



UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
SEK

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“APORTE DE INTERNET A LA DISTRIBUCIÓN, COMUNICACIÓN Y
PROMOCIÓN DE LA MÚSICA DE ARTISTAS JÓVENES DEL ECUADOR”

VALERIA ALEJANDRA CEDEÑO YÉPEZ

JAVIER SEPÚLVEDA

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2011

RESUMEN

En los últimos años las nuevas tecnologías de la información y comunicación han revolucionado la forma de vida y la manera en que las personas se relacionan e interactúan entre sí. El Internet ha sido uno de los principales factores para impulsar la globalización en casi todas las culturas y sociedades del mundo, transformando el modo en que muchas expresiones culturales se producen y comparten. Una de las formas que tienen las culturas y el ser humano en general para expresarse es la música, que a lo largo de la historia ha sido parte de toda sociedad y paralelamente se ha transformado con estas.

Lo que las herramientas de Internet han aportado a la música sigue siendo descubierto incluso por los mismos músicos, quienes hasta el momento se han adaptado, unos con mayor facilidad que otros, a los espacios para distribuir, promocionar y comunicar su trabajo, descubriendo las ventajas y oportunidades que les brinda como la universalidad, inmediatez y retroalimentación instantánea, entre muchas otros beneficios.

El siguiente trabajo pretende averiguar cómo están siendo utilizadas todas estas herramientas que proporciona Internet por parte de bandas y músicos ecuatorianos que producen música joven e independiente.

ABSTRACT

In the past few years the new information and communication technologies have revolutionized the life style and the way people relate and interact with each other. Internet has been the main reason that shifted globalization in almost every culture and society in the world, transforming the way many cultural expressions are produced and shared. One of the expressions cultures and humanity in general has is music, which throughout history has been along every society witnessing its changes and being part of them.

The tools Internet offers to music are still being discovered, even by the musicians, who have adapted –some more rapidly than others– to new distribution, promotion and communication platforms for their work; the ones that let them discover advantages and opportunities such as universality, immediacy and instant feedback, among other benefits.

The next work is a work that pretends to unveil how instruments and tools provided by the Internet are being used by young and independent bands and musicians in Ecuador.

DEDICATORIA

A mi mamá con mucho amor, por ser quien me ha guiado a través de toda mi vida y por ser ejemplo de mujer, de madre y de amiga.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser fortaleza en todo momento y por bendecirme cada día. A mi mamá, por ser la fortaleza que sostiene mi vida, por ser el ejemplo de mujer que mantengo constantemente, gracias por todo lo que soy y todo lo que me has dado, nunca será suficiente todo el agradecimiento que te tengo, te amo mucho. Gracias porque a pesar de la larga espera me animaste todo este tiempo para cumplir con esta meta, que será la primera de muchas.

Agradezco a la Institución SEK, que me formó desde las aulas de preescolar hasta este momento en el que estoy a punto de obtener la licenciatura. A todos los profesores y mentores que he conocido a lo largo de estos años, cada uno ha dejado una huella que permanecerá por siempre.

A mis amigas y amigos que me dieron ánimo durante estos meses para finalizar una etapa en mi vida, que es la puerta para todo lo que vendrá y que seguro lo seguiré compartiendo con ustedes. Quiero agradecer al *Dream Team* por haber compartido tantas cosas juntas que no se olvidarán nunca, han sido las mejores compañeras y tienen un lugar preferencial en mi memoria y en mi corazón. A Dominique Zavala, de especial manera te agradezco por los buenos momentos que hemos vivido y por los que vamos a vivir porque estoy segura que vamos a tener la vida que soñamos, recuerda que nuestras energías lo pueden todo. Verónica Andrade, a pesar de la distancia física siempre hemos estado juntas y nos hemos apoyado una a la otra para cumplir la misma meta, gracias por el ánimo constante en este camino y por el inigualable cariño, que estoy segura nunca terminará. A Julia Villarreal, mi amiga incondicional en los momentos de mayor alegría y en los de mayor tristeza, gracias por estar siempre presente, espero que podamos compartir muchas más experiencias ñaña.

A todos quienes me ayudaron a realizar este trabajo, a mis amigos y a quienes conocí a lo largo de este viaje, por el aporte de su opinión y sus testimonios; su música y su forma de ser los hará trascender. En general a quienes han sido de una forma u otra parte de mi vida, pues han aportado en que sea la persona que soy ahora. Gracias, una etapa ha finalizado pero es el principio para que las experiencias escriban las memorias del resto de mi vida.

Declaración Juramentada

Yo, VALERIA ALEJANDRA CEDEÑO YÉPEZ, con cédula de identidad: 171216328-4 declaro que la presente tesis titulada: *Aporte de Internet a la distribución, comunicación y promoción de la música y artistas jóvenes del Ecuador* es de mi autoría y que de ninguna manera es copia total o parcial de otra investigación, tesis o trabajo publicado. Todas las fuentes bibliográficas han sido citadas, al igual que los nombres de los autores y autoras. Asumo mi total responsabilidad en el caso de existir cualquier tipo de plagio.

Valeria Alejandra Cedeño Yépez

CI. 171216328-4

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es un trabajo de investigación que pretende mostrar cuáles son los aportes y el impacto que tienen *Internet* y las redes sociales sobre la distribución, comunicación y promoción de la música hecha por artistas jóvenes del Ecuador. En el país los músicos que se han dado a conocer en los últimos años han debido manejar su carrera en los medios de comunicación tradicionales como la radio o la televisión, pero siempre en la lucha contra las etiquetas y la resistencia de apoyar a una banda nacional “alternativa” que toca música que no gusta a todos o que no encaja en los formatos de los medios más tradicionalistas, con muy pocas excepciones.

La razón por la que escogí este tema fue para combinar dos de las cosas que más me interesan: la música y las posibilidades infinitas que brinda el Internet. Al estar conectada a diario en la *web* descubrí a muchos artistas y músicos a través de sitios que visitaba con regularidad, y me interesó conocer el fenómeno de la promoción y distribución y cómo estaban aprovechando esta plataforma los artistas locales, basándome de manera especial en agrupaciones como *Mortero*, *Colapso*, *Los TXK*, *Guanaco MC* y *Can Can*. Mi investigación se centra en conocer los aportes que las nuevas tecnologías han traído para éstos músicos y no tanto en las desventajas que el *Internet* puede tener para la música o su industria como estaba establecida hasta hace varios años.

A lo largo de este trabajo de investigación, realizado principalmente durante los meses de mayo a agosto del año 2011, se muestra una recopilación de testimonios de los artistas y sus experiencias con las nuevas tecnologías de *Internet* y en especial las redes sociales así como también la opinión de jóvenes que participaron en el festival de música joven *Quitofest 2011* los días 13 y 14 de agosto.

El primer capítulo de este trabajo explica por qué la música es considerada como una manera de comunicación y cómo se la ha considerado a lo largo de la historia en el mundo y en el Ecuador como parte de las culturas.

El segundo capítulo trata sobre *Internet* visto como un nuevo medio de comunicación masivo y que hoy en día abarca a otros medios como la radio, televisión, prensa escrita, por lo que es una plataforma mundial con infinitas posibilidades. Los avances de las nuevas tecnologías de la información y comunicación se han extendido a nivel global y han permitido que la conexión entre culturas y sociedades se facilite y cambie la forma de relación e interacción. Debido a estos avances, una oportunidad de comunicación surgió a partir del uso de las redes sociales de *Internet*, donde los artistas, por ejemplo aprovechan las facilidades de las herramientas que este espacio permite como medio de comunicación y de proyección para compartir su música hacia escenarios nacionales pero también a nivel mundial, este tema es ampliado en el tercer capítulo.

Internet es un medio usado principalmente por jóvenes, a quienes les interesa relacionarse con otros jóvenes y en la actualidad las redes sociales ofrecen todo lo que ellos buscan en un solo sitio *web*. Al igual que la forma de relacionarse, la música ha evolucionado y también la forma en la que los artistas llegan a su público. Conocer sobre un evento artístico o un concierto es más probable a través de una red social que a través de la promoción en medios como la televisión o las emisoras de radio nacionales. Todo esto gracias a que los nuevos medios se han extendido con rapidez y sin tan marcadas limitaciones económicas o sociales, a pesar de que en el Ecuador aún existe una brecha digital que obstaculiza la inserción tecnológica en todo el país.

Además de los obstáculos tecnológicos que existen para la difusión digital, en el Ecuador la música tiene varios conflictos y problemas que tienen que ver con la distribución, para poderse

establecer como un mercado y como una industria rentable. La falta de control sobre la venta y reproducción ilegal de material audiovisual ha sido durante años una batalla que los artistas en el país han debido luchar sin éxito, pero a esto se le agrega la facilidad que hay en *Internet* actualmente para descargar y compartir casi sin restricción obras sin el consentimiento ni el reconocimiento de sus creadores.

Esta tesis pretende evidenciar que los artistas ecuatorianos utilizan los nuevos medios y tecnologías de comunicación como miles de otros artistas alrededor del mundo, pues son partícipes de una globalización cada vez más evidente potenciada principalmente por un gran motor conocido como *Internet*.

DISEÑO METODOLÓGICO

En este trabajo los métodos de investigación y las técnicas para obtener datos son principalmente herramientas directas como entrevistas y encuestas a quienes están en contacto con la escena musical del país; de esta manera se puede observar el lado del artista y de la audiencia y sus diferentes visiones sobre el tema de la música a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.

En esta tesis se utilizaron los siguientes métodos de investigación: el método analítico descriptivo, al recolectar información a través de entrevistas durante los meses de mayo a agosto, a los músicos ecuatorianos de las agrupaciones Mortero, Colapso, Los TXK y Guanaco, quienes utilizan las herramientas de las redes sociales para promocionar su música. Por otra parte se utilizó del método comparativo para analizar cómo las bandas nacionales Can Can, Mortero y Colapso, cada una de distinto género musical, promocionan y comunican su trabajo a través de la red social *Facebook*.

Se llevó a cabo la obtención de datos y testimonios a través de encuestas y entrevistas para llegar a una conclusión sobre el problema planteado al inicio de este trabajo, conocer los beneficios que han aportado *Internet* y las redes sociales a la distribución, comunicación y producción de música hecha por artistas ecuatorianos. Los métodos que se utilizan para obtener información sobre el problema deben ser relevantes para cada trabajo de investigación, y deben ser los adecuados dependiendo del tipo de datos que se requiera para el análisis del estudio.

Además de describir las características del problema también se trató de definir el alcance

que este tiene, en el caso de este estudio se aplica únicamente a un público joven de entre 15 y 30 años de la ciudad de Quito y que utilicen las redes sociales como medio de comunicación.

Método Analítico

Los métodos y técnicas utilizadas para este trabajo son herramientas directas que se obtienen con el método analítico en la investigación. La investigación para este trabajo abarca desde la teoría de la comunicación, hasta la historia y evolución de la música en el mundo y en el Ecuador. En el caso de este método investigativo se va a explorar más las cuestiones cualitativas sobre el uso que la población joven de la ciudad de Quito, entre 15 y 30 años, le da a las redes sociales y cómo la aplican a la música de artistas ecuatorianos que éstos escuchan. También se toman en cuenta los resultados cuantitativos de datos sobre el *Internet* y los seguidores jóvenes de música hecha en Ecuador por medio de las encuestas.

Este método de investigación consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Ruiz Limón, 2009)

Método Comparativo

Otro método válido de investigación para el problema es el método comparativo, en el cual se exponen todas las variables y las posibilidades del problema. En el caso de esta investigación son las opiniones, los resultados y las ventajas o desventajas que hayan descubierto los artistas, quienes son los principales involucrados en los resultados que se puedan dar luego del uso de *Internet* y las nuevas tecnologías de comunicación. Debido a que esta investigación es algo tácito que no puede

ser científicamente comprobable lo que queda para exponerlo es las diferentes posiciones que se tenga sobre el tema. Se debe exponer los diferentes testimonios que se tenga y eso va a definirse como

“El método comparativo es el procedimiento de comparación sistemática de objetos de estudio que, por lo general, es aplicado para llegar a generalizaciones empíricas y a la comprobación de hipótesis.” (Nohlen, 2002) Para obtener los objetos de comparación se deben aplicar técnicas de investigación que revelen las posiciones de quienes influyen en el objeto de estudio. A partir de las diversas opiniones y vivencias de quienes están directamente involucrados se pueden reforzar o crear nuevas hipótesis y estructuras que ayudarán a definir mejor como las circunstancias se aplican a la situación planteada en el estudio.

Para obtener un testimonio y una opinión directa la mejor alternativa es la entrevista. Por medio de la entrevista se recogen opiniones y experiencias y al convertir esa entrevista en una conversación se puede lograr una relación que va a trascender no solamente con el entrevistador o entrevistadora sino que beneficiará a la investigación al lograr datos que normalmente no se logran con entrevistas formales. En el desarrollo de la investigación es necesaria la participación directa de los artistas que se encuentran insertos en la industria creciente de la música ecuatoriana. El fin de la entrevista no es meramente la recolección de datos, como método científico sino más bien acercarse y conocer detalles y experiencias directas y espontáneas, que a veces pueden ser más útiles para este tipo de investigaciones y análisis cualitativos.

Otra forma de aplicar el análisis comparativo es desde el punto de vista de los resultados que los artistas ecuatorianos han obtenido en las diferentes redes sociales, por ejemplo qué resultados obtuvieron al tener un perfil de la banda en *Facebook* en comparación a tener un perfil el *Twitter*. Puede que los resultados obtenidos por los músicos hayan sido similares en las dos redes sociales, o

que haya existido una diferencia notable en el número de seguidores o en el tipo de respuesta de la audiencia en sus anuncios o invitaciones a espectáculos.

Al hacer un análisis comparativo sobre las redes sociales es pertinente observar qué estrategias usaron unos músicos y otros no; por ejemplo se podría ver resultados más favorables para los artistas que mantuvieron un contacto constante en sus perfiles con actualizaciones sobre sus conciertos y nuevos proyectos en contraste con quienes no mantenían una actualización sobre su música o actividades, en resumen que tan buen resultado hubo en el *community management*¹ en cada caso.

¹ En inglés, aplicado a términos informáticos es el manejo de la comunidad virtual, principalmente en Redes Sociales.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN MASIVA

La Comunicación Masiva se entiende como la interacción entre el emisor que transmite un mensaje hacia una audiencia amplia, diferente entre sí, pero que es anónima. Los medios de comunicación masiva son los encargados de la transmisión del mensaje y son los que a partir de la invención de la imprenta, y a partir del siglo XX con los demás medios de comunicación masiva, revolucionaron radicalmente a una sociedad con nuevos paradigmas sobre su estilo de vida, sus necesidades, las relaciones, incluso sus formas de entretenimiento.

Con medios masivos como la prensa, la radio, el cine y la televisión, la audiencia ha cambiado con ellos y ha creado la cultura de masas. Este tipo de sociedad es simplemente el producto de lo que los medios masivos le envían a la audiencia (McQuail, 1983: 44). Los emisores gozan de poder al ser los que entregan el mensaje que la audiencia recibe, aunque esto es delimitado por la misma audiencia, pues es la que decide qué mensaje desea recibir, y esta al ser heterogénea no recibe un mensaje generalizado, sino que puede elegir lo que quiere leer, escuchar y ver. Así también, los emisores se ven en la obligación de cambiar y de amoldarse de acuerdo a las demandas de los receptores, para así mantenerse en el mercado de los medios masivos.

Uno de los mayores y más influyentes medios de comunicación masivos es la radio. Desde su creación en el siglo XX, logró transmitir sonidos y mensajes a larga distancia a través de las ondas *Hertzianas*² y ya a partir de la invención de Marconi de la telegrafía sin hilos, la influencia de

² Llamadas así por Heinrich Hertz que en 1887 hizo el descubrimiento y la posterior medición de las ondas electromagnéticas, lo que propició la creación del primer receptor de radio.

la radio para la comunicación no se ha detenido desde entonces (Docampo, 2000: 9).

En los años 30, cuando la radio ya estaba establecida en la mayoría de países, además de temas informativos lo que se transmite principalmente es música y radionovelas. Ecuador inició su historia radiofónica antes que otros países americanos y la ciudad de Riobamba fue la cuna de la radiodifusión en el Ecuador. La fecha de la primera emisión de prueba fue el 27 de febrero de 1925, la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929 en la Estación de Radio “El Prado” en Riobamba, la emisora más potente de América del Sur en la década del 30, propiedad del Ingeniero Carlos Cordovéz (Godoy, 1978: 3).

La radio fue una aliada de la industria musical desde su creación, al ser una fuente de difusión primordial para los artistas pero principalmente para las discográficas y su industria. La programación de Radio El Prado incluía, por ejemplo, música nacional e internacional, ejecutada por bandas militares, o por artistas del piano, el clarinete, la guitarra, el bandolín, el arpa, violín, dulzainas, marimba; o interpretada por solistas, dúos o conjuntos (Álbum de reportes de sintonía de la Estación El Prado, del año 1934).

En todo el mundo las emisoras desean ser únicas, llamar la atención de su público objetivo, por lo que transmiten mensajes que se acoplan a su audiencia ya sean estos informativos, económicos o sociales, pero también de entretenimiento y ocio. La música ha sido la compañera inseparable de la radio desde sus inicios al transmitir canciones y piezas orquestadas y a pesar de haber sido desplazada a causa de la introducción de la televisión, hasta hoy sigue siendo uno de los medios de comunicación masiva más importantes. A través de su historia ha evolucionado hacia nuevas tendencias tecnológicas como *Internet*.

Los medios de comunicación masiva como la prensa, el cine, la televisión y la radio, han

cambiado la forma de vida de la sociedad y la revolucionaron hace ya muchos años y hoy en día las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) lo han vuelto a hacer, incluso de una manera más rápida y generalizada. Estas tecnologías, desde sus inicios en los años sesenta hasta la actualidad se ha transformado de innumerables maneras. En un inicio sus fines eran meramente militares, creando una red de computadores para acceder desde cualquier parte de Estados Unidos a la información de inteligencia, a la que se le llamó ARPANET. Pocos años más tarde, al existir más computadores conectados, los fines militares pasaron a un segundo plano y los intereses académicos y de investigación hicieron posible la creación de nuevos protocolos llamados TCP/IP, los cuales se utilizan todavía en la actualidad (Lackerbauer, 2001: 13).

Se han logrado varios avances a partir de entonces, permitiendo así una disponibilidad amplia, nuevas aplicaciones y más acceso; que se puso al alcance de muchos gracias al desarrollo de la *Web 2.0*. Estas innovaciones ha hecho que la utilización de Internet sea más amigable hacia los usuarios comunes, es decir, quienes no son expertos tecnológicos y que buscan una manera fácil de navegar por la red aprovechando la funcionalidad que se puede encontrar en la comunicación, en la transmisión de mensajes.

La *Web 2.0* es hoy en día el medio de comunicación masiva más efectivo, ya que la información es lo que mueve al Internet, la información que cada minuto se aumenta es buscada y se comparte sin límites alrededor del mundo entre millones de usuarios que a diario están conectados interesados en temas tan diversos que sería casi imposible enumerarlos. Con la facilidad que ofrece la nueva *Internet 2.0* ha facilitado el compartir, trasladar, encontrar y buscar información y otras maneras de usar la *web* que se han desarrollado por parte de emprendedores independientes.

El *Internet*, como comunicación masiva, es una extensión y, cada vez más, un sustituto de medios como la televisión, los periódicos, las revistas o la radio pues además de contar con sus

propias características ha sabido adaptarse a los medios más populares y agregarle sus propios valores, como la inmediatez, la universalidad, su facilidad de acceso y su bajo costo de en relación con otros medios de comunicación (Peña Herborn, 2000).

La comunicación de masas ha llevado a la construcción de un tipo de sociedad que actúa y vive de acuerdo a muchos de los mensajes e información que recibe, los medios ponen los bienes culturales al alcance de todos, adecuan el contenido muchas veces, al "nivel" del receptor, lo que hace que la asimilación del mensaje sea más simple e incluso superficial; pero no se puede negar que en este tipo de comunicación, los mayores editores son los mismos receptores, la audiencia es la que decide el tipo de información que quiere leer, ver o escuchar y la regula simplemente a su antojo. (Eco, 1965)

1.1 Música y Comunicación

La música es una de las seis artes creadas por el ser humano en la que se combinan sonidos y silencios que están organizados por melodía, armonía y ritmo. Además de contar con las características del arte, la música es un producto cultural y como todas las artes tiene un fin estético: el ser apreciado, pero depende de los receptores, en sus antecedentes y sus gustos (Saavedra, 2002:18-19).

Desde la antigua Grecia, cuando la música estaba ligada a la danza y la poesía se estableció que influye en los estados psicológicos y anímicos (Pinto, 2005). Hasta hoy existen debates sobre los efectos que tiene la música en el ser humano, de cómo la música afecta a los sentidos y actitudes, lo que ha incentivado a numerosos análisis y estudios .

Existe para esto el estudio de todos los fenómenos relacionados con la música, su historia y

su relación con el ser humano y la sociedad, la musicología. Esta disciplina se divide en varias ramas de estudio, entre las que están la musicología histórica, la etnomusicología y la teoría de la música. (Rodríguez, 2002: 45)

La musicología cognitiva se dedica al estudio de la mente musical. Es el resultado de una serie de procesos cognitivos como la memoria, la percepción, la comprensión, la producción de emociones, las sensaciones sinestésicas, la imaginación, el movimiento experimentado corporalmente a través del sonido, las imágenes metafóricas que se evocan cuando escuchamos música, etc. (López Cano, 2007: 11)

La comunicación se transmite a través de canales que pueden ser de muchos códigos y signos distintos que son percibidos dependiendo de la formación, los antecedentes, la cultura y otros aspectos del receptor. La música también codifica signos no solamente acústicos sino también lingüísticos, visuales e incluso táctiles. En un concierto, se pueden evidenciar todos los aspectos comunicativos sobre la música; cuando se canta y se escucha la música interviene el signo acústico, cuando se escucha y se canta la letra de la canción interviene el signo lingüístico, cuando el artista actúa sobre el escenario el signo visual, y al sentir la vibración de los instrumentos y la energía de los demás fanáticos se evidencia el signo táctil.

Al presenciar un espectáculo en vivo intervienen muchas sensaciones que no se limitan a la percepción auditiva, sino que son complementadas por los otros sentidos. Es importante el apoyo audiovisual que tiene una presentación, obviamente no siempre estará llena de luces, pirotecnia pero sí enviará un mensaje dependiendo del grupo al que se dirige. Por ejemplo, en un concierto de un artista de *pop* se hará un espectáculo audiovisual, colorido y llamativo que vayan acorde con el ritmo y las letras que se cantan; no sería lo mismo en el caso de un concierto de metal, donde una tela oscura con las gráficas características de la banda serían suficientes para acompañar al espectáculo. Todos estos recursos reflejan de alguna manera la forma en la que los artistas o

intérpretes que actúan para expresar más allá de la música misma.

La simbología que se utiliza en determinados estilos musicales con iconos estéticos reflejan la manera de pensar y las actitudes ante la sociedad. Por ejemplo, en la tendencia *neopunk*, sus seguidores tienen una manera de presentarse con un específico tipo de vestimenta, accesorios, maquillaje y peinados que destaquen y motiven reacciones en la sociedad, al igual que la música que escuchan.

Como dice una canción del grupo argentino Babasónicos, "...la música no tiene mensaje para dar, y sin embargo te lo da..."³ mucha gente puede ver a la música así, simplemente como un entretenimiento vanal, o simple acompañamiento; pero aunque no sea evidente, la música es una parte esencial de la vida humana y que la respuesta hacia ella podría estar entretejida en el cerebro (Clynes, 1982).

Al momento de estar en un espectáculo en vivo además de la energía que se recibe de parte de la artista en el escenario, está también presente lo que se siente al compartir con otros fanáticos; la emoción y la adrenalina de ver actuar a "una celebridad" contagia de alegría y hace que la comunicación de las canciones y mensajes sean recibidas y contestadas entre el artista y su público.

Además de la carga lingüística que tiene una canción, sus otros componentes también comunican, ya sea por parte del emisor, en este caso lo que el autor quiera expresar con su obra; en cambio si se centra en el mensaje también cabe preguntarse si la obra tiene vida propia. Si una canción transmite algo que va más allá del creador u oyente y desde el lado del receptor, se intenta comprender si es el oyente quien completa el proceso comunicativo al aportar significados y proyectando sobre el material sonoro parte de su propia historia personal, sus experiencias, sus reacciones hacia la pieza musical en su conjunto.

³ Babasónicos, *Fan de Scorpions*, álbum *Infame*, 2003.

Más allá de las teorías, la música ha estado presente y ha acompañado a la humanidad a lo largo de toda su historia y ha despertado sensaciones que están por sobre estudios y explicaciones; y por esta misma razón todo lo que se quiera teorizar en materia de arte y expresión tiende a ser relativo.

Cuando la música trasciende de la técnica y la teoría, los gustos y sensaciones de las personas son más fuertes al momento de tratar de explicar lo que se siente y experimenta con los sonidos, los ritmos, las melodías y las armonías. Puede resultar sorprendente para algunos ver cómo determinados ritmos y estilos que no se asocian con la relajación llegan a provocar este estado a muchas personas y cómo otros, que aparentemente deberían hacerlo, ponen nerviosos a los oyentes.

Claro está que hay unos patrones generales, en todos los tipos de música, que influyen sobre el estado de ánimo de todos de manera parecida. Por ejemplo, los timbres agudos tienden a excitar y tonificar más que los graves, por una cuestión puramente física. Las células que reciben las vibraciones sonoras y que transmitirán el sonido al cerebro a través del nervio auditivo, están agrupadas más densamente en el área receptora de los sonidos agudos, por lo que la cantidad de impulsos nerviosos que llegan al córtex es mayor. (Arqueros, 2010)

Los gustos personales, así como los antecedentes que cada persona tenga, van a imperar más al momento de recibir un mensaje por medio de la música. Es tan subjetivo este tema que ni siquiera el artista al hacer su obra o interpretarla; puede prever el efecto que va a tener. Incluso puede suceder que al ser compuesta una pieza musical lo único que el autor intenta es dejar salir y expresar su forma de ver el mundo subjetivamente, a través de la música; sin tener en cuenta un receptor específico o una audiencia que más tarde podría tomar esa obra como un mensaje.

Hay canciones tranquilas, que relajan, divertidas, dramáticas, explosivas, aceleradas, tristes, combativas, enérgicas y románticas, pero asimismo existen los gustos y las preferencias musicales, que dependen solamente de cada uno, de la cultura, su naturaleza, de su pasado y su presente. Para

muchos la música causa alegría y para muchos más la música causa inspiración, permitiendo disfrutar y vivir este arte con cada nota, con cada vibración del sonido un efecto único en lo más profundo de cada uno.

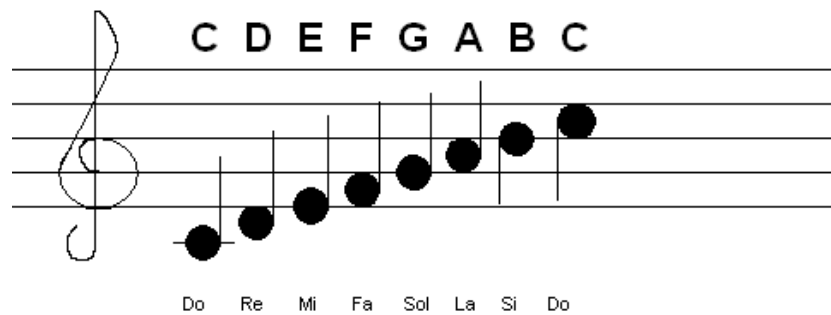
1.2 Sintaxis, semántica, pragmática, códigos de la música

La música tiene su propio lenguaje y su propio sistema de escritura y en esta constan signos y códigos que al ser compuestos forman la melodía, armonía y ritmo necesarios para que la idea musical que tiene el artista sea comunicada.

El lenguaje que tiene la música es el grupo de signos que se codifican y que interpretados de manera correcta, comunican la idea musical de el autor. Principalmente se emplean los siguientes signos musicales:

- ≡ Claves o llaves musicales
- ≡ Notas
- ≡ Silencios
- ≡ Alteraciones
- ≡ Signos propios del compás
- ≡ Puntillos de aumentación y disminución
- ≡ Ligaduras
- ≡ Calderón
- ≡ Párrafo

Estos signos, las siete notas musicales (Do, Re, Mi, Fa, Sol, La y Si) se escriben dentro de un diagrama de cinco líneas, el *Pentagrama*, donde cada signo tiene su lugar específico. Se divide en cinco líneas y cuatro espacios, iniciando de abajo hacia arriba.



La sintaxis de la música, así como en la literatura, se encarga de que sus componentes tengan un orden y un sentido que sea entendible y coherente, en este caso se trata de tres elementos constitutivos de la música: a) los sonidos de la escala, con tres roles fundamentales: Tónica, Dominante y Subdominante. b) la armonía resultante de la construcción de acordes sobre estos sonidos. c) la rítmica, basados en un contexto de tensión y distensión, impulso-reposo, alzar y dar, Arsis y Thesis (Aceto, 2007).

A partir de estos conceptos la música tiene significados y conceptos que podrían explicarse a través de estudios como la semiología musical. La semiología musical analiza todo aquello que nos permite entender un hecho musical en su totalidad: desde los procesos de creación e interpretación de una obra, hasta los de percepción, pasando por la estructura interna de dicha obra, a partir del análisis de su partitura. (González, 2005)

Por medio de la música se puede averiguar sobre las personas como individuos y sobre sus gustos, pues para esto se toma en cuenta diferentes variables, como la situación, el lugar y época donde se ha producido un tema musical por ejemplo. Es decir, el contexto socio-cultural de quienes escuchan esa música, la relación entre el emisor y el receptor y qué tipo de información se está enviando y recibiendo. Todo lo que se recibe a través de los sentidos interfiere en lo que se hace y también en lo que es, por eso la música no solamente influye en el estado de ánimo sino que también puede cambiar y transformar el estilo de vida que se lleva.

No solamente la música cambia la vida de los músicos, también de quienes la viven como parte activa de su día a día, aunque no tengan mayores conocimientos musicales. Esto sucede, por ejemplo, en los jóvenes que se identifican con un estilo de música o encuentran en cierto artista un discurso, una inspiración de qué hacer, cómo comportarse, qué actitudes tomar, incluso qué creencias políticas y religiosas adoptar. Un ejemplo es cómo influye la música *reggae* en sus seguidores más asiduos. Este género musical nacido en los barrios pobres de Jamaica ha trascendido no solamente como género musical en todo el mundo, sino que ha transmitido sus creencias y un estilo de vida de la filosofía “Rastafari”, principalmente por influencia de su mayor representante, el músico jamaicano Bob Marley (Frith, 2006: 209).

El movimiento *Rastafari* apareció alrededor de 1934, con diversos grupos, cada cual con su propia interpretación de la Biblia y de los pensamientos de Marcus Garvey, el fundador de la cultura *Rasta*⁴. Desde que nació, se convirtió en una cultura que va más allá de la música y que tiene fundamentos sociales, políticos, económicos y religiosos que la sostienen. Los *Rastafaris* hablan de religión, pobreza, opresión, desigualdad, reflejando los problemas actuales de la humanidad rechazando todos estos comportamientos dañinos con la humanidad y la naturaleza. Esta filosofía expandida por el mundo denomina "Babylon" al sistema corrupto y de desigualdad que maneja la sociedad (Morris, 2009: 242).

El Ecuador no es excepción, esta filosofía y su música han influido directamente en muchos jóvenes partícipes de esta cultura sino también en la religión, lo que ha ocasionado que el estilo de vida de muchos músicos haya cambiado debido a las enseñanzas de la cultura *Rastafari*. La práctica más controversial de los *Rasta* es el uso de la droga *Ganjah* (marihuana) quienes dicen que se la usa para dar salud a todas las naciones pero esta también se utiliza como especia en la cocina, se utiliza en los rituales y de forma medicinal en algunas enfermedades. Por razones como esta, todavía en Ecuador, se ve a estos grupos como un tabú, que no terminan de encajar en los prismas de la

⁴ Forma de referirse a la cultura o a las personas Rastafari.

sociedad, que aún es conservadora en muchos aspectos.

1.3 Evolución Histórica de la Música

La música ha sido compañía de las civilizaciones y culturas desde sus inicios y al igual que la humanidad, la forma de hacer y de expresar la música ha evolucionado de igual manera.

Los primeros balbuceos y pasos de la música en este planeta serían realmente apasionantes. De la naturaleza (y consideramos al ser humano parte de ella) surgían sonidos que inspirarían las primeras intenciones sonoras del ser humano. Escuchar el entorno y utilizar las propias capacidades para imitarlo y expresarse fueron dos acciones casi simultáneas. La expresión simple y pura y la imitación de la naturaleza más cercana, como todavía pasa en algunas culturas aisladas y en la vida de los niños, sería la base de la infancia de la música y formó parte de la vida de este Homo Sapiens prehistórico. Esta imitación responde al deseo de deformar la realidad para obtener una fuerza mágica más grande. En algunas pinturas, por ejemplo, encontramos elementos irreales, como seis piernas para representar el movimiento, y esto ya puede argumentarse como una intensión simbólica más que de reflejar o inmortalizar la naturaleza. Estos símbolos tenían más una función mágica que estética: el solo hecho de imitar el movimiento o de representar la imagen de cualquier animal quería decir que se tenía bajo control una parte importante de ese animal. (Pep, 2006: 16-17)

En las antiguas civilizaciones griega y romana la música tomó un aspecto más organizado con notas y registros. En Grecia por ejemplo se produjo la subdivisión de la literatura en lírica y épica, lo que tuvo su efecto en la música lírica y coral. En la Edad Media, la religión cristiana tuvo gran influencia en la historia de la música. En el año 590 el Papa Gregorio unificó los cánticos a los cuales se lo llamó “Cantos Gregorianos” que son melodías sobre los textos de la liturgia, de registro poco amplio y que todavía se cantan en algunos monasterios. Luego llegó el desarrollo de la música académica, de cámara, conciertos y sinfonías; al igual que con las demás artes, la música tuvo diferentes momentos y escuelas donde se desarrolló en las diferentes épocas como el barroco, el clasicismo, el romanticismo e impresionismo con genios musicales que la llevaron a su esplendor, sirviendo de inspiración y base académica hasta la actualidad (Griffiths, 2006).

En el siglo XX y debido a todas las situaciones ocurridas en el mundo como guerras y revoluciones, los artistas no querían realizar obras para el disfrute estético sino sobre todo para expresarse de manera personal, lo que causa que la gente no entienda estas obras y no las aprecie, prefiriendo las obras del pasado, más clásicas.

Durante los años 60, sucesos políticos interfirieron en la vida de muchos jóvenes que se oponían al sistema de violencia que se estaba viviendo en países como Estados Unidos, pero también con repercusiones a nivel mundial. Situaciones como la guerra en Vietnam hicieron que naciera el movimiento *Hippie* en oposición a la guerra y que promovía la paz y el amor, este es recordado hasta hoy y considerado uno de los más grandes e influyentes modos de resistencia contra la violencia. En este periodo surgieron muchos de los venerados músicos que marcaron no solamente a una generación sino que siguen su legado de influencia (Escalante, 1998: 110).

Uno de los encuentros de música rock más importantes fue el festival de Woodstock, que se llevó a cabo en una granja en el estado de Nueva York, del 15 al 18 de agosto de 1969 organizado como una celebración de la paz y la música. Lo que comenzó siendo como un evento pagado atrajo tanto la atención que las barreras fueron destruidas y alrededor de 500,000 asistentes convivieron por cuatro días en aquel festival, convirtiéndose en la reunión de personas más grande concentradas en un mismo lugar. Artistas como Jimi Hendrix, Janis Joplin, Joe Cocker, Carlos Santana y The Who conformaban la alineación principal del concierto. A pesar de ser artistas con distintos géneros se demostró que se podía convivir en paz a pesar de las diferencias, el mensaje que se quiso enviar en aquella época de caos. Hasta ahora la influencia de este momento en la historia de la música no ha cesado (Bennett, 2004).

Siempre la música ha sido parte latente de las culturas, civilizaciones y sociedades, al dar paso y crear un canal a través del cual no solamente se demuestra la belleza y estética de las

expresiones humanas sino también todos los deseos, sueños, memorias, ideas y experiencias personales de su autor y creador.

La música se divide en los géneros musicales, que son categorías que reúnen composiciones musicales que comparten distintos criterios de afinidad. Estos criterios pueden ser por su contenido como el ritmo, la instrumentación, las características armónicas, melódicas o su estructura; y también por su función y a quién va dirigida, como el contexto sociocultural u otros aspectos de una cultura (Van der Merwe, 1989).

La clasificación de los géneros musicales suele hacerse estableciendo tres grupos: según la función de la música, según el público al que va dirigida y según el contenido y la manera de exponerlo (Rodríguez Blanco, 2005).

1.4 Música en el Ecuador

La música ha estado presente en todas las épocas y en todas las sociedades y civilizaciones humanas desde los tiempos prehistóricos y ha formado parte importante al momento de definir a una cultura. Muchas de las expresiones culturales dentro de un grupo determinado de personas tienen que ver con sus vivencias, tradiciones y costumbres, por lo que todo tipo de manifestación enriquece a quienes forman parte viva de cada sociedad.

Estudios han mostrado que en la región andina, donde hoy se encuentran Ecuador, Perú y Bolivia, los primeros asentamientos de pueblos mongoloides venidos del continente asiático, y desde ese momento influyeron en las bases lingüística-musical de estas culturas (Guevara, 2002: 82).

Con estos nuevos habitantes vinieron su estilo de vida, sus costumbres y su cultura, y como parte de ella su música e instrumentos como la flauta de pan, usada en la cultura China o como se la conoce en la región andina: el rondador.

En las culturas precolombinas existen cinco tipos de música para ocasiones distintas. La música shamánica y de iniciación trata de conectar a través de cantos al hombre, la naturaleza y el universo. La música religiosa, realizada en templos, en honor a los dioses. La música ceremonial, usada en funerales, matrimonios y ritos de fertilidad. La música ritual realizada en ciclos solares, lunares, agrícolas, de caza y de pesca. La música festiva que estaba presente en las ceremonias del *Huasipichay*⁵, en mingas y labores. Todo esto ambientado principalmente con instrumentos de percusión y de viento como sonajas, tambores hechos de piel, caracolas, flautas, quenas, ocarinas o silvatos, rondadores, etc. (Guevara, 2002: 83-84).

En el siglo XV la invasión Inca llegó a lo que hoy es el Ecuador y con su influencia cultural transmitieron conocimientos y costumbres que aportaron a la riqueza del pueblo precolombino. Con su llegada se reinventó el rondador con un nuevo sistema de armonías de flautas y silvatos dobles o múltiples, lo que permitió que más tarde, en la conquista española, los indígenas pudieran aprender fácilmente las melodías religiosas que eran impuestas por los misioneros europeos (Wong, 1999: 3).

Con el mestizaje se fusionaron y se crearon nuevas influencias en la música ecuatoriana, instrumentos como la guitarra trajeron nuevos ritmos y texturas a lo que se escuchaba en la sierra y la costa del país. Nuevos ritmos como el *Sanjuanito* o San Juan de Blancos, el *Albazo* nacieron a partir de esas mezclas culturales. Con la intervención negra de los esclavos traídos desde África nueva música apareció en la costa y la sierra norte como la Bomba y la Marimba, en Esmeraldas y el Valle del Chota respectivamente, tonos muy rítmicos que recordaban a los africanos de sus raíces.

⁵ Término quichua que se refiere a la fiesta que se realiza al estrenar una nueva casa.

Más adelante con la influencia española en la instrumentación de la música se evidencian los aportes musicales en el Ecuador. La guitarra por ejemplo ha sido un instrumento que ha tenido gran repercusión en la música popular, como los Pasillos. Este género musical existente a partir de la primera mitad del siglo XX manifiesta su componente mestizo por ejemplo en las formas poéticas de los textos, en el ritmo ternario -no característico de la música indígena, en el acompañamiento de pianos y guitarras (Wong, 1999: 2).

La revolución liberal y la transformación social que produjo, trae consecuencias también para la música: irrumpe una generación que intenta encontrar un lenguaje musical propio, base de la música académica nacionalista. La formación académica de los nuevos músicos y la profunda influencia que significó la apertura del Ecuador hacia el mundo, se refleja en los primeros años del siglo XX, en los cuales, compositores incursionaron en la música de cámara y sinfónica, dejando de lado lo estrictamente popular, pero sin renegar de sus raíces. En esta época el pasillo está en su esplendor y se convierte en el representante de la música popular. Cuentan para ello con un ritmo que ya tenía preferencia entre la población y utilizan letras de los grandes poetas de la época -especialmente de los modernistas de la "generación decapitada" Medardo Angel Silva, José María Egas, Arturo Borja, Ernesto Noboa, cuyos poemas han sido musicalizados y profusamente difundidos (Godoy, 2005).

Años más tarde y ya con más influencia de las tendencias musicales del resto del mundo, la música que se escuchaba, se bailaba y que se producía venía desde otros países, en los años 40 por ejemplo, el tango y la milonga venida desde Argentina y Uruguay. A partir de la década de los 60 junto con las revoluciones vino la música protesta latinoamericana y la trova cubana, donde los jóvenes principalmente encontraban la libertad de expresión que deseaban. El *rock* también ha marcado tendencias en el país y no solamente a quienes la consumen sino que ha inspirado a un sinnúmero de jóvenes para crear sus propias agrupaciones, con sus posiciones y su manera de ver el

mundo y la vida. No se puede dejar de lado los ritmos tropicales en nuestro país venidos de las regiones caribeñas principalmente, la salsa y el merengue por ejemplo, que recuerdan a los antecesores negros en toda la región latinoamericana (Wong, 1999: 4-5).

Hoy en día se puede evidenciar influencia de todo el mundo en nuestras culturas, una de las razones más claras, la globalización que ha permitido compartir y recibir conocimientos y expresiones de lugares tan lejanos que hace años atrás hubiesen parecido poco probables.

CAPÍTULO II

INTERNET, UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La relación entre los medios de comunicación y las sociedades siempre ha sido cercana, pues los medios son de la gente y son un reflejo de la sociedad a la que pertenece.

Cuando el sistema social mundial se pone en movimiento y se moderniza, entonces el mundo empieza a parecer una especie de aldea global. Poco a poco o de repente, según el caso, todo se articula en un vasto y todo moderno, modernizante, modernizado. Y el signo por excelencia de la modernización parece ser la comunicación, la proliferación y la generalización de los medios impresos y electrónicos de comunicación, articulados en tramas multimedia que llegan a todo el mundo. (Ianni, 2004: 74)

Desde sus primeros pasos a finales de los años 60, *Internet* tuvo como base el interés en la comunicación, en sus inicios para asuntos de inteligencia e información militar. A finales de los años 80 *Internet* creció hasta incluir el potencial informático de las universidades y centros de investigación, lo que unido a la posterior incorporación de empresas privadas, organismos públicos y asociaciones de todo el mundo supuso un fuerte impulso y dejó de ser un proyecto con protección estatal para convertirse en la mayor red de computadores del mundo (Morales y Castells, 2005: 203).

La evolución de *Internet* en los últimos años no la ha tenido otro medio en tan poco tiempo desde su creación. Debido a sus características de inmediatez, accesibilidad, interactividad y bajo costo la propagación de este nuevo medio de información y comunicación se ha extendido a todo el planeta con una rapidez que no ha sido igualada. Otra de las razones por las que este medio de comunicación masivo logró ser exitoso en tan poco tiempo se ha adaptado a otros medios, por lo que ha logrado fusionarse e incluso crear su propia versión de los mismos.

A causa de esta facilidad de transformación y adaptación el *Internet* ha podido estar presente en todos los medios masivos. Medios tradicionales como los periódicos han tomado la decisión de crear versiones digitales especiales para ser transmitidas a través de la *web*, en el Ecuador todos los periódicos de mayor circulación cuentan con páginas donde además de la edición impresa se actualiza diariamente una versión digital para facilidad de los usuarios que navegan en *Internet*. Sitios de periódicos como www.elcomercio.com, www.hoy.com.ec o www.expreso.ec, por nombrar algunos.⁶

La evolución de los medios para adaptarse a *Internet* ha tomado algún tiempo, pero poco a poco los periodistas y el público se han adaptado a las ventajas y desventajas que conlleva el cambio, en este caso de plataforma para la información. Aunque las nuevas tecnologías sí han revolucionado la manera de recibir y responder a la información, la base del periodismo y la comunicación sigue siendo la misma.

En cambio, lo que Internet sí está haciendo es convertirse en el corazón articulador de los distintos medios, de los multimedia. Es decir, de ser el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde pasa, qué podemos ver, qué no podemos ver y ser, por tanto el sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia. Esto es lo que Internet está configurando. (Moraes y Castells, 2005: 226)

Debido a la rápida proliferación de los medios impresos en la red han surgido predicciones poco alentadoras para los que aún mantienen sus formatos tradicionales. Se dice que debido a la disponibilidad de la información digital, la tirada de los periódicos impresos ha disminuido, lo que llevará a la desaparición de los medios más pequeños que no sepan adaptarse a los cambios tecnológicos. Delgado expone otra razón por la cual la información escrita estaría en peligro de desaparecer: el periodismo ciudadano independiente y los blogs personales (Delgado, 2008: 52-53).

No se podría hablar de que *Internet* es un sustituto de los medios de comunicación sino mas bien de un complemento para los medios tradicionales. Lo que este nuevo medio masivo ofrece es

⁶ Ver <http://www.ecuador.onlineados.com>

lo que las personas desean: información inmediata, entretenimiento y comunicación; todo esto a cualquier hora, proveniente de diferentes emisores, sin interrupciones, sin restricciones, en resumen a la distancia de un *click* en la red global.

Como afirman Moraes y Castells, “*Internet* está revolucionando la comunicación con su capacidad de *cortocircuitar* la información y que cada ciudadano pueda no solamente recibir la información sino que también crearla, editarla y darle su propia opinión en un sistema de comunicación horizontal” (Moraes y Castells, 2005: 227). Una de las desventajas que aparecen con la inmediatez que ofrecen los medios en Internet es la falta de veracidad debido, principalmente, a este mismo factor. La fiabilidad de las noticias puede verse afectada al no tener tiempo suficiente para comprobar y contrastar la información (Delgado, 2008: 54).

En esta “aldea global” de la que habló McLuhan, en la que se vive actualmente, casi se prescinde de las palabras y las imágenes se han vuelto predominantes como forma de comunicar. (Ianni, 2004: 6) Ahora los medios de comunicación son territorios que son apoderados constantemente por quienes producen algo para hacerlos más grandes, por quienes crean sus propios espacios, opiniones y expresiones y las comparten para mostrarse como seres individuales pero que pertenecen a algo. (Rincón, 2006: 17)

Internet y las nuevas tecnologías de la información han ido cambiando a los medios tradicionales como a la radio. Esta transformación comenzó en el año 1978, cuando el grupo europeo Eureka desarrolló el sistema *DAB* (Digital Audio Broadcasting) que se distribuye por satélite, cable o transmisión terrestre; esta tecnología hizo posible que se inicien las transmisiones radiales por Internet a finales de los años 90. Países europeos como Suecia o Gran Bretaña son los que han podido aprovechar más esta tecnología ya que cuentan con aparatos receptores adecuados

para recibir y aprovechar la señal de la radio digital (Barrera, 2004: 412). Otro de los adelantos tecnológicos que hizo posible la transmisión de la radio en Internet fue que en 1995 se creó el software Real Audio, el cual permite que se transmita el sonido en tiempo real (Ballesta, 2002: 81).

Poco a poco las radios comenzaron a transmitir sus programas regulares a través de la red pero hoy hay estaciones que realizan programaciones exclusivamente para ser difundidas por *Internet*. Éstas por lo general son radios especializadas que tienen a un grupo definido como audiencia. “Algunos consideran Internet como un medio de comunicación, pero es mucho más. Es una plataforma de medios de comunicación, una convergencia de redes. Internet genera un espacio y unos tiempos nuevos” (Ballesta, 2002: 81).

En el Ecuador existen numerosas radios que transmiten su programación en la red, muchas tienen frecuencias en las bandas FM y AM, pero están también las que se transmiten exclusivamente por la *web* y se especializan en diferentes tipos de música *underground*⁷, deportes o política,. Las programaciones regulares y la comodidad de escuchar en vivo programas radiales desde cualquier parte del mundo, simplemente con una conexión a *Internet*, han ayudado a que este tipo de emisoras *online* se estén propagando rápidamente y en todo el mundo.

Por otro lado, la industria musical en Latinoamérica depende mayoritariamente de pocas empresas transnacionales que controlan el mercado, BMG, EMI, Universal, Sony Music y Warner Music, las cuales facturan el 80% de las ventas de música. Éstas operan principalmente desde la ciudad de Miami, que hace de territorio de enlace entre el mercado latino y el mercado de música latina en Estados Unidos (Subercaseaux, 2002: 63). Hoy en día y con las nuevas posibilidades tecnológicas que se han extendido a todas las industrias, la musical también se ha visto influenciada por ésta evolución mediática. La manera en que se produce, se comercializa y se consume la música

⁷ Que se aparta de la tradición o de las corrientes contemporáneas habituales e ignora voluntariamente las estructuras establecidas, especialmente referido a las manifestaciones culturales.

ha cambiado en poco tiempo de manera drástica por motivos principalmente por los adelantos en medios como el *Internet*.

El consumo musical en los últimos tiempos ha pasado cada vez más por la práctica de la descarga (legal e ilegal), o sea a través de la descarga de *Internet* de piezas musicales bajo forma de documentos generalmente comprimidos. La descarga de canciones es la práctica de consumo musical más difundida y de mayor crecimiento. Tal incremento está acompañado por una explosión en la difusión de los reproductores digitales portátiles, por ejemplo el *iPod* de la compañía *Apple* (Bertetti, 2009: 71).

Los formatos en los que ahora se maneja a la música han transformado el modo en el que se la escucha, se la comercializa y cómo el usuario la consume. Desde un punto de vista semiótico se debe tomar en cuenta los cambios que conlleva la nueva manera de ver a los productos musicales. La manera de apreciar un producto musical no tiene que ver solamente con la música en sí, si no que su forma, su aspecto físico también interviene y de gran manera en la percepción de todo el significado musical.

La sensación de poseer un disco en forma física, de poder ver la gráfica de la portada, el *booklet*⁸, el diseño; es tener de una forma más simbólica a un producto musical. No ocurre lo mismo cuando se descargan las canciones (a veces ni siquiera el álbum completo) desde *Internet*, convirtiéndolo ahora en un objeto que ha sido desmaterializado de un contexto más complejo como lo pensó su autor. Se podría definir al disco como un texto en el cual se juntan diferentes sistemas semióticos; junto al componente musical interviene también un componente visual, uno verbal y uno textual. Todos estos ingredientes dan como resultado un álbum físico como se lo ha conocido y ha evolucionado a lo largo de los años y que hoy en día se va perdiendo poco a poco (Bertetti, 2009: 72-73).

⁸ Libro pequeño que generalmente contiene material visual de un disco.

En la actualidad y con la revolución digital los consumidores son los más beneficiados debido a las facilidades de obtener todo tipo de música, sin perder calidad y con la facilidad de movilidad y reproducción de los archivos digitales y no depender de la elección de los locutores o tener que esperar a llegar a donde haya un equipo de sonido para reproducir la música que se quiera escuchar.

Los consumidores disponen ahora de un montón de posibilidades en torno a la música que hace unos años parecía pura utopía. Tienen a su alcance mucha más música de la que nunca podrían llegar a escuchar y también tienen todos los medios para escucharla en cualquier lugar y en cualquier momento. (Alberich i Pascual y Campo, 2005: 133)

Hoy en día los consumidores tienen más libertad, ahora no tienen que comprar todo el álbum de un artista para luego darse cuenta que solamente le gustan dos o tres canciones. El consumidor de música digital tiene la facilidad de buscar y descargar solamente esas canciones que le agradan, además de nuevos hábitos de consumo que se pueden evidenciar con los siguientes puntos de vista de Alberich i Pascal.

- ≡ A nivel estético, la portada de los discos ha dejado de tener la importancia que tenía cuando se editaban los discos en vinilo. Ahora es más importante la estética del aparato que tiene que reproducir la música.
- ≡ Hasta hace unos años los consumidores compraban tres o cuatro discos por año, ahora esta cifra quizás haya disminuido, pero en cambio se tiene mucha más música que antes.
- ≡ El consumidor tiende a tener mucha más música almacenada aunque casi no la escuche.
- ≡ Como se puede conseguir música gratis (o a muy bajo precio en el mercado pirata) los consumidores empiezan a tener la percepción de que la música no tiene valor, que tendría que ser gratuita.
- ≡ Internet es percibida como una herramienta perfecta para descubrir nueva música. Pero en muchos casos, el consumidor todavía prefiere tener en CD la música de sus artistas preferidos.
- ≡ No se considera el intercambio de archivos a través de la red (sistemas P2P) como una actividad fraudulenta. El consumidor percibe que es exactamente lo mismo que los intercambios físicos de antes (dejarse discos entre los amigos) pero aprovechando las posibilidades de las nuevas tecnologías.
- ≡ Pierde importancia el concepto de álbum y gana peso la canción individual.
- ≡ Los servicios de música de pago, tal como la industria se ha esforzado en difundir, aportan nuevas maneras de consumir la música. (Alberich i Pascal, 2005: 133-135)

Como lo expone Lévy en su texto *Qué es lo virtual*: al momento de *virtualizar* un concepto, un acto, una información, se lo *desterritorializa*, es decir se lo quita de donde está por medio de una desconexión que separa lo físico o geográfico y de la temporalidad del reloj y el calendario, pero a pesar de esto lo virtual no es imaginario (Lévy, 1999).

En el ámbito musical la virtualización de la música se ha dado a través de los medios que la han transformado de algo físico y palpable a un concepto un poco más abstracto, un archivo almacenado y reproducible a través de aparatos que se convierten en herramientas, en extensiones que permiten el aprovechamiento de lo que ha sido posible a través de la evolución de las nuevas tecnologías de la comunicación y la adaptación de la industria musical y sus artistas.

Con la digitalización de la música no se está hablando de una *desencarnación* de lo material sino más bien de una reinención de lo que ya existe. Al igual que muchos medios, la tecnología ha sido una de las principales razones por la que las personas han debido adaptarse y acoplarse a los adelantos, a las nuevas invenciones, a los nuevos dispositivos, etc. El hecho de que se use tecnología para interactuar y comunicar ya hace que las personas sean cuerpos híbridos, *tecnobiológicos* que de cierta manera se han virtualizado con su alrededor, eso es lo que ocurre con los usuarios de *Internet*, pues como explica Lévy, el cuerpo se multiplica, muchas veces inclusive con cambio de identidad; el cuerpo sale de sí mismo, adquiere nuevas velocidades, conquista nuevos espacios (Lévy, 1999: 24).

2.1 *Copyright* y los derechos de autor

El *copyright* y los derechos de autor son medidas legales que se toman para proteger el trabajo físico y principalmente intelectual de sus creadores destinados a hacerse públicos. El Derecho de Autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y

patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (IEPI, 2011).

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, IEPI, promueve el respeto a la creación intelectual, a través de la educación, difusión y observancia de la normativa jurídica vigente, basada en el reconocimiento del Derecho de Autor y Derechos Conexos en todas sus manifestaciones, con una gestión de calidad en el registro de obras y otras creaciones intelectuales, y vigilando el correcto funcionamiento de las sociedades de gestión colectiva. (IEPI, 2011)

En Ecuador está establecido que el derecho de autor dura la vida del creador más 70 años después de su muerte. No es necesario registrar una obra o un producto para que este sea reconocido como obra original de su autor, sin embargo si se quiere obtener beneficios que la ley reconoce a su favor, además de la potestad de autorizar o prohibir el uso de su obra (IEPI, 2011).

En teoría en este país, el trabajo intelectual de un artista está protegido por las leyes, pero en la práctica esto es distinto. Lamentablemente la propiedad intelectual no cuenta con la protección que se supone debe tener, pues es muy común que se falte a esta ley con el consentimiento de la sociedad a pesar de que en las leyes se diga lo contrario.

Mucho se ha dicho sobre cómo la libertad que existe en *Internet* interfiere y a veces viola los derechos de autor al tener más facilidad de compartir y reproducir algún producto u obra sin contar con autorización del autor o su representante. Los principales puntos a favor como la inmediatez, la facilidad de acceso y la globalización del ciberespacio son los que precisamente han sido vistos como puntos en contra al momento de analizar la pérdida de control en la utilización de obras y productos protegidos por leyes de propiedad intelectual (Biagi, 2006: 196).

Existe un conflicto al hablar de la música e Internet, pues al proclamar la libertad de expresión e información que existe en la red se impone también la limitación y censura de quienes la comparten y difunden libremente. Es cierto que no es justo para los artistas y creadores que su

música, en este caso, sea reproducida y vendida infinitamente sin ningún control de reconocimiento a los derechos de autoría, pero se debe tomar en cuenta que son millones los que comparten y transfieren archivos libremente debido a la digitalización de las canciones sin intención de cometer un delito (Biagi, 2006: 198).

También existen las opiniones pesimistas y los pronósticos que señalan que al ritmo de los avances tecnológicos y de la industria tradicional de la música, el proceso de distribución y comercialización será insostenible. La única alternativa para sobrevivir esta nueva era tecnológica, dicen, no consiste en perseguir legalmente a los millones de usuarios que aprovechan las plataformas *peer to peer* para intercambiar música, sino redefinir el modelo de negocios adaptándose a las nuevas prácticas socioculturales de la actual población mundial. “La industria musical, al menos como la hemos conocido hasta ahora, está agonizando, y su próximo colapso es inminente, es sólo cuestión de tiempo, para que el negocio tradicional de la música se colapse” (Yorke, 2008).

La facilidad de acceso para obtener programas para descargar y compartir música de forma gratuita ha sido una de las mayores preocupaciones de los artistas y más de las disqueras que se preocupan por sus beneficios económicos. Estos se ven claramente afectados por la forma en que hoy se comparten canciones gratis sin ningún control al parecer. Uno de los casos más conocidos sobre este conflicto entre casas discográficas y empresas de *software* es el de *Napster*.

Napster es un programa informático que permitía a sus usuarios intercambiar ficheros de música MP3 a través de Internet de forma gratuita y muy sencilla. Tan solo con descargar el programa de Internet de forma automática se creaba en el disco duro una carpeta llamada music, donde se puede acceder a la música que otros usuarios conectados tienen en esa misma carpeta. La polémica entorno a este programa comenzó cuando los abogados de la Asociación Americana de la Industria Discográfica (RIAA) descubrieron que los usuarios de Napster podían acceder a cualquier canción del mercado, escucharla e incluso guardarla de forma totalmente gratuita, sin hacer desembolso alguno en concepto de derechos de autor y decidieron interponer una querrela criminal en representación de importantes empresas del sector: Vivendi, Universal, Sony, Warner,...(Peña, 2005)

Todo el tiempo en que la música se ha transformado hacia la digitalización, Ecuador ha tenido muchos inconvenientes entre los artistas y las violaciones a los derechos de autor que se cometen a diario a causa de la piratería y de la poca atención que se le da al tema por parte de las autoridades. Existe mucha polémica en torno a este tema pues por una parte están los intereses de los artistas que reclaman con total derecho sobre sus obras que son explotadas y plagiadas, pero por otro lado existe también el tema socio-económico, de familias alrededor del país que se mantienen gracias a las ventas de música y películas “piratas”.

Tratar este tema es muy delicado pero debe ser atendido para bienestar de todas las partes involucradas, principalmente para que se hagan respetar las leyes y los derechos con los que se respalda el trabajo de músicos y artistas ecuatorianos.

2.2 Otros medios de comunicación en Internet

Los medios de comunicación tradicionales como la prensa escrita, la radio y la televisión, se han dado cuenta que en Internet no tienen una competencia sino una posibilidad de tener un nuevo “canal” a través del cual pueden acceder sin límites a su audiencia e incluso expandirla. La prensa digital sigue siendo prensa escrita y la radio *online* sigue siendo radio, solo que en diferentes plataformas y con tecnologías que permiten que los medios sean más interactivos, conectores (de uno a uno), distribuidores (de uno a muchos) y colectores (de muchos a uno). (De Zárraga, 1997)

Hace algunos años una de las mayores dificultades que se presentaba en la versión electrónica de la prensa era del receptor de la información y su conexión, incomodidad de la lectura en pantalla, falta de movilidad, etc. Hoy en día en cambio los adelantos tecnológicos han permitido que estos no sean inconvenientes sino que se conviertan en incentivos para el desarrollo de dispositivos móviles que soporten las aplicaciones que se crean a diario para los medios masivos en

Internet. Un ejemplo son los teléfonos móviles llamados *smartphones*, a través de los cuales se puede acceder a la red desde cualquier punto y a cualquier momento con solo una conexión a *Internet*.

La televisión poco a poco también se ha adaptado al nuevo canal. Aunque depende siempre de la capacidad de la banda del receptor, la televisión en *Internet* ha logrado transmisiones globales, simultáneas de eventos deportivos, ceremonias de premiación, conciertos, etc. Como los demás medios, la televisión ha encontrado como ventaja el poder transmitir y retransmitir programas que la audiencia elija a su gusto, sin la interrupción de la publicidad directa, aunque siempre presente.

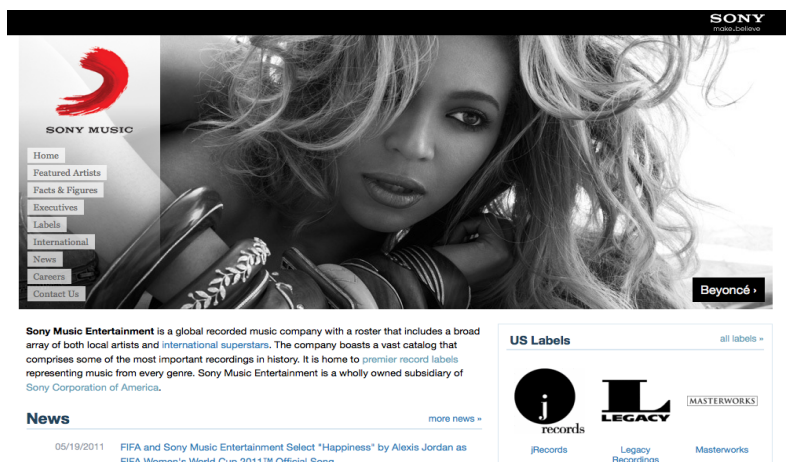
Los foros, son lugares comunes donde se opina, se discute y se trata de temas que son de interés común para los participantes. En la actualidad, debido a la rapidez de las comunicaciones, se convierten en lugares ilimitados donde convergen opiniones y puntos de vista sobre el tema que se proponga o en el cual el usuario tenga interés. En los foros se crean “comunidades virtuales”, donde coexisten los recién llegados y también los usuarios habituales, con reglas de comportamiento e interacción implícitas entre todos los participantes. (Angelino, 2008: 267)

CAPÍTULO III

ARTISTAS EN INTERNET

Las empresas han utilizado los sitios *web* como carta de presentación, no solamente para estar dentro del mundo cibernético sino también para ofrecer productos e innovación tecnológica que les permita posicionarse en el mercado. En la industria musical todas las empresas discográficas cuentan con sitios donde se promocionan los productos que ofrecen, estos incluyen los artistas con los que mantienen relación en sus contratos.

Al ingresar al sitio de *Sony Music Entertainment*⁹, se muestra toda una galería de artistas que tienen contrato con esta que es una de las mayores empresas discográficas a nivel mundial. En este sitio *web* no solamente se encuentra información acerca de la empresa sino que también ofrece *links* o enlaces a los sitios propios de sus artistas más populares o los más famosos en ese momento. El propósito de tener estos enlaces no es solamente de observar el apoyo a sus artistas, sino también de esta forma alimentar su misma empresa con publicidad de sus propios productos pero con un enfoque hacia cada fanático, es decir personalizado.

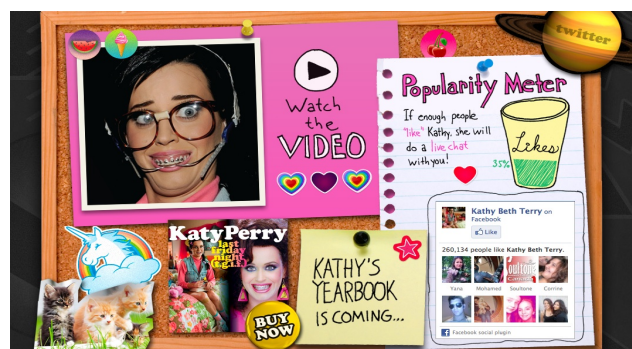


⁹ <http://www.sonymusic.com/>

Un gran número de artistas que tienen una trayectoria internacional cuentan con sitios *web* en donde se puede encontrar toda la información con respecto a noticias, galería de fotos y videos, nuevos lanzamientos, biografías del artista, etc. Por lo general estos sitios son manejados por las discográficas o por su personal pero es poco común que los mismos artistas estén involucrados en el desarrollo de estos espacios. Para los seguidores existen espacios de conexión dentro del sitio del artista, es decir *links* o enlaces hacia páginas exclusivas para ellos, como el club de fans por ejemplo.

En los sitios oficiales de los artistas, éstos tienen más de espacio para promocionarse sin condiciones y restricciones que, por ejemplo, les podrían imponer los reguladores de un sitio *web*. Es sus sitios los artistas promocionan sus giras de conciertos, sus nuevos álbumes o *singles*, noticias, fotografías, mercancía exclusiva y también su comunidad, es decir los enlaces que el artista tenga con su alrededor: sus *fans*, su casa disquera, su *manager*, etc.

Un ejemplo es el sitio *web* de la cantante estadounidense Katy Perry, que actualmente promociona su último sencillo *Last Friday Night (T.G.I.F.)*. Aquí la artista combina su nuevo video musical y sus cuentas en *Twitter* y en *Facebook*, donde ofrece la venta de su disco y manteniendo el contacto con sus fanáticos a la vez que le da un giro divertido y diferente a su sitio web. La página inicial del sitio luce así:



3.1 Redes Sociales

La interacción en *Internet* es inevitable, pues confluyen muchos intereses en común al momento de hablar de gustos personales. Gracias a los adelantos tecnológicos millones de personas alrededor del mundo pueden interactuar simultáneamente en los espacios más populares de *Internet* en este momento, las redes sociales.

Las Redes Sociales son puntos de encuentro y estructuras entre personas conectadas por relaciones personales, familiares, de amistad, de trabajo, de intereses comunes, etc. Traducido al mundo cibernético esto se define como los espacios tecnológicos, que permiten la interacción y la conexión entre usuarios, ya sean conocidos en la vida real o simplemente comparten intereses en común y ya por ese hecho están conectados en el vasto mundo virtual.

El concepto de red social, creado por la antropología inglesa para superar análisis estructurales obsoletos, parte de un abstracto, esto es, tomamos un punto de partida de estudio y establecemos las distintas relaciones entre los individuos. Por cada punto de partida crearemos distintas redes y por supuesto distintos modelos de relación. Este concepto, tan básico como sencillo es lo que hace de las Redes Sociales un mundo espectacularmente útil y ampliamente difícil de abarcar. Y no solo eso, dentro de un mismo momento espacio- temporal, se pueden redimensionar y redefinir esas Redes Sociales (Asúnsolo, 2006).

Las Redes Sociales se han definido no solo refiriéndose a las relaciones que se dan en *Internet*, sino también como fueron expuestas en las *Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector* en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos (Aruguete, 2001).

A partir del desarrollo de la *web 2.0*, la posibilidad de que jóvenes con iniciativa crean sitios

en los que se puede iniciar una comunidad virtual a través de la cual se comparte, se conecta con otros en una red que usen *hiperenlaces* para referirse unas a otras. El principio de las redes sociales está basado en la teoría de los *6 grados de separación*, donde se dice que todas las personas del planeta están unidas a otra persona por máximo seis enlaces de intermediarios conocidos. En las redes sociales, esta teoría se potencia fácilmente al tener al alcance de un click en “agregar como amigo” a quienes están dentro de su círculos social (Merelo, 2004: 5).

El éxito de estos sitios se debe a que son medios de expresión personales, a través de los cuales cada persona forma vínculos con sus conocidos y con quienes quiere conocer. La facilidad que las redes sociales más populares de la red ofrecen para compartir, interactuar y relacionarse han hecho posible que se creen nuevas aplicaciones como *chats*¹⁰ dentro de la misma página, para mayor comodidad de los usuarios; y así mantenerlos interesados en el sitio, sin tener que usar otras páginas o programas externos.

Un claro ejemplo de esto es lo que ha logrado *Facebook* en los últimos años, proporcionar a los usuarios todo el entretenimiento en un solo lugar. Esta red social, una de las más populares a nivel mundial, cuenta no solamente con las características de cualquier otra red social como el de compartir comentarios y fotografías con los amigos con los que se tiene contacto, sino también tiene aplicaciones de todo tipo para agregar al perfil personal, juegos en línea, la posibilidad de agregar enlaces con páginas externas, todo con el objetivo de compartir con la comunidad en línea que no necesariamente está en el círculo de “amigos”.

A pesar de que las redes sociales en *Internet* no son tan recientes como parece, en los últimos años se han convertido en los sitios web más visitados y sin duda en los más populares. Esto es posible por sus características antes mencionadas, pero también gracias a la facilidad de adaptación en Internet, que provoca que los usuarios ahora pueden utilizar el servicio a través de su

¹⁰ Término proveniente del inglés que en español equivale a charla, también conocido como cibercharla.

computadora personal. Además, en los últimos tiempos se puede participar en este tipo de comunidades a través de una gran variedad de dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares, computadoras portátiles o *tablets* (como el *iPad*) algo que está marcando la nueva tendencia en comunicación.

Se estima que el origen de las redes interactivas se remontan al año 1995. Teniendo en cuenta que fue en esa época cuando Internet había logrado convertirse en una herramienta prácticamente masificada. Randy Conrads fue el verdadero pionero del servicio, mediante la creación del sitio web que llevaba por nombre "Classmates", y el cual consistía en una red social que brindaba la posibilidad de que las personas de todo el mundo pudieran recuperar o continuar manteniendo contacto con sus antiguos amigos, ya sea compañeros de colegio, de la universidad, de distintos ámbitos laborales y demás, en medio de un mundo totalmente globalizado. Obviamente, esto fue posible gracias a la llegada de la denominada Web 2.0, que en definitiva se trata de un sistema que posee una clara orientación social (Marker, 2009).

Según el sitio *web* www.alexa.com¹¹ que analiza el tráfico de los sitios más visitados en *Internet*, las redes sociales y los motores de búsqueda son las direcciones de la red más visitadas. *Facebook*, *Youtube* y *Twitter* encabezan las listas a nivel mundial, superadas solamente por el poderoso *Google*.

Youtube en los últimos años se ha posicionado como uno de los sitios *web* más conocidos y visitados, esta es una red social donde se comparten videos, se los comenta, los usuarios pueden suscribirse a canales y en general interactuar como en el resto de redes de este tipo. Este sitio es una plataforma muy importante para personas que se han promocionado por este medio, cantantes juveniles como *Justin Bieber* o *Rebecca Black* se dieron a conocer a través de videos caseros “subidos” a esta página, y con millones de visitas alcanzaron la calificación de “estrellas mundiales” en poco tiempo.

Las empresas discográficas y los cantantes han descubierto el potencial de este medio y lo han sabido aprovechar como herramienta de promoción. A través de *Youtube* los artistas estrenan sus nuevos materiales audiovisuales, conjuntamente con los medios de comunicación masiva como

¹¹ www.alexa.com página web que califica y posiciona los sitios web a nivel mundial.

la televisión y la radio. Muchas veces puede ser que se tenga más éxito en ésta página ya que por las cualidades de *Internet* los usuarios pueden ver un video musical cuantas veces desee, a la hora que sea y en el lugar que quiera, sin tener que esperar a que sea transmitido en la televisión entre la publicidad y lo que no desea ver (Hill, 2011).

Otra red social con un rápido crecimiento en los últimos años es *Twitter*. Este recurso es descrito como un espacio para el *microblogging*, es decir un espacio para compartir lo que cada persona está haciendo o pensando pero con un límite de 140 caracteres por entrada. Este sitio *web* para muchos no es una red social como las demás, donde se interactúa entre amigos o conocidos, sino que es utilizado como una red de información abierta y libre, que está sostenida por cada usuario sin necesidad de que haya una interacción entre los contactos. “*Twitter* es una plataforma cuya información, que son los 115 millones de 'tweets' diarios en promedio, se envía a través de aplicaciones que los desarrolladores externos han creado, así como internamente y a través de mensajes de texto.” (Gómez, 2011)

A solamente cinco años de su creación, en el 2006, *Twitter* ya es una de los sitios más visitados y reconocidos entre personas y personajes públicos. Los artistas utilizan este espacio como medio de publicidad directa de su música, aprovechando la inmediatez y el alcance que existe. Existen, por ejemplo, cuentas oficiales de las bandas, donde se hacen anuncios de noticias y adelantos de la banda de manera rápida y que además permite la respuesta de sus fanáticos. Pero una de las novedades que trajo consigo *Twitter* es, que muchos artistas han creado sus propias cuentas personales, esto significa un acercamiento como nunca antes entre los artistas y sus seguidores (en esta red social se “sigue” a alguien para poder contactarlo y estar en conexión con sus actualizaciones).

Se le han dado muchas utilidades a esta red social y aunque cada persona le dé un uso personal, la tendencia es informar y comunicar, pues según comenta la mexicana Laura Gómez,

gerente de internacionalización de *Twitter*, lo único que se quiere es dar acceso a la información, ya que este es un derecho fundamental que no puede ser negado. “*Twitter* no es la revolución, las revoluciones empiezan con personas y terminan con personas; de ellas depende las herramientas que se utilicen” (Gómez, 2011).

Las ventajas y oportunidades que las redes sociales a través de Internet brindan para tener una comunicación inmediata se pueden considerar como algo implícito, pero deben ser fortalecidas y alimentadas como en toda relación. De esto se trata el *Community Management*, es decir el manejo y mantenimiento de los vínculos y relaciones que se han establecido gracias a las nuevas tecnologías que han ayudado a la comunicación. Muchos artistas y personas públicas hacen de esto una actividad de *marketing* que deben tomar en cuenta y que debe entrar en sus agendas como actividad principal pues es vital que se mantengan posicionados dentro de las diferentes esferas de la *web*.

Los artistas son generadores de opinión pública y es por eso que siempre su imagen estará señalada al igual que sus argumentos. La posición que tome un artista sobre un tema siempre generan alguna reacción. Recientemente, tras la tragedia en Japón a causa del terremoto y tsunami que afectó a la población de ese país en marzo del 2011, el grupo estadounidense *My Chemical Romance* realizó una campaña, inspirada en sus seguidores, para ayudar a las víctimas de este desastre en la cual reeditaron una de sus canciones, *Sing*, y crearon una camiseta para recaudar fondos destinados a la Cruz Roja. Apenas se publicó la noticia en su sitio *web* especial para esta ocasión¹² y en las redes sociales el apoyo de sus fanáticos e incluso de los que no lo son fue evidente, y como ellos mismos lo calificaron, algo sobrecogedor.

¹² Ver página web <http://singitforjapan.com/>

Muestra de la campaña mostrada en el sitio *web* <http://singitforjapan.com/>

DOWNLOAD ON
ITUNES NOW



ALL OF OUR PROCEEDS FROM THE SALE OF
THIS RECORDING GOES DIRECTLY TO THE
AMERICAN RED CROSS.



0

#SINGITFORJAPAN
T-SHIRT



El hacerse cargo de la imagen de un artista no es tarea fácil, se debe tener en cuenta lo que se dice de él o ella, las palabras que se utilizan, lo que se comparte y lo que se publica pues al enviarlo a la *web*, no hay marcha atrás y todo quedará en los archivos cibernéticos. La opinión de un artista no es el mismo impacto que la de cualquier otra persona, pues debido a que es un personaje público, la opinión que emita sobre un tema será tomada en serio por sus seguidores y por el entorno en el que ejerza influencia.

En general, los *managers* hacen precisamente eso, promocionar y cuidar de la imagen de sus artistas, pero el *community manager* debe no solamente encargarse de un lado de la comunicación, sino que inevitablemente interactuar con el resto del universo en la red. Se debe tener en cuenta que aunque no todos, la mayoría de famosos no manejan sus cuentas en las redes sociales, por lo que el

staff de la banda o cantante deben estar bien preparados en ámbitos tan diversos que van desde Relaciones Públicas, hasta los gustos personales de quien estén representando.

El *community management* es una estrategia de mercadeo que utiliza la inmediatez como una ventaja dentro de la comunicación. Emitir mensajes y recibir una retroalimentación o *feedback* a los pocos segundos es algo valioso cuando los artistas desean evaluar los resultados y la respuesta de su público sobre el trabajo que han realizado: el lanzamiento de un nuevo álbum, un *EP*, un concierto, etc.

La constante actualización de estos medios es la forma más efectiva de comunicación, pues al recordar a la audiencia sobre la banda o el solista, así sea solamente un saludos a sus fanáticos, instantáneamente se posicionan en la mente del consumidor. A pesar de que es un pensamiento básico el mantenimiento de una comunidad no es tarea sencilla, se necesita el control constante de un mediador entre las preguntas, las conversaciones y las discusiones que se pueden tener entre los usuarios de la red.

Es muy importante para un artista contar con un grupo de *fans* que los apoyen no solamente al momento de comprar sus discos, sino que sean en verdad seguidores de lo que hacen en todo momento. Hoy en día podría parecer más fácil tener una relación más directa entre los músicos y los fanáticos y esto principalmente es a causa de lo que el *Internet* permite. La comunicación que tiene como base los gustos musicales a través de la web no consiste solamente en esperar a que el artista se manifieste con algún comentario sino que entre fans se crean comunidades de interacción a causa del sentirse identificado.

3.2 Redes Sociales en Ecuador

En Ecuador, al igual que en todo el mundo, Internet desde hace varios años ha causado un cambio en la forma de relacionarse entre las personas. Pero lamentablemente no se puede hablar de un impacto generalizado en el país, ya que existe un “brecha digital” que aún es muy grande como para hablar de forma general sobre los efectos que ha tenido el *Internet* y las redes sociales en el territorio ecuatoriano.

Los altos costos de conectividad, el analfabetismo y la barrera del idioma están entre las principales causas de la falta de inclusión del Internet en la sociedad ecuatoriana. A pesar de los esfuerzos del gobierno en incluir a la población, rural mas que todo, a este mundo globalizado con iniciativas como “las escuelas del Siglo XXI” aún existe una diferencia entre las personas que tienen acceso a las nuevas tecnologías y las que no.

En el Ecuador solamente el 29% de la población usó al menos una vez este servicio durante 2010, según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, *MINTEL*. Según el Gobierno, el uso de *Internet* se incrementó en 2010 en más de 3 puntos porcentuales con relación al 2008 y actualmente unos 4 millones de ecuatorianos conocen y utilizan la red, de los 14,3 millones de habitantes del país. De esos 4 millones, el 35 % se conecta desde su hogar actualmente, lo que supone un aumento de 14 puntos porcentuales en relación a 2008. (El Universo, 2011)


Pero las cifras parecen ser alentadoras para el Ecuador en los últimos tiempos, pues el crecimiento del uso e influencia de las Redes Sociales, especialmente *Facebook*, han sido significativas pues supera incluso a otros países como Chile, Bolivia, Paraguay y Uruguay. “A un promedio de 200 mil usuarios por mes, Ecuador pasó de los 2 millones de usuarios a los 3 millones

200 mil desde enero a junio del 2011 (60% de crecimiento)” (Espinosa, 2011).

The most growing South American countries on Facebook January - June 2011

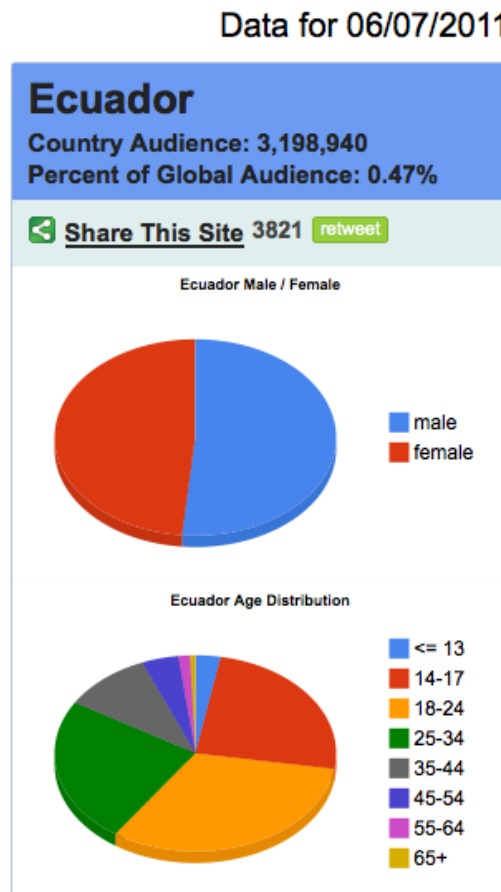
#	Country	# of users beginning of 2011	# of users June 2011	Growth Jan - June 2011 [abs]	Growth Jan - June 2011 [rel]
1.	Brazil	8 821 880	20 612 680	11 790 800	133,65 %
2.	Argentina	12 359 940	15 462 100	3 102 160	25,10 %
3.	Colombia	11 765 020	14 505 940	2 740 920	23,30 %
4.	Peru	3 921 620	6 155 980	2 234 360	56,98 %
5.	Venezuela	7 512 640	9 016 880	1 504 240	20,02 %
6.	Ecuador	2 027 420	3 267 600	1 240 180	61,17 %
7.	Chile	7 586 060	8 477 780	891 720	11,75 %
8.	Bolivia	888 040	1 206 500	318 460	35,86 %
9.	Uruguay	1 044 860	1 325 640	280 780	26,87 %
10.	Paraguay	401 980	678 260	276 280	68,73 %

Source: Data manually collected on Socialbakers.com
Date: June 28th, 2011



Datos del 28 de junio del 2011 (<http://www.socialbakers.com/>)

Pese a muchas dificultades el país tiene una buena presencia en las estadísticas del uso de *Internet* y dentro de las redes sociales. La navegación en Internet es un acto que se ha extendido por la mayor parte del territorio, así lo demuestra la página *web CheckFacebook*¹³, la cual presenta el número de usuarios suscritos a esta red social además de los porcentajes divididos en segmentos por edad y sexo:



Audiencia del país: 3'198.940. Porcentaje de audiencia global: 0.47% (www.checkfacebook.com)

3.3 Artistas ecuatorianos en línea

Hoy hay páginas que ayudan a la promoción de los nuevos artistas, y los que de cierta manera ya se han dado a conocer a nivel nacional. Páginas como Ecuador Musical (<http://www.ecuadormusical.com/>) ayuda gratuitamente con la publicación de música, información sobre el artista, fotografías y demás material además de permitir la retroalimentación del público

¹³ [Www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com)

con comentarios, ayudando al artista a lanzar y exponer su trabajo no solamente en Ecuador sino hacia todo el mundo que conozca de este sitio *web*.

Además de este tipo de páginas especializadas los artistas de todo el mundo han encontrado en las redes sociales un aliado para constantemente estar en contacto con su audiencia y así promocionando todo lo que hacen. Como ya se señaló antes los principales sitios como *Youtube*, *Facebook* y *Twitter* son las páginas más utilizadas por los músicos al momento de informar sobre lo que está ocurriendo con sus conciertos, material musical promocional, nueva mercadería, como ropa y accesorios de la banda, etc.

Al ser sitios gratuitos, la promocionan es de todo tipo de músicos, es decir de todos los géneros y tendencias, con todo tipo de trayectoria. Músicos independientes y los que cuentan con contratos millonarios en discográficas, en resumen cualquier artista que exista y que quiera dar a conocer su existencia al mundo sin límite alguno.

En las radios locales el apoyo a los artistas nacionales es limitado a pesar de que ha crecido en los últimos años, pero la mayoría de veces el apoyo es hacia los artistas que representan los géneros más populares y los que están de moda. Es más difícil ver que exista apoyo hacia artistas de géneros menos comerciales y populares, es decir los géneros *underground*. Para muchas bandas esta ha sido una de las razones por las que han buscado un medio alternativo por el cual acercarse a sus seguidores sin necesidad de un medio de comunicación o de la publicidad pagada, ya que se puede lograr lo mismo y hasta más con las nuevas tecnologías y redes sociales, siempre y cuando lo que se ofrezca tenga valor y calidad que los seguidores aprecien y valoren.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE ARTISTAS ECUATORIANOS EN LAS REDES SOCIALES

4.1 Desarrollo de la investigación

4.1.1 Encuestas

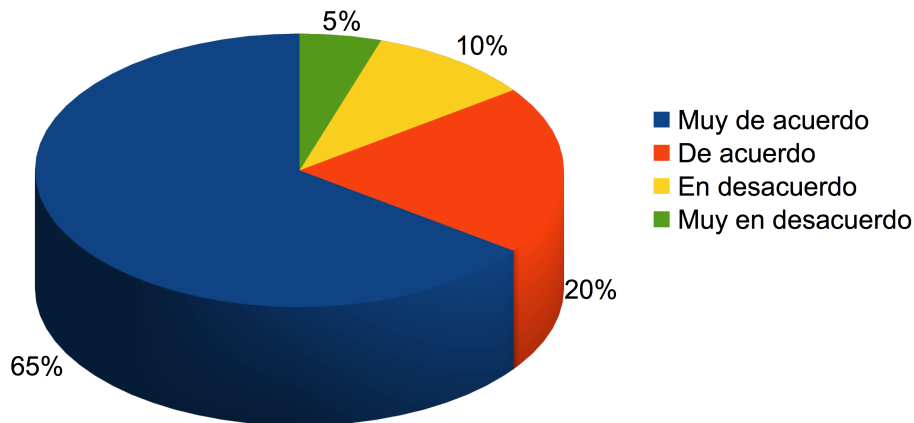
Para poder obtener la opinión y visión sobre lo que los jóvenes piensan acerca de la efectividad que tienen las Redes Sociales en la promoción de artistas ecuatorianos se hizo uso de una encuesta de 10 preguntas. La encuesta intenta descubrir el comportamiento que tienen los adolescentes y jóvenes de 15 a 30 años en relación a los artistas ecuatorianos en las redes sociales de *Internet*.

La muestra de la encuesta fue a un total de 40 jóvenes de entre 15 a 30 años que asistieron al festival musical *Quitofest 2011* llevado a cabo el 12 y 13 de agosto del 2011 en el Parque Itchimbía. Para definir mejor el resultado, la muestra se enfocó más en la edad y el gusto por la música en lugar de otros aspectos socioeconómicos, por ejemplo.

Las preguntas se enfocan en cómo los jóvenes utilizan el *Internet*, principalmente las redes sociales para interactuar con artistas y bandas ecuatorianas con perfiles en *Facebook* y su opinión sobre los resultados que éstos obtienen.

4.1.2 Resultados

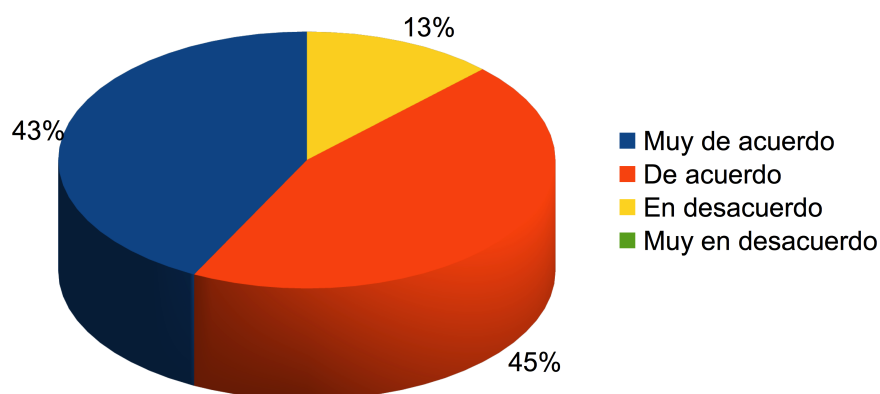
1. ¿Entras a Internet todos los días?



La respuesta a la primera pregunta muestra que la mayoría de jóvenes (26 de 40) utiliza Internet de manera diaria. Debido a las herramientas y servicios que existen a través de Internet es casi una necesidad para muchas personas el revisar sus cuentas diariamente. Al tener facilidad y accesibilidad para tener contacto con las páginas de Internet los jóvenes han encontrado en las redes sociales un espacio para relacionarse y compartir y en cierta medida han desarrollado un estado de dependencia y a la respuesta mayoritaria se puede agregar que en promedio, quienes entran a Internet todos los días pasan por lo menos dos horas navegando.

Los jóvenes que no están muy de acuerdo con la pregunta no ingresan a diario a Internet, pero mantienen un contacto constante con sus perfiles en las redes sociales y lo que es más importante, regresan y actualizan sus perfiles, no a diario pero con frecuencia. La otra minoría que no está de acuerdo, que no usa diariamente Internet, dice que tiene problemas con el acceso, es decir no cuentan con una conexión desde casa por ejemplo.

2. ¿Internet ha cambiado la forma en que escuchas y descubres nueva música?

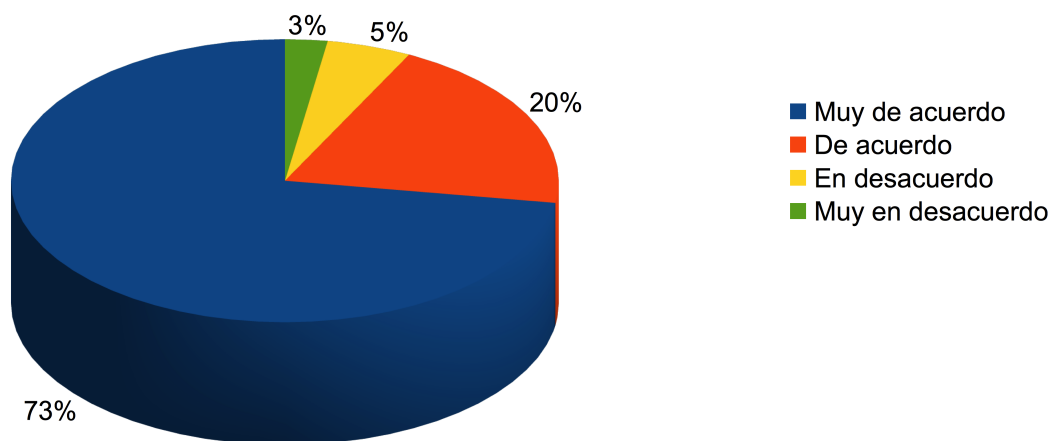


La segunda pregunta de la encuesta se refiere a lo que opinan los jóvenes sobre las nuevas tecnologías de la información y comunicación y su relación con la música y su manera de difundirse en la actualidad. La manera en que se escucha y se mira los productos musicales evidentemente ha cambiado a través de los años, ya sea debido a los nuevos formatos que se aplican para los reproductores portátiles o a la forma en que los artistas promocionan sus canciones y videos musicales por medio de Internet, un claro ejemplo es la promoción a través de *YouTube* y *VEVO*, un servicio que ocupa la plataforma del sitio de *YouTube* pero de propiedad de las empresas discográficas.

En esta pregunta la mayor respuesta fue que están de acuerdo con que *Internet* ha cambiado la forma en que los jóvenes escuchan música, aunque es evidente cómo ha influido *Internet* y muchas redes sociales a la forma de descubrir el trabajo y la nueva música de los artistas que está en constante evolución, son algunos todavía los que escuchan nuevas canciones o nuevos músicos a través de la radio o de la compra de discos compactos, pero como varios artistas han dicho contar con estos medios para darse a conocer es muy difícil en el Ecuador, por lo que ellos han apostado por otros medios más libres como las redes sociales.

Las respuestas que se han obtenido reflejan que aún no hay una influencia total de las herramientas que brinda *Internet*. La razón puede ser que lamentablemente en el país todavía existe una brecha digital que no permite que toda la población tenga un contacto con las nuevas tecnologías, o por lo menos un contacto constante; otra razón es que los artistas y bandas no han aprovechado al cien por ciento las posibilidades que *Internet* les puede brindar, especialmente las redes sociales al poder comunicarse de manera constante, dar a conocer todas sus actividades y lo más importante: obtener una respuesta o retroalimentación del público que recibe la información.

3. ¿Las redes sociales son útiles para los nuevos músicos que se quieren dar a conocer?



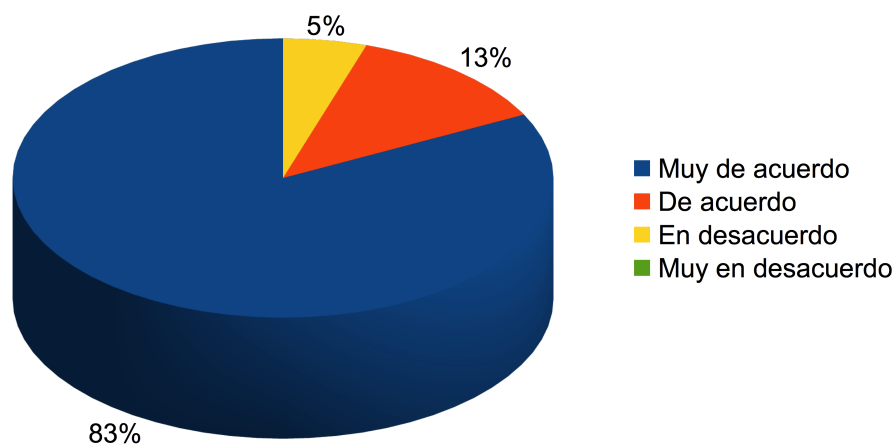
La respuesta evidencia que los jóvenes saben que las herramientas que brindan las redes sociales en *Internet* son efectivas para que las bandas y los artistas encuentren un espacio en el cual se puedan promocionar de una forma fácil, rápida y efectiva y en especial para quienes están recién dándose a conocer en el medio artístico del país.

Hace pocos años la red social más popular para las bandas y artistas era *MySpace*, un sitio donde no solamente existían los perfiles personales sino que también los perfiles de músicos y gracias a esta red muchos cantantes y bandas se dieron a conocer mundialmente. Actualmente esta red ya no cuenta con tanta popularidad, pues fue opacada por Facebook principalmente; pero a pesar de su estado actual esta red social dio una pauta para que los perfiles de músicos sean

incorporados y más tomados en cuenta por los mismo artistas, nuevos y consagrados.

A pesar de que artistas como Guanaco opinan que los medios tradicionales como la radio deben seguir siendo importantes en el apoyo de los artistas nacionales muchas veces esto no se logra ya sea por las políticas de los medios o porque la música no es música “pop” sino más bien alternativa y no siempre puede adaptarse a los formatos de las radios tradicionales. En *Internet* la libertad que existe permite que cualquier género musical enfocado a cualquier público se pueda promocionar y distribuir su música con infinitas posibilidades de dependen únicamente de los mismos artistas y su estrategia para llegar a su público.

4. ¿Dan mejores resultados los anuncios de conciertos en Internet que en otros medios de comunicación?



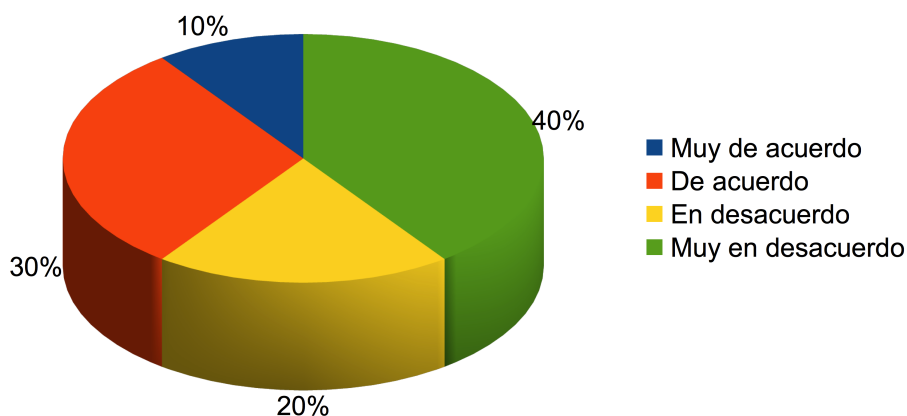
La forma en la que se comparte la información a través de *Internet* permite que haya una inmediatez no solo de recepción sino también de respuesta a lo compartido. Esta es una de las razones por la que las redes sociales se han convertido en un aliado para los artistas en ascenso, la facilidad y libertad que existe permite que lo que se comparte llegue a su público pero esto depende de cómo la comparten los artistas.

La publicidad que realiza una banda nacional en estos medios es principalmente sobre sus conciertos y presentaciones en vivo, pues como muchos han dicho la industria musical en el país no permite depender de la producción de un disco para ser conocidos por lo que para los artistas locales los conciertos son muy importantes para su carrera musical.

La efectividad de transmitir mensajes a través de los nuevos medios tecnológicos es considerada por la mayoría de los encuestados como una de las formas más efectivas de convocar a un espectáculo por parte de los mismos músicos pero principalmente de organizadores que también dependen de la asistencia de un público para que su evento sea exitoso.

Una de las razones por las cuales ésta fue la respuesta mayoritaria fue porque el evento durante el cual se realizó la encuesta fue convocada principalmente a través de *Facebook*, además de los medios tradicionales como la radio y la televisión, la promoción más grande y que dio mejor resultado fue a través de las redes sociales y es lo que está ocurriendo en general en el Ecuador.

5. ¿Usas otra forma diferente a Internet para tener información actualizada de las bandas que sigues?

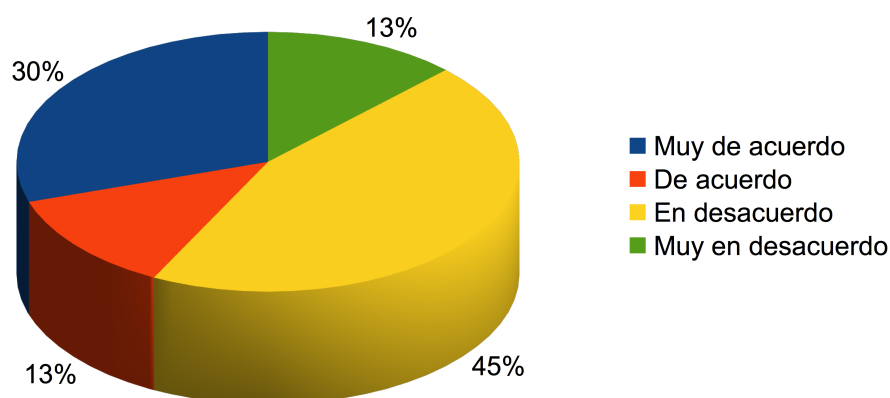


Para la mayoría de encuestados no hay otra forma que utilicen para mantener contacto con las bandas y artistas de los que son fanáticos que por medio de las redes sociales en *Internet*. Es la

manera más simple y fácil para poder tener conocimiento de lo que los artistas comunican a través de *Internet*, sus nuevos proyectos, sus próximas presentaciones, sus nuevas producciones. Aunque los seguidores no estén pendientes de las bandas por las redes sociales incluso se pueden enterar lo que se dice de ellos por medio de noticias de farándula, por ejemplo.

Otros encuestados opinan en cambio que hay otros medios por los que se puede saber sobre los artistas, otros medios como revistas y periódicos, programas radiales y de televisión, la cuestión está en que esa información no es siempre la más reciente ni la más actualizada, pero aún muchos prefieren este tipo de medios para saber y conocer sobre lo que hacen sus artistas favoritos.

6. ¿Los artistas ecuatorianos aprovechan bien el espacio que hay en Internet para promocionar su música?



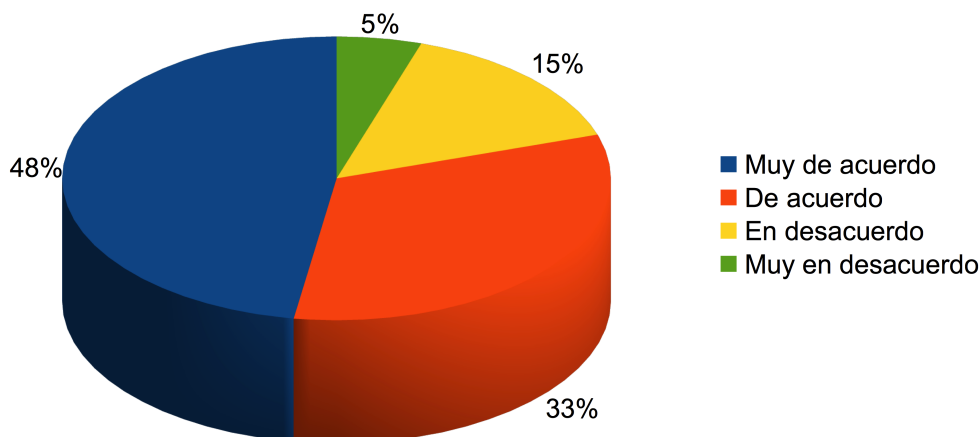
En la sexta pregunta de la encuesta la mayoría de las personas opinaron que los artistas ecuatorianos no aprovechan bien el espacio que *Internet* les brinda para promocionar su música. Puede que aún no se obtengan todo lo que se espera con una comunicación a través de los nuevos medios o que los jóvenes seguidores encuentran más fácil el seguimiento por otras formas de información.

Puede que la forma en que algunos artistas se comunican con sus seguidores tenga que ver con la visión de la mayoría de encuestados, puede que la forma de transmitir la información no sea

la adecuada por diferentes razones. Para que exista una relación entre el artista y los fans debe existir una constante interacción entre estos, más aún si el artista se está dando a conocer. Puede que los artistas ecuatorianos no estén aplicando un buen manejo de sus cuentas, por ejemplo no actualizar la información que se tiene en los perfiles, o no agregar contenido visual o auditivo para que la audiencia los tenga presente constantemente.

Particularmente en esta pregunta las opiniones mayoritarias son contrarias, pues aunque el mayor número de personas opinó que los artistas no utilizan bien las herramientas de las redes sociales otro porcentaje también grande cree que el uso en *Internet* está bien aprovechado por los muchos artistas ecuatorianos que cada vez crecen en cantidad y en calidad.

7. ¿Al estar disponible el trabajo de los músicos en la red, los derechos de autor corren peligro?



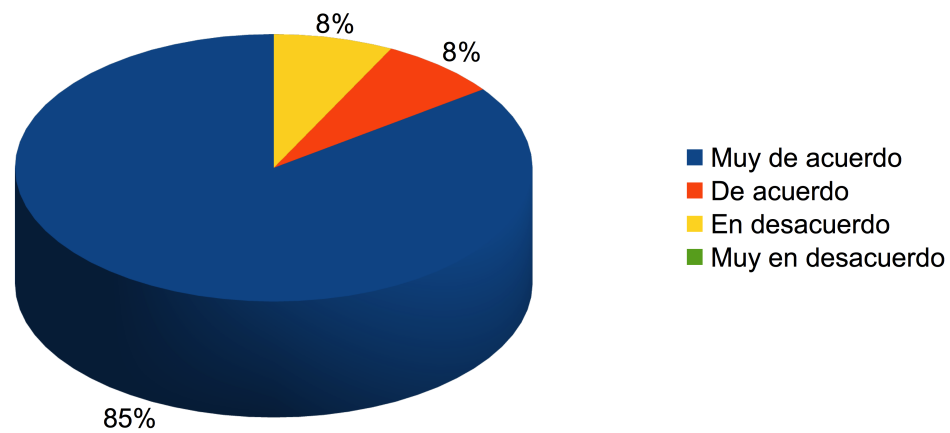
Una de las mayores preocupaciones de la relación que existe entre la música y las nuevas herramientas de comunicación en *Internet* es el infringimiento del derecho intelectual y de autor debido a la libertad y poco control que existe para compartir archivos. La mayoría de los jóvenes encuestados están de acuerdo en que los derechos de autor de los músicos son muy frágiles en

Internet pero los mismos músicos piensan que ese es un precio que se debe pagar de cierta manera para poder darse a conocer en nuestro medio y principalmente si la carrera está comenzando en la industria. “A nosotros como artistas a veces no nos queda más que aliarnos con la piratería, que aunque sabemos que es algo que no le hace bien a la industria ecuatoriana, nos toca dejar que copien nuestro trabajo para que la gente nos conozca de manera masiva y a bajo costo.” (Ismael Álvarez, vocalista de Mortero.)

Los artistas admiten estar al tanto de la falta de control en la protección de los derechos de autor de la música en el Ecuador, no solamente a causa de *Internet* sino que en especial a la “piratería” de música y en general de trabajo intelectual. Para los artistas esto ha sido tomado como un apoyo en su carrera más que un perjuicio, pues de cualquier forma su música está siendo distribuida y comercializada aunque ellos no reciban ninguna retribución económica por su trabajo.

Ocurre también que los artistas nacionales promueven la piratería de su propio trabajo por el mismo objetivo de promoción de una manera masiva, que se realiza a través de *Internet* o de venta de discos compactos sin control ni remuneración para los artistas, pero que de alguna manera trae consigo una recompensa, la de la popularidad del artista y así se facilita la organización de un concierto, por ejemplo.

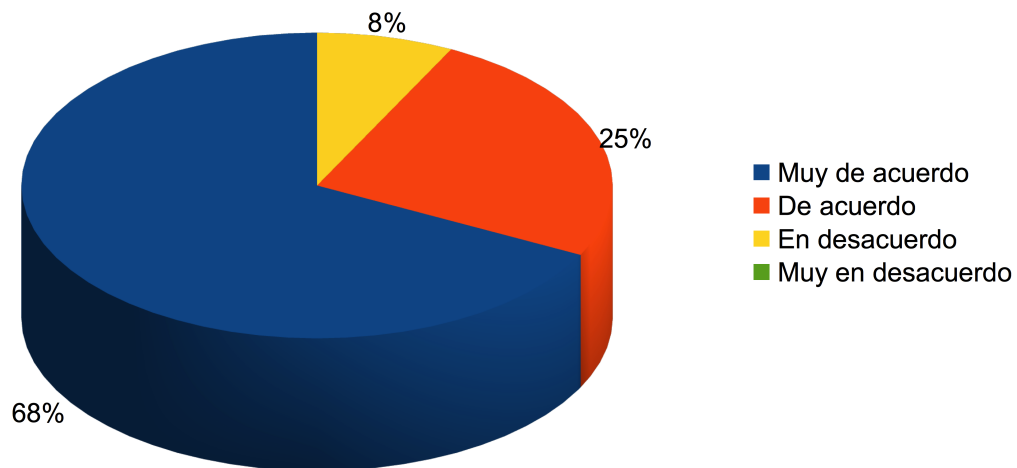
8. ¿Con las herramientas y nuevas tecnologías, es más fácil darse a conocer como músico?



La mayoría de los jóvenes encuestados opinan que con las herramientas y nuevas tecnologías es más fácil que un artista que está comenzando su carrera se dé a conocer por este medio que además de ser masivo es gratuito y accesible. Las estrategias que cada músico toma en sus perfiles de redes sociales tienen mucho que ver con los resultados que puede obtener. El *community management* que mantengan puede definir lo que la banda es y puede llegar a ser, muy aparte de la calidad o el tipo de música que produzca la banda o el artista.

Con las herramientas que ofrecen las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* la promoción y el acercamiento hacia un posible público nunca había sido tan fácil y efectivo. Las posibilidades están presentes en todo momento pero dependen del manejo que le den los artistas o sus representantes para que no sean olvidados entre las olas de información que a diario inundan la red.

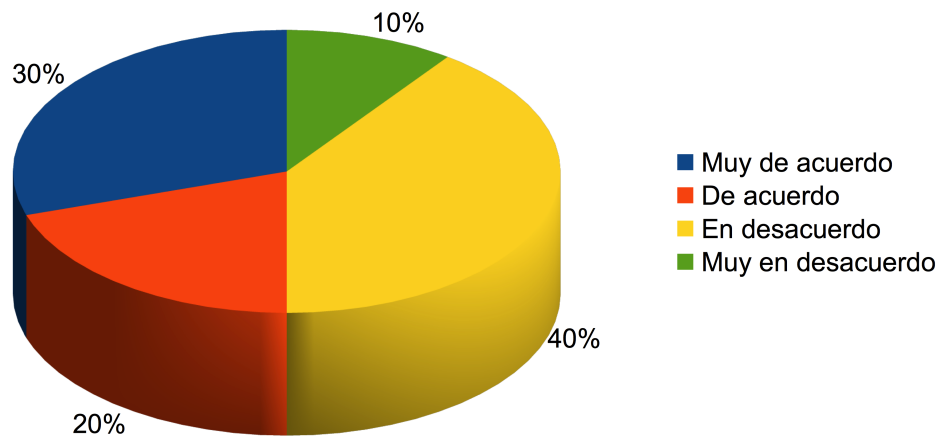
9. ¿El acceso limitado a Internet en la población es un impedimento para difundir la música por este medio?



Un gran número de jóvenes opina que el principal impedimento para la efectividad de las estrategias de mercadeo que los músicos utilizan es que no toda la población tiene acceso a una conexión de Internet de manera constante o que ni siquiera conoce sobre el uso de las redes sociales pues en el Ecuador la brecha digital aún es bastante amplia. “Muchas personas ni siquiera tienen una computadora en su casa, o tienen otras necesidades mayores que estar conectados a Internet y averiguar sobre música.” (Gabriela Torres joven asistente al *Quitofest* 2011).

A pesar de que en la actualidad la facilidad para entrar a *Internet* es generalizada en el público joven, los costos de conexión siguen siendo altos lo que limita que todos accedan de forma constante a través de computadoras o de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes o demás tecnología que existe en el mercado.

10. ¿Ha cambiado la calidad de la música y los artistas debido a que cualquiera puede promocionarse a través de Internet?



En la última pregunta de la encuesta se puede observar que las opiniones son bastante marcadas en cuanto a la opinión de los jóvenes sobre la calidad de los artistas que tienen la facilidad de promocionarse a través de Internet. La mayoría de las respuestas está en desacuerdo con que haya o esté cambiando la calidad de los artistas hoy en día en nuestro país y en general en todo el mundo a causa de la influencia que las nuevas tecnologías han tenido en la producción y promoción de la música que hacen. “Si a mí me parece un buen artista, la calidad de su música no va a cambiar por el formato en que esté una canción o porque lo encontré en Facebook o en una radio” (Josué Urvina, asistente al *Quitofest* 2011)

La segunda respuesta fue que los jóvenes están muy de acuerdo con que la calidad de los músicos puede cambiar debido a que están en el medio de la era tecnológica y que constantemente tienen influencia de diferentes fuentes y que por la misma razón tienen motivación para ser mejores músicos. Ésta respuesta fue también la opinión de músicos que creen que la globalización que ofrece el Internet ha aportado a que los músicos ecuatorianos mejoren su calidad para poder competir con lo que existe en la industria musical fuera del Ecuador.

Otros en cambio opinan que la calidad de la música que se ofrece y promociona en *Internet* ha empeorado, pues al no tener que depender de una compañía discográfica que promocione al artista estos al ser independientes no siempre cumplen con parámetros de calidad que tienen otras bandas o artistas con otro tipo de trayectoria.

4.3 Análisis Comparativo

El análisis comparativo a continuación es entre los perfiles de *Facebook* de las bandas ecuatorianas *Can Can*, *Mortero* y *Colapso*; cada una con distintos géneros, ritmos y estilos pero que se han convertido en referentes y representantes de la música ecuatoriana actual.

– Perfil de *Facebook* de la agrupación *Can Can* el 16 de agosto del 2011

The image is a screenshot of a Facebook profile for the band "Can Can". At the top, there is a blue navigation bar with the Facebook logo and a search bar. The profile header shows the band's name "Can Can" and the category "Musician/Band". Below the header is a row of five small photos showing the band performing live. The main content area is titled "Wall" and shows a post from "Can Can" dated Saturday at 8:48am. The post text reads: "Hora de Valles, el siguiente track de CAOS. 'algo hay en tu reir que me mantiene viendo adelante'". Below the text is a video player with a pink and purple abstract cover art. The video title is "Valles, by Can Can" and it is from the album "CAOS (Album)". The post has 36 likes and is shared by "You and 36 others". Below the post, there are two more posts visible: one by "Sofy Ke" and another by "Punk-Nografía". On the left side of the profile, there is a navigation menu with options like Wall, Info, Photos, Music, Events, Notes, Video, and Band Profile. At the bottom left, it shows "9,893 like this" and the band's official website "www.cancanbanda.com".

La banda Can Can ha sido clasificada dentro del vasto “género alternativo”, con toques de *rock* y electrónica es una de las bandas con más influencia en la actual “escena” quiteña. *Can Can* se ha dado cuenta de la realidad en la que viven los músicos ecuatorianos, y como muchos otros ellos también se promocionan a través de *Internet* y las redes sociales como *Facebook*.

Lo que esta agrupación comparte en su perfil es de acceso público aunque no se haga *click* en *like* para participar y conocer sobre el grupo. El contenido que comparten actualmente es la promoción de su último trabajo, el álbum CAOS. Casi a diario publican una canción del álbum que se puede escuchar y también da el enlace para comprar la canción en sitios de venta digital con lo que logran mantener un contacto constante con sus seguidores y dar opciones de mercadeo de su música. Por medio de las fotografías que la banda comparte permite ver los proyectos que han realizado últimamente, los conciertos de lanzamiento de su disco, el *making of* de su video musical CAOS.

A través de una de sus pestañas en el perfil está el “*Band Profile*” el cual da más opciones para mantener contacto fuera de la red social y da la opción al público de unirse a la lista de correo para recibir más información sobre su música, o la opción de compartir el contenido de la banda con otras redes fuera de *Facebook*.

El perfil de *Facebook* hace visible el número de seguidores o de “me gusta” que una página tiene, en el perfil de *Can Can* 9892 personas gustan de esta banda, que no siempre darán una retroalimentación pero que ya son contabilizadas como seguidores.

– Perfil de *Facebook* de la banda Mortero el 16 de agosto del 2011

facebook Search

Mortero
Musician/Band

quito fest 2011
IX festival internacional de música independiente
MORTERO Ambato-Ecuador
viernes 12 de AGOSTO
12H00 Parque Itchimbia

Wall Mortero · Everyone (Most Recent)

Share: Post Photo Link Video

Write something...

Mortero
MORTERO ESTE SABADO EN EL PUYO!!!!

Amazonia Indomable 2011
Location: En Puyo, amazonia ecuatoriana
Time: 12:00PM Saturday, September 10th

Like · Comment · Share · September 5 at 12:18am

22 people like this.

View all 5 comments

Wilson Frias mortero... rompiendo cerebros en la Amazonia...!!!
September 5 at 12:32am · Like · 1 person

Wall
Info
BandPage
Photos
Test

About
Desde AMBATO-ECUADOR año 1997. Con 5 albums son considerados para muchos un referente de la Música Independiente Ecuatoriana.

2,260
like this

Mortero es un grupo ambateño que se formó hace 14 años y que a lo largo de su carrera ha fusionado géneros como el *Hip-Hop* y el *Hardcore* y tras 5 discos son considerados como referentes de la música ecuatoriana independiente.

El perfil de Mortero también cuenta con la pestaña de “*Band Profile*” en la cual se observa una de sus fotografías promocionales y más abajo anuncian sus próximas presentaciones, con esta aplicación se pueden escuchar algunas de sus canciones más reconocidas de sus cinco discos.

Aunque las publicaciones no han sido tan regulares la respuesta de su público hace notar que son una banda que tiene apoyo pues sus seguidores mantienen contacto con este grupo. Hace poco

se presentaron en el *Quitofest 2011* con músicos invitados como *Cafeterasub*, *Richardbarker*, *DJ Tema* y *Descarriados* por lo que el entusiasmo que sintieron sus seguidores se hizo evidente luego en su perfil con felicitaciones y deseos de éxito para los integrantes.

A diferencia de la página de *Can Can*, este perfil no tiene muchas fotografías de la agrupación que documente todas sus presentaciones y proyectos, pero una vez más sus seguidores los apoyan con este tipo de material que se agrega a su perfil. La página de *Facebook* de *Mortero* tiene 2260 fans que apoyan a esta banda tanto en línea como asistiendo a sus conciertos.

– Perfil de *Colapso* en Facebook el 16 de agosto del 2011

The screenshot shows the Facebook interface for the band Colapso. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The profile header includes the band name 'Colapso' and the category 'Músico/Banda'. A navigation menu on the left lists options like Wall, Info, Photos, Video, and Música. The 'About' section states: 'Colapso presenta DESTINO INFIERNO su nuevo album. Banda de Metal de Quito, Ecuador.' Below this, it shows '3,600 like this' and a 'Likes' section with 'Blue Zombie Stuff' and 'Radio COCOA'. The main content area features a post with a link to 'COLAPSOEC.WORDPRESS.COM' for the album 'DESTINO INFIERNO', which has 258 likes. Below the post are two sections: 'Canciones' (songs) and 'Videos'. The songs listed are 'Camino Opuesto' (3:56, 95 likes), 'Sentirse Dioses' (3:50, 44 likes), 'Manchados de Veneno' (4:03, 20 likes), and 'Victimas del Pasado' (3:11, 13 likes). The video section shows a video titled 'Colapso' with 615 views from 2 years ago.

Colapso es una banda de *Death Metal* de Quito, que empezó haciendo *Death Melódico* con matices de *Hardcore* y ahora presenta una propuesta distinta basada en *Death Metal* técnico, y *Black*, junto a las influencias anteriores. Están juntos desde finales del 2003 como un proyecto alterno de otras

agrupaciones también reconocidas en la escena quiteña.

Colapso muestra en su página de *Facebook* un contenido que fusiona las herramientas que existen en otras redes sociales como *MySpace* con la simplicidad con la que se maneja *Facebook*. A pesar de ser una banda relativamente nueva *Colapso* ha logrado encaminarse hacia una banda exitosa dentro de la música ecuatoriana con sonidos más arriesgados que no se promocionan dentro de radios tradicionales del país, por lo que consideran que el *Internet* es una alternativa para seguir en la promoción de la banda, como comenta Diego, guitarrista del grupo.

El contenido que tiene *Colapso* en su página es algo más completa que las demás pues en el mismo sitio se puede ver sus videos musicales, escuchar sus canciones y tener los enlaces a otras páginas donde el grupo se promociona.

Al tener más de tres mil seguidores, *Colapso* mantiene una relación constante a través de publicaciones de su nuevo disco "*Destino Infierno*" y de videos de su última presentación en el *Quitofest 2011*, donde tuvieron bastante acogida de parte del público quiteño que se reunió el pasado mes de agosto en el Parque Itchimbia.

CONCLUSIONES

El propósito de esta tesis fue conocer el aporte y el impacto que *Internet* y las Redes Sociales han hecho a la distribución, comunicación y promoción de la música hecha por artistas jóvenes del Ecuador. Para hacerlo se realizaron entrevistas y encuestas que comprobaron que las redes sociales han abierto nuevas posibilidades de promoción independiente para artistas ecuatorianos que comienzan su carrera y también para quienes ya cuentan con reconocimiento en el país, pero que sin embargo todavía necesitan de esfuerzo por parte de artistas e interés y compromiso por parte de la audiencia.

En Ecuador no ha existido una industria musical establecida, los discos que se comercializaban en tiendas se los traía de otros países lo que ocasiona que sus costos aumenten y que esto influya en la proliferación de la piratería, y hoy en día la reproducción y venta ilegal de material audiovisual está tan arraigada en el país que es muy difícil eliminarla. Por esto y para competir en el mercado musical global, los músicos ecuatorianos han apostado por la promoción independiente de exponer su música en *Internet*, a través de las redes sociales.

Debido a los avances de la tecnología, el acceso a *Internet* se ha extendido casi a todo nivel social y económico lo que ha implicado que esto transforme la forma de vida, especialmente para los jóvenes que son quienes hacen uso de estos medios con mayor frecuencia. Los jóvenes usan el *Internet* para relacionarse entre sí pero también para disfrutar de lo que les gusta, por ejemplo la música. Como se mencionó antes, ésta es también una forma de comunicación, de una banda hacia su audiencia y entre los grupos de jóvenes que comparten los mismos gustos e intereses musicales. Al igual que la tecnología, la forma de distribuir y de escuchar música ha cambiado en los últimos

años y el Ecuador no es la excepción de estos procesos, lo que ha sido demostrado por agrupaciones y músicos con nuevas propuestas de dirigirse hacia sus públicos.

Las ventajas que dan las redes sociales en cuanto a comunicación y expansión casi ilimitada han sido aprovechadas por los artistas ecuatorianos, yendo por un buen camino que se proponen continuar. Contrario a lo que se piensa sobre lo negativo de la música en *Internet* y su efecto sobre los derechos de autor, son mayores las ventajas que las desventajas que las redes sociales han traído consigo para la música.

La opinión de los músicos sobre su trabajo y cómo se lo puede promocionar por medio de las redes sociales es más optimista que la de muchos “defensores del derecho intelectual”, pues la realidad que viven los protagonistas de la música ecuatoriana no ha estado ni está motivada por la recompensa económica sino por el deseo y el gusto de hacer música de calidad para sus seguidores y su propia carrera como artistas. Además de darse a conocer, los músicos, como Los TXK, consideran que las posibilidades de estar conectados en Internet los hace visibles hacia todo el mundo al igual que ellos observan a otros artistas, quienes son su influencia, su motivación e incluso su competencia.

Por medio de entrevistas y testimonios de los músicos de *Mortero*, *Colapso*, *Los TXK* y *Guanaco* se comprueba que las ventajas que traen consigo las redes sociales en Internet sobrepasan lo que se podría perder en el camino hacia el reconocimiento de su arte, que es lo que en realidad mueve al artista, sin importar su medio de expresión ni su inspiración; para quien expresa su arte lo más importante es que sea vista, sea tomada en cuenta y sea reconocida, aunque no siempre económicamente, pero que el esfuerzo haya valido la pena.

La opinión de jóvenes entre 15 y 30 años que asistieron al *Quitofest 2011* ayudó a llegar a la

conclusión de que las herramientas de las redes sociales como *Facebook*, sí han cambiado el modo en que la música es descubierta, promocionada y aceptada por los públicos receptores de la música alternativa joven del Ecuador, trayendo beneficios para los artistas y para la audiencia. A pesar de existir ciertos aspectos negativos sobre la música en *Internet*, las ventajas y recompensas que se obtienen sobrepasan a las desventajas y son consideradas oportunidades tanto para los artistas como para la audiencia que disfruta de la nueva música joven hecha en el Ecuador.

A pesar de la problemática que muchos artistas ecuatorianos deben afrontar en torno a los derechos de autor, la piratería y la exclusión de algunos medios tradicionales, los artistas ecuatorianos ven a la distribución de su música a través de Internet como una oportunidad más que una desventaja. Gracias a la expansión de las redes sociales en el país, la comunicación se ha facilitado y la promoción de nueva música, de presentaciones y otro tipo de novedades de un artista puede alcanzar nuevos límites que dependerán por ejemplo del manejo que se haga de su carrera, de su aproximación al público, su calidad musical y principalmente la respuesta que tenga la audiencia a la cual se dirigen.

BIBLIOGRAFÍA

Aceto, Luis, *Apreciación Auditiva I*. Buenos Aires. 2007.

Alberich i Pascual, Jordi y Campo Vidal, Manuel (2005), *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.

Angelino, Flavia (2008), *Pantalla del Mundo Nuevo. Nuevos Circuitos Tribales: Internet como espacio Metalero*. La Crujía. Buenos Aires.

Arqueros Voces, Raúl, *Tipos de música y estados de ánimo*. En Buenas Manos.

<http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=912> Consultado el 2 de marzo del 2011.

Asúnsolo, Alejandro (2006). *Qué son y cómo funcionan las Redes Sociales I: Introducción*.

Microsoft SB Portal. http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rpp/redes_sociales_intro.msp

Consultado el 24 de mayo del 2011.

Ballesta Pagán, Javier (2002), *Medios de Comunicación para una sociedad global*. Editum, Murcia.

Barrera, Carlos (2004), *Historia del periodismo universal*. Editorial Ariel.

Barrera, Carlos (2004), *Historia del periodismo universal*. Editorial Ariel.

Bertetti, Paolo (2009), *El fin de los medios masivos, El comienzo de un debate*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

Clynes, Manfred (1982) *La Música, la Mente y el Cerebro*.

De Moraes, Denis y Castells, Manuel (2005), *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*, Intermón Oxfam Editorial.

de Zárraga, José Luis (1997), *Los Medios de Comunicación en Internet, Internet como Nuevo "Canal de Comunicación"*. <http://www.argo.es/medios/ponencia.html> Consultado el 31 de mayo del 2011.

Delgado Flores, Carlos (2008), *Versión beta: tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. Universidad Católica Andrés.

Diario El Universo, “Ecuador sigue en la cola de Sudamérica en acceso a Internet”, 17 de mayo del 2011, sección Tecnología. Consultado digitalmente en la página web:

<http://www.eluniverso.com/2011/05/17/1/1431/ecuador-sigue-cola-suramerica-acceso-internet.html>

Docampo Otero, Gustavo (2000), *La radio antigua*, Marcombo.

Ecos, Umberto (1965), *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen.

Escalante, Jorge (1998), *La imaginación y el poder*. Ediciones ERA.

Espinosa, Christian (2011) “Estadísticas de Facebook: Ecuador creció más que Chile en 6 meses”

Cobertura Digital. Consultado el 8 de julio del 2011.

<http://www.cobeturadigital.com/2011/07/06/estadisticas-de-facebook-ecuador-crecio-mas-que-chile-en-6-meses/>

García Marquez, Omar (2008), Comprensión de la historicidad del conocimiento artístico-musical.

<http://musicalmondale.jimdo.com/niveles/3-medio/> Consultado el 3 de abril del 2011.

Godoy Aguirre, Mario, *Breve historia de la música del Ecuador*. Corporación Editora Nacional, 2005.

Godoy Aguirre, Mario.- Varios artículos sobre Radio “El Prado”, en especial el publicado en la revista “Chimborazo, provincia musical”, No. 3, febrero 1978.

González Aktories, Susana, *Semiología como investigación interdisciplinaria: un vínculo entre la Escuela Nacional de Música y la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM*. 2005.

Gonzalez, Nick, www.checkfacebook.com Consultado el 6 de junio del 2011.

Guevara, Gerardo, *Historia de la música del Ecuador*. Incas y la conquista, 2002.

Hill, Cecilia (2011). *YouTube en cifras, las estadísticas de YouTube en 2011*. Tuexperto.com

<http://www.tuexperto.com/2011/03/05/youtube-en-cifras-las-estadisticas-de-youtube-en-2011/>

Consultado el 2 de junio del 2011.

Ianni, Octavio (2004), *Teorías de la globalización, El mundo del siglo XXI*. Siglo XXI, México.

Lackerbauer, Ingo (2001), *Internet*. Marcombo.

Lerma, Héctor Daniel, 2003. *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*.

Ecoe Ediciones

Lévy, Pierre (1999), *¿Qué es lo virtual?*. Paidós, Barcelona.

López Cano, Rubén (2007), *Semiótica, semiótica de la música y semiótica cognitivo-enactiva de la música. Notas para un manual de usuario*. Texto didáctico (actualizado junio 2007).

www.lopezcano.net (consultado el 26 de mayo del 2011)

Marker, Graciela (2009). *La historia de las Redes Sociales*. Informática Hoy.

<http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php> Consultado el 27 de mayo del 2011.

Martínez, Siomara (2011). *Twitter no es una red social, es una red de información abierta, entrevista a Laura Gómez, gerente de internacionalización de Twitter*.

<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/26/navegante/1298718512.html> Consultado el 2 de junio del 2011.

McQUAIL, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1983. Página 44.

Merele Guervós, Juan Julián (2004). *Redes sociales: una introducción*. Dpto. Arquitectura y Tecnología de Computadores, Universidad de Granada, España.

My Chemical Romance, *Sing it for Japan Project*. <http://singitforjapan.com/> consultado el 20 de mayo del 2011.

Nación Real Etiope <http://www.black-king.net/movimiento%20rastafari.htm> (visitado el 4 de marzo del 2011)

Nohlen, Dieter, 2002. *Instituciones políticas en su contexto. Las virtudes del método comparativo*. Buenos Aires: Rubinzal – Culzoni Editores.

Ortiz Arellano, Carlos, *Los Inicios de la Radiodifusión en Ecuador / Radio "El Prado"*. CCE Benjamín Carrión, Núcleo de Chimborazo. Documento electrónico.

http://www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html#_ftnref (consultado el 25 de febrero del 2011.)

Peña Herborn, Jorge (2000), *Perspectivas Acerca de la Influencia de los Medios de Comunicación de Masas en la Opinión Pública*. Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado

a la Sociedad, No. 2 Santiago, Chile.

Peña Merino, Rebeca (2005), *Caso Napster. La música y los delitos de propiedad intelectual.*

<http://www.delitosinformaticos.com/trabajos/napster.shtml> Consultado el 31 de mayo del 2011.

Pep Alsina, Frederic Sesé, *La música y su evolución. Historia de la música con propuestas didácticas y 49 audiciones.* Barcelona: Graó, sexta edición 2006.

Rincón, Omar (2006), *Narrativas Mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento.*

Editorial Gedisa, Barcelona.

Rodríguez Suso, Carmen (2002), *Prontuario de musicología: música, sonido, sociedad.* Clivis

Publicacions, Barcelona.

Ruiz Limón, Ramón, 2009. *Historia y evolución del pensamiento científico.*

<http://www.eumed.net/libros/2007a/257/7.1.htm>

Sony Music Entertainment, <http://www.sonymusic.com/> Consultado el 02 de junio del 2011.

Taurrelles, Martín, *Géneros Musicales*, Bellas Artes, 2006.

<http://www.swingalia.com/musica/generosmusicales.php> consultado el 24 de abril del 2011.

Van der Merwe, Peter (1989). *Origins of the Popular Style: The Antecedents of Twentieth-Century Popular Music.* Oxford: Clarendon Press.

Varios.- “Álbum” de reportes de sintonía de la *Estación El PRADO*, del año 1934. Lo encontró casualmente el estudiante Juan Carlos Herrera Ortiz, en abril de 1998.

Wong, Ketty, *La nacionalización del Pasillo ecuatoriano a principios del siglo XX.*

www.uc.cl/historia/iaspm/pdf/Wong.pdf (visitado en marzo 2011)

Woodstock Story, página web <http://www.woodstockstory.com/woodstock1969.html> consultado el

23 de abril del 2011.

Yorke, Thom (2008), *The future belongs to Radiohead.* Revista Rolling Stone, febrero.

ANEXOS

Para apoyar las opiniones y conclusiones se realizó un video testimonial de las bandas que participaron en el festival de música joven *Quitofest 2011*.

La duración del video es de 3 minutos, en el cual aparecen los testimonios y entrevistas a los grupos Mortero, Colapso, Los TXK y Guanaco MC.