de propiedad intelectual, contando con un apartado enfocado a los derechos de autor, en donde entra en juego la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos, intentando mantener el buen uso y la integridad de la obra del artista nacional (IEPI, 2016).

1.7.2.1 Determinación de la nacionalidad de obras musicales en Ecuador.

Para el reconocimiento de una obra musical como ecuatoriana, se puede entender que el producto sea compuesto y ejecutado por un artista ecuatoriano, ya sea en el país o en el extranjero (Cordicom, 2019). En base a esto, la Superintendencia de Información y Comunicación basaba su monitoreo realizado con respecto al contenido difundido por las radios y el cumplimiento de la “Ley 1x1”, en donde se verificaba la nacionalidad de una canción al momento de ser transmitida al aire por una radiodifusora (Supercom, 2018).

Al momento de difundir una canción de cualquier artista, las emisoras de radio emiten información con respecto a la obra, en donde el centro de monitoreo de la Supercom, al recibir la copia de los programas que han sido transmitidos durante el mes, se determina la nacionalidad de la misma, poniendo en práctica el cumplimiento del artículo 103 (Toral, 2018).



1.7.2.2 Organismos y Actores: Personas relacionadas con esta entidad en Cuenca.

En la matriz de SAYCE, presente en la ciudad de Cuenca se encuentra a cargo la Ing. María Valencia, manifestado la presencia de esta entidad en la ciudad por más de un año, siendo un intermediario directo de la central que se encuentra en la ciudad de Quito.

Dentro de la ciudad, la entidad cuenta con un aproximado de 150 socios, los cuales realizan un pago mínimo para poder formar parte de esta entidad, teniendo en cuenta que después del registro cada canción que decidan monetizar debe ser presentada en un CD formato MP3, teniendo que estar masterizada ya que cada archivo llega a tener una huella digital que la convierte en un producto único en su tipo (Valencia, 2018).

La responsabilidad total por la obra es del socio, SAYCE realiza un monitoreo gradual en donde cada vez que suena alguna canción del afiliado se realiza la cancelación por derechos de autor, variando las tarifas del lugar en donde sea reproducido, las veces y otros factores que intervienen dentro del depósito monetario (Valencia, 2018).

1.8 Efectos generales de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación en el país

Los efectos generales producidos por la Ley Orgánica de Comunicación, incluye varias aristas las cuales destacan la regulación de los medios de comunicación y por ende el contenido que las mismas transmiten, encargándose de esto la Superintendencia de Información y Comunicación.

Fue un limitante a la libertad de expresión , es decir, hubo un ente controlador de medios de comunicación que violentó la libertad de expresión en su concepción mínima y efectivamente se sancionaron muchos medios bajo varios artículos de la ley, por lo que nos alejamos muchísimo de los estándares internacionales a los que estamos abocados a obedecer por la suscripción de convenios internacionales sobre los temas de derechos



humanos y por lo tanto está ley en su evaluación final tuvo más perjuicios que beneficios (Toro, 2018).

La Supercom ha emitido, desde la fecha de su creación en el año 2013, ha habido un aproximado de 1188 procesos administrativos, entre los cuales 706 fueron de carácter sancionador y 428 fueron de multas a los diferentes medios de comunicación, recaudando en cifras una cantidad alrededor de \$2 983 995 dólares, un proceso de cobro dirigido por la Contraloría General del Estado (El Comercio, 2018).

En un porcentaje del 46% de todas las sanciones tomadas en cuenta desde ese año han sido por el monitoreo o control de medios, esto recae en la cantidad de los 706 casos antes mencionados, las sanciones recayeron en el incumplimiento de las normas deontológicas y a la regulación de contenidos (El Comercio, 2018).

Todo esto desemboca en como la Ley Orgánica de Comunicación, ha funcionado como un ente limitante a varios aspectos de la comunicación nacional, funcionando como una herramienta sancionadora, en un país donde las políticas internas se encuentran estructuradas de una manera inadecuada, convergiendo en problemas futuros que necesariamente necesitan replantearse, reformarse y aplicarse de una manera diferente, para así obtener otros resultados, que beneficien tanto a la ciudadanía en general, como a los medios de comunicación.



CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Introducción

Dentro de la ciudad de Cuenca, una de las radios que más apoyo ha brindado durante el transcurso de los años a la escena musical nacional, en especial a la cuencana, es el medio Súper 949. Un medio de comunicación con años de trayectoria dentro del ámbito musical, como una radio temática enfocada en el género rock, aunque con el pasar del tiempo ha pasado a adaptarse a los diversos géneros que han ido apareciendo progresivamente llamando la atención de los radioescuchas del país. Dentro de ese contexto, nuestra investigación se encuentra fundamentada al equipo de producción del medio, con entrevistas a profundidad y además a los músicos cuencanos que se encuentran involucrados en nuestro tema de estudio.

2.2 Metodología

La presente investigación se encuentra enfocada en un estudio de caso dentro del medio de comunicación Súper 949, con una metodología de estudio variada, priorizando en el Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, específicamente en su aplicación e impacto dentro del medio.

2.2.1 Población y muestra.

Nuestra investigación gira en torno al Artículo 103 de la LOC y como ha sido aplicada en el medio de comunicación Súper 949. Para tener un panorama más amplio de su aplicación se procedió a la selección de artistas de la ciudad de Cuenca, los cuales con su opinión y al estar dentro del contexto musical, ampliarán nuestra perspectiva en torno a este artículo.

Los músicos o bandas seleccionadas se encuentran de la llamada “Escena Independiente Cuencana” mencionada en el anterior capítulo, para dicha selección se tomó en cuenta los siguientes puntos:



- El músico y/o banda debe encontrarse en estado activo o en una actividad constante.
- El producto musical del artista debe constar en una plataforma de la cual se pueda escuchar o verificar.
- El músico debe formar estar estrictamente dentro del estado de independiente.
- El artista o su proyecto musical debe haberse formado dentro de la ciudad de Cuenca.

Dentro de esos parámetros, los artistas seleccionados para nuestro estudio son los siguientes:

Artista	Banda
Jaime Martínez	Los Zuchos del Vado
Roberto Ávila	Ilaló
José Orellana	La Madre Tirana
Leonardo Espinoza	Letelefono
Pedro Ortíz	Alias
Mateo Pauta	Donnie Parko
Bryan Custode	Cosa Custode y Los Kamikaze
Juan Pablo Amón	Los Despachos
Juan Diego Arias	El Ladrillo de Cristal
Karla Huiracocha	Neoma
Daniel Pauta	Nockah
Santiago Landívar	Boris Vian
Esteban Iñiguez	Levitantes
Danny Galán	Mr. Monkey
Juan Cristobal Jara	Maniati
Omar Alvarado	Perros de Fu



Adrián López	Animosh
--------------	---------

Tabla 2. Músicos de la escena independiente cuencana.
Fuente: Elaboración propia

Al ser un estudio de caso dentro del medio Súper 949, la parte central en nuestro estudio serán los locutores que laboran dentro del mismo, contando con los siguientes nombres y tomando en cuenta el enfoque le brindan a cada una de sus programaciones, se detalla de la siguiente manera:

Locutor	Programa
Jorge Piedra Cardoso	<ul style="list-style-type: none">• Disc Notas• Las 20 Casillas Súper 949
Guerman Piedra	<ul style="list-style-type: none">• La Jungla
Fernando Pesántez	<ul style="list-style-type: none">• Pan con Nata• Long Play

Tabla 3. Personal del medio Súper 949.
Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Herramientas de recolección de datos

Para la verificación del impacto del Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, se utiliza como herramienta principal la entrevista a profundidad a cada uno de los locutores del medio Súper 949, en donde, para su elaboración se toma en cuenta los siguientes puntos a tratar:

- El conocimiento que el locutor tiene acerca del Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación.
- Como se adaptó esta ley a la parrilla de su programación, considerando si existió algún cambio al momento de realizar su programa.
- El impacto tanto positivo como negativo de este artículo desde la perspectiva de radiodifusor.



- Si la cantidad de música nacional ecuatoriana, específicamente cuencana, tiene un número considerable para ser reproducida dentro del medio de comunicación.
- El respaldo que tiene la música independiente cuencana dentro del espacio radial.
- Si la música nacional cuenta con la suficiente calidad como para ser difundida en su programación habitual, tomando en cuenta que significa para el radiodifusor el término “calidad”.
- La manera en cómo se abastecen de música nacional, específicamente cuencana, a sabiendas de que existe una plataforma conocida como Latitud 1x1.
- El antes y el después de la aplicación de la ley, como el locutor concebía la música nacional ecuatoriana y si contaba con un respaldo en la parrilla de programación.
- Cuáles serían las reformas que el radiodifusor aplicaría en el artículo 103 de la LOC, que beneficie tanto a artistas como al medio de comunicación en el cual labora.
- Opinión personal del radiodifusor en torno a la aplicación del artículo y el estado actual en el que se encuentra.

Como respaldo a la entrevista a profundidad se realizará una encuesta aplicada a los músicos de la ciudad de Cuenca, seleccionados anteriormente para nuestro estudio, la misma que nos ayudará en nuestro estudio cuantitativo con relación a la perspectiva artista y ley, fundamentada en cifras que apunten a conocer un poco más de la realidad de los mismos (Anexo 2).

CAPÍTULO III

RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO

3.1 Introducción

Con relación a nuestro estudio, se procedió a realizar una encuesta aplicada a los músicos independientes, escogidos en el anterior capítulo con las delimitaciones correspondientes, para respaldar a nuestra investigación y por ende tener una visión más amplia de la realidad que vive a cada día el intérprete cuencano en torno al artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación.

3.2 Resultados cuantitativos

La primera pregunta se relaciona con el conocimiento que tiene el músico acerca de la Ley Orgánica de Comunicación, que resulta indispensable al momento de hablar de medios de comunicación y sus parrillas de programación, desprendiendo de las mismas la difusión musical. El porcentaje más alto es el de “No” con un 53%, reflejando un desconocimiento de este artículo legal y generando una perspectiva que aleja un respaldo teórico por parte del músico al momento de defender su producto y querer difundirlo.

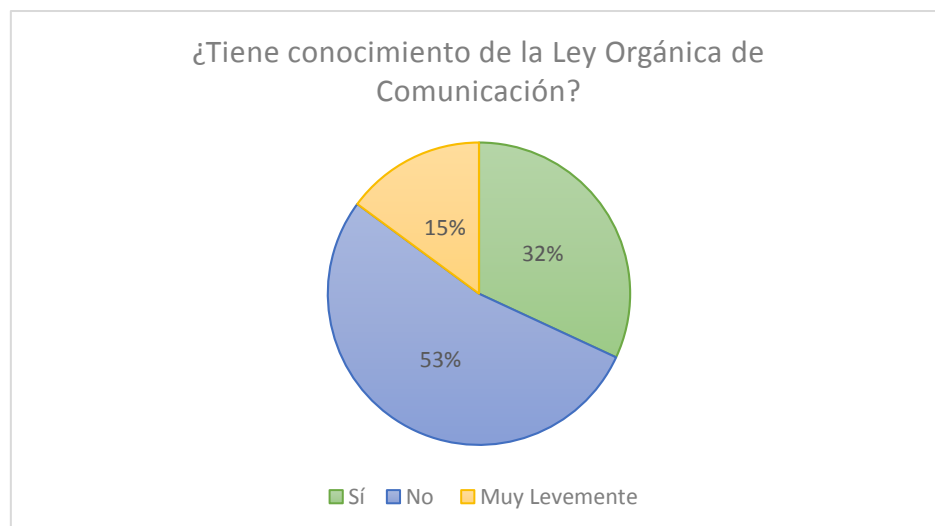


Gráfico 3.1 Porcentaje de conocimiento de la Ley Orgánica de Comunicación.

Fuente: Elaboración propia.



Con respecto a la difusión, los medios de comunicación necesitan acaparar la atención de una audiencia expuesta constantemente al consumo de información, es donde entra en juego la creatividad de producción para generar un alcance mayor del público como principal consumidor. Para esto, se cuestionó al artista sobre cuál de los medios, actualmente vigentes, es el que más utiliza para dar a conocer su música, a lo que el 59% de los músicos respondió “Web”, siendo un claro ejemplo de la preferencia con relación a su acceso y eficacia del internet, proyectado en el uso de redes sociales y plataformas musicales. En torno a medios tradicionales, la radio muestra una notable selección por parte de los encuestados, con un 33%, logra generar una expectativa con su intento por perdurar y mantenerse en competencia con los nuevos medios.

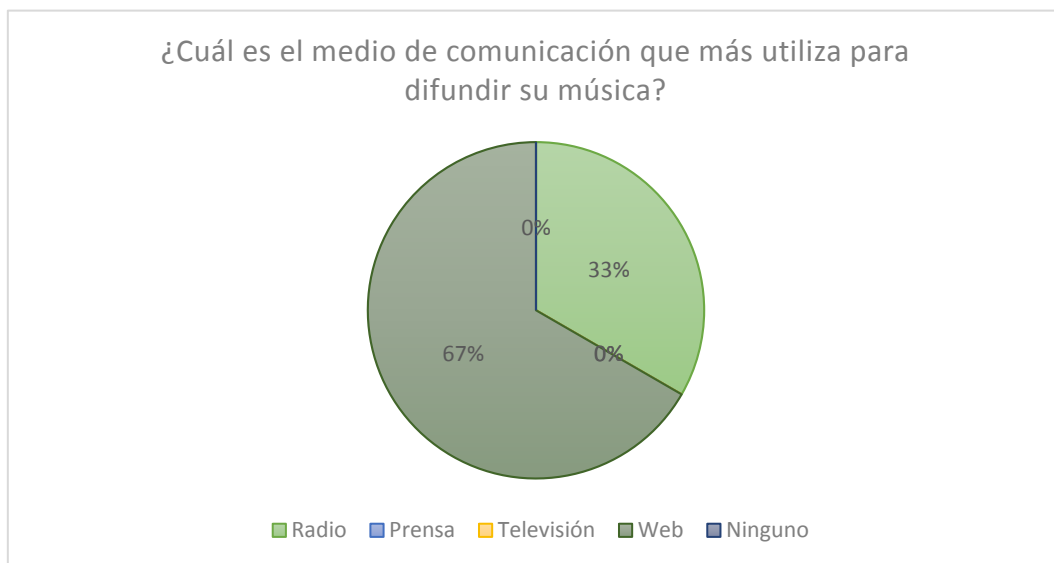


Gráfico 3.2 Porcentaje de medios considerados para difundir música por parte del artista cuencano.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro del marco de medios tradicionales, la radio juega un papel fundamental al ser un medio que aún acapara la atención del público. Siendo el principal objeto de investigación de nuestro proyecto y porque el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación se aplica únicamente a su programación, se preguntó a los artistas sobre si considera a este medio como principal respaldo a la música local en la ciudad de Cuenca. Un 65% respondió “Sí” reflejando

de esta manera un vínculo entre el artista y la radio como una clásica manera de incursionar y vender en el mercado musical nacional, para posteriormente competir con un mercado global.

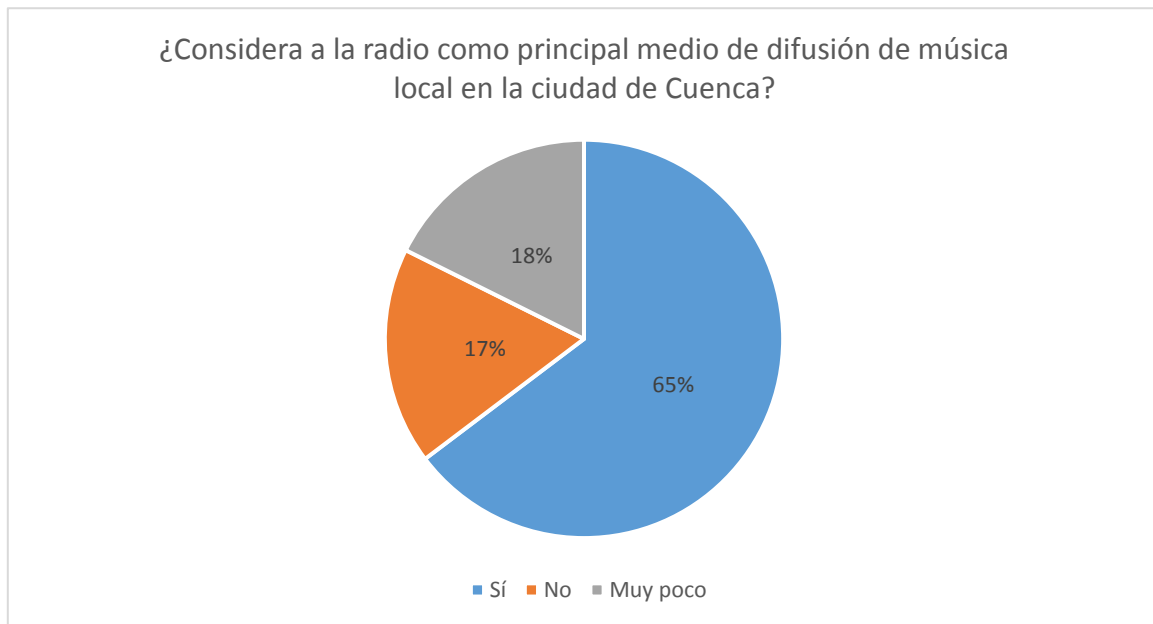


Gráfico 3.3 Porcentaje de consideración a la radio como principal medio de difusión de música local en la ciudad de Cuenca.

Fuente: Elaboración propia.

La creación de una base sólida de audiencia se basa principalmente en la manera que el producto, en este caso musical, sea colocado en el medio de comunicación, las veces que se escuche durante el día hará que se agilite este proceso. Es por eso que se preguntó a los artistas sobre si sienten que su producto es difundido periódicamente en los medios radiales cuencanos; con un 55% de respuestas “No”, se da a entender la preferencia de los medios de comunicación a otros estilos o géneros musicales por su popularidad. Por otra parte, un 35% de los encuestados responde “Sí” abriendo las puertas a una música nacional independiente cuencana que se encuentra creciendo constantemente.

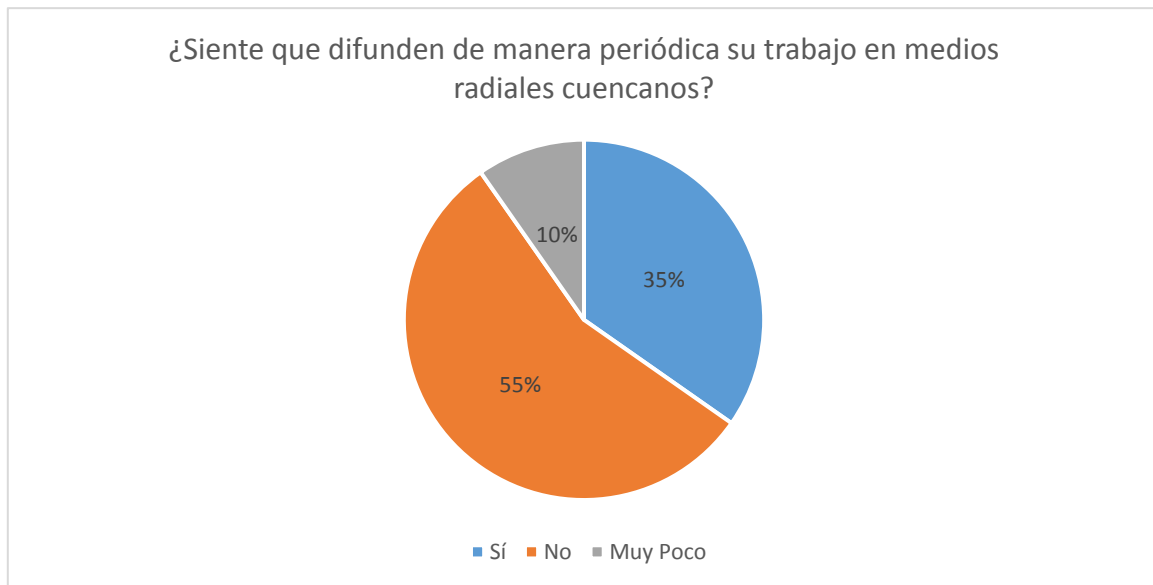


Gráfico 3.4 Porcentaje de consideración a la difusión del trabajo musical en medios radiales por parte de músicos cuencanos.

Fuente: Elaboración propia.

Para hacer un frente ante el cumplimiento o no de un artículo que involucra directamente al músico y su desarrollo artístico, es necesario tener en cuenta el conocimiento que debe tener con respecto al mismo, haciendo que esta sea una herramienta al momento de defender y exigir sus derechos con un amparo legal. Como consecuente, un 73% de los músicos respondió que “Sí”, lo que significa que más de la mitad de ellos tiene un conocimiento acertado ante este artículo, principalmente por la relación que tiene con su progreso artístico.

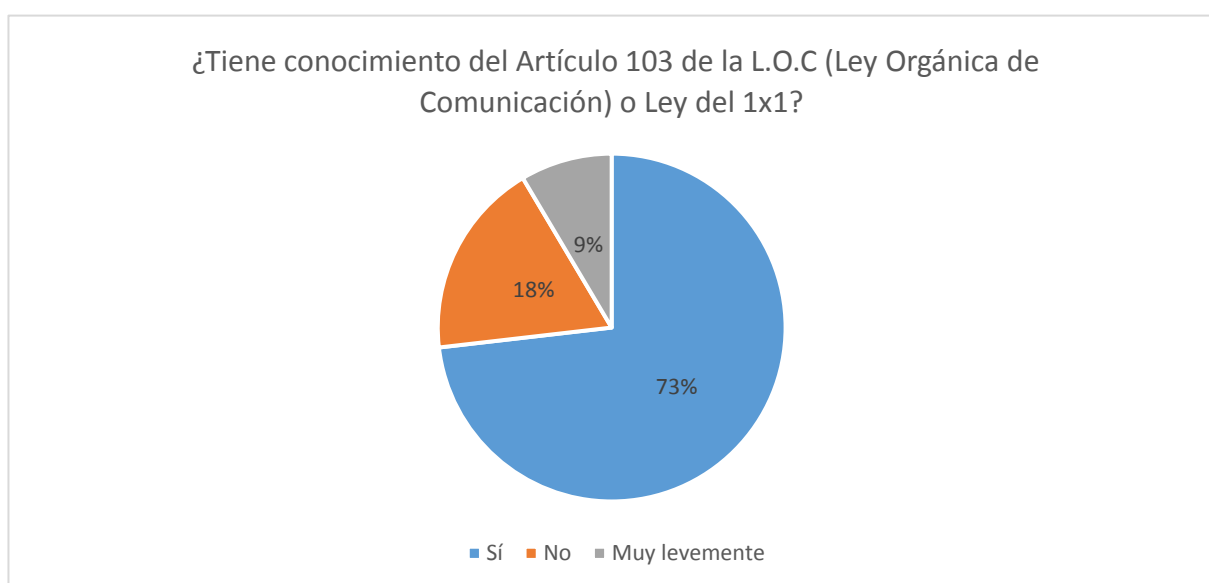


Gráfico 3.5 Porcentaje de conocimiento del Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1.

Fuente: Elaboración propia.



Tenemos que recordar que el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2016, es por eso que para nuestro estudio es necesario conocer si la música independiente cuencana era tomada en cuenta antes de la implementación del mismo o es solo una obligación legal para los medios radiales. Un 53% señala que “Muy Poco”, contrastando de esta manera con las anteriores preguntas en torno a la falta de constancia al momento de colocar música independiente cuencana en las radios de la ciudad.

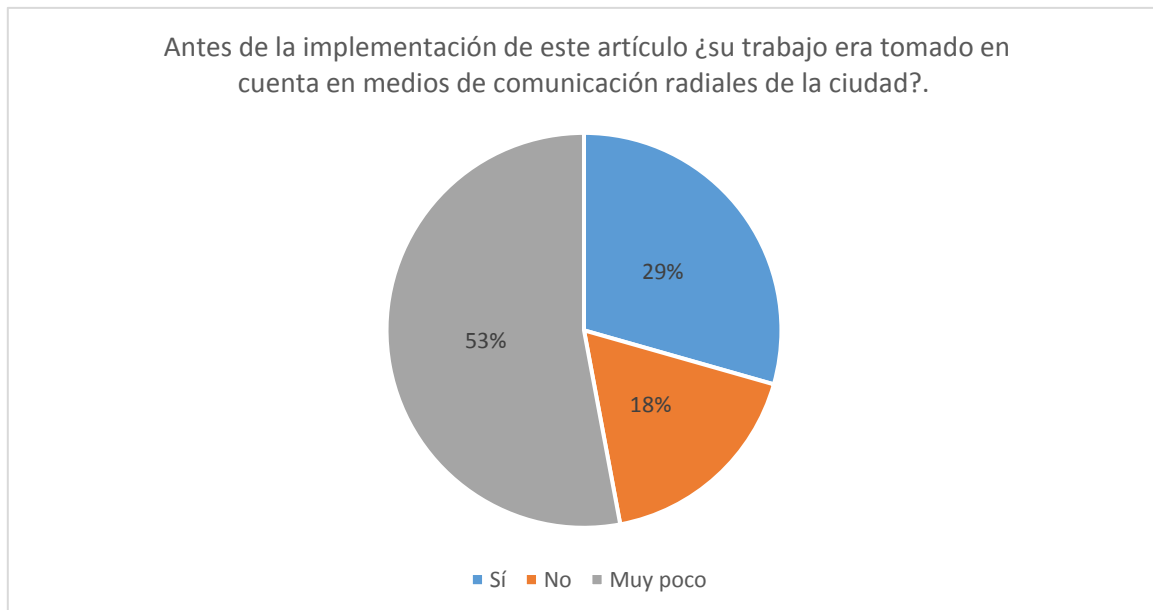


Gráfico 3.6 Porcentaje de apoyo difusivo a la música cuencana antes de la implementación del artículo 103 de la L.O.C.

Fuente: Elaboración propia.

La creación de mercadería significa una nueva fuente de ingreso monetario para el músico independiente cuencano. Este grupo de suvenires de la banda o artista se encuentra encabezado por los discos, los que se pueden obtener en formato físico y digital. Es por ello que se preguntó a los encuestados, si el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación sirvió como un impulso para que la gente adquiriera su material discográfico. Un “No” rotundo con el 80% encabeza las respuestas, dando a entender el déficit de compra que tiene material exclusivo del artista, dando a entender la libertad que existe al encontrar esta música gratis en plataformas musicales como son: Youtube, SoundCloud o Spotify.

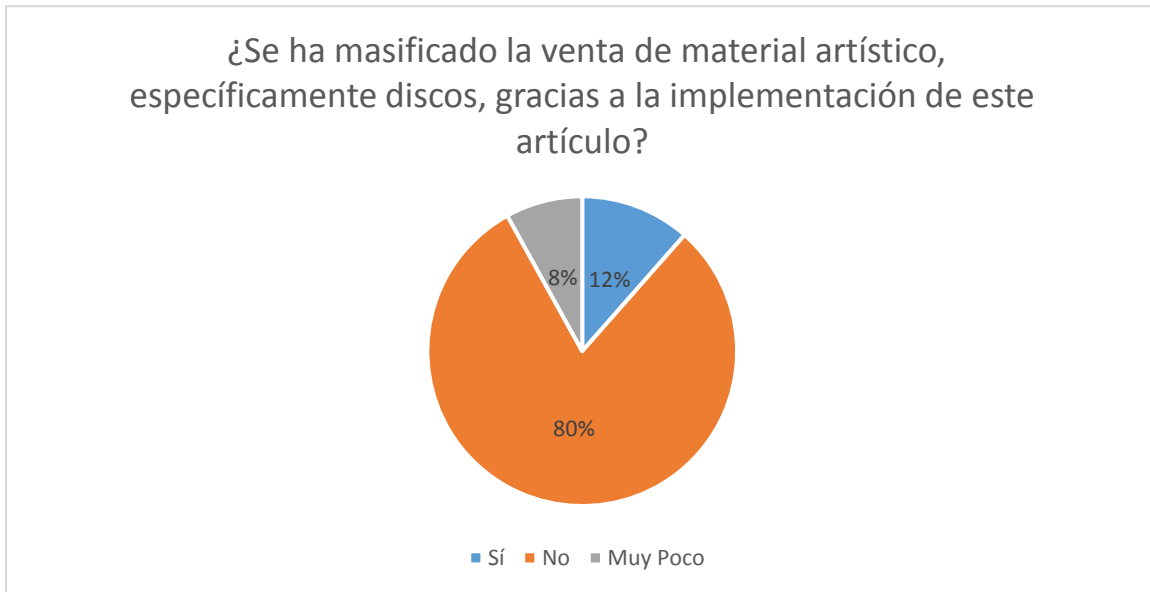


Gráfico 3.7 Porcentaje de relación entre el aumento a la venta de material discográfico y el artículo 103 de la L.O.C.

Fuente: Elaboración propia.

Los conciertos resultan una herramienta importante al momento de darse a conocer en la escena local, siendo su correcto desarrollo un estímulo que recompensa al artista con la masificación de gente progresivamente en las posteriores presentaciones del artista. Por consiguiente, un 75% de los encuestados anula el vínculo entre la implementación del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación y el aumento de contratos para conciertos, demostrando la búsqueda propia que tienen que hacer para poder llevarlos a cabo.

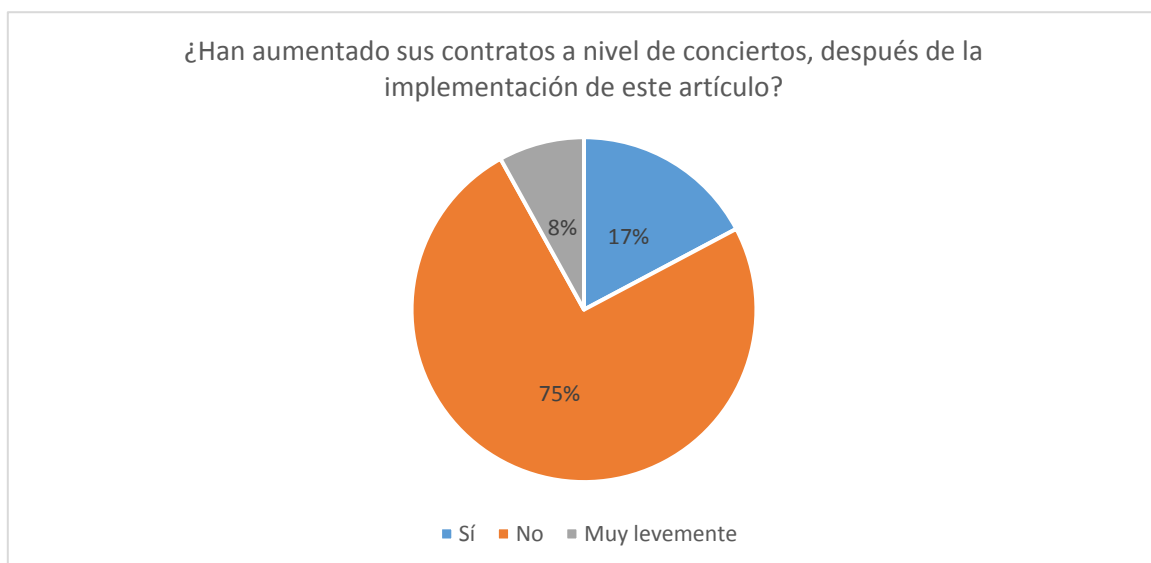


Gráfico 3.9 Porcentaje de relación entre el aumento de conciertos y el artículo 103 de la L.O.C.

Fuente: Elaboración propia.

El incremento monetario en el músico se da debido al aumento de asistencia o consumo de los elementos antes mencionados (conciertos, mercadería), por lo que se obtuvo una perspectiva negativa por su falta de relación con la creación de nuestro artículo en estudio. De este modo, la comparativa con años anteriores a la implementación de la “Ley 1x1” era necesaria y nos da como resultado un “No” por parte del 76% de encuestados, proyectando nuevamente la falta de este vínculo: artículo – artistas.

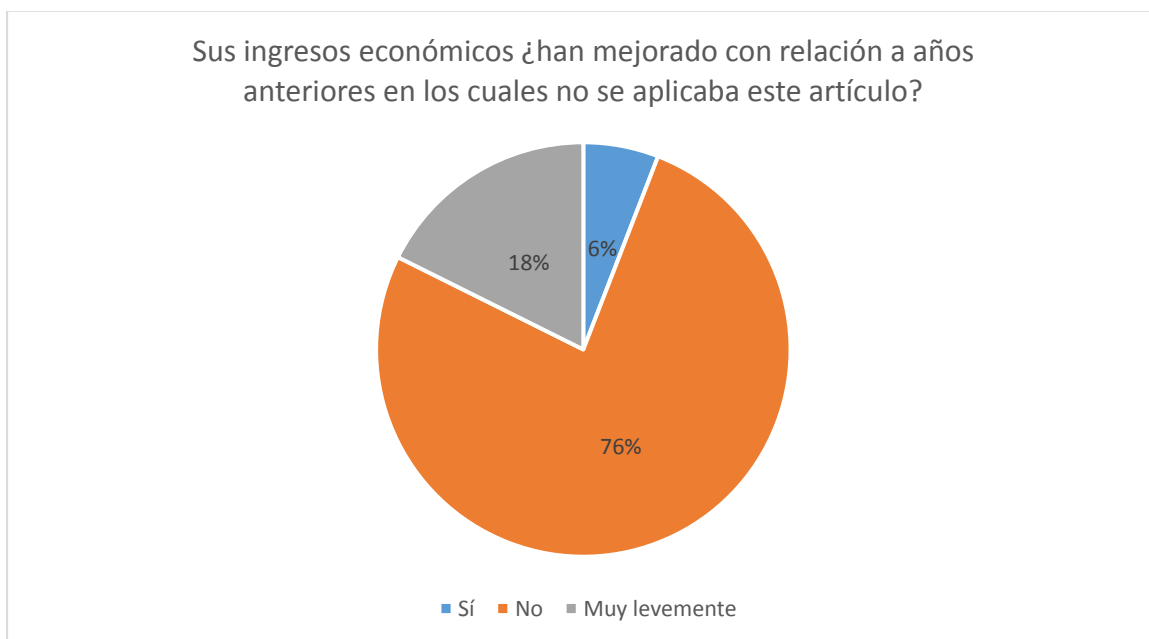


Gráfico 3.10 Porcentaje de relación entre el incremento monetario del artista cuencano y el artículo 103 de la L.O.C.

Fuente: Elaboración propia.

El carácter de cumplimiento exigido por parte del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, necesitaba ser respaldado por la perspectiva de los músicos encuestados ante esta normativa. Los resultados a la pregunta sobre el cumplimiento de esta ley en las radios locales nos muestran un 53% considerando que “No” se cumple con este acuerdo legal, aunque se ve respaldada por la idea de que las radios temáticas se encuentran exentas de esta obligación.

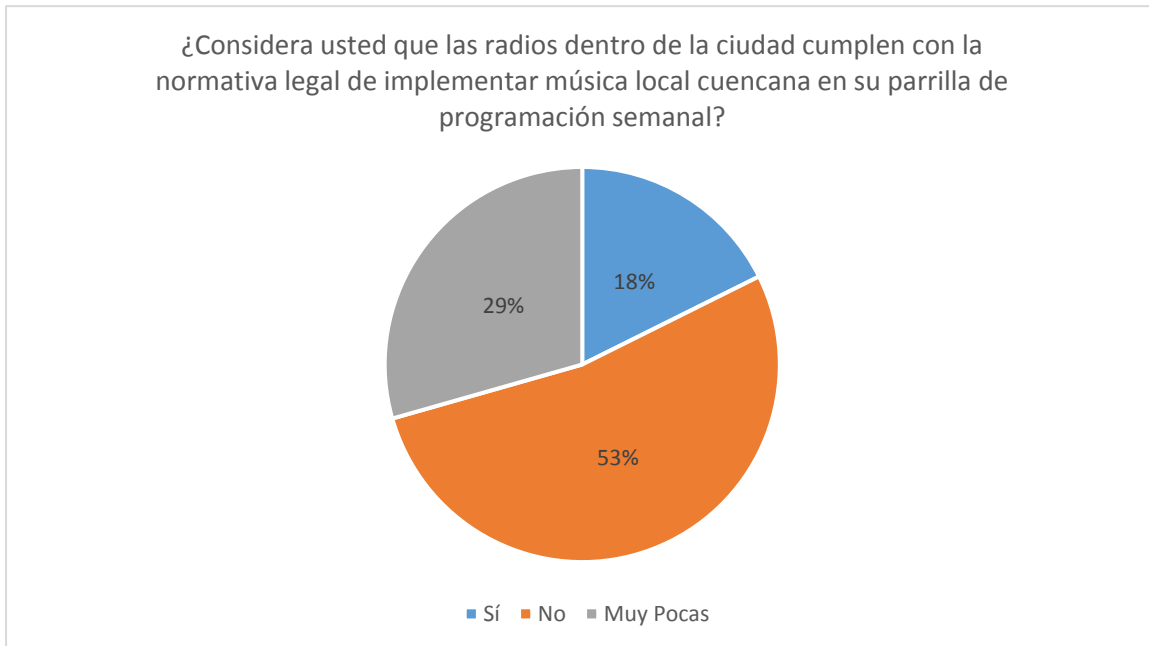


Gráfico 3.10 Porcentaje de cumplimiento del artículo 103 de la L.O.C en radios locales por parte de músicos cuencanos.

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Comentarios sobre los resultados cuantitativos

La encuesta realizada al grupo de artistas cuencanos nos ayudó a tener una perspectiva desde el punto de vista del músico cuencano, relacionando varios elementos trascendentales que implican de manera directa al actor principal que es el artista con la herramienta que es el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1.

Como primera observación se destaca el hecho de encontrar a la radio como principal medio de difusión de música nacional, en la cual, la mayoría del porcentaje de las personas encuestadas destacan una aceptación mayoritaria a este medio. Ampliando nuestra visión del campo de acción en donde es más recurrente la implementación de la llamada “radio especializada”, en especial la que gira en torno a espacios relacionados con la música, sin embargo, existe una contraparte en torno al sentido difusivo de la música independiente cuencana de manera periódica, que no es la suficiente como para que el músico cuencano se sienta respaldado en la radio local.



Como segundo punto se pudo encontrar que el artículo 103 de la LOC, aunque un gran número de los encuestados resolvió el conocer de alguna manera dicho estatuto, no ha sido un respaldo trascendental, ni fundamental para el desarrollo del músico cuencano, como principal muestra se tiene la negativa que existen en las preguntas relacionadas a la mejora que han tenido los artistas tanto en el ámbito de conciertos, venta de material discográfico e incluso a nivel económico, desacreditando de alguna manera la implementación de este artículo y su primicia principal que es el apoyo al intérprete local.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO

4.1 Introducción

El análisis cualitativo de nuestra investigación giro en torno a la interpretación y familiaridad que tienen cada uno de los comunicadores de la radio cuencana Súper 949 con el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, brindando opiniones que aportan de manera significativa la aplicación de esta normativa dentro de un medio de comunicación y además como esta ha ofrecido un espacio al producto del músico independiente cuencano. Todas las dudas relacionadas a nuestro tema fueron despejadas a través de una serie de entrevistas, las cuales desarrollaremos en este capítulo.

4.2 Conocimiento de la Ley 1x1

El conocimiento del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1 debe ser un requisito obligatorio para todo comunicador, en especial, para aquellos que laboran en medios radiales. Como es nuestro caso, los locutores del medio Súper 949 tienen muy clara la idea de lo que trata dicho artículo, una de las definiciones más acertadas enuncia que:

Cuando se creó la Ley 1x1 era para que la producción nacional en música, en los programas musicales en la radio y en la televisión, sea transmitida en un porcentaje de 50% como mínimo la producción nacional. Cuando se hizo esta ley hubo una transitoria en donde fue que en los primeros 3 años se fue adaptando, ya pasaron esos años y ahora está en plena vigencia que sea 1x1, vino un reglamento y en el mismo se hablaba de algunas características como por ejemplo: ¿a qué se calificaba como música nacional?, ¿qué tipo de producciones?, etc. y que le dieron mayores detalles a esto (Piedra, 2018).

En la anterior afirmación, a lo que se considera como “música nacional” se encuentra explicada en el primer capítulo de este proyecto, sin embargo, el origen de este artículo genera un tipo de molestia, como lo supo explicar uno de los locutores del medio: “esta ley es una ley



copia, se la copio de unas leyes de México y de Chile para fomentar lo que es la industria y los artistas nacionales” (Piedra, 2019). El desarrollo conceptual que tienen los comunicadores en torno al artículo 103 se encuentra fomentado en una primicia principal que es la obligación de colocar un 50% de la música nacional ecuatoriana, sin entrometer algún otro tipo de terminología legal que genere confusión o la necesidad de indagar más a fondo.

4.3 Repertorio de música nacional y métodos de adaptación de la Ley 1x1 en la radio Súper 949

En torno a las entrevistas realizadas a sus locutores, se pudo determinar la forma en como el medio Súper 949 adaptó a su programación el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1, además de cómo se abastecieron de la música nacional necesaria e indispensable para su cumplimiento. Uno de ellos afirmó lo siguiente:

En algunos casos no hubo mayor problema porque la programación de Súper 949 que era dedicada a una forma que se llama más o menos “Top 40”, es decir, hay un grupo de 40 canciones que son las de más moda, pongámoslo así, las que están sonando en esos días, tratamos de adaptar a lo que daba la orden del artículo 103 (Piedra, 2019).

Al ser una radio enfocada en el género rock, uno de sus locutores supo afirmar que tratan de escarbar la música para poder cumplir con esta normativa, algunas veces cayendo en la tendencia de la repetición (Piedra, 2019), explicando además que:

Fue y es complicado para nosotros, pero aun así si usted revisa la página de Súper 949, puede ver que prácticamente en la última lista de las 20 principales canciones nosotros tenemos a Sobre peso, Mr. Monkey, Nockah, Tripulación de Osos, Lolabúm, Ludovico y SS Band y como estéreo lanzamiento al General Villamil, entonces, hemos tratado nosotros de que se cumpla en nuestra programación pero es muy complicado, hay otros géneros que si lo pueden cumplir como es el género urbano u otros tipos de géneros (Piedra, 2019).

El idioma resultó ser un limitante al momento de adaptar este artículo debido a que la mayoría de la música en tendencia resulta ser en inglés y el medio de comunicación cuenta con algunos programas especializados en torno al rock clásico en inglés, se expresa que:



Nosotros tenemos hace un buen rato ya, una buena aceptación hacia la música ecuatoriana pero Súper 949 tiene por lo menos una diferente visión sobre la música entonces nosotros no adaptamos la Ley 1x1 por ser una radio especializada en música en inglés (Pesantez, 2019).

A los medios de comunicación, para poder cumplir de una manera más sencilla con este artículo, se les brindó la oportunidad de contar con un sitio web o plataforma conocida como “Latitud 1x1”, una biblioteca digital de acceso y descarga de música nacional, con respecto al uso dentro de la programación del medio uno de sus locutores afirma:

La conocí y no me gustó, porque había de todo, lo malo mezclado con algo de bueno, no habían esas exigencias que le digo yo, partes fallaban en la calidad técnica, los artistas para nada, mezclado reggaetón con metal, pero es una fuente y le digo sinceramente no la he vuelto a ver (Piedra, 2018).

Esta plataforma recepta todo tipo de música, con la única restricción de que sea música hecha en Ecuador, acaparando un gran número de canciones de diversos géneros, con respecto a esto y su uso se expresó lo siguiente:

Si hemos utilizado, se han sacado algunos temas pero me pareció una tontería porque en esa plataforma te daban como 30 segundos o 1 minuto para escuchar un tema y de ahí poderte bajar, tienen que poner el tema completo. Lo hemos hecho, lo hemos bajado, pero como que esa plataforma cogió todo lo que venía, es decir, este momento yo no soy cantante pero con la tecnología puedo poner un beat o una pista, puedo hablar alguna tontería y puedo crear un tema y eso le mando a 1x1 y me acepta, no había un rango de discernimiento o de capacidad de decir cual tema vale y cual no (Piedra, 2019).

Como se puede notar existe una gran negativa ante la disposición de este sitio web como respaldo al medio de comunicación, es por eso que los mismos una manera más sencilla de adaptar y cumplir como es el uso de redes sociales, correo electrónico como método de abastecimiento de música nacional.

Seguimos cuentas en redes sociales de algunas bandas, por ejemplo, una buena fuente nuestra es Mileto, su cuenta de Facebook o Twitter. Mileto es una persona que promociona



mucho rock y sobre todo lo ecuatoriano y pues nos ayuda mucho como fuente informativa cuando se nos pasa a nosotros ahí tenemos ese apoyo (Piedra, 2019).

Otro de las formas más óptimas para receptor música nacional es que los artistas personalmente se acerquen al medio a entregar sus productos musicales, una nueva forma de mercadeo musical que agiliza la distribución de proyectos, creando un vínculo músico-medio.

Uno de sus locutores lo explica de la siguiente manera:

Nos abastecemos de música local por lo que nos envían, los grupos son amigos de Súper 949 entonces hay un filtro que se pasa, por el director de programación de la estación y que el mira la calidad de la música, hay un productor también que mira la calidad, luego de ese filtro van a parilla, van a programación o en algún momento se quedan ahí ligadas pero usualmente hay esa cercanía con las bandas, incluso cuando están en producción nos llaman para preguntarnos qué les parece (Pesantez, 2019).

En general, queda como descartada la plataforma “Latitud 1x1” dentro del medio de comunicación, siendo un limitante antes que un respaldo al momento de querer contar con una biblioteca de música nacional que apoye al medio de comunicación, en este caso Súper 949, a cumplir con la normativa 1x1.

4.4 Música Independiente Cuencana dentro del medio de comunicación

La música independiente cuencana es el centro de nuestra investigación, al ser un tipo de música específica basada en el principio del autofinanciamiento, existe un poco de discrepancia con relación al término “independiente” según afirma el comunicador:

La línea independiente, muchas veces no es tan independiente, sino más bien lo que ellos dicen es ser un poco más fuera del sistema pero al final en Ecuador no hay una industria musical, yo diría que todos son independientes, yo no veo un sello discográfico que pueda decir que pertenezcan a su sello, todo en Ecuador es independencia, hay gente que se considera más independiente que la otra pero no, si es que son buenos, son bienvenidos, su música va a sonar (Pesantez, 2019).



La cabida que tiene la música independiente cuencana dentro del medio de comunicación destaca la unicidad que tiene el medio con relación al difundir material perteneciente a esta escena local y nacional, uno de sus comunicadores afirma:

Tal vez es la única radio, ya que no me he preocupado en las otras, pero aquí es la única radio donde puede escuchar bandas como La Madre Tirana, Jodamassa, bandas nuevas como Donnie Parko o cantantes nuevos como Neoma o a nivel nacional quizás es la única radio que va a escuchar La Máquina Camaleón, Da Pawn, Tripulación de Osos o bandas guayaquileñas como Cometa Sucre, Abbacook, La Iguana Invisible, es decir, cosas nuevas, independientes (Piedra, 2019).

Otro de los puntos a destacar es la manera en como se ha apoyado al surgimiento de los artistas locales con la implementación de proyectos, entre ellos aparece el conocido como Rock Nativo, gestado en su mayoría por Súper 949, respecto al mismo se dice:

En los años noventa tuvimos el proyecto que se llamó “Rock Nativo” en donde aparecieron bandas como Sobre peso, Bajo Sueños, demás bandas fueron producidas en parte por la radio, es un proyecto que duró 4 o 5 años, después ya no pudimos continuarlo porque no había tampoco artistas ni grupos de calidad (Piedra, 2019).

Esta última afirmación abre un paréntesis en torno a la calidad que debe cumplir una canción para sonar dentro de esta radio, por esto, se les pidió a los locutores que definan lo que significa para ellos “calidad” y que abarca en torno a lo musical. Algunas de estas definiciones fueron:

Eso es muy importante porque la calidad nosotros la exigimos (...) en calidad técnica no aceptamos grabaciones hechas en el garaje de la casa, en el cuarto de dormitorio y por lo tanto decimos que tienen que hacerse un gasto, tiene que tener una mínima masterización, pero tienen que ir con un productor, con alguien que les dirija. Además, la parte técnica pasa si es que es un buen cantante (Piedra. 2019).

Otro de los puntos clave a destacar es la calidad a nivel de canción, la cual involucra el género de la canción y su proveniencia, por lo cual se menciona que:



Ahí vamos a abrir un poco lo que es ese espectro que es lo independiente que puede ser todo, alguien dice: “puede ser independiente trash-metal”, trash-metal casi no se pone, con todo respeto, tiene muchos oyentes pero no lo ponemos durante el día, es un género que tiene que buscar otros espacios y la calidad sobre todo de la canción tiene que ver con que sea una canción buena, que a la gente le guste. Hay canciones que no son buenas, hay canciones que son feas, no van a sonar por más esfuerzos que se hagan, es decir, eso ya pasa por calidad artística, ahora como hacemos eso, a través de una curaduría y decir que esta si pueda o esta quizás no pueda (Piedra, 2019).

La concepción de calidad, también deriva de como el radioescucha concibe una canción presentada en la programación habitual de este medio radial, cayendo en una comparativa que es representada de la siguiente manera:

Cuando hablo de “calidad” es cuando tú escuchas en la radio una canción en tu carro o en tu casa escuchas a Led Zepellin, Pink Floyd, Rolling Stones, The Cure, U2 o Roger Waters y después escuchas un tema nacional, al menos tiene que estar con el mismo sonido, para que no exista un bajón. Mantenemos una línea de éxitos, ponemos un tema nacional y este se cae porque está mal producido, porque sus letras no son buenas o porque no ha tenido el suficiente apoyo, apoyo en cuanto a producción (Piedra, 2019).

La calidad técnica es uno de los principales requisitos que están presentes al momento de ser difundida una canción, como fue mencionada anteriormente, el hecho de mantener una línea que no decaiga ante el amplio mercado musical mundial hace que se mantenga este tipo de exigencias.

Hay excelentes músicos que se han preparado toda su vida, que han estudiado música, que son multi-instrumentalistas, que escriben maravillosamente y hacen un disco de lujo y lo producen y lo masterizan en Ecuador, algunos mandan sus trabajos a otros países, tienen excelentes productores entonces, ellos son los que están garantizando la calidad de su producto, pero yo no considero calidad a alguien que se junta y que graba en un pequeño estudio, un “home studio”, y dicen que eso es un producto nacional. La calidad es muy importante, pero la calidad nace desde el músico y nosotros lo único que hacemos es darnos cuenta si es que eso tiene calidad o no tiene calidad, es radiable o no es radiable (Pesantez, 2019).



Una vez ahondado el tema de la calidad, otra problemática en torno a la difusión de música independiente cuencana es la temática de su programación, la que cuenta con un espacio netamente dedicado a la música clásica del género rock. Con respecto a esto su locutor explica:

Llevo dos espacios muy puntuales: uno de clásicos y otro de entrevistas pero la movida independiente, yo creo que en la música, al menos en uno de los programas que yo manejo que es “El Pan con Nata”, en “Long Play” manejamos más clásicos, pero en el primero siempre ha sido bienvenida absolutamente toda la música nacional, sea independiente, underground o no (Pesantez, 2019).

Al existir una escena activa y con nuevas maneras de darse a conocer, se le pregunto a cada uno de los locutores si es posible que la escena musical cuencana tenga la suficiente cantidad de material para ser difundido y cubrir un 1x1, a lo cual respondieron:

Lo que usted me pregunta que con la nueva oleada de bandas independientes hay como abastecer el 1x1 es imposible, las bandas cuencanas que tenemos en acción en los actuales momentos prácticamente son Donnie Parko, Astroyaks, pero son chicos que están combinando sus estudios, sus trabajos con el hobby de cantar, no son profesionales plenamente y es por eso que no podemos hablar de una profesionalización completa porque las bandas locales, sobre todo son locales y lo mejor que pueden hacer, siempre les decimos, es verse un manager para que saquen su producto a Guayaquil, a Quito, que les tomen en cuenta en festivales para que estén tocando ahí y no solo en estas ciudades, traten de hacer una gira; todo eso cuesta pero solo vivir acá en Cuenca no (Piedra, 2019).

La necesidad de mantenerse en un margen activo, es primordial para el darse a conocer en el ámbito musical nacional, como bien se menciona anteriormente, es necesario el apoyo de un profesional que guíe al artista y su producto. Tratándose de música nacional, en especial cuencana se descarta la posibilidad de implementar un 1x1 solo con ella dentro del medio, se acota que:

Tenemos 700 canciones radiales de todo el Ecuador, detrás de estos paneles están CD's guardados, yo tengo 19 000 canciones ahí, años 70s, 80s, 90s y actuales y tengo 700 así arrancando de donde sea que son nacionales, es imposible porque tú para cosechar tienes



que sembrar, no se ha sembrado, no ha habido una política de cultura en el país en base de eventos y conciertos, son las mismas bandas las que suenan durante 20 años: Basca, Bajo Sueños, Sobre peso, son los mismos (Piedra, 2019).

De esta manera queda reafirmado el apoyo del medio Súper 949 a la escena independiente cuencana, con la difusión musical de proyectos nacientes que cumplen con los requisitos establecidos por la radio como son la calidad, eje primordial en el cual se ve respaldado el crecimiento de la radio y también de proyectos llamados “clásicos”, bandas míticas que forman parte de la cultura popular ecuatoriana y memoria colectiva de los cuencanos, los cuales han crecido gracias a dicho medio de comunicación.

4.5 Súper 949 antes de la Ley 1x1

Como es de conocimiento general, el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación se encuentra en aplicación desde el año 2013 y el medio de comunicación Súper 949 se encuentra funcionando desde el año 1986, es por eso que se les preguntó a los radiodifusores como se desarrollaban sus espacios y su acogida a la música cuencana antes de la aplicación de dicho artículo, a lo que respondieron:

Siempre hemos tenido apertura a la producción musical cuencana porque incluso podríamos hacer una tesis de grado sobre eso, desde que nació Súper 949 pues muchas bandas se fueron desarrollando, el proyecto Rock Nativo sacó un disco, luego aparecieron otras bandas que se fueron perdiendo con el paso del tiempo, la década pasada, sin ley 1x1, habían algunas bandas una de ellas “F16”, Paolo Gavilán, otros grupos que llegaron a estar siempre (Piedra, 2019).

El desarrollo de bandas, entrando y saliendo del ámbito musical ecuatoriano es innegable, incluso antes de la aplicación de la ley 1x1, creando un paréntesis en torno al apoyo unificado que tiene la radio en dar a conocer bandas nacionales y crear un desarrollo sostenible, a la par de la vanguardia musical en especial del público joven. De ahí nace un punto de discrepancia enraizado en la repetición de la misma música, para lo cual este comunicador afirma que:



Súper 949 desde los años noventa ha apoyado a las bandas nacionales, por eso no tuvimos mucho problema, pero llegó un tiempo en que pasó más de un año y que comenzamos a repetir la misma música nacional, ahí fue nuestro problema porque ya no teníamos más bandas, nosotros exigíamos que las bandas nos traigan temas, pero los temas eran demasiadamente flojos, iguales sonaban todos (Piedra, 2019).

Se describe una crisis en torno a la diversidad musical de temas nacionales, para lo cual el medio de la comunicación necesitaba innovar, con el tiempo de llegada de temas cada 15 días o más, era difícil cubrir una parrilla que se ajuste a la calidad de bandas internacionales que suenan en el medio de comunicación, manteniendo aun así el respaldo a lo local. En torno a este tipo de diversidad musical nacional, se desarrolla el siguiente parámetro:

Siempre ha habido apoyo a la música nacional, pero sobre todo a la música cuencana. No porque sea cuencana toco más, no porque sea de Quito no la toco, igual, es un producto hecho en Ecuador, si el producto es bueno toca, si el producto tiene que sonar a lado de un artista muy bueno Billy Idol, tiene que sonar (...) yo los pongo no porque sean ecuatorianos, porque son buenos, van a estar sonando ahí siempre, exista o no exista 1x1 (Pesántez, 2019).

Es así que el apoyo a la música nacional, en especial a la independiente cuencana, es innegable por parte de este medio de comunicación con más de 20 años de trayectoria en el ámbito radial, rescatando el talento local como un producto de comparativa a bandas de trayectoria internacional, incluso antes de que exista la imposición de la ley 1x1, haciendo que sea un poco más sencilla la aplicación del mismo y su desarrollo en las diferentes parrillas de programación.

4.6 Impacto

Para determinar la aplicabilidad y desarrollo del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación dentro de este medio de comunicación, se les preguntó a cada uno de sus locutores, cuáles fueron los impactos tanto positivos como negativos que tuvo la implementación de este artículo en cada una de sus programaciones para obtener así una idea global que nos ayudará a desarrollar una conclusión acertada a nuestra investigación.



Uno de los impactos positivos a destacar es a nivel musical, la creación y fomento de nuevas bandas, grupos, solistas y más ayudó al crecimiento notable de la escena independiente ecuatoriana, para esto nos respaldamos de la afirmación del siguiente locutor quien explica más a detalle:

En impactos positivos es que se pudo conocer, en nuestro caso, nosotros ponemos rock independiente sobre todo, también un poco de pop independiente, electrónica, esos son los tres formatos que más se repiten y nos ha servido por ejemplo para que durante la vigencia de la ley 1x1 hayan nacido nuevos grupos, nuevas manifestaciones, cantantes que se han hecho conocidos en los últimos años, esa es la parte positiva (Piedra, 2019).

Todo esto denota un crecimiento considerable a nivel de producción musical que hace que los géneros musicales especializados en la radio, como son el rock y derivados, se contrasten con las nuevas muestras musicales que han nacido en los últimos años y de la mano de una ley 1x1.

Con relación a lo anterior nace la desventaja o impacto negativo en cuanto a los oyentes de la radio, quienes por target de radio son los más jóvenes, tienen más plataformas en las cuales verse inmersos y disfrutar a plenitud sin imposiciones, una de ellas es el streaming cuyo principal exponente es Spotify, añadiendo además que:

El momento que usted le pone a un chico en radio mitad nacional, mitad internacional y ese chico está acostumbrado a escuchar solo artistas internacionales no va a escuchar la radio, porque dirá que no ponen lo que yo sigo, esa sería una desventaja que se tiene con la ley 1x1 (Piedra, 2019).

Es por eso que lo anteriormente mencionado expone una disminución de audiencia para el medio y al apoyo de la música nacional por competencia mediática, donde el internet destaca por sus variadas formas de hacer llegar a la música a las masas en cuanto a inmediatez, calidad y variedad, sin la imposición de gustos musicales.



Otra desventaja es la comercial, la radio es un medio de comunicación que se sostiene por publicidad, en la cual, varias marcas, negocios o productos influyen también al momento de colocar la música dentro del medio, puntuando que sea música contemporánea, música que llame a la gente a escucharlos y poner ahí los diferentes spots, dependiendo el horario de programación, por eso se menciona lo siguiente:

Si yo pongo en mi programa, que dura 3 horas, 50 canciones: 25 nacionales y 25 internacionales, la gente, nuestros clientes publicitarios han protestado, nuestros oyentes han protestado y nos han escrito a través de redes diciendo que nuestra música que ponemos es mala, entonces no ha sido una buena experiencia porque no ha existido la calidad suficiente de música nacional (Piedra, 2019).

Se vuelve a tomar en cuenta el tema de la calidad, ya que se tiene en consideración por esta ley que toda canción puede y está en su derecho de sonar en la radio sólo por el hecho de ser ecuatoriana, descartando la ya mencionada “calidad”, creando así una división a nivel de producción radial entre el cumplir con la ley y el mantener el estilo de Top 40, sólo éxitos.

No hay una corresponsabilidad de parte de entidades gubernamentales en apoyar al artista ecuatoriano más que suenen en las radios y en decirle; “tú tienes el chance de sonar en la radio que tú quieres”, pero no veo que haya habido un éxito grande. Las estaciones de radio como Súper 949 durante toda la vida han apoyado al talento ecuatoriano, pero no por ser ecuatoriano sino por ser bueno y ahí hay una gran diferencia (Pesántez, 2019).

De esta manera, el impacto que ha tenido el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación dentro del medio de comunicación ha sido de alguna manera variable, demostrando que se puede influir en una programación, que ha venido de años, basada únicamente en el género rock a ser influida por géneros en crecimiento, además de una competitiva relación con el streaming para captar la atención de los nuevos oyentes, limitándose en el ámbito de lo que es comercial y lo que no.



4.7 Reformas

Para determinar el ambiente desarrollado dentro de una radio con trayectoria de varios años y la implicación de adaptarse a una ley que, de alguna manera, influye en el desarrollo de su programación diaria, se les preguntó por las reformas que los comunicadores de Súper 949 realizarían a este artículo legal, para un mejor uso y una mejor aplicación.

Se tomó en cuenta la variación que debería tener en cuanto al número de canciones nacionales que deberían sonar, por cada canción internacional que se pase en la radio, algo que de alguna manera agilitaría la difusión de música local sin gastarla demasiado, con respecto a esto se mencionó:

La única manera es que la ley 1x1 no sea tan exigente 50/50, podemos hacer lo que países como en Chile que es el 20% que podría ser la 4x1, cada 4 canciones extranjeras 1 nacional, pero una buena, porque hoy vayan a decir que la canción es mala, es que ahora no hay más también. Yo creo que ser 1x1 es una exagerada forma de exigir una soberanía que no es tal, en un mundo sin fronteras en cuanto a la música, no podemos hacer fronteras con la ley 1x1 (...) Yo pienso que un 3x1 es una cosa que todos van a salir favorecidos, el artista nacional, el artista internacional que siempre está presente (Piedra, 2019).

Esta sería una alternativa de reforma, haciendo que la parrilla sea variada y acapare de esta manera la atención de los oyentes que muchas veces les cuesta adaptarse o consumir nueva música, en especial la que se hace en el país, es por eso que el tema de resultados de la ley y si ha logrado internacionalizar a algún artista entra en debate.

En estos 5 años y 9 meses que tenemos de ley de comunicación ¿Qué artista nuevo ha lanzado Ecuador?, yo si quisiera saber, pero uno que la ley de comunicación y el 1x1 tienen de nivel internacional a mí me dirán La Máquina Camaleón, por supuesto, pero si usted conversa con ellos, la radio a ellos no les ponen, ellos tienen un flujo de oyentes que sobre todo les escucha de otras maneras como es el streaming (Piedra, 2019).

Todo esto gira a si una imposición legal puede ayudar a competir al lanzar a un artista nacional al mercado extranjero, cayendo nuevamente en el radio versus streaming, para lo cual



gana el segundo con gran ventaja, por ser una manera más práctica de acceder a la música de un artista o banda.

Acotando la anterior reforma se añade además el compromiso que tiene el gobierno con los artistas, de qué manera se crea un vínculo que trascienda fronteras, hacia nuevos aires de reconocimiento, donde no solamente un artista llegue a ser reconocido en el país y toque en los festivales más importantes de aquí: Fiesta de la Música, Quitofest, El Carpazo, El Descanso, sino que se internacionalice, con respecto a eso se pronunció:

Los artistas que verdaderamente destaquen podríamos llevarlos a un compromiso gubernamental, de ser el gobierno quien cree una industria musical ecuatoriana y que esa industria musical ecuatoriana puedan tener productores que puedan difundir su música fuera del país, eso sí sería bueno para los artistas porque ahí se prepararían mucho más para tener una mejor calidad sabiendo de que algo más está ahí (Pesantez, 2019).

Estas son las reformas más destacadas por los radiodifusores del medio, la creación de un artículo menos impositor, que se desarrolle con mayor suavidad y menos firmeza, que acoja a una escena que se encuentra en crecimiento y ayude a su mejora con un fácil acceso a los medios de comunicación, sin dejar de lado género alguno siempre y cuando cumpla con las normas de un producto que sea radial, que pase por un filtro que lleve a la creación no solo de una escena sino también de un mercado nacional de exportación.



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

La Ley Orgánica de Comunicación, en Ecuador, entró en vigencia un 25 de Julio de 2013 con el fin de mejorar las relaciones comunicacionales a nivel nacional, integrando un sistema de artículos que como premisa principal tenía el beneficio colectivo, encontrando como actores principales a los medios de comunicación, el personal que trabaja en los mismos y también a la industria musical.

Con relación al último mencionado, se destaca que a partir del año 2016 se encuentra en estado funcional el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, conocida también como Ley 1x1, un artículo que propone la igual difusión de música nacional ecuatoriana que de música internacional, como un respaldo a la escena musical local que se encuentra en pleno desarrollo de nuestro país.

Según nuestros entrevistados esta ley es una copia de algunas que ya se han dispuesto en otros países, como es el caso de Venezuela, Chile, Perú, Colombia y Argentina, en los que se aplicó leyes similares sin ningún tipo de resultado que beneficie tanto a medios de comunicación como a los músicos, que por lo general, son los que más pierden al momento de intentar generar ganancias con su producto, creando una comparativa en torno a los fundamentos en los cuales nuestra ley se rige y sustenta.

Es así como llegamos a dar con el caso del medio Súper 949, radio cuencana con una amplia trayectoria y con la cual nos predispusimos a afirmar la facilidad que debería ser para el medio aplicar una ley 1x1 en base al respaldo que ha brindado, en palabras de sus locutores, a la escena musical nacional ecuatoriana, aunque en el caso de nuestro estudio únicamente fue la escena independiente cuencana, música autofinanciada, a través de sus años de trayectoria.



Los locutores de Súper 949 tienen un conocimiento amplio con respecto a la Ley Orgánica de Comunicación, en especial su director Mgstr. Jorge Piedra Cardoso, con quien se ahondo un poco más el tema de la ley a nivel conceptual, afirmando su desconcierto ante la imposición y dificultad que implica el tener que cumplir una Ley 1x1 de música nacional ecuatoriana, con relación a la amplia variedad de música que existe en el mundo.

Es por ello que se destaca el apoyo que brinda la radio a la escena musical independiente cuencana, afirmando que el crecimiento y el surgimiento de bandas clásicas cuencanas de esta oleada, como los Zuchos del Vado, Jodamassa, Sobrepeso, Basca, Bajos Sueños, haya sido gracias a su difusión en las diferentes programaciones de la radio, mucho antes de que entre en vigencia el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Ahora, con relación al impacto que ha tenido este artículo durante el año 2018 en este medio de comunicación, se afirma que ha brindado una perspectiva más amplia a los locutores para conocer nuevas propuestas musicales, géneros que estaban fuera del target de la radio y que han sido aceptados por su productor principal, difundidos y apoyados, creando un crecimiento sólido y novedoso, especialmente durante el último periodo del año.

Es entonces cuando se empiezan a relucir nombres de nuevas bandas como Neoma, Donnie Parko, Los Perros de Fu, Mr. Monkey, Nockah, La Madre Tirana, Letelefono, bandas que se han dado conocer y han ganado audiencia por su difusión dentro del medio de comunicación, creando una perspectiva más amplia de la música independiente cuencana y que se ve reflejada en la radio y su top 20 de éxitos, conocidas como “Las 20 casillas Súper 949”, donde se ven los nombres de estas bandas independientes cuencanas en los primeros lugares de las mismas, mostrando el respaldo de la gente y del medio de comunicación.

Aunque existen bandas que se hayan dado a conocer gracias a la seguridad de sentirse respaldadas por una ley que ampara sus beneficios, se debe reconocer que no son muchas. Los



locutores mencionan que antes de la Ley 1x1 recibían canciones cada semana, pero se encontraban bien producidas y de acorde al producto que la radio transmite, ahora en cambio reciben música cada 15 días, pero sin la suficiente calidad que haga que este producto pueda ser difundido y apoyado por Súper 949.

Al afirmar que no existe la suficiente “calidad” a nivel musical, para poder abarcar el cumplimiento de una ley 1x1, se refieren principalmente a la producción musical cuencana deficiente de elementos que hagan que la música sea radiable, es decir, que se pueda escuchar de una manera óptima en el medio de comunicación y sea aceptada por los radio-escuchas, quienes son los principales consumidores de lo que se transmite por la radio.

Es por eso que ellos piden la creación de un vínculo gubernamental que facilite a los músicos nuevas y buenas herramientas de grabación, que faciliten la creación de una escena y/o mercado musical que sea comercial, algo que por lo cual las radios se mantienen en pie y funcionando, donde las empresas que colocan ahí sus publicidades puedan tener la seguridad de seguir invirtiendo en ellas y estos medios no pierdan oyentes sino ganen muchos más.

Se deriva del anterior punto la competencia existente entre los medios de comunicación radiales y las nuevas plataformas “streaming” en las cuales es más fácil el acceso a contenidos musicales y donde varios artistas locales han optado por subir su producto, haciendo que la radio pierda, de una manera significativa, nuevos oyentes que con solo un click están al tanto de las nuevas novedades en el mundo de la música nacional.

Al no existir la suficiente cantidad de música independiente cuencana hace que se den dos aristas, una positiva y otra negativa, la primera sería el impulso que genera la colocación de esta música una y otra vez, haciendo que de manera inconsciente se quede grabada en la memoria colectiva de quienes la escuchan y la segunda sería su contraparte, la falta de variedad



que haría que mucha gente que escucha la radio y no comparte el gusto por lo que está escuchando, resuelva este inconveniente cambiando de dial.

Aunque el gobierno haya facilitado una plataforma como lo es “Latitud 1x1” los locutores del medio la encuentran insuficiente e inútil, por el simple hecho de que no encontraron piezas de calidad y que puedan ser de ayuda al momento de contar con una biblioteca musical ecuatoriana bien estructurada y variada.

Frente a todo esto, los comunicadores del medio de comunicación afirman que el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, ha sido una herramienta que ha beneficiado a los músicos independientes cuencanos que han sabido acaparar los términos de calidad, que hacen que sea mucho más fácil el difundir su música, convirtiéndolos en productos multiplataforma, llegando a mucha más gente dentro de la ciudad y el país, creando una fanaticada amplia que reconozca el talento que tienen y valorándolos de la manera que ellos esperan, cumpliendo las expectativas de un gran número de personas prestas a recibir productos frescos y novedosos.

Es por eso que los radiodifusores reconocen, que si bien es cierto la amplitud de respaldo legal que tienen ahora los músicos con la ley 1x1, es necesario revisar el porcentaje de cumplimiento por parte de esta ley, que de alguna manera está trayendo más consecuencias negativas que positivas por la dureza de competir con una biblioteca mundial de música, sugiriendo un 4x1 o un 3x1, cifras que ayudarían al mejor desenvolvimiento de la premisa de hacer surgir a una escena local que no se encuentra completamente desarrollada y establecida.

En efecto, la aplicabilidad de una Ley 1x1 dentro del medio de comunicación Súper 949 se encuentra innecesaria, debido al apoyo que por años ha brindado a la escena musical ecuatoriana y al ser un medio de la ciudad de Cuenca, mucho más a la escena independiente cuencana, haciendo que se vea de una manera drástica e impositiva, haciendo que el medio se vea presionado a perder variedad por el simple hecho de cumplir una ley, algo que no molesta



a sus locutores pero mencionan que si pierden la fluidez por el estar pendientes del cumplimiento para evitar caer en sanciones. Resaltan que esta ley se vería mejor en radios que no reproducen música nacional independiente por el hecho de verse afectadas sus temáticas musicales, algo que la ley tendría que revisar y tomar cartas en el asunto.

Para el desarrollo de la música independiente cuencana, queda contrastada en palabras de sus locutores el apoyo total hacia su difusión, incluso antes de la aplicación del artículo 103 de la LOC, siendo el medio de comunicación sea uno de los principales difusores de los diferentes eventos que las bandas realizan a lo largo del año dentro y fuera de la ciudad, motivando la asistencia a festivales independientes como son El Descanso o El Carpazo, donde vislumbran en sus carteles bandas independientes cuencanas.



5.2 Recomendaciones

Al gobierno se recomienda mejorar el concepto de calidad que tiene sobre música nacional, para la creación de plataformas que beneficien a los locutores de los diferentes medios de comunicación y la difusión de contenidos en las diferentes parrillas de programación, haciendo que no se descuide el lado comercial por el cual obtienen ingresos las radios.

Se recomienda replantear el porcentaje de cumplimiento que tiene esta Ley de 1x1, para que no se vea como una imposición sino como un disfrute el colocar música nacional, creando así un mercado y desarrollando una escena musical que beneficie a los artistas independientes de las diferentes ciudades del país.

El gobierno, al contar con entidades como SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador), debería invertir mucho más en lo que es la música propia de autor, es decir, creando nuevas salas de estudio y ensayo, invirtiendo en educación musical, para la creación de piezas baratas pero con una calidad técnica y fundamentos artísticos que respalden esta música, facilitando de esta manera, el cumplimiento de una ley 1x1.



5.3 Limitaciones

El artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, se encuentra aplicado en todo el país. Esta investigación se encuentra situada únicamente en la ciudad de Cuenca, por lo que es recomendable hacer una investigación en torno a la escena musical independiente ecuatoriana, en las diferentes ciudades de nuestro territorio.

Esta investigación se hizo solamente en un medio de comunicación (Súper 949) por ser el más apegado a nuestros fines, como es el indagar sobre la escena independiente cuencana, debido al sondeo general en torno al tipo de música distribuido por el medio de comunicación; por lo que queda abierta en la posibilidad de obtener diferentes perspectivas en otras radios de la ciudad.

Finalmente, esta investigación únicamente muestra las perspectivas de los radiodifusores del medio Súper 949, por ser la radio en la cual centramos nuestro estudio de aplicación del artículo 103, proyectándonos una idea única en torno al desarrollo interno de las actividades de programación, siendo de alguna manera también un limitante.



ANEXOS

Anexo 1

Modelo de entrevista a radiodifusores de la estación radial Súper 949.

Entrevistado: Jorge Piedra Cardoso

¿Conoce usted a nivel teórico lo que es el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1?

Pero claro, cuando se creó la Ley 1x1 era para que la producción nacional en música, en los programas musicales en la radio y en la televisión, sea transmitida en un porcentaje de 50% como mínimo la producción nacional. Cuando se hizo esta ley hubo una transitoria en donde fue que en los primeros 3 años se fue adaptando, ya pasaron esos años y ahora está en plena vigencia que sea 1x1, vino un reglamento y en el mismo se hablaba de algunas características como por ejemplo: ¿a qué se calificaba como música nacional?, ¿qué tipo de producciones?, etc y que le dieron mayores detalles a esto.

¿Cuáles fueron los métodos de adaptación de este artículo dentro del desarrollo de su programa, independientemente de la temática, dentro del medio en el cual labora?

En algunos casos no hubo mayor problema porque la programación de Súper 949 que era dedicada a una forma que se llama más o menos “Top 40”, es decir, hay un grupo de 40 canciones que son las de más moda, pongámoslo así, las que están sonando en esos días, tratamos de adaptar a lo que daba la orden del artículo 103. Ahora al hablar de programación en torno al rock clásico, era muy difícil encontrar rock clásico nacional, pues el repertorio era absolutamente limitado, que no se podía estar repitiendo la misma canción vieja todos los días entonces ahí hubo problemas.



¿Cuáles considera usted que fueron los impactos tanto positivos como negativos que tuvo la aplicación de este artículo dentro de su programa?

En impactos positivos es que se pudo conocer, en nuestro caso, nosotros ponemos rock independiente sobre todo, también un poco de pop independiente, electrónica, esos son los tres formatos que más se repiten y nos ha servido por ejemplo para que durante la vigencia de la ley 1x1 hayan nacido nuevos grupos, nuevas manifestaciones, cantantes que se han hecho conocidos en los últimos años, esa es la parte positiva. La parte negativa es que igual, el repertorio sigue siendo limitado, es como poner a competir a Ecuador con todo el mundo y eso es tan difícil porque nosotros somos 16 millones y el mundo billones, entonces es un no que además tenemos otros problemas que son incluso graves, como por ejemplo, que ahora los jóvenes a la radio no la escuchan porque ya tienen otras formas, yo hablo de la música, de la radio musical, la música los jóvenes la están escuchando por streaming, pueden hacerlo a través de YouTube o de otras plataformas como Spotify, iTunes y crecen los chicos así con las nuevas generaciones olvidándose de la radio cuando se trata de la música. Entonces, al suceder eso los jóvenes saben que para ellos la transmisión de música, primero, es una transmisión sin publicidad de lo cual ya hay una desventaja, porque la radio se mantiene con publicidad, segundo, los chicos escogen lo que quieren, si a ellos les gusta un tipo de música pues van a escoger esa música a nivel internacional y de eso van a encontrar muchísimo en internet, en YouTube y poco van a encontrar en lo nacional, muy poco, entonces el momento que usted le pone a un chico en radio mitad nacional, mitad internacional y ese chico está acostumbrado a escuchar solo artistas internacionales no va a escuchar la radio, porque dirá que no ponen lo que yo sigo, esa sería una desventaja que se tiene con la ley 1x1 frente a esos oyentes que antes no escuchaban radio para la música, que son los jóvenes, pero las cosas buenas es que la ley 1x1 nos ayudó a que salgan nuevos grupos, nuevas canciones, nuevos artistas, se les toma en cuenta a ellos.



¿La música cuencana denominada independiente tiene cabida dentro de su espacio radial?

Sí, tal vez es la única radio ya que no me he preocupado en las otras, pero aquí es la única radio donde puede escuchar bandas como La Madre Tirana, Jodamassa, bandas nuevas como Donnie Parko o cantantes nuevos como Neoma o a nivel nacional quizás es la única radio que va a escuchar La Máquina Camaleón, Da Pawn, Tripulación de Osos o bandas guayaquileñas como Cometa Sucre, Abbacook, La Iguana Invisible, es decir, cosas nuevas, independientes.

¿Cómo considera el término “calidad” dentro de términos musicales y de difusión de la misma?

Eso es muy importante porque la calidad nosotros la exigimos, cuando viene un músico o grupos que no conocemos y nos dicen “hemos traído una canción para que usted escuche para ver si pone en la radio”, nosotros decimos que hay dos condiciones: la una que esté bien gravada, calidad técnica, esa no es que uno diga: “es que yo no tengo una guitarra como la que tiene Carlos Santana, ni tengo una batería como la de Neil Peart” pero por lo menos tiene que ser hecho un estudio de grabación, nosotros por ejemplo en calidad técnica no aceptamos grabaciones hechas en el garaje de la casa, en el cuarto de dormitorio y por lo tanto decimos que tienen que hacerse un gasto, tiene que tener una mínima masterización, pero tienen que ir con un productor, con alguien que les dirija. Además, la parte técnica pasa si es que es un buen cantante, tiene una buena canción pero no canta bien le decimos: “tienes una buena canción, pero estás fallando en la voz” o “tienes una buena canción pero tienes un guitarrista que no va a compás, tienes que volver a grabar, tienes que volver a cantar, metete con un profesor de canto, sigue unos cursos de eso y vuelve”, esa parte técnica es clave porque no se puede, a veces se nota buenas canciones pero mal tocadas. La otra parte que nosotros también exigimos es la calidad de la canción y ahí vamos a abrir un poco lo que es ese espectro que es lo independiente



que puede ser todo, alguien dice: “puede ser independiente trash-metal”, trash-metal casi no se pone, con todo respeto, tiene muchos oyentes pero no lo ponemos durante el día, entonces, es un género que diríamos nosotros, tiene que buscar otros espacios y la calidad sobre todo de la canción tiene que ver con que sea una canción buena, que a la gente le guste, hay canciones que no son buenas, hay canciones que son feas, no van a sonar por más esfuerzos que se hagan, es decir, eso ya pasa por calidad artística, ahora como hacemos eso, a través de una curaduría y decir que esta si pueda o esta quizás no pueda.

¿Considera usted que existe la suficiente cantidad de música cuencana como para respaldar al artista y cumplir con la normativa 1x1?

Recibimos nueva música generalmente cada 15 días, cada semana llegará una nueva banda o si es que ya empieza a consolidarse pues siempre nos están haciendo llegar.

Si solo hablamos de música cuencana para nada, la música cuencana que más ponemos nosotros son los que podrían llamarse “clásicos” y para nosotros esos son Sobre peso, La Dueña, Bajo Sueños ellos son los que sonaron en la radio en los años 90s cuando tuvimos un proyecto que se llamó Rock Nativo del cual incluso se sacó un disco entonces ahí nacieron algunas bandas con nuestro apoyo pero eso sabemos que son limitados aunque sigan tocando, Basca incluso es otra, entonces son clásicos. Lo que usted me pregunta que con la nueva oleada de bandas independientes hay como abastecer el 1x1 es imposible, las bandas cuencanas que tenemos en acción en los actuales momentos prácticamente son Donnie Parko, Astroyaks, pero son chicos que están combinando sus estudios, sus trabajos con el hobby de cantar, no son profesionales plenamente y es por eso que no podemos hablar de una profesionalización completa porque las bandas locales, sobre todo son locales y lo mejor que pueden hacer, siempre les decimos, es verse un manager para que saquen su producto a Guayaquil, a Quito, que les tomen en cuenta en festivales para que estén tocando ahí y no solo en estas ciudades, traten de hacer una gira;



todo eso cuesta pero solo vivir acá en Cuenca no. Cuenca es una ciudad pequeña frente al resto del mundo, una ciudad mediana, que tiene la cantidad de grupos independientes que se merece, quizás se merecería más de lo que tiene pero no podemos exigir que con eso está cubierto, de ninguna manera.

¿De qué manera se abastece su programación de música nacional cuencana?

De lo que nos envían, de lo que nos hacen llegar, de lo que nosotros miramos mucho, también seguimos cuentas en redes sociales de algunas bandas, por ejemplo, una buena fuente nuestra es Mileto, su cuenta de Facebook o Twitter. Mileto es una persona que promociona mucho rock y sobre todo lo ecuatoriano y pues nos ayuda mucho como fuente informativa cuando se nos pasa a nosotros ahí tenemos ese apoyo.

Antes de la aplicación de esta normativa 1x1 ¿Cómo era su espacio radial en torno a la producción musical cuencana?

Siempre hemos tenido apertura a la producción musical cuencana porque incluso podríamos hacer una tesis de grado sobre eso, desde que nació Súper 949 pues muchas bandas se fueron desarrollando, el proyecto Rock Nativo sacó un disco, luego aparecieron otras bandas que se fueron perdiendo con el paso del tiempo, la década pasada, sin ley 1x1, habían algunas bandas una de ellas “F16”, Paolo Gavilán, otros grupos que llegaron a estar siempre, es decir, nosotros hacíamos la misma exigencia: buena calidad técnica, buena calidad artística, las dos exigencias claves que pedíamos, no era tanto como es ahora, era mucho más espaciado. Antes teníamos quizás una canción nueva cada 15 días, cada 3 semanas, pues ahora tenemos una canción nueva, mínimo cada semana, no todas serán éxitos, el éxito de una canción se define cuando la gente empieza a pedir. He notado con el paso de los años, que el éxito también se da cuando al programador o al locutor le empieza a gustar o cuando pasa alguien escuchando y dice: “¿Cómo se llama esa canción?” es porque ya la escucho tres, cuatro o cinco veces y hay algo que está



bueno en esa canción, a veces uno no se da ni cuenta, pasa con tantos y tantos ejemplos de canciones que se piensa: “yo cuando escuché por primera vez esa canción me pareció mala” pero en realidad fue un éxito. Entonces, hay cosas que la gente, que el oído se va dando cuenta, que uno a lo mejor en el subconsciente sabe que está sonando bien, que es una buena canción, es por eso que empieza a repetirse más y hay ocasiones que toman un salto más rápido hasta llegar a más popularidad, ahora ¿cómo saber?, porque el oyente pide también. Tenemos tres formas de contactar con la gente: la primera es la llamada telefónica, que es la típica convencional, votos en nuestra página por internet, nos votan en la página de super949.com/20casillas, ahí vota la gente, entonces revisamos cual tiene más votos cada semana y la otra es por Whatsapp que están siempre pidiendo o redes sociales. Nosotros tenemos algo que se llama la “parrilla de canciones”, tenemos una carpeta que se llama “Éxitos Ecuador” y hay otra que se llama “Éxitos Extranjeros”, en la primera encuentra por lo menos unas 200 canciones, ahora, como nosotros tenemos un sistema automatizado que es Dinesat, el sistema automatizado nosotros tenemos que irle haciendo inteligente cuando ponemos el tipo de canción, fecha de introducción, ritmo de la canción, pero ahí viene la parte de la rotación, en la misma es lo que nos da eso: Muy Baja, Baja, Media, Alta, Muy Alta. Las canciones que están de moda se encuentran entre Alta y Muy Alta, las canciones que no, pues van hasta Muy Baja, que es lo que nos quiere decir esto, que no se va a escuchar ni una vez al día y Muy Alta, que se va a escuchar al menos unas 8 veces al día, que es muy bueno, entonces eso vamos revisando cada semana, hay canciones que ya van perdiendo el gusto de la gente entonces pasan de Muy Alta a Alta y después bajan de Alta a Media, entonces esa es una forma de como nosotros vamos monitoreando. Todo esto es dinámico, no es que queda para siempre, por eso es que usted escucha las canciones de moda y las que van pasando, es un asunto del software de Dinesat, pero eso hacen todos los software de automatización, pero en general, el conteo de canciones se saca de lo que le mencionaba antes: votos, llamadas, peticiones en redes.



¿Conoce usted la plataforma Latitud 1x1 y la ha utilizado?

La conocí y no me gustó, porque había de todo, lo malo mezclado con algo de bueno, no habían esas exigencias que le digo yo, partes fallaban en la calidad técnica, los artistas para nada, mezclado reguetón con metal, pero es una fuente y le digo sinceramente no la he vuelto a ver.

¿Qué reformas aplicaría usted en torno al Artículo 103 de la LOC?

Yo he asistido a reuniones de gente de radio y casi todos creen que es imposible mantener una ley 1x1, sobre todo porque las nuevas generaciones tienen esa nueva forma de escuchar música y si tratamos de imponerles algo que ellos no están acostumbrados simplemente van a seguir consumiendo sus mismos formatos de audio que habíamos hablado, que son el streaming. La única manera es que la ley 1x1 no sea tan exigente 50/50, que podemos hacer en otros países como en Chile que es el 20% que podría ser la 4x1, cada 4 canciones extranjeras 1 nacional, pero una buena porque hoy vayan a decir: “esa canción nacional es fea”, es que ahora no hay más también. Yo creo que ser 1x1 es una exagerada forma de exigir una soberanía que no es tal, en un mundo sin fronteras en cuanto a la música, no podemos hacer fronteras con la ley 1x1, por eso yo creo que más bien Ecuador quedaría muy bien con una ley que le baje el 1x1, no quiero decir que elimine esa exigencia porque si es muy necesaria, que sea un 3x1. Yo pienso que un 3x1 es una cosa que todos van a salir favorecidos, el artista nacional, el artista internacional que siempre está presente porque ahora, vayamos a los otros resultados, ya tenemos 6 años de ley de comunicación. En estos 5 años y 9 meses que tenemos de ley de comunicación ¿Qué artista nuevo ha lanzado Ecuador?, yo si quisiera saber, pero uno que la ley de comunicación y el 1x1 tienen de nivel internacional a mí me dirán: La Máquina Camaleón, por supuesto, pero si usted conversa con ellos, ellos a la radio no le tienen, la radio a ellos no les ponen, ellos tienen un flujo de oyentes que sobre todo les escucha de otras maneras como es el streaming. Entonces, con La Máquina Camaleón la ley 1x1 no ha funcionado, menos acá



en Cuenca si ha funcionado, al menos en nuestra radio sí ha funcionado, pero repito, otras radios no les ponen y ellos sí han tenido proyección internacional en los últimos años, han estado en festivales, Da Pawn, Nicola Cruz, Mateo Kingman, han podido salir al exterior, pero yo sigo insistiendo no les tocan las radios. Yo si quisiera saber una canción tan bonita como “Lluvia” de Mateo Kingman ¿la han tocado otras radios? Yo dudo, donde se hizo famosa esta canción fue en internet, en streaming, entonces la ley 1x1 no les ayudó a ellos. Me van a decir Mirella Cesa, ella triunfó porque estuvo en el Festival Viña del Mar, porque ahí tuvo un éxito, ahora, ¿Juan Fernando Velasco? Él era más famoso antes de la ley 1x1, que ahora quizás y no hay más. Mientras usted ve que Colombia que es un país con el doble de habitantes que Ecuador, si vamos a proporciones, si Colombia saca un artista internacional por año, Ecuador debería seguir cada 2 años, diciendo que es la proporción de Colombia, pero no, Colombia tiene otra forma y no una ley 1x1.

Brinde su opinión en torno a este artículo y el estado actual en el cual se encuentra.

De lo que sé, no van a tocar el artículo 103, se va a quedar así 1x1 y de lo que sé, como le decía, en reuniones con gremios con gente de la Secom hace unos meses vino Andrés Michelena, nos reunió a las radios, varios gerentes de estos medios pidieron que la ley 1x1 sea revisada porque era un tema muy exigente que no se podía cumplir. A nivel de gerentes de radios musicales no es que quieren que se elimine la ley 1x1 sino que no sea tan exigente de 1x1, 2x1, 3x1 hasta un 4x1 se pidió.

Entrevistado: Guerman Piedra Cardoso

¿Conoce usted a nivel teórico lo que es el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1?

Claro que sí, tenemos que conocerla porque estamos al frente de un medio de comunicación. Es la igualdad de poner en las radios un tema nacional y un tema internacional, esta ley es una



ley copia, se la copio de unas leyes de México y de Chile para fomentar lo que es la industria y los artistas nacionales, pero a diferencia de otros países, en Ecuador no se la puede aplicar porque no existe la cantidad, por ejemplo, esta radio que es de rock y que es de pop, nosotros tenemos 19 000 canciones internacionales radiables y tenemos 700 nacionales, entonces teóricamente es imposible. No fue posible cumplir en su gran totalidad es gran complicado porque existe un desbalance gigante, la industria nacional no es de la mejor, es decir, si se quiere competir con bandas o canciones que van de los setentas, ochentas, noventas y actuales hay que producir un buen sonido, producir buenas canciones, evidentemente que hay buenas bandas y todo, son buenas bandas no un gran catálogo de bandas.

¿Cuáles fueron los métodos de adaptación de este artículo dentro del desarrollo de su programa, independientemente de la temática, dentro del medio en el cual labora?

Tratamos de escarbar la música, de producir nuevos artistas en los años 90s tuvimos el proyecto que se llamó “Rock Nativo” en donde aparecieron bandas como Sobrepeso, Bajo Sueños, demás bandas fueron producidas en parte por la radio, es un proyecto que duró 4 o 5 años, después ya no pudimos continuarlo porque no había tampoco artistas ni grupos de calidad. Entonces fue y es complicado para nosotros, pero aun así si usted revisa la página de Súper 949, puede ver que prácticamente en la última lista del día sábado 19 de Enero de 2019, de las 20 principales canciones nosotros tenemos a Sobrepeso, Mr. Monkey, Nockah, Tripulación de Osos, Lolabúm, Ludovico y SS Band y como stereo lanzamiento al General Villamil, entonces, hemos tratado nosotros de que se cumpla en nuestra programación pero como dije es muy complicado, hay otros géneros que si lo pueden cumplir como es el género urbano u otro tipos de géneros.



¿Cuáles considera usted que fueron los impactos tanto positivos como negativos que tuvo la aplicación de este artículo dentro de su programa?

La mayoría fueron negativos, la radio es un medio comercial entonces si yo pongo en mi programa que dura 3 horas, puedo poner 50 canciones: 25 nacionales y 25 internacionales, la gente, nuestros clientes publicitarios han protestado, nuestros oyentes han protestado y nos han escrito a través de redes diciendo que nuestra música que ponemos es mala, entonces no ha sido una buena experiencia porque no ha existido la calidad suficiente de música nacional.

¿La música cuencana denominada independiente tiene cabida dentro de su espacio radial?

Claro que sí, hay bandas muy buenas, otra de las bandas que nosotros promocionamos mucho fueron Los Zuchos del Vado, bandas independientes claro, yo siempre digo la calidad, si no hay calidad, tú no puedes competir haciendo un pollo que sea inferior al Kentucky o no puedes competir con una hamburguesa que sea inferior al McDonalds o Burger King, tiene que ser o no igual en sabor, igual en calidad. La parte más importante es esta, la institución SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador) al igual que SOPROFON (Sociedad de Productores de Fonogramas) son entidades que cobran un impuesto a la música, estas entidades, por ejemplo cuando vino Ricky Martin, cobraron \$75 000 al empresario que lo trajo a Cuenca, dineros de empresarios cuencanos que arriesgaron un gran capital porque este show iba a costar un millón de dólares y fíjate, tú pagas el 10% a esta gente de SAYCE, entonces nosotros nos preguntamos, si solo en el show de Ricky Martin ellos tomaron tanto dinero de empresarios y de gente de cuenca más todo lo que han recogido en el año de eventos y conciertos, más todo lo que le cobran a la pobre gente por sintonizar La Voz del Tomebamba y oír las noticias, van a sorprender en una tienda, en un negocio pequeño y sacan \$30 o \$40 al año, toda esa gran cantidad de dinero ha sido destinada para satisfacer las necesidades, los arriendos costosos, las



guapas secretarias, los viajes de esta gente y no ha fomentado ni con un concurso de bandas, ni con la formación de un conservatorio, ni con la creación de un estudio de grabación para el talento cuencano. Entonces partimos de eso, si yo pago un impuesto tengo que ver reflejado en que se invierte, ahí está el gran problema de la música nacional que tiene nombre y apellido, se llama SAYCE.

¿Cómo considera el término “calidad” dentro de términos musicales y de difusión de la misma?

Cuando hablo de “calidad” es cuando tú escuchas en la radio una canción en tu carro o en tu casa escuchas a Led Zepellin, Pink Floyd, Rolling Stones, The Cure, U2 o Roger Waters y después escuchas un tema nacional, al menos tiene que estar con el mismo sonido, para que no exista un bajón, si me explico, mantenemos una línea de éxitos, ponemos un tema nacional y este se cae porque está mal producido, porque sus letras no son buenas o porque no ha tenido el suficiente apoyo, apoyo en cuanto a producción.

¿Considera usted que existe la suficiente cantidad de música cuencana como para respaldar al artista y cumplir con la normativa 1x1?

No imposible, como dije hace un momento, tenemos 700 canciones radiales de todo el Ecuador, detrás de estos paneles están CD's guardados, yo tengo 19 000 canciones ahí, años 70s, 80s, 90s y actuales y tengo 700 así arrancando de donde sea que son nacionales, es imposible porque tú para cosechar tienes que sembrar, no se ha sembrado, no ha habido una política de cultura en el país en base de eventos y conciertos, son las mismas bandas las que suenan durante 20 años: Basca, Bajo Sueños, Sobrepeso, son los mismos. Cuando hicimos el “Garísima Music” quisimos dar espacio a bandas independientes, pero yo no podía poner una banda independiente que está comenzando junto a una banda como A.N.I.M.A.L o Natalia Lafourcade, no podía porque la calidad no es buena, recurrimos a las mismas de siempre y además que



lamentablemente las bandas locales y nacionales suenan igual, mismo estudio de grabación, mismo productor, mismas guitarras, equipos de sonido, entonces es igual, es por eso que estamos enjaulados en este sistema y por eso la gente más bien lo que se ha dedicado es a hacer covers, a hacer tributos, a hacer música urbana. La música es un negocio muy complicado, en un medio como el ecuatoriano es el peor negocio, si usted se dedica a la música realmente tiene que ser un apasionado y tendría que tener otro negocio o su papá que tenga una empresa grande para que usted pueda vivir de eso, muy poquitas bandas o artistas en el Ecuador viven de la música.

¿De qué manera se abastece su programación de música nacional cuencana?

Como ya lo mencione, de lo que nos hacen llegar a través del correo de la radio o sino a través de redes sociales, son como las principales fuentes a las que nosotros recurrimos.

¿Conoce usted la plataforma Latitud 1x1 y la ha utilizado?

Si hemos utilizado, se han sacado algunos temas pero me pareció una tontería porque en esa plataforma te daban como 30 segundos o 1 minuto para escuchar un tema y de ahí poderte bajar, tienen que poner el tema completo. Lo hemos hecho, lo hemos bajado, pero como que esa plataforma cogió todo lo que venía, es decir, este momento yo no soy cantante pero con la tecnología puedo poner un beat o una pista, puedo hablar alguna tontería y puedo crear un tema y eso le mando a 1x1 y 1x1 me acepta, no había un rango de discernimiento o de capacidad de decir cual tema vale y cual no.

Antes de la aplicación de esta normativa 1x1 ¿Cómo era su espacio radial en torno a la producción musical cuencana?

Igual, siempre hemos apoyado, Súper 949 desde los años noventa ha apoyado a las bandas nacionales, por eso no tuvimos mucho problema, pero llegó un tiempo en que pasó más de un año y que comenzamos a repetir la misma música nacional, ahí fue nuestro problema porque ya



no teníamos más bandas, nosotros exigíamos que las bandas nos traigan temas, pero los temas eran demasíadamente flojos, iguales sonaban todos y no pudimos nosotros brindar una programación de 1x1 porque la calidad no es de la mejor.

¿Qué reformas aplicaría usted en torno al Artículo 103 de la LOC?

La reforma que aplicaría sería que no podría ser un 1x1, comenzar como en Chile con un 4x1, 4 extranjeras por 1 nacional y aun así las radios y la gente que está vinculada al negocio se queja.

Brinde su opinión en torno a este artículo y el estado actual en el cual se encuentra.

Es un artículo como tantos que nos quisieron imponer, básicamente para meternos miedo a los medios de comunicación, es mi criterio personal. El anterior gobierno de Correa fue nefasto para la comunicación, evidentemente habrá gente que diga: “que sí, que Correa si hizo obras, que hizo hospitales, que hizo carreteras, etc” pero Correa nos dividió entre ricos y pobres, como decía: “pelucones y la gente del pueblo”, repitió mil veces una mentira y la convirtió en verdad y quiso callar a los medios de comunicación que somos el cuarto poder, nos quiso acallar poniendo esta serie de restricciones, así no cumplas el 1x1 te multamos, te llamamos ante una comparecencia judicial, etc. Esto fue creado, no con el fin de promocionar a la música nacional, sino con el fin de a los medios de comunicación tenerles sometidos a un miedo, a un temor, mientras tanto ellos hicieron un feriado más grande que el “feriado bancario”, se robaron nuestros recursos, pero no se robaron la plata, se robaron la educación, se robaron los hospitales e instalaron lo que es la corrupción. Entonces en este sentido el actual gobierno ha sido mucho más sensible, mucho más tolerante y ha comprendido que no se puede cumplir esta ley en definitiva, ojalá llegué algún día con el tiempo que se pueda cumplir y que nosotros tengamos en nuestras listas mucha música hecha en Cuenca, mucha música hecha en Ecuador. Mientras no exista el apoyo, no por parte de empresas privadas ni de las radios, sino el apoyo



gubernamental, porque ellos cobran impuestos, una montaña de dinero que no se ve invertida en la música ni de Cuenca ni del país. Mientras nuestros recursos no vayan dirigidos hacia la música seguiremos empampanados en lo que estamos actualmente, tener una producción ecuatoriana deficiente y mala, hay mucho talento en el sur de Ecuador, mucha gente que le gusta la música, que quiere salir, que tiene cualidades, pero si yo quiero ser deportista, quiero ser un atleta y no tengo una buena pista, unos buenos zapatos para correr o marchar nunca lo podré ser, eso nos pasa actualmente, realmente vivimos una situación terrible porque no existe una ley que ampare al músico, no existe nada de apoyo existiendo los recursos.

Entrevistado: Fernando Pesantez

¿Conoce usted a nivel teórico lo que es el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación o Ley 1x1?

La misma dice que uno tiene la responsabilidad de pues tocar 1x1 dentro de los medios de comunicación, a nivel nacional los artistas tienen ese 50% de posibilidades de que suene la música producida en Ecuador.

¿Cuáles fueron los métodos de adaptación de este artículo dentro del desarrollo de su programa, independientemente de la temática, dentro del medio en el cual labora?

Nosotros tenemos hace un buen rato ya, una buena aceptación hacia la música ecuatoriana pero Súper 949 tiene por lo menos una diferente visión sobre la música entonces nosotros no adaptamos la Ley 1x1 por ser una radio especializada en música en inglés.

¿Cuáles considera usted que fueron los impactos tanto positivos como negativos que tuvo la aplicación de este artículo dentro de su programa?

Yo no veo que la imposición del artículo 1x1 haya tenido beneficios muy buenos para los artistas, a lo máximo los artistas llegaron a sonar más eso es todo, pero más allá de eso no hay



nada que pueda ir sobre esa situación, no hay una corresponsabilidad de parte de entidades gubernamentales en apoyar al artista ecuatoriano más que suenen en las radios y en decirle; “tú tienes el chance de sonar en la radio que tú quieres”, pero no veo que haya habido un éxito grande. Las estaciones de radio como Súper 949 durante toda la vida han apoyado al talento ecuatoriano, pero no por ser ecuatoriano sino por ser bueno y ahí hay una gran diferencia.

¿La música cuencana denominada independiente tiene cabida dentro de su espacio radial?

No, porque llevo dos espacios muy puntuales: uno de clásicos y otro de entrevistas pero la movida independiente, yo creo que en la música al menos en uno de los programas que yo manejo que es “El Pan con Nata” en “Longplay” manejamos más clásicos, pero en el primero siempre ha sido bienvenida absolutamente toda la música nacional, sea independiente, sea underground o no. Entonces la línea independiente muchas veces no es tan independiente, sino más bien lo que ellos dicen es ser un poco más fuera del sistema pero al final en Ecuador no hay una industria musical, yo diría que todos son independientes, yo no veo un sello discográfico que pueda decir que pertenezcan a su sello, todo en Ecuador es independencia, hay gente que se considera más independiente que la otra pero no, si es que son buenos, son bienvenidos, su música va a sonar.

¿Cómo considera el término “calidad” dentro de términos musicales y de difusión de la misma?

Ese es el meollo del asunto, la calidad, va desde la clase de músicos que son, no puede alguien el día de hoy levantarse con ganas de cantar y decir: “yo voy a cantar, tengo una ley que me protege, yo voy a decir que soy artista nacional y tú tienes que escuchar”. Hay excelentes músicos que se han preparado toda su vida, que han estudiado música, que son multi instrumentalistas, que escriben maravillosamente y hacen un disco de lujo y lo producen y lo



masterizan en Ecuador, algunos mandan sus trabajos a otros países, tienen excelentes productores entonces, ellos son los que están garantizando la calidad de su producto, pero yo no considero calidad a alguien que se junta y que graba en un pequeño estudio, un “home studio”, y dicen que eso es un producto nacional. La calidad es muy importante, pero la calidad nace desde el músico y nosotros lo único que hacemos es darnos cuenta si es que eso tiene calidad o no tiene calidad, es radiable o no es radiable, a pesar de que hay música underground que no es radiable, porque la radio también es un negocio, que tiene muy buena calidad pero que lamentablemente hay otra que tiene una pésima y que nos han “exigido” que quieren sonar o que tienen el derecho de sonar porque son artistas nacionales y no creo que sea una exigencia, la calidad debe ser una cualidad dentro de la música.

¿Considera usted que existe la suficiente cantidad de música cuencana como para respaldar al artista y cumplir con la normativa 1x1?

Imposible, no hay tanta música cuencana, falta más industria, falta más estudios, falta más recursos para los músicos para poder producir, entonces no cumpliría, tendría que repetir demasiado.

¿De qué manera se abastece su programación de música nacional cuencana?

Por lo que nos envían, los grupos son amigos de Súper 949 entonces hay un filtro que se pasa, por el director de programación de la estación y que el mira la calidad de la música, hay un productor también que mira la calidad, luego de ese filtro van a parilla, van a programación o en algún momento se quedan ahí ligadas pero usualmente hay esa cercanía con las bandas, incluso cuando están en producción nos llaman para preguntarnos qué les parece la producción, algunas de las bandas.

**¿Conoce usted la plataforma Latitud 1x1 y la ha utilizado?**

No, eso lo maneja porque es a través de una clave, eso lo maneja netamente el productor de la estación, es el que ingresa a la plataforma y mira todos los artistas nuevos que han llegado a poner, tengo entendido que de ahí se hace un filtro y se pone lo que está de acuerdo a nuestra programación.

Antes de la aplicación de esta normativa 1x1 ¿Cómo era su espacio radial en torno a la producción musical cuencana?

Normal, igual que sigue siendo ahora, siempre ha habido apoyo a la música nacional, pero sobre todo a la música cuencana. No porque sea cuencana toco más, no porque sea de Quito no la toco, igual, es un producto hecho en Ecuador, si el producto es bueno toca, si el producto tiene que sonar a lado de un artista muy bueno Billy Idol, tiene que sonar una banda muy buena un ejemplo Los Perros de Fu, que es una nueva banda, tienen un sonido excelente, su música, sus canciones, sus letras, tienen mucha profundidad, son bien escritas, es bien producido, suena muy bien, yo los pongo no porque sean ecuatorianos, porque son buenos, van a estar sonando ahí siempre, exista o no exista 1x1.

¿Qué reformas aplicaría usted en torno al Artículo 103 de la LOC?

Lo que yo dijera a la ley 1x1 es que los artistas que destaquen a nivel nacional, los artistas que verdaderamente destaquen podríamos llevarlos a un compromiso gubernamental, de ser el gobierno quien cree una industria musical ecuatoriana y que esa industria musical ecuatoriana puedan tener productores que puedan difundir su música fuera del país, eso sí sería bueno para los artistas porque ahí se prepararían mucho más para tener una mejor calidad sabiendo de que algo más está ahí. No es suficiente ser número 1 en Súper 949 y decir que lo consiguió ¿Qué más viene de ahí? ¿Ese es el tope? ¿eso es todo? Entonces, ¿dónde está el compromiso gubernamental hacia una verdadera ley de comunicación hacia un artículo que se apoya al



talento ecuatoriano? También tiene que haber un compromiso gubernamental hacia la producción musical, porque no poner productores que apoyen y nosotros empezar a exportar música, eso no existe si no lo haces por tus propios medios.

Brinde su opinión en torno a este artículo y el estado actual en el cual se encuentra.

Hay que revisarlo completamente, hay que readecuarlo, hay artistas que la verdad se aprovechan de esto y creen que porque hay un artículo, una ley que es el 1x1 tengo que tocarlos y no son buenos, estos artistas deberían prepararse como otros artistas, como otras bandas, como otros músicos que se han preparado durante mucho tiempo, ese artículo confunde mucho, no hay que abusar de el mismo y no por imposición las radios deberíamos tocar música ecuatoriana, deberíamos tocar música ecuatoriana porque hay buena calidad de artistas en nuestro país, porque hay bandas que son fabulosas y porque debería ser una responsabilidad como comunicadores de poner su música, de aprovecharla, de disfrutarla pero hay algo que es muy importante y no está en la ley de comunicación y es ¿Qué opinan los oyentes sobre una situación de la ley 1x1? Los oyentes lo que quieren es escuchar lo que a ellos les gusta, no les gusta que les impongan, esto es una imposición, porque si tú tienes un programa de rock clásico venir a que te pongan música nacional no está bien, estamos yéndonos en contra de los gustos de la gente, eso mata a las radios, sube espacios de reproducción musical como Spotify y ahí escuchan, ahí no van a escuchar la música de los ecuatorianos si es que no la buscan, entonces, si es un buen espacio las radios para, dentro de los gustos de la gente, poner de vez en cuando recomendar algo que si esté bien, que si esté bien hecho, que se hable de las cualidades de la música pero eso no se pensó, simplemente se impuso, n 50% de música ecuatoriana que simplemente no sé de donde la vaya a sacar si no hay producción, entonces toca repetirla. Para mí que este articulo estaba dedicado a unos “x” artistas que les encanta estar sonando y quemarse, pero para el resto de productos, para el resto de estaciones siempre la gente ha sido un factor principal, nosotros vivimos de lo que la gente diga, la gente y los comercios.



Lamentablemente, cuando apareció la Ley 1x1, la gente en vez de apoyar al talento ecuatoriano, los oyentes dijeron: “¿me vas a obligar a escuchar eso? Te cambio, te vas, un botón y estas al otro lado, apago la radio y prendo Spotify”, entonces si hay que pensárselo, que es lo que la gente quiere: ¿imposición o no?, eso hay que pensar muchísimo y por eso hay que prever una ley donde un 1x1 no está correcto, porque no tenemos tanta industria musical. Si está bien regular a las estaciones de radio, cualquiera que estas sea, que tenga un espacio seleccionado para los ecuatorianos, me parece muy bien y que no sea precisamente de las 12 de la noche hasta las 6 de la mañana que es lo que hicieron la gran mayoría de radios para poder cumplir el 1x1, madrugada, donde nadie escucha pone música ecuatoriana, el resto no porque ya se cansan tanto de la música. Entonces, tener un buen programa cada radio, tener un compromiso con la música ecuatoriana está perfecto como lo hemos tenido nosotros en Súper 949, de aquí han nacido grandes bandas de música y lo seguiremos haciendo pero por el talento de sus músicos más no por una imposición de ley.



Anexo 2

Encuesta a artistas previamente seleccionados dentro de la escena musical independiente cuencana.

ENCUESTA

1. ¿Tiene conocimiento de la Ley Orgánica de Comunicación?

Sí

No

Muy Levemente

2. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza para difundir su música?

Radio

Televisión

Prensa

Web

Ninguno

3. ¿Considera a la radio como principal medio de difusión de música local en la ciudad de Cuenca?

Sí

No

Tal vez

4. ¿Siente que difunden de manera periódica su trabajo en medios de comunicación?

Sí

No

Muy poco

5. ¿Tiene conocimiento del Artículo 103 de la LOC (Ley Orgánica de Comunicación) o Ley del 1x1?

Sí

No

Muy levemente



6. ¿Cree usted que esta disposición a beneficiado al artista local, en especial de la ciudad de Cuenca?

Sí

No

Tal vez

7. Antes de la implementación de este artículo ¿su trabajo era tomado en cuenta en medios de comunicación de la ciudad?

Sí

No

Muy Poco

8. ¿Se ha masificado la venta de material artístico, específicamente discos, después de la implementación de este artículo?

Sí

No

Muy Poco

9. ¿Han aumentado sus contratos a nivel de conciertos, después de la implementación de este artículo?

Sí

No

Muy Poco

10. Sus ingresos económicos ¿han mejorado con relación a años anteriores en los cuales no se aplicaba este artículo?

Sí

No

Muy Poco

Nada

11. ¿Considera usted que los medios de comunicación dentro de la ciudad de Cuenca, en especial radios, cumplen con la normativa legal de implementar música local en su parrilla de programación semanal?

Sí

No

Muy Poco



Anexo 3

Modelo de entrevista Superintendente de Comunicación e Información

Entrevistado: Dr. Edison Toro

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para la creación de una Ley Orgánica de comunicación dentro del país?

Hay que ser un poquito de historia con respecto a eso, es decir, hay que ir hacia atrás varios años y empezar a ver porque el Ecuador se vio abogado a aprobar una ley de comunicación, y hay que recordar que hubo una consulta popular en el año 2011 en el que una de las preguntas aprobadas en ese proceso fue que si es que la ciudadanía estaba de acuerdo o no en aprobar una ley de comunicación y que se cree además un consejo de regulación, ese fue más o menos el texto de esa pregunta y de ahí la mayoría de gente la aprobó afirmativamente, entonces de ahí parte el hecho y eso, elevado a rango constitucional, teníamos una obligación como país, a partir de ese texto constitucional, para tener una ley Orgánica de comunicación, lo que no salía en el texto y que nunca se aprobó porque no era materia, en realidad era que tipo de ley de comunicación necesitaba el Ecuador, entonces a partir de eso empezaron a discutirse durante varios años ese texto legal hasta que finalmente en el 2013 se aprobó.

¿Cuáles fueron los principales puntos que se tomaron en cuenta antes de la emisión de la LOC?

Bueno también en base de lo que pasaba en ese momento en el Ecuador, usted recuerde que estábamos en un gobierno distinto, un gobierno que ya había dado señales claras de ser concentrados de poder, de esquematizar ciertas líneas de un modelo de estado y de un modelo de gobierno también bastante autoritario, en el que necesitaba tener un control sobre prácticamente el quehacer político y público de todo el país y en base a eso la discusión iba en que tipo de ley se requería, de ahí se discutió efectivamente que el tipo de ley que se buscaba



era con una institucionalidad, en el que haya un consejo de regulación de contenidos donde se protegiera por lo menos teóricamente los derechos, los derechos de las audiencias, en el que estaba enfocado temas de niños, temas de personas con discapacidad y en base a esa línea se fue construyendo poco a poco esta dinámica del texto. Si usted se fija en la ley de comunicación, mucho sobre el fomento de la libertad de expresión no existe, más bien era un tema de control muy fuerte sobre contenidos, sobre los medios de comunicación, un control sobre medios y sobre periodistas, es decir, en la línea de que supuestamente, en la lógica de los que aprobaron esto, había que cuidar los derechos de aquellos medios de comunicación, que se creía que eran violentadores de los derechos, entonces había que construir ese texto a partir de esa idea o de esa premisa de que los medios eran casi un enemigo frente a los derechos de los ciudadanos y en base a eso se fue construyendo esa ley, luego de los debates y que casi a última hora se incluyeron casi como cerca de 40 artículos en los que se establecía todo el esquema de control y de sanción y la Superintendencia de Comunicación apareció también en ese segundo debate sin mucho análisis respecto a lo que significaba tener un control y la posibilidad de sancionar a los medios de comunicación, a los periodistas, teniendo en cuenta que la libertad de expresión era una línea distinta.

¿Cuál fue el origen y de que trata el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación?

Lo que buscó ese artículo, fue un poco el fomento o la difusión de la música nacional, en su amplia contractura, es decir, música creada, compuesta por personas nacionales, por ecuatorianos, en la medida en que ese sector, ha vista de quien aprobó esto necesitaba tener esa protección especial, en su difusión sobre todo en medios de radio, en los que se combinaba a que cada vez que haya una canción interpretada, compuesta o hecha por un extranjero, se ponga una canción hecha o compuesta por un ecuatoriano, por eso el famoso uno por uno, que es más o menos, el texto dice, un 50% de la difusión musical tenga que estar dada por músicos o autores ecuatorianos, esa era un poco la idea de fomentar el desarrollo de la música ecuatoriana, de la



música de autores ecuatorianos interpretada por ecuatorianos a través de los medios de comunicación, ese es el espíritu de ese artículo que se buscó con esa ley.

¿En qué porcentaje se encontraba aplicada esta ley dentro del país?

Siempre se hizo en la superintendencia el control sobre este tema de contenido musical además se había creado una plataforma desarrollada por la propia superintendencia de comunicación para facilitar entrecomillas el acceso a la música ecuatoriana entonces, esta plataforma que se llamó Latitud 1x1, miró el tema de que los compositores, los autores, los intérpretes, podrían colgar música en esta plataforma informática y los medios de comunicación radial podrían bajarse de ahí las canciones para poder difundirlas, entonces Durante este tiempo durante la vigencia de esta ley desde el año 2013, concretamente desde el año 2014 que instituye ya como institución la Superintendencia, estuvo a su cargo monitorear el cumplimiento de este 50% de música ecuatoriana, entonces los resultados, francamente no fueron muy alentadores. De lo que yo pude haber conocido, desde Agosto de este año que me hacen el encargo de la Superintendencia, inmediatamente pedí información, pedí estadísticas y muy pocos medios cumplían este 50/50 y además luego dispuse que se cambie un poco la metodología de monitoreo para saber exactamente dónde estaban los puntos y conversando con gente de los medios , a través de la justificación de la reforma de la ley, nos pudimos dar cuenta, no solamente en los medios radiales sino también en un grupo importante de músicos, de artistas ecuatorianos que verdaderamente esta promoción, ni siquiera por la plataforma Latitud 1x1 ni por la obligación que se tenía en el 103 se cumplió lo que se buscaba como objetivo, porque efectivamente no se desarrolló nada. Los radiodifusores decían que efectivamente no tenían tanto contenido para poder equiparar a la música extranjera y además se les cortaba la libertad de establecer frente a sus audiencias lo que se que la oír y los artistas tampoco vieron cumplido los temas porque la industria de la música no se desarrolló y ni se vio cumplido esto, los artistas, sobre todo los que querían salir, querían trascender y máximo se limitaban a los artistas que ya



tenían por sí mismo decisión propia, que tenían un poco más de capacidad, entonces verdaderamente el 103 no se cumplió. La Superintendencia hacia este monitoreo y se llegaba a sanciones a estos medios, sin embargo, si usted lee el 103 no tiene consecuencias de incumplimiento en sanciones pero la Superintendencia antes de mi llegada hacia una especie de arquitectura jurídica para llegar a artículos que si tenían sanciones y poder sancionarlos.

¿Cuál fue la postura de los medios de comunicación, específicamente radiales, ante la imposición de este artículo?

Ellos nunca estuvieron de acuerdo en esa imposición, como le decía no había música ecuatoriana en la medida necesaria haga usted la comparación de cuantas producciones extranjeras existen, frente a cuantas nacionales y para poder equiparar el 50/50 entonces tendríamos que tener más música nacional que no existe, la primera razón y la segunda es que se les coartaba la propia libertad de tener audiencias que no querían escuchar música ecuatoriana o no querían escuchar a músicos ecuatorianos si no que estaban buscando en sus espacios radiales otro tipo de música, piense por ejemplo música que los ecuatorianos no tienen demasiado desarrollo y eso les limitaba la libertad editorial de poner los programas que ellos quisieran y ellos dicen que cuando la audiencia no escuchan lo que quieren pues cambian el dial, cambian de emisora y por lo tanto pierden audiencia con las consecuencias económicas que eso significa.

¿Cuáles fueron los efectos generales de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación dentro del país?

Desde mi punto de vista, fue un limitante a la libertad de expresión , es decir, hubo un ente controlador de medios de comunicación que violentó la libertad de expresión en su concepción mínima y efectivamente se sancionaron muchos medios bajo varios artículos de la ley por lo que nos alejamos muchísimo de los estándares internacionales a los que estamos abocados a



obedecer por la suscripción de convenios internacionales sobre los temas de derechos humanos y por lo tanto esta ley en su evaluación final tuvo más perjuicios que beneficios.

¿Cuáles fueron los efectos tanto positivos como negativos del artículo 103 aplicado dentro de la Ley Orgánica de Comunicación?

Los negativos, los de las radios y los artistas no vieron desarrollado el tema del objetivo que quisieron, no fomentaron la creación de nuevos artistas, de nueva música, de que trascienda verdaderamente, yo creo que si el 103 buscaba eso dejó de iluso a quien creyó que solamente con la obligación de un artículo para difundir al mismo nivel que la música extranjera se iba a lograr el desarrollo, hay cosas que no se dieron o que no se pueden ver solamente con la aplicación de un artículo, hay que construir una política pública integral sobre estos temas, por lo tanto en ese aspecto no se logró absolutamente nada de lo que se buscaba, adicionalmente se coartó a los medios radiales la posibilidad que ellos tenían de desarrollar programas con contenido comunicación alejado de esto, no vieron esa posibilidad y entonces nadie ganó en este 103, no sé si algún artista que se oyó en alguna radio local, alguna radio pudo haber sentido desarrollado eso pero como Ecuador, como enfoque nacional, no creo desde mi posición, que esto haya servido para fomentar la música nacional en absoluto.

¿Cuál es el estado actual de este artículo?

Según la reforma está igual como estaba antes pensando exactamente que se tenga que construir algo distinto a lo que se estaba haciendo, con una política integral, sin embargo, entiendo que el ejecutivo está pensando en el veto para bajar el porcentaje de obligación que se tiene de difundir esto pero hay que recordar que ya el enfoque de sancionador no va a existir por lo tanto esto queda en el tema casi de una buena voluntad de las radios para difundir esto hasta que finalmente el Estado en su integralidad piense en una política pública para desarrollar la



música, la cultura y no solamente bajo un artículo, que como digo en 5 años de aplicación no funcionó.

¿Cuál es el estado actual de la Ley Orgánica de Comunicación?

En este momento la Asamblea Legislativa acabó de aprobar la reforma en el segundo debate y ha pasado a la sanción o a la objeción de la presidencia de la República, en este momento está esa reforma, la formación de las leyes es el último paso para la promulgación de un texto legal, es decir que el presidente sancione y pase a la promulgación u objete con los vetos totales o parciales, en este momento estamos actualmente en ese proceso.



Anexo 4

Modelo de entrevista a funcionaria de Supercom en Cuenca

Entrevistada: Lcda. Mónica Toral.

¿Cuál es la principal función de la Supercom dentro de la ciudad de Cuenca?

La Supercom se encarga principalmente de la regulación de los contenidos expuestos por los medios de comunicación, nosotros rotamos los medios que existen en la ciudad con las diferentes zonas de control. Funcionamos como un grupo que intenta verificar el buen manejo de la comunicación y que no se evadan las normativas vigentes en la Ley de Comunicación.

¿Cómo visualiza usted el estado actual de la Ley Orgánica de Comunicación?

La Ley Orgánica de Comunicación se encuentra en un estado de reforma, es decir, varios artículos de esta van a ser cambios o modificados para adecuarse de mejor manera al desenvolvimiento de la comunicación en el país. Lo lamentable es que la Supercom va a desaparecer, siendo algo contradictorio debido a que esta ley creo a la Supercom, pero todo se debe al descontento que existe en torno a las multas y sanciones a diferentes medios de comunicación.

¿Considera que se aplica de manera correcta el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación dentro de la ciudad de Cuenca?

No hemos tenido mayores percances en torno a su aplicación, ya que las parrillas de programación de las diferentes radios necesitan de la música, ya sea nacional o internacional, es algo inevitable colocarla, aunque eso sí, las franjas horarias muchas veces en las que se predisponen a cumplir este ordenamiento son a altas horas de la noche, esto hace que se pierda el objetivo principal del artículo que es el dar a conocer música propia y de autoría nacional.



¿Cómo se define la nacionalidad de una obra o pieza musical ecuatoriana?

Las diferentes copias de la programación realizada durante el día por parte de una radio cualquiera, nos son entregadas a nosotros para realizar la respectiva revisión. Nuestros centros de monitoreo por lo general determinan la nacionalidad de una obra por el simple hecho de escuchar su información, el locutor o la persona que hace radio, presenta la canción y es ahí donde nosotros estamos listos para ver si se da el debido cumplimiento a las normativas antes mencionadas como podría ser la Ley 1x1 en este caso.



Anexo 5

Modelo de entrevista a funcionaria de SAYCE

Entrevistada: Ing. María Valencia

¿Cómo funciona SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos) dentro de la ciudad de Cuenca?

SAYCE cuenta en la actualidad con un total de 150 socios, esta cifra es un aproximado debido a que la afiliación es progresiva. Para realizar el seguimiento de una pieza nacional de autoría propia, para evitar problemas con los derechos de autor y recibir regalías por la reproducción o puesta de su canción, nuestros socios realizan un pago mínimo y nos entregan la canción que quieren monetizar en un CD con formato MP3. La canción debe contar con una grabación profesional, es decir, debe estar masterizada para que pueda formar parte de nuestro registro, ya que posteriormente se crea una huella digital de la canción, generando un código y haciendo que la canción sea un producto único y de autoría propia.

¿Cómo se realiza el monitoreo de la canción para evitar infracciones en tema de derechos de autor?

La responsabilidad total en torno a la canción es del socio, nosotros nos encargamos de tarifar la canción dependiendo del lugar de donde suene, es decir, no es lo mismo que la canción suene en un bar a que suene en una propaganda de televisión, el valor cambia. Intentamos que nuestros socios reciban beneficios monetarios para que se siga haciendo más música dentro del país.

¿Considera que el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación dentro de la ciudad de Cuenca se encuentra respaldado por esta Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador?



Todo esto de la Ley 1x1 son aspectos legales en los cuales SAYCE no interviene, existen organismos reguladores como son la Supercom que ven por el cumplimiento de estos artículos, lo que nosotros únicamente hacemos es respaldar la unicidad del producto producido por el artista ecuatoriano, que no se infrinjan y no existas abusos de los derechos de autor, funcionamos como un respaldo más no como una sociedad reguladora.

¿Cómo se define la nacionalidad de una obra o pieza musical ecuatoriana?

La nacionalidad de una canción se podría decir que está constituida por la persona que lo crea y ejecuta sea de nacionalidad de ecuatoriana, esta obra puede ser grabada en el extranjero, producida, masterizada, pero todo tiene que ver en torno a la persona que lo crea. Hay mucha gente que confunde el hecho de que una canción no sea considerada nacional por el hecho de que no es folclórica o “chichera”, los géneros pueden variar, pero la persona que se encarga de crear, de tomarse el tiempo de escribir o mejor dicho componer, es la que le da el término o plus de si es una obra nacional ecuatoriana o no.



Referencias

- RAE. (2014). *Definición de Radio*. Obtenido de Diccionario de la Real Academia de la Lengua: <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=radio>
- RAE. (2001). *Definición de Televisión*. Obtenido de Diccionario de la Real Academia de la Lengua:
<http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=LTMZMtSOjDXX2FqMNA0y>
- ADIMI. (2007). *QUÉ ES?*. Recuperado de: <http://www.adimi.net/>
- Alcocer, N.R. (s.f). *La Institucionalidad como Marco de Independencia*. Recuperado de: http://filos.unam.mx/CNEPJ/categoriaA/LA_INSTITUCIONALIDAD.pdf
- ALEGSA. (2017). *Definición de Streaming*. Obtenido de Diccionario de Informática y Tecnología: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/streaming.php>
- Alianza Francesa. (2018). *Convocatoria Fiesta de la Música 2018*. Recuperado de:
<http://alianzafrancesa.org.ec/cuenca/wp-content/uploads/sites/12/2016/03/Convocatoria-p%C3%BAblica-Fiesta-de-la-M%C3%BAsica-2018-Espacios-privados.pdf>
- Alonso, M.P. Friedheim, A.M. Maretto, M.C. (2005). *Culturas juveniles y rock: una forma de abordar las ciencias sociales en la escuela*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Signo.
- Bibiochile. (3 de abril de 2014). *Valentín Trujillo: “Necesitamos que dejen de insultar a los artistas chilenos con campañas odiosas”*. Recuperado de <https://www.biobiochile.cl/noticias/2014/04/03/valentin-trujillo-necesitamos-que-dejen-de-insultar-a-los-artistas-chilenos-con-campanas-odiosas.shtml>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (31 de enero de 2004). *LEY NUM. 19.928 SOBRE FOMENTO DE LA MUSICA CHILENA*. Recuperado de



<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=220680>

Bouillot, C. (2017). *Spotify: El meteórico ascenso del líder de la música en streaming*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2018 de 50minutos.es:
<https://books.google.com.ec/books?id=7zFCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=spotify&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjC1KmK3cXeAhXS3IMKHRV6ATEQ6AEIMjAB#v=onepage&q=spotify&f=false>

Brunetta, G. (2012). *Historia mundial del cine I. II: Estados Unidos*. Turín, Italia: Giulio Eunadi.

Bueno, G. (2016). *El mito de la cultura*. Oviedo, España: Pentalfa Ediciones.

Cardoso, M. (2007). *Historias de Radio*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.

CONATEL. (2014). *LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS*. Recuperado de
<http://www.conatel.gob.ve/files/lehrs06022014.pdf>

Conciertos Perú. (2018). *SE REALIZÓ DEBATE DE CASI 4 HORAS SOBRE SI LAS RADIOS DEBERÍAN DIFUNDIR ROCK Y POP PERUANO*. Recuperado de
<http://conciertosperu.com.pe/noticias/se-realizo-debate-de-casi-4-horas-sobre-si-las-radios-deberian-difundir-rock-y-pop-peruano/>

Congreso de Perú. (2003). *LEY DEL ARTISTA INTÉRPRETE Y EJECUTANTE*. Recuperado de
http://www4.congreso.gob.pe/congresista/2001/edelapunte/leyes/Ley_Artista_Interprete_Ejecutante.pdf

Corte Constitucional de Colombia. (2016). *Constitución Política de Colombia*. Recuperado de
<http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>

CUCA Untref (2 de abril de 2015). *Malvinas, y el Rock Nacional*. Recuperado de
<https://cucauntref.wordpress.com/2015/04/02/malvinas-y-el-rock-nacional/>



- Darias de las Heras, V. (2018) *La música y los medios de comunicación*. Madrid, España: DIKYNSON.
- Del Real, A. (17 de Abril de 2018). *Música chilena en radios baja por primera vez con la ley del 20%*. Recuperado de <http://culto.latercera.com/2018/04/17/musica-chilena-en-radios-baja-primera-vez-la-ley-del-20/>
- De Miguel Pascual, R (2010). *Fundamentos de la comunicación humana*. Alicante, España: Editorial Club Universitario.
- De Aguilera, M. Sedeño, A. (2008). *Comunicación y música II. Tecnologías y audiencias*. Barcelona, España: Editorial Advisory Board.
- Dogma. (2003). *Somos el Colectivo Central Dogma*. Recuperado de: <https://dogmacentral.wordpress.com/revista-dogma/>
- Educ.ar. (31 de Octubre de 2012). *Ley Nacional de la Música*. Recuperado de <https://www.educ.ar/recursos/120157/ley-nacional-de-la-musica>
- elCOLOMBIANO. (13 de febrero de 2018). Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/cultura/musica/ley-para-que-la-industria-de-la-musica-no-desafine-GH8180459>
- El Comercio. (31 de Agosto de 2009). *Montúfar presenta su ley el miércoles*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/montufar-presenta-ley-miercoles.html>
- El Comercio. (2 de Julio de 2018). *Juan Fernando Velasco: 'La Ley 1x1 no ha tenido el efecto que todos hubiéramos esperado'*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/juanfernandovelasco-asambleanacional-propuestas-leydecomunicacion-ley1x1.html>
- El Comercio. (20 de Abril de 2018). *La normativa del 1x1 no impulsa nuevas creaciones en el Ecuador*. Recuperado de



<https://www.elcomercio.com/tendencias/normativa-creaciones-ecuador-radios-musica.html>

El Comercio. (13 de Agosto de 2018). *Desde su creación, la Supercom emitió multas por casi USD 3 millones en contra de medios de comunicación*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica-supercom-emision-multas-medioscomunicacion.html>

El Comercio. (18 de Diciembre de 2018). *Asamblea Nacional aprueba reforma a Ley Orgánica de Comunicación*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/asamblea-aprobacion-reforma-ley-comunicacion.html>

El negocio de la música. (30 de Mayo de 2018). *¡La Ley de Música Nos Toca!- Colombia*. Recuperado de <http://www.elnegociodelamusica.com/leydemusica/>

El País. (19 de Marzo de 2013). *El auge de la música venezolana*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2013/03/08/actualidad/1362763807_491670.html

El Telégrafo. (14 de Junio de 2013). *LA LEY DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR SE APRUEBA CON 108 VOTOS*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion/1/ecuador-ya-cuenta-con-nueva-ley-de-comunicacion>

El Telégrafo. (10 de Septiembre de 2018). *Reforma a Ley de Comunicación propone 20% de música nacional*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/reforma-loc-musica-nacional-asamblea>

El Tiempo. (11 de Agosto de 2016). *El indie rock cuencano desafía a lo establecido*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/el-indie-rock-cuencano-desafia-a-lo-establecido>

El Universo. (2009). *Asamblea integró comisión ocasional para ley de comunicación*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/2009/09/16/1/1355/asamblea-integro-comision-ocasional-ley-comunicacion.html>



El Universo. (22 de Abril de 2019). *Supercom trabaja para cerrar en tres meses.*

Recuperado de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/04/22/nota/7296593/supercom-trabaja-cerrar-tres-meses>

Generación XXI. (1996). *Quiénes somos.* Recuperado de:

<http://www.generacion21.com/quienes-somos.php>

Gil, R. (1993). *Periodismo: Historia y Teoría Tomo I.* Barcelona, España: Clie.

Herman, G. (2009). *Historia trágica del rock.* Barcelona, España: Robinbook.

Iglesias, F. (1990). *La televisión dominada.* Madrid, España: Rialp.

Inamu. (2012). *www.inamu.gob.ar.* Recuperado de <http://www.inamu.gob.ar/pdf/ley.pdf>

Indie Criollo. (2018). *¿Quiénes somos?.* Recuperado de:

<https://indiecriollo593.wixsite.com/indiecriollo>

INFOARTES. (17 de Noviembre de 2011). *Ley 28131, Ley del Artista-Intérprete y Ejecutante.* Recuperado de <http://www.infoartes.pe/ley-28131-ley-del-artista-interprete-y-ejecutante/>

Jurado, R. (2009). *La elaboración de la nueva legislación en comunicación del Ecuador.*

Recuperado de

<http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanalisis2/violenciasyderechoshumanos/jurado.pdf>

Jurado, R. (2010). *El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en el Ecuador.*

Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/323228847_El_proceso_de_elaboracion_de_la_Ley_de_Comunicacion_en_el_Ecuador

Latitud 1X1. (2016). *Preguntas frecuentes.* Recuperado de

<http://latitud1x1ec.supercom.gob.ec/page/preguntas-frecuentes#>



- IEPI. (2016). *Derechos de Autor y Derechos Conexos*. Recuperado de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/derechos-de-autor-y-derechos-conexos/>
- Lamacchia, M.C. (2016). *La música independiente en la era digital*. Recuperado de: https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/727/TM_2017_lamacchia_008.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- La Nación. (14 de Marzo de 2014). *MINISTRA DE CULTURA: CAMPAÑA DE ARCHI CONTRA PROYECTO DE MÚSICA CHILENA ES "AGRESIVA"*. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20140419030044/http://www.lanacion.cl/noticias/pais/politica/ministra-de-cultura-campana-de-archi-contraproyecto-de-musica-chilena-es-agresiva/2014-03-14/154259.html>
- La Región. (8 de Septiembre de 2018). *A tres años de la ley «20% de música chilena en radios»: ¿En qué estamos?*. Recuperado de <http://www.diariolaregion.cl/a-tres-anos-de-la-ley-20-de-musica-chilena-en-radios-en-que-estamos/>
- La República. (24 de marzo de 2013). *"Haz que suene tu música, Perú": Iniciativa que exige difusión de producción nacional*. Recuperado de <https://larepublica.pe/espectaculos/699498-haz-que-suene-tu-musica-peru-iniciativa-que-exige-difusion-de-produccion-nacional>
- Lozano, J. (2007). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. México: Pearson Education de México
- Moreno, E. (2005). *Comunicación y Sociedad: Las "radios" y los modelos de producción radiofónica*. Navarra: Departamento de Proyectos Periodísticos de la Universidad de Navarra.
- Otero, E. (1997). *Teorías de la Comunicación*. Santiago de Chile, Chile: Editorial Universitaria
- Ovando, T. (9 de abril de 2007). *HISTORIA DE LA RADIO EN EL ECUADOR (expo2) [Mensaje en un blog]*. Recuperado de: <http://direcciondeempresas.blogspot.com/2007/04/historia-de-la-radio-en-el->



ecuador.html

Perú21. (12 de julio de 2013). *Sergio Tejada busca imponer cuotas de música nacional en radios*. Recuperado de <https://peru21.pe/espectaculos/sergio-tejada-busca-imponer-cuotas-musica-nacional-radios-115244>

Pesantez, Fernando. (Febrero, 2019). *Súper 949*. (D. Tenesaca, Entrevistador). Cuenca, Azuay, Ecuador.

Piedra, Jorge. (Febrero, 2019). *Súper 949*. (D. Tenesaca, Entrevistador). Cuenca, Azuay, Ecuador.

Piedra, Guerman. (Febrero, 2019). *Súper 949*. (D. Tenesaca, Entrevistador). Cuenca, Azuay, Ecuador.

Presidencia de la República. (25 de junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de Registro Oficial No. 22: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Publmetro. (6 de febrero de 2017). *¿Es necesario que las radios pasen rock peruano? [INFORME]*. Recuperado de <https://publmetro.pe/entretenimiento/noticia-necesario-que-radios-pasen-rock-peruano-56017>

Radio Cocoa. (1 de Febrero de 2014). *Discos al Unísono*. Recuperado de [radiococoa.com: http://radiococoa.com/RC/discos-al-unizono/](http://radiococoa.com/RC/discos-al-unizono/)

Radio Cocoa. (2016). *CONÓCENOS*. Recuperado de: <http://radiococoa.com/RC/conocenos/about/>

Rentería, J.J. (24 de Noviembre de 2014). *¿Cómo es el proyecto de ley sobre música chilena en las radios?*. Recuperado de <https://www.misabogados.com/blog/es/como-es-el-proyecto-de-ley-sobre-musica-chilena-en-las-radios>

Rincón, O. Estrella, M. (2001). *Televisión: Pantalla e Identidad*. Quito, Ecuador: Editorial El Conejo.



ROKKEC. (2003) *Prólogo*. Quito, Ecuador: Editorial Independiente.

SACVEN. (4 de diciembre de 2012). *Las emisoras de radio deberán difundir 50% de música venezolana*. Recuperado de http://www.sacven.net/revista/contenido/66#.W_haEzhKjIU

San Félix, A. (1991). *Radiodifusión en la mitad del mundo*. Quito, Ecuador: Editorial Nacional.

SAYCO. (2018). *Proyectos de ley*. Recuperado de <http://sayco.org/proyectos-de-ley/>

Supercom. (15 de Julio de 2016). *Reglamento de Aplicación del Artículo 103 de la ley de Comunicación*. Recuperado de <http://www.supercom.gob.ec/documents/Normativa/2016/Diciembre/Reglamento-para-la-aplicacion-del-articulo-103-de-la-Ley-Organica-de-Comunicacion-sobre-contenidos-musicales.pdf>

Supercom. (17 de Mayo de 2015). *Nuestro Trabajo*. Recuperado de <http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/nuestro-trabajo>

Tele13. (12 de diciembre de 2014). *Presidente de Archi: “La ley de música chilena es mala y no cumplirá las expectativas”*. Recuperado de <http://www.t13.cl/noticia/entretencion/pdte.-de-la-archi-el-20-de-musica-chilena-es-una-mala-ley-que-no-cumplira-los-efectos-deseados>

Telerama [videoseTV2]. (2008, Noviembre 14). *Video Postproducción Tv Clips*. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=qEsxBU8TBUY>

Toral, Mónica. (Noviembre 2018). *Supercom*. (D.Tenesaca, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.

Toro, Edison. (Diciembre 2018). *Supercom*. (D.Tenesaca, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.



Unesco. (8 de Marzo de 1979). *Ley de Defensa Profesional del Artista*. Recuperado de http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ecuador_ley_3303_08_03_1979_spa_orof.pdf

Valencia, María. (Noviembre 2018). *SAYCE*. (D. Tenesaca, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.

Warley, J. Forn, J. (2007). *La guerra de Malvinas (Argentina, 1982)*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Wong, K. (2011). La música nacional: una metáfora de la identidad nacional ecuatoriana. *Ecuador Debate*. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3598/1/RFLACSO-ED84-11-Wong.pdf>

Wright, R (1986). *Análisis funcional y comunicación de masas*. Barcelona, España: Editorial Universitaria.