



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**

**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

**FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA**

“MEDIOS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN DE LA  
MANIFESTACIÓN CULTURAL MUSICAL INDEPENDIENTE DEL  
CANTÓN MONTALVO PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2024”

**AUTORA:**

MUÑOZ TORRES EMELY JEANETLE

**DIRECTOR:**

LIC. DANILO VILLAROEL

**GUARANDA – ECUADOR**

**2025**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**

**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

**FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA**

“MEDIOS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN DE LA  
MANIFESTACIÓN CULTURAL MUSICAL INDEPENDIENTE DEL  
CANTÓN MONTALVO PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2024”

**AUTORA:**

MUÑOZ TORRES EMELY JEANETLE

**DIRECTOR**

MGS. DANILO VILLARROEL

**PARES ACADÉMICOS**

MGS. KLÉBER ROMERO

DR. HENRY VALLEJO MSC.

**GUARANDA – ECUADOR**

**2025**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

“MEDIOS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN DE LA  
MANIFESTACIÓN CULTURAL MUSICAL INDEPENDIENTE DEL  
CANTÓN MONTALVO PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2024”

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expandir mi agradecimiento primero a Dios ya que sin el nada fuera posible en este importante proceso es con el que nos llenamos de fe, sabiduría y esfuerzo, es así que fue posible mi formación académica, en todo este tiempo, también quiero agradecer a mi familia y a mis padrinos que siempre confiaron en mí y estuvieron siempre con su apoyo incondicional. A mi Tutor MsC. Danilo Villarroel y a mis pares académicos Msc. Klever Romero y MsC. Henry Vallejo por brindarme su significativa orientación en este importante proyecto en mi vida profesional, como no también agradecer a todos los docentes de la carrera de comunicación por instruirme desde su preciada experiencia y conocimiento laboral y profesional.

*Muñoz Torres Emely Jeanette*

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a mis padres Javier Muñoz y Maritza Torres y a mi hermano Dilan Muñoz quienes siempre estuvieron a mi lado dando ese apoyo de confianza y amor logrando ser mis más grandes pilares fundamentales y ejemplo a seguir, gracias por nunca dejarme rendir, sino más bien ser una persona de superación. Mi familia es mi inspiración y motivo de seguir adelante luchando para llegar a ser una buena profesional, no ha sido fácil pero siempre han estado para brindarme ese abrazo de apoyo y decirme vamos tú lo lograrás con mucho cariño y afecto, este logro es gracias a ustedes, gracias por tanta estimación y comprensión, los amo.

A todas las personas que de una u otra manera estuvieron presentes en este largo proceso, familiares, compañeras y profesores.

Y cómo mención especial, a mis abuelos Emilio Muñoz y Rosita bastidas que siempre llevaré en mi mente y corazón.

***Muñoz Torres Emely Jeanette***

**CERTIFICADO DE  
VALIDACIÓN**

LIC. DANILO VILLAROEL, MGS. KLÉBER ROMERO Y MGS. HENRY VALLEJO, EN EL ORDEN TUTOR Y PARES ACADÉMICOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR “MEDIOS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN DE LA MANIFESTACIÓN CULTURAL MUSICAL INDEPENDIENTE DEL CANTÓN MONTALVO PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2024” DESARROLLADO POR MUÑOZ TORRES EMELY JEANETLE.

**CERTIFICAN**

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular, en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación.

Guaranda, mayo de 2025



Lic. Kléber Romero  
Par Académico



Lic. Danilo Villaroel  
Director



Dr. Henry Vallejo  
Par Académico

**DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Emely Jeanette Muñoz Torres portadora de la Cédula de Identidad No 1208343630 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: MEDIOS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN DE LA MANIFESTACIÓN CULTURAL MUSICAL INDEPENDIENTE DEL CANTÓN MONTALVO PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2024, proyecto de investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

*Emely Muñoz T.*

Emely Jeanette Muñoz Torres

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XII
INTRODUCCIÓN .....	13
RESUMEN.....	15
ABSTRACT .....	17
CAPÍTULO I.....	18
1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	18
1.1. Descripción del problema: .....	18
1.2. Formulación del Problema .....	19
1.3. Justificación.....	19
1.4. Objetivos .....	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos .....	20
1.5. Idea a defender .....	21
1.6. Variables .....	21
CAPÍTULO II .....	22
2. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Antecedentes .....	22

2.2.	Marco Científico .....	23
2.3.	Marco conceptual .....	42
2.4.	Marco legal.....	60
2.5.	Georreferencial.....	68
CAPÍTULO III .....		69
3.	METODOLOGÍA .....	69
3.1.	Tipos de Investigación .....	69
3.2.	Enfoque de Investigación.....	69
3.3.	Métodos de investigación.....	70
3.4.	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	71
3.5.	Universo, Población y Muestra.....	72
3.6.	Procesamiento de la Información.....	74
CAPÍTULO IV .....		95
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	95
4.1.	Análisis Interpretación y Discusión de Resultados .....	95
5.	CONCLUSIONES .....	97
6.	RECOMENDACIONES .....	98
CAPÍTULO V .....		99
7.	PROPUESTA.....	99
Estrategia 1: Generar una marca propia para medios digitales .....		99
Estrategia 2: Producción audiovisuales.....		100
Estrategia 3: Promoción y publicidad masiva en medios digitales .....		100
CRONOGRAMA VALORADO .....		105
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	106
9.	ANEXOS .....	111

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 2:</b> Modelo de comunicación participativa .....	42
<b>Tabla N° 3:</b> ¿Cuántos años de actividad artística ejerce? .....	75
<b>Tabla N° 4:</b> ¿Su preparación fue académica o por iniciativa propia?.....	76
<b>Tabla N° 5:</b> ¿Ha recibido apoyo de autoridades o instituciones para desarrollar su actividad artística?.....	77
<b>Tabla N° 6:</b> ¿Considera usted que los medios de comunicación son importantes para la difusión de la actividad cultural de los artistas?.....	78
<b>Tabla N° 7:</b> ¿Usted como artista independiente ha recibido el apoyo para la difusión por parte de los medios digitales? .....	79
<b>Tabla N° 8:</b> ¿Considera usted que debe existir una programación especial para difundir la actividad cultural? .....	80
<b>Tabla N° 9:</b> ¿En qué red o plataforma digital cree que se debería modificar la actividad cultural de los artistas? .....	81
<b>Tabla N° 10:</b> ¿Usted podría financiar la producción de material comunicacional para que sea transmitido en los medios digitales? .....	82
<b>Tabla N° 11:</b> Entrevista al artista top del momento .....	84
<b>Tabla N° 12:</b> Entrevista al Director de la Escuela de Música “Doppio Marcato” .....	87
<b>Tabla N° 13:</b> Entrevista al artista Gabriel Santos .....	91

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>Gráfico N° 1: Localización .....</b>	<b>68</b>
---	-----------

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura N° 1:</b> Actividad artística .....	75
<b>Figura N° 2:</b> Tipo de preparación .....	76
<b>Figura N° 3:</b> Apoyo de autoridades o instituciones .....	77
<b>Figura N° 4:</b> Medios de comunicación para la difusión .....	78
<b>Figura N° 5:</b> Apoyo de medios digitales.....	79
<b>Figura N° 6:</b> Programación especial para difundir la actividad cultural.....	80
<b>Figura N° 7:</b> Plataforma digital que se debería modificar la actividad cultural ...	81
<b>Figura N° 8:</b> Financiar la producción de material comunicacional .....	82

## INTRODUCCIÓN

Los cambios que se presentan en la actualidad son muy significativos y de mucho interés para la sociedad, tanto así que se puede apreciar una era digital y por ende los medios tecnológicos han brindado mucha ayuda para poder transmitir o consumir contenidos culturales. En el ámbito de la música específicamente ha dado un giro inesperado al momento de utilizar las plataformas digitales que son de vital importancia hoy en día, siendo un nuevo espacio para su promoción y alcance. Sin embargo, a pesar de estas oportunidades, los músicos independientes del cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, enfrentan diversos desafíos para posicionar su trabajo en el entorno digital.

En la investigación es imprescindible que se manejen objetivos claros, los cuales pretenden estudiar el impacto que tienen los medios digitales en la difusión de la música independiente en el cantón Montalvo, seleccionando diferentes obstáculos que no permiten un mayor alcance y a la vez proponiendo estrategias audiovisuales que optimicen la carrera profesional del músico. Por lo tanto mediante esta investigación, se busca comprender cómo los artistas locales pueden aprovechar las herramientas digitales para fortalecer su identidad musical y expandir su audiencia, tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo se plantea algunas interrogantes sobre las manifestaciones culturales musicales independientes que se presentan a nivel local y regional, como el margen de efectividad de los medios digitales en su difusión. Es importante la exploración de plataformas actuales que se manejan actualmente como redes sociales y servicios de streaming, de la misma forma la percepción cultural de la música independiente. Finalmente, el presente análisis busca aportar significativamente con información

valida y relevante en lo que respecta a políticas culturales y estrategias de marketing digital, cuyo objetivo es fortalecer la música independiente en el cantón Montalvo, promoviendo su sostenibilidad y crecimiento en un mundo cada vez más interconectado.

## RESUMEN

La presente investigación se basa en analizar minuciosamente la conmoción que hoy en día están teniendo los medios digitales, especialmente en la difusión de la música independiente en el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos. Si bien es posible conocer que en la actualidad se vive cambios significativos y de gran alcance, también se debe destacar que los artistas independientes están experimentando nuevas alternativas de aprendizaje, los cuales enfrentan retos y los deben aprovechar, sobre todo en el área tecnológica para promocionar su trabajo y alcanzar nuevas audiencias.

El análisis que se lleva a cabo se enfoca en las expresiones culturales musicales tanto a nivel local como en la región y explora la eficacia de las herramientas digitales, ya sean estas las redes sociales o cualquier plataforma de moda que tenga que ver con la promoción de estos artistas. El proyecto utiliza un enfoque cualitativo y cuantitativo, en donde el artista local logre identificar las congruencias y competencias que enfrentan en su proceso de digitalización.

Como resultado es posible evidenciar que los medios digitales brindan grandes posibilidades de difusión, sin embargo, los artistas independientes del cantón Montalvo tienen ciertas dificultades en lo que respecta a una formación más acorde a su carrera, así como estrategias audiovisuales, de marketing y financiamiento. Por lo tanto es fundamental que se exponga algunas estrategias audiovisuales bien detalladas y estructuradas para lograr una mayor visibilidad de los músicos.

Este análisis aporta información muy representativa para la comunidad artística, delegados culturales y autoridades locales, con el objetivo de promover el

crecimiento de la música independiente mediante la utilización oportuna de herramientas digitales.

**Palabras clave:** medios digitales, música independiente, marketing digital

## ABSTRACT

This research is based on a thorough analysis of the impact that digital media are currently having, especially on the dissemination of independent music in the Montalvo canton, province of Los Ríos. While it is evident that we are currently experiencing significant and far-reaching changes, it should also be emphasized that independent artists are experiencing new learning alternatives, facing challenges that they must take advantage of, especially in the technological area, to promote their work and reach new audiences.

The analysis carried out focuses on musical cultural expressions both locally and regionally and explores the effectiveness of digital tools, whether social networks or any fashionable platform related to the promotion of these artists. The project uses a qualitative and quantitative approach, where the local artist manages to identify the congruencies and competencies they face in their digitization process.

As a result, it is possible to demonstrate that digital media offer great possibilities for dissemination; however, independent artists from the Montalvo canton have certain difficulties regarding training more aligned with their career, as well as audiovisual, marketing, and financing strategies. Therefore, it is essential to present some well-detailed and structured audiovisual strategies to achieve greater visibility for the musicians.

This analysis provides very representative information for the artistic community, cultural delegates, and local authorities, with the objective of promoting the growth of independent music through the timely use of digital tools.

Keywords: digital media, independent music, digital marketing

## CAPÍTULO I

### 1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

#### 1.1. Descripción del problema:

En el cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, la música independiente es una manifestación cultural rica y diversa que refleja la identidad y las tradiciones locales. Sin embargo, a pesar de su potencial artístico y cultural, los músicos independientes de esta región enfrentan múltiples desafíos para dar a conocer su trabajo. La aparición y el crecimiento de los medios digitales han transformado el panorama de la difusión musical, permitiendo a los artistas acceder a audiencias más amplias y variadas. No obstante, la utilización efectiva de estas plataformas por parte de los músicos de Montalvo no ha sido completamente explorada.

Una de las principales problemáticas radica en la falta de conocimiento y capacitación sobre el uso de herramientas digitales. Muchos músicos independientes no cuentan con la formación necesaria para gestionar sus propias plataformas de difusión, como redes sociales, servicios de streaming y sitios web.

Esto limita su capacidad para promocionar su música, interactuar con el público y desarrollar una carrera sostenible en un entorno cada vez más competitivo. La escasa familiaridad con estrategias de marketing digital también puede resultar en una visibilidad reducida, impidiendo que su música alcance audiencias que podrían estar interesadas en su propuesta artística. Asimismo, la percepción cultural y el valor asignado a la música independiente en comparación con los géneros más comerciales también constituyen una barrera significativa. En muchos casos, la música local no recibe el mismo apoyo o atención que los artistas más conocidos, lo que perpetúa un ciclo de invisibilidad. Esta situación se ve agravada por la falta

de políticas culturales que promuevan y apoyen la música independiente, así como por la limitada inversión en infraestructura que facilite la difusión de estas manifestaciones artísticas.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿En qué medida los medios digitales están siendo utilizados por los músicos independientes del cantón Montalvo para difundir su manifestación cultural musical y cuáles son las barreras que enfrentan en este proceso?

## **1.3. Justificación**

El cantón Montalvo, ubicado en la provincia de Los Ríos, posee una rica tradición cultural musical que ha sido históricamente transmitida de manera local. Sin embargo, el avance de las tecnologías digitales ofrece nuevas posibilidades para que la música independiente local trascienda las fronteras físicas de la región. Este estudio busca analizar el impacto de los medios digitales como plataformas de difusión para la manifestación cultural musical independiente en el año 2024, proporcionando una visión integral de cómo las nuevas herramientas tecnológicas permiten a los músicos de Montalvo ganar visibilidad, conectarse con audiencias globales y preservar su patrimonio cultural. Al abordar este fenómeno, se busca no solo comprender las dinámicas actuales, sino también fomentar el desarrollo de políticas y estrategias que apoyen la sostenibilidad y el crecimiento de la música independiente en la región.

Este trabajo de investigación tiene gran relevancia en términos de la cultura local, el impacto de los medios digitales y la importancia de la música independiente como una forma de identidad. En un contexto globalizado, la música independiente

juega un papel esencial en la diversificación de los géneros y en la creación de una identidad local frente a las influencias comerciales y masivas de la música internacional; su impacto radica a lo largo de la última década, las redes sociales, plataformas de streaming y otros medios digitales han sido esenciales para la visibilidad de proyectos musicales independientes que antes no contaban con acceso a medios tradicionales.

La investigación también se destaca por el análisis que se desarrollará para tener una idea clara de su contribución al entendimiento de cómo la tecnología está redefiniendo la cultura musical en el Cantón Montalvo. Esto permitirá a otros investigadores, artistas y autoridades locales tomar decisiones informadas sobre la preservación y difusión cultural.

La investigación trata de obtener perspectivas profesionales y personales de protagonistas de la industria musical y datos de como el modelo de negocio de suscripción de música se convierte en un ingreso para artistas musicales. Caicedo (2021)

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Identificar la utilización de plataformas y redes digitales como medio de difusión para la promoción cultural musical independiente del cantón Montalvo.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las plataformas digitales más utilizadas para la difusión de la música por parte de artistas independientes.
- Establecer la factibilidad del uso de recursos comunicativos

culturalmente apropiados para el cantón Montalvo

- Diseñar estrategias de promoción digital como parte de herramientas audiovisuales para promover el posicionamiento del trabajo artístico y musical de autores e intérpretes.

### **1.5. Idea a defender**

Con la utilización de medios digitales, como plataformas de streaming y redes sociales se facilitará la difusión global de la música independiente, lo que permitirá a los artistas emergentes alcanzar una audiencia más amplia y diversa, siendo clave para la difusión de la manifestación cultural musical independiente en el cantón Montalvo.

### **1.6. Variables**

**Variable Independiente:** Medios Digitales

**Variable dependiente:** Manifestación Cultural Musical

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

Según Álvarez (2024), en su trabajo de investigación con título *“Las plataformas in streaming como herramienta para la clase de música en la educación secundaria obligatoria”* para la Universidad de Valladolid, quien hace énfasis en la introducción de estas herramientas, asimismo realiza una propuesta pedagógica de actividades, promoviendo el uso responsable de la tecnología; siendo algunos de los objetivos trabajar la competencia digital y promover en los estudiantes el uso de la tecnología; también expone que es importante que el empleo de plataformas in streaming puede incrementar la participación y la motivación de los estudiantes. La accesibilidad a una amplia variedad de contenido musical estimula el interés de los alumnos, así como su intervención activa en el proceso de aprendizaje; por otro lado, estas herramientas facilitan una transición hacia un nuevo estilo de enseñanza adaptado a las necesidades individuales y ritmos de aprendizaje.

Morocho (2022), en su proyecto de investigación cuyo tema es *“Estudio de la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radiales de la ciudad de Loja”*, manifiesta que se realiza el estudio con la finalidad de conocer el apoyo que se brinda por parte de las radios a la localidad; planteando como objetivo analizar la difusión de la música independiente ecuatoriana en los medios de comunicación radial, de la misma manera concluye que se dedica tiempo o espacios a la difusión de música de actualidad de artistas extranjeros y famosos que, ocupan espacios en horarios de bastante sintonía, mientras que la producción de artistas independientes de Ecuador está limitada.

La comunicación social es una especialidad muy interesante y comprende aspectos relevantes en cuanto a las plataformas digitales que hoy en día están en auge, puesto que Correa (2018), expresa en su estudio investigativo “*Comunicación promocional en la difusión de música Independiente de intérpretes ambateños*”, su investigación se basa en el análisis profundo sobre las limitaciones que existen en el mercado musical tanto nacional como local, ya sea por la inversión económica que representa poder manejar y mantener su desarrollo artístico.

Es importante exponer el análisis que realiza Altamirano (2022), en su tema “*Propuesta de un medio de comunicación digital para la difusión del trabajo de los músicos independientes de la ciudad de Azogues*”, para la Universidad del Azuay, siendo su principal problema la falta de apoyo a los músicos, sin embargo el autor considera que las redes sociales son pieza fundamental para darse a conocer directamente con su público y de una manera más amigable, interactuando a cualquier hora o lugar; por lo tanto se destaca que gracias a la tecnología y los espacios digitales existentes, los músicos poseen más herramientas para elaborar un mejor trabajo y mostrarlo a un público diverso, sobre todo, gracias a las redes sociales que juegan un papel importante en la difusión de contenido.

## **2.2. Marco Científico**

### **Comunicación desde la perspectiva teórica**

La comunicación trasciende desde, el pensamiento filosófico, la mera transmisión de información para convertirse en un pilar fundamental de la construcción de la realidad social. De acuerdo a Jürgen Habermas (1987), con su teoría de la acción comunicativa, invita a reflexionar sobre cómo el diálogo racional y la búsqueda de

entendimiento mutuo son esenciales para la formación de consensos y la legitimación de normas sociales.

Destaca la importancia de un espacio público donde los ciudadanos puedan participar en debates abiertos y libres, donde las ideas se confronten y se construya un conocimiento colectivo. "La acción comunicativa se orienta al entendimiento mutuo, y presupone la capacidad de los hablantes para justificar sus pretensiones de validez" (pág. 125).

Por su parte, Antonio Paoli (1990) tiene una visión crítica de la comunicación, al analizar cómo el poder y la ideología pueden distorsionar el diálogo y manipular la opinión pública y alerta sobre los riesgos de una comunicación unidireccional, donde los mensajes son impuestos desde arriba, sin permitir la participación activa de los receptores. Su enfoque cuestiona las estructuras de poder que subyacen en los procesos comunicativos y a buscar formas de comunicación más democráticas y horizontales. "La comunicación no es un simple intercambio de mensajes, sino un proceso complejo de construcción de significados, donde el poder y la ideología juegan un papel fundamental" (pág. 89).

Desde su visión, Martha Rizo (2012) con su trabajo sobre comunicación y cultura, permite comprender cómo la comunicación moldea las identidades y las formas de vida; además, destaca la importancia de los procesos comunicativos en la construcción de significados compartidos y en la transmisión de valores y tradiciones culturales.

Desde su lógica señala que se debe valorar la diversidad de voces y perspectivas, y a reconocer cómo la comunicación puede ser un instrumento para la inclusión y la

transformación social. "La comunicación es un proceso cultural que moldea nuestras identidades y nuestras formas de vida, y que nos permite construir significados compartidos" (pág. 45).

Entonces, desde esta perspectiva filosófica, se debe señalar que la comunicación no se limita a la transmisión de mensajes, sino que se convierte en un proceso complejo y dinámico, donde se entrelazan el lenguaje, el poder, la cultura y la ética. La comunicación es un espacio de encuentro y de conflicto, donde se construyen y se negocian significados, donde se expresan y se confrontan identidades, donde se ejerce y se resiste el poder.

### **Corrientes teóricas en Comunicación**

Las teorías o corrientes en la comunicación constituyen un cuerpo de conocimiento interdisciplinario que busca explicar, comprender y predecir los procesos de comunicación humana y mediática. Desde sus inicios, este campo ha evolucionado para abarcar una amplia gama de perspectivas, desde los modelos lineales de transmisión hasta los enfoques críticos que analizan el poder y la ideología en la comunicación.

### **Postulados fundamentales**

Uno de los postulados centrales es la idea de que la comunicación es un proceso social complejo, influenciado por factores psicológicos, sociológicos y culturales. Autores como Wilbur Schramm (1954) destacaron la importancia del modelo de comunicación como un proceso circular, donde el emisor y el receptor intercambian roles continuamente.

Otra propuesta relevante es la noción de que los medios de comunicación tienen efectos significativos en la opinión pública y la formación de actitudes. La teoría de la agenda-setting, desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), quienes sostienen que los medios de comunicación no nos dicen qué pensar, pero sí sobre qué pensar.

### **Teóricos relevantes**

- Jürgen Habermas: Su teoría de la acción comunicativa (1987) enfatiza la importancia del diálogo racional y la búsqueda de consenso en la esfera pública.
- Marshall McLuhan: Con su concepto de "aldea global" (1964), McLuhan anticipó el impacto de los medios electrónicos en la sociedad.
- Manuel Castells: Su obra "La era de la información" (1996-1998) analiza cómo las redes digitales están transformando la comunicación y la sociedad.
- Antonio Pasquali: Su análisis crítico de los medios de comunicación y el poder, son fundamentales para comprender las estructuras de dominación en los procesos comunicacionales.
- Jesús Martín-Barbero: Sus estudios sobre comunicación y cultura en América Latina, han sido decisivos para comprender la relación entre los medios y las audiencias.

### **Evolución y perspectivas actuales**

Las teorías de la comunicación han evolucionado para abordar los desafíos de la era digital, incluyendo el impacto de las redes sociales, la inteligencia artificial y la

desinformación. En este contexto, se ha renovado el interés por la ética de la comunicación y la responsabilidad de los comunicadores, así lo afirma Castells (1998)

### **Comunicación desde los teóricos**

Según Rizo (2012) la comunicación es un proceso social fundamental que permite la construcción de la vida en sociedad, actuando como un mecanismo que promueve el diálogo y la convivencia entre individuos. Esta perspectiva destaca la comunicación como un encuentro entre sujetos, enfatizando su rol en la construcción de identidades y en la mediación de relaciones interpersonales y colectivas.

En su artículo denominado ‘La comunicología y el estudio transversal del paisaje: Articulaciones conceptuales y propuesta de indicadores comunicativos para la evaluación de los paisajes’ afirma que:

“La comunicación transversal como una metodología que permite analizar y evaluar los paisajes desde una perspectiva comunicativa. Esta aproximación facilita la identificación de elementos que contribuyen a la construcción de significados y sentidos en el entorno, promoviendo una comprensión integral de la relación entre los individuos y su contexto” (pág. 13).

Esta comunicóloga afirma que la comunicación tiene una naturaleza es **trans, inter y multidisciplinaria** debido a su capacidad para integrar diversas perspectivas y enfoques provenientes de distintas disciplinas. Esta integración permite abordar de

manera completa y enriquecedora los complejos fenómenos comunicativos que caracterizan la sociedad contemporánea. Su **interdisciplinariedad** de la comunicación debido a su capacidad para integrar enfoques y metodologías de diversas disciplinas, como la sociología, la psicología y la filosofía. Esta integración permite abordar de manera integral los complejos fenómenos comunicativos, enriqueciendo su estudio y comprensión. En resumen, la comunicación es un campo inter y transdisciplinario que se nutre de aportes de múltiples ciencias sociales, lo que facilita una visión más completa y holística de los procesos comunicativos.

Asimismo, destaca el **interaccionismo simbólico** y la Escuela de Palo Alto como enfoques que han revolucionado la comprensión de la comunicación, alejándose de la visión tradicional que la limita a los medios de difusión y enfocándose en la interacción interpersonal como base de toda relación social. El interaccionismo simbólico, acuñado por Herbert Blumer en 1938, sostiene que las personas actúan en función de los significados que las cosas tienen para ellas. Estos significados son producto de la interacción social y están en constante cambio.

Por su parte Paoli (2003) aborda la comunicación es un proceso social, un fenómeno complejo mediante el cual los seres humanos no sólo intercambian información, sino que comparten significados, construyen realidades sociales, establecen vínculos y generan sentido en la interacción cotidiana. Comunicar no es solamente transmitir, es también interpretar, interactuar y comprender.

En su obra *Comunicación e información: perspectivas teóricas*, sugiere que: “la comunicación es un fenómeno que atraviesa y conecta diversas dimensiones de la vida social y cultural”. Paoli examina la comunicación desde tres principales

corrientes teóricas: el funcionalismo, el estructuralismo y el marxismo, lo que refleja su convicción de que la comunicación es un eje integrador en el estudio de las ciencias sociales. (p. 34). A través de la comunicación, construimos un entendimiento común del mundo que nos rodea

Además, al definir la comunicación como "el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado", este autor enfatiza su papel fundamental en la construcción de significados compartidos y en la cohesión social. Por lo tanto, Paoli subraya la importancia de la comunicación como un elemento central y unificador que permea diferentes aspectos de la sociedad y la cultura.

Considera el autor que la comunicación es una condición humana esencial. Parte del hecho de que el ser humano es en relación con los otros, y es precisamente en la comunicación donde se reconoce, expresa y transforma. Este eje muestra que la comunicación es un modo de ser en el mundo. Destaca la función social de la comunicación: a través de ella se construyen sentidos compartidos, se transmiten valores, se consolidan identidades colectivas y se organizan las estructuras sociales. La comunicación es vista como productora de cultura y generadora de realidad social. (pág. 35-36). La comunicación destaca su papel en la configuración de nuestra identidad y nuestras interacciones sociales.

### **Teorías de la comunicación**

Dentro de las teorías de la comunicación existen muchas relevancias en su generación, puesto que McQuail, (2010) aborda estas teorías como marcos conceptuales que explican cómo se generan, procesan y transmiten los mensajes

dentro de diferentes contextos. Estas teorías permiten comprender cómo interactúan los emisores, los mensajes, los medios y los receptores, y ayudan a descifrar las relaciones entre estos elementos en los procesos comunicativos” (p. 15).

Según West & Turner (2018) afirma que: “Las teorías de la comunicación son marcos conceptuales que permiten comprender los procesos mediante los cuales los seres humanos crean, transmiten y reciben significados en diferentes contextos”

Weaver y Shannon (1949) conciben la comunicación como un proceso lineal. “En donde los problemas comunicativos se resuelven desde el inicio de un punto, al cierre de otro eje, llevando consigo un sistema con ciertos conceptos e ideas claras a nivel conceptual (p. 11). Los problemas comunicativos se abordan identificando y corrigiendo fallos en la transmisión del mensaje

Desde otro autor, Watzlawick, se refiere a la comunicación como un “Conjunto aspectos que interactúan entre sí y se modifican, afectando las relaciones entre ellos. Por su parte, Marc y Picard (1992) comprende la comunicación como un término holístico y de proceso continuo, un todo que integra diversos aspectos (p. 12)

### **Función de las teorías de la comunicación:**

- Describir cómo funciona la comunicación en distintos niveles (interpersonal, grupal, masiva, digital, etc.).
- Explicar por qué ocurren ciertos fenómenos comunicativos (por ejemplo, la influencia de los medios).
- Predecir los efectos de los mensajes o comportamientos comunicativos.
- Evaluar críticamente las prácticas comunicativas en la sociedad.

### **Importancia de la teoría de la comunicación:**

Por su parte Rizo (2004) menciona que las teorías de la comunicación permiten sistematizar el conocimiento sobre los procesos comunicativos y comprender su complejidad.

Siendo fundamental destacar la importancia de las teorías de la comunicación como herramientas esenciales que ayuden satisfactoriamente a comprender la comunicación desde una perspectiva social, y adicional, su rol que este desempeña en la interconexión de diversos ámbitos de la sociedad son muy imprescindibles, por lo tanto se puede presentar ejemplos significativos como la política, la cultura, la economía y la educación; permitiendo un claro análisis de todas sus implicaciones en la sociedad. Aportando con nuevas estrategias para un mejor entendimiento en el ámbito comunicacional, alcanzando grandes perspectivas. (pág. 17). Las teorías de la comunicación presentan un sistema claro y facilita el entorno comunicativo en diferentes ámbitos culturales, económicos y en la formación general.

### **Corriente Funcionalista**

La corriente funcionalista se enfoca en estudiar la mente y el comportamiento, puesto que Vélez (2008) considera que permite adaptarse al entorno.

Su perspectiva estructural funcionalista teóricamente propondría unos marcos de análisis deterministas en donde la sociedad se constituye a partir de marcos institucionales que condicionan los comportamientos de los individuos o que constituyen su techo de posibilidades de acción. Desde un punto de vista epistemológico esta perspectiva presentaría análisis relativos

a la relación de las partes con el todo, proponiendo el cambio y las transformaciones de estas estructuras como lentos procesos históricos de acomodación entre las instituciones mismas. La acción y la interacción son conceptos claves desde esta perspectiva. El institucional se refleja en las interacciones y la combinatoria de sus posibilidades (pág. 7).

Este apartado se centra en entender la sociedad como un sistema interconectado, en el que las instituciones juegan un papel fundamental al condicionar los comportamientos individuales. Esta corriente teórica sostiene que las estructuras sociales limitan las posibilidades de acción de los individuos, al definir los marcos normativos que determinan las relaciones dentro de la sociedad. La acción y la interacción son conceptos clave en este enfoque, pues reflejan cómo las estructuras institucionales influyen en las relaciones sociales, transformándose de forma paulatina a lo largo del tiempo.

### **Corrientes estructuralistas**

"El estructuralismo sostiene que los significados y funciones de los elementos sociales y culturales solo pueden entenderse dentro del sistema estructural al que pertenecen" (Lévi-Strauss, 1963, p. 23).

Este enfoque teórico analiza los fenómenos sociales, culturales y lingüísticos a través de estructuras profundas, centrándose en las relaciones y la organización interna de estos elementos dentro de un sistema más amplio. Además, simplifica fenómenos complejos a estructuras más básicas, ofreciendo un marco útil para estudiar fenómenos culturales.

## **Corriente Crítica – Marxista**

Paoli (1986), expresa que los medios de comunicación en las sociedades capitalistas no son meros transmisores de información o entretenimiento, sino que son actores fundamentales en la reproducción de las estructuras de poder y las desigualdades sociales. A través de la creación y difusión de contenido, los medios contribuyen a la consolidación de una hegemonía ideológica que favorece los intereses de las élites económicas, reduciendo la posibilidad de que las clases subalternas cuestionen su posición dentro del sistema.

Según esta perspectiva, los medios de comunicación no son entidades neutrales ni imparciales, sino que están profundamente influenciados por las relaciones de poder y sirven, en última instancia, para reforzar la hegemonía de las élites económicas y políticas; asimismo, destaca de manera muy relevante a la mercantilización de los medios de comunicación, lo que significa que la información se convierte en una mercancía más dentro del mercado capitalista, así como argumenta que son instrumentos de alineación, lo que hace que impida que las personas reconozcan su condición y las necesidades que adquieren en el ámbito estructural, manipulando la información, por lo tanto los medios de comunicación son esenciales en la reproducción de situaciones de poder puesto que moldean las decisiones del público.

Según el autor Habermas (1971) expresa que la teoría crítica marxista sostiene que la comunicación está directamente relacionada con las estructuras de poder, donde medios de comunicación y los discursos dominantes sirven para reproducir las relaciones de poder y las condiciones materiales de la clase dominante.

Desde la perspectiva de la teoría crítica marxista Marcuse (1964) considera que los

medios de comunicación y la cultura en general son herramientas fundamentales para mantener la hegemonía ideológica de la clase dominante que, a través de estos medios, controla la percepción pública y refuerza su poder económico y social.

La teoría marxista brinda la oportunidad de controlar los medios digitales y distribuir el acceso a estas plataformas, lo cual permite identificar posibles desigualdades y barreras que enfrentan los músicos independientes de Montalvo, comparando si las plataformas digitales reproducen las mismas dinámicas de poder que los medios tradicionales asimismo la teoría marxista critica la mercantilización de la cultura, donde la música se convierte en un producto más para el consumo. En el contexto de Montalvo, esto implica analizar cómo las plataformas digitales pueden preservar el valor cultural y artístico de la música local, en lugar de reducirla a un simple bien de consumo.

También es fundamental su utilización para impulsar la creación de plataformas digitales gestionadas por los propios músicos de Montalvo, donde puedan difundir su música de forma independiente y autónoma, de manera que los medios digitales pueden facilitar la creación de una comunidad de músicos y seguidores en Montalvo, donde puedan intercambiar ideas, colaborar y apoyarse mutuamente. Esto puede fortalecer su posición frente a las estructuras de poder dominantes.

La teoría marxista permite analizar cómo los medios digitales pueden contribuir a la homogeneización cultural, imponiendo gustos y tendencias globales. En el caso del cantón Montalvo, es importante utilizar estas plataformas para preservar y difundir la riqueza y diversidad de la música local, ofreciendo herramientas valiosas para analizar y transformar el papel de los medios digitales en la difusión de la

manifestación cultural musical independiente de Montalvo. Al aplicar sus principios, se puede trabajar hacia la creación de plataformas más justas, equitativas y de gran relevancia para los músicos locales.

### **Transformación de la conciencia crítica**

Una de las propuestas fundamentales es la transformación de la conciencia de los individuos, a través de la educación y el desarrollo de una conciencia crítica. Se busca fomentar una mayor autonomía y conciencia política entre las personas para que puedan cuestionar las estructuras opresivas y buscar cambios reales en la sociedad.

Marcuse (1964) dice: "La emancipación humana solo puede lograrse mediante una transformación radical de la conciencia y la estructura de la sociedad capitalista"

Marcuse, en su obra *El hombre unidimensional*, señala que el conformismo generado por el capitalismo industrial limita la capacidad crítica y el pensamiento independiente. "La sociedad industrial avanzada crea un individuo unidimensional, incapaz de cuestionar el sistema, por lo que es urgente liberar la imaginación y la capacidad crítica para la transformación"

También es necesaria una revolución social para destruir las estructuras capitalistas y crear un nuevo orden social basado en la justicia y la igualdad.

Adorno & Horkheimer (1944) en su análisis de investigación señala que la revolución no solo es necesaria en el ámbito económico, sino también en el ámbito cultural y educativo, para superar la alienación y las estructuras de poder opresivas".

## **Industrias culturales**

Las industrias culturales transforman la cultura en una mercancía que es consumida pasivamente por las masas, reduciendo su capacidad crítica y reforzando el sistema de dominación.

Held (2006) expresa que las industrias culturales no solo crean productos para el consumo, sino que construyen también una realidad social homogénea, impulsada por intereses económicos y políticos.

Por su parte, Castells (2000) afirma que las industrias culturales en la era digital crean una sociedad de la información, donde la producción de cultura se convierte en una estructura de poder que tiene un impacto directo en la identidad y la conciencia social.

Afirmó que están profundamente vinculadas con la era digital, ya que las tecnologías de la información y los medios digitales han transformado tanto la creación como el consumo de productos culturales. En este contexto, subraya que las industrias culturales no solo son fundamentales para la economía, sino que también desempeñan un papel crucial en la construcción de identidades colectivas y en la distribución del poder dentro de una sociedad globalizada. Este proceso, según el autor, refleja cómo las redes digitales y los flujos de información moldean las dinámicas sociales y culturales en la era de la información

Una interconexión con plataformas digitales es trascendental, realizando alianzas con plataformas digitales streaming para la distribución de la música de los artistas locales, ampliando el alcance de sus composiciones en el cantón Montalvo,

mediante el correcto uso del marketing digital, creando contenido atractivo y relevante que conecte con el público y genere interés en la música, puesto que la colaboración con productores audiovisuales locales es vital para crear videos musicales de alta calidad que muestren la riqueza de la música de Montalvo.

El buen desarrollo de la industria musical local se relaciona con la capacitación y asesoramiento sobre producción musical y marketing que los artistas del cantón Montalvo puedan adquirir para que desarrollen sus habilidades y alcancen sus objetivos; siendo también esencial explorar fuentes de financiamiento como patrocinios, publicidad y donaciones con el objetivo de asegurar que el proyecto promueva la diversidad cultural y la preservación de la identidad musical de Montalvo, para que sea un apoyo imprescindible y que la cultura, no se pierda. Al integrar las industrias culturales de manera estratégica, el proyecto de medios digitales puede convertirse en un catalizador para el desarrollo de la escena musical independiente del cantón Montalvo.

### **Nuevos modelos de distribución, comercialización y consumo de música**

La era digital presenta cambios significativos, siendo un tema bastante utilizado en la actualidad, por lo tanto (Bustamante et al, 2003) visualiza que los nuevos modelos de distribución y comercialización que estas plataformas están desarrollando en el entorno digital se basan en los modelos históricos de financiación de los sectores de las I.C., esto es: la financiación directa a través del pago por producto y la financiación indirecta por medio de la publicidad. Estas dos formas básicas de financiación se complementan hoy con una nueva lógica comercial en ascenso, denominada “lógica de club o acceso”, basada en el acceso

discriminado a la oferta musical a partir del pago de productos y servicios por parte de los usuarios. Esta nueva lógica se constituye hoy en la lógica predominante de acceso a la producción cultural en general y a los productos musicales en particular en el entorno digital.

Las plataformas en línea han remodelado las formas tradicionales de financiar las industrias culturales. Este cambio ha llevado a un modelo donde el acceso constante a la cultura, en lugar de la posesión individual, se ha vuelto predominante, lo cual es crucial para comprender la dinámica actual del mercado musical digital y sus oportunidades y retos (p. 319). En la actualidad la era digital brinda la posibilidad de identificar problemáticas transversales de todas las industrias culturales.

### **La transformación de la música en la era digital**

Calvi (2022) manifiesta que a comienzos del siglo XXI, ya en la era digital, la música experimenta una nueva mutación hacia su desmaterialización creciente, convirtiéndose en un contenido que circula y se replica, a veces instantáneamente, en las redes sociales digitales. En sentido opuesto a lo que se venía anunciando hace unos años, con la desaparición parcial del objeto físico musical y la digitalización de la música, no se produce una revitalización de la escena de la música en vivo, sino todo lo contrario. Actualmente, el problema fundamental ya no se sitúa tanto en la desaparición del objeto físico de la música como en su lenta desaparición como acontecimiento presencial, su aquí y ahora en la ejecución, y su reemplazo, paulatino pero constante, por la mediación técnica y virtual de las plataformas digitales, tanto en las modalidades de difusión en tiempo real (streaming) como en diferido (p. 2)

Conjuntamente a esto, nuevas formas de creación y difusión musical están emergiendo en las redes sociales digitales, tales como los conciertos en streaming o en diferido en YouTube, Instagram y Facebook, o la promoción de álbumes musicales en Bandcamp y Spotify, por ejemplo. A pesar de esto, las nuevas modalidades virtuales no pueden reemplazar la experiencia directa de la música en vivo (p. 4). Las redes sociales digitales han democratizado el acceso a la producción y distribución musical, permitiendo a los artistas llegar a audiencias globales sin la necesidad de intermediarios tradicionales.

Sin duda los espacios donde se produce una diversidad real, tanto en la creación como en la escucha musical, es en la escena de la música en vivo. Este tejido social se compone de todos aquellos creadores y creadoras de músicas, sean estas del género que sean, que operan activamente en las escenas musicales locales. Los bares, clubes, pequeñas salas de conciertos e incluso la calle o cualquier otro espacio público son los ambientes naturales en los que la música, desde siempre, ha sido creada y diseminada a través de las poblaciones y los distintos grupos sociales. Estos son los lugares en los que los músicos interactúan entre sí y con los distintos públicos, contaminando y aumentando permanentemente la diversidad musical de cualquier país, región o ciudad. Sin las escenas locales de música en vivo, la música simplemente se desvanece (pp. 7-8). Se enfoca mucho en la interacción de las personas para conocer sus opiniones o reacciones.

En la actualidad, los medios digitales atraviesan una notable evolución que facilita a los artistas la distribución y promoción de su música a nivel mundial, permitiéndoles llegar a audiencias previamente inalcanzables. Esto les brinda

múltiples beneficios en las plataformas digitales y les abre la posibilidad de alcanzar el éxito de manera significativa, ya que los oyentes disponen de una amplia variedad de opciones en sus listas de reproducción, incluyendo géneros y artistas de su preferencia, lo que les permite seleccionar según sus gustos.

### **Comunicación participativa**

Este autor ha contribuido enormemente al desarrollo de la comunicación participativa siendo una herramienta clave para conseguir el desarrollo social, por lo tanto (Gumucio, 2002) indica que los principales componentes que caracterizan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar.

La comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados (p. 28). Es decir se basa en una alternativa moderna y llena de innovaciones.

El modelo de comunicación participativa se enfoca en la creación de espacios donde los músicos y la comunidad puedan participar activamente en la producción y difusión de contenidos, adquiriendo un diálogo abierto y horizontal, fomentando espacios para la manifestación de opiniones y la toma de decisiones grupales. Es primordial el uso de herramientas digitales interactivas como por ejemplo las redes

sociales, fotos, etc. Este modelo es muy útil para dar voz a los músicos locales, y para crear una comunidad activa alrededor de la manifestación cultural musical del cantón Montalvo.

Se utilizará este tipo de comunicación participativa incentivando a los músicos y a la comunidad a crear y compartir contenido, como videos, grabaciones de conciertos, entrevistas y reseñas. El desarrollo de las transmisiones en vivo y sesiones de preguntas y respuestas son un factor muy relevante que va ayudar de gran manera a que el artista se expanda rápidamente con su música, lo cual permite que la audiencia participe en tiempo real, enviando reacciones y comentarios. Asimismo el uso de plataformas digitales como streaming, Bandcamp; redes sociales, Facebook, YouTube, Instagram, entre otros, para coordinar la producción, grabación y difusión de sus proyectos, invitando a músicos experimentados y profesionales de la industria a compartir sus conocimientos y experiencias.

Mediante organización de festivales y eventos virtuales que muestren la diversidad de la música local, en la cual la audiencia vote por sus artistas favoritos, con plataformas digitales accesibles para todos los miembros de la comunidad, promoviendo la diversidad de géneros musicales y la inclusión de músicos de diferentes orígenes y edades, haciendo énfasis que el proyecto de medios digitales puede convertirse en un espacio vibrante y participativo que impulse la difusión de la música independiente del cantón Montalvo y fortalezca la comunidad musical local.

**Medios digitales como plataformas de difusión de la manifestación cultural musical independiente en el cantón Montalvo**

**Tabla N° 1: Modelo de comunicación participativa**

<b>Medio Digital</b>	<b>Uso</b>	<b>Impacto</b>	<b>Ejemplo</b>
YouTube	Publicación de videoclips y sesiones en vivo en sitios icónicos del cantón.	Difusión internacional; visibilidad para artistas locales	Canal “Sonidos de Montalvo” y el tema “Rap Montubio”
Instagram y Tiktok	Videos cortos de música, vestimenta típica y expresiones culturales.	Viralización de contenidos, conexión con públicos jóvenes.	Reels con bailes montubios modernos
Spotify	Distribución de música original en formato digital.	Acceso global a las canciones; inclusión en playlists colaborativas.	EP “Raíces Urbanas Montalvinas”
Facebook Live	Transmisiones en vivo de conciertos y celebraciones tradicionales.	Participación de la comunidad local y migrante; refuerzo de identidad cultura	Concierto virtual por las fiestas del cantón

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Comunicación**

Paoli (1986) destaca que la comunicación es un proceso social que implica la transmisión y recepción de mensajes, pero, además, está influenciada por las relaciones de poder y los contextos socioeconómicos en los que se desarrolla. No solo es un acto de intercambio de información, sino una actividad profundamente condicionada por los entornos históricos y culturales que modelan la interpretación de los mensajes.

La comunicación implica el intercambio de ideas, sentimientos y pensamientos entre individuos o grupos a través de diversos medios, tanto escritos como digitales. Este proceso se centra en la transmisión de un mensaje desde un emisor hasta un receptor, con el objetivo principal de que el destinatario reciba el mensaje de manera clara y comprensible, permitiéndole interpretar adecuadamente lo que se ha comunicado. Este proceso de comunicación efectiva es esencial para asegurar que el mensaje se entienda tal como se pretendía.

### **Comunicación y cultura**

Ulloa (2007) afirma que lo precedente, entre otras cosas, nos hace pensar en una relación de largo aliento: comunicación y cultura, relación que puede ser entendida desde dos entradas:

a) La cultura de los pueblos se manifiesta mediante su universo simbólico que se ha tejido, construye y renueva desde múltiples significados que nos comunican cómo son, de dónde vienen y hacia dónde van, brindando una visión del futuro, siendo un punto de referencia para las comunidades al enfrentar nuevos desafíos mientras preservan su esencia cultural.

b) Toda forma de comunicación es, de antemano, una expresión cultural, ya que cada uno de los lenguajes de las personas que conforman una comunidad evidencian la forma como intercambian ideas, establecen contactos, inician las relaciones, formalizan normas de comportamiento como el saludo.

Según Cevallos (2005) afirma:

La comunicación actúa como un proceso que construye cultura, ya que la

significación surge de acuerdos sociales sobre los signos percibidos en la realidad. Estos signos adquieren valores específicos dentro de la visión que tiene un grupo humano, lo que implica que la comunicación es fundamental para la creación y el entendimiento de los significados culturales compartidos (p. 20).

### **Manifestaciones culturales**

Núñez (2011) expresa que las manifestaciones culturales populares son formas de expresar costumbres, tradiciones y acciones cotidianas. Estas deben ser realizadas por un grupo importante de personas, que no es hegemónico, muchas veces no es parte de la cultura oficial y opera y se desarrolla al margen del poder político, económico y religioso, y no son raros los casos en los que su subsistencia se da haciendo frente a la hostilidad y agresividad de los sectores oficiales. Su universo es de la colectividad e interculturalidad. La cultura popular tradicional y sus manifestaciones vienen a constituir el basamento más significativo, sobre el cual el pueblo edifica su idiosincrasia, constituyendo la personalidad del pueblo y su existencia histórica cultural. (p. 34)

Las manifestaciones culturales no solo funcionan como expresiones de resistencia, sino que también generan espacios colectivos que brindan nuevas visiones del mundo. Estas manifestaciones capturan las costumbres, tradiciones y prácticas diarias de grupos sociales. Aunque suelen ser cautelosas con las instituciones de poder, ya que tienden a mantenerse al margen, promueven una identidad autónoma y se desarrollan dentro de las comunidades. Además, se enriquecen con influencias

diversas provenientes de la interacción entre diferentes grupos culturales. Este proceso permite que las manifestaciones culturales conserven su independencia y promuevan la diversidad cultural.

### **Medios de comunicación**

Becerra (2014) manifiesta que:

Las nuevas regulaciones sobre medios de comunicación adoptadas en varios países de la región son el complemento de una inédita discusión sobre la función de los medios impulsada por la sociedad civil y por una activa intervención gubernamental. Los ejes de esa intervención modifican parte de la historia regulatoria de los medios latinoamericanos y se sitúan en las antípodas de la relajación de las normas sobre el sector que es moda en los países centrales. A su vez, la convergencia tecnológica entre medios audiovisuales, telecomunicaciones e internet atrae a nuevos actores a la discusión e impacta en la labor mediadora que ejercían tradicionalmente las empresas periodísticas.

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la difusión de información en varios países de Latinoamérica, lo que ha llevado a cambios significativos en el control y la regulación de los medios. Estos cambios se consideran, en parte, como una respuesta a la intervención activa de los gobiernos en la configuración de los medios de comunicación.

### **Impacto tecnológico en la sociedad**

Acosta, Yacelga, & Sanafria (2022) consideran que, en los últimos años, se

ha visto un desarrollo constante en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, especialmente en el uso de dispositivos móviles para acceso a aplicaciones web y móviles, sean estas relacionadas a comercio electrónico, diversión, productividad y temas en general. Las aplicaciones móviles han ido en crecimiento en el mundo y por qué no en el Ecuador, este tipo de aplicaciones son utilizadas por la mayoría de las personas en la difusión global de la música independiente, sin embargo, el uso de redes sociales también ha visto cambios en la búsqueda de información (p. 237).

Es crucial resaltar el aumento en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente en aplicaciones móviles, y su influencia en la difusión global de la música independiente. Estas tecnologías facilitan el acceso a información y servicios a través de aplicaciones móviles y redes sociales. Sin embargo, este avance también presenta desafíos relacionados con la confiabilidad de la información y la necesidad de educación digital para garantizar un uso apropiado de estas herramientas.

### **Nuevas tecnologías y cambios sociales**

Es importante abordar este tema puesto que como expresa Navarro (2024) “las nuevas tecnologías han transformado radicalmente la sociedad en múltiples aspectos, desde la comunicación y la economía hasta la educación y la cultura”.

De acuerdo con los principios de la Comunicación para el Cambio Social, entonces Internet y, en general, las tecnologías, deberán ser utilizadas, analizadas y aprovechadas por los beneficiarios. Las tecnologías de la

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

El acceso generalizado a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha impulsado una globalización de la información, lo que ha facilitado la difusión de la música independiente como manifestación cultural. Además, ha promovido una democratización del conocimiento, permitiendo que cualquier usuario con acceso a Internet pueda acceder a información y compartir contenidos. Las TIC han sido fundamentales en la transformación de la comunicación y el acceso a la información, facilitando el aprendizaje, el entretenimiento y las interacciones sociales. Desde la perspectiva de la Comunicación para el Cambio Social, este fenómeno ha tenido un impacto significativo en la forma en que se abordan los cambios sociales.

### **Impacto digital en la difusión cultural**

Sanmartín (2018) considera:

La presencia del Internet, conocida a finales del siglo XX como la autopista

de la información, lleva a los medios tradicionales a incursionar poco a poco en la cibernética y así a explorar esto de las plataformas digitales. La primera herramienta digital a usarse con énfasis y hasta hoy es irremplazable es sin duda el correo electrónico. Antes de la llegada del año 2.000, unos dos o tres años previos al cierre del pasado milenio, el mundo le apuesta a la promoción de los medios de comunicación a través de las páginas web. Con la entrada del nuevo milenio los medios entran a ser arte activa en las redes sociales, aprovechan la facilidad de conectividad e interactividad con su público (p. 41)

Se destaca que todas las expresiones artísticas, tanto tradicionales como contemporáneas, están concebidas para provocar una reacción en el espectador. A través de elementos como colores, formas, sonidos y movimientos, el arte se convierte en un medio de expresión universal que supera las barreras lingüísticas y culturales. Cada disciplina artística utiliza un lenguaje simbólico único para transmitir significados: la música emplea sonidos y ritmos, la danza se comunica mediante el movimiento, y las artes visuales utilizan imágenes para evocar emociones y pensamientos. El arte no solo es una creación del artista, sino que adquiere vida a través de la interpretación del público.

### **La evolución de las plataformas de comunicación y la difusión del arte**

Sanmartín (2018) afirma que la evolución de las plataformas de la información, no sólo revolucionó la comunicación, sino todas las actividades humanas, y por ende el mundo del arte. Hoy en día no hay propuesta de obra o práctica artística que no aproveche los nuevos canales tecnológicos como

soportes o como canales para llegar a los públicos (p. 21)

La digitalización y el avance de las plataformas tecnológicas han cambiado la manera en que se crea, distribuye y consume el arte. Actualmente, los artistas recurren a herramientas digitales para desarrollar sus obras y aprovechar nuevos medios para su difusión. Internet, las redes sociales, el streaming y otras plataformas digitales han ampliado el alcance del arte, siendo la tecnología no solo un medio de difusión, sino también un recurso creativo.

### **El rol de los medios en la difusión de la manifestación cultural**

En la actualidad los medios de información masivos juegan un papel crucial al difundir noticias, reportajes, documentales y otros contenidos informativos.

Pérez (2018) dice: “Los medios de comunicación masivos desempeñan un papel clave en la construcción de la opinión pública y la cultura, ya que transmiten información e ideas de manera unilateral”

Existe evidencia amplia de que la cultura puede ser tan influyente que la conducta de las personas cambia notablemente al entrar en una comunidad, transformando su comportamiento y adaptándose a los cambios necesarios, especialmente en el ámbito de la música, adquiriendo cambios positivos. La difusión de la cultura depende del contexto y las influencias del entorno. La cultura es un medio crucial en la formación de la opinión pública, pero su impacto puede ser tanto positivo como negativo, dependiendo de cómo se gestione la información, se debe tener mucho cuidado con la información que se exponga.

## **Medios digitales**

Rivera (2013) manifiesta que el creciente acceso a Internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador han modificado muchos aspectos de la vida cotidiana. La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que han sufrido modificaciones importantes. El año 1994 marca un punto de quiebre en cuanto a información noticiosa, algunos medios de comunicación tradicionales, principalmente los periódicos, empezaron a publicar habitualmente contenidos en Internet. Esos primeros sitios eran versiones básicas, pero permitían conocer lo que sucedía en nuestro país desde cualquier rincón del mundo (p. 113)

En la actualidad el acceso a Internet y la digitalización han brindado muchas oportunidades y desafíos para la sociedad ecuatoriana. Todas estas actualizaciones y avances han favorecido una mayor inclusión digital y se ha adquirido un mayor conocimiento, sin dejar de mencionar que es de vital importancia el requerimiento de una reflexión bastante amplia sobre el uso adecuado y responsable de la tecnología y la reducción de las desigualdades digitales.

## **Plataformas digitales**

Es importante entender la realidad de las plataformas digitales dentro del país, por lo que Andrade (2017) manifiesta la forma en la que funciona y se promocionan este tipo de portales. En el artículo mencionado María Isabel Punín señala que:

Los medios digitales de Ecuador deben comprender que su medio es una

empresa, su producto es la información. Se debe trabajar con estrategias de marketing y publicidad, enfocándose y analizando su público objetivo. Las tendencias que se exponen están enmarcadas en un estudio internacional. Es necesario recalcar la importancia de todas ellas, puesto que ven como herramienta para el mejoramiento de cualquier medio digital, tanto en el aspecto periodístico como publicitario” (p. 206).

En este apartado el autor menciona la importancia de las plataformas digitales en Ecuador y como han evolucionado en los últimos años, así como su relación con el marketing, la publicidad y el público. Los medios digitales se enfocan principalmente en realizar una publicidad determinada haciendo que se mantenga reforzada la noción de que el modelo de negocio de estos medios debe combinar el periodismo con estrategias de financiamiento a través de la publicidad, desarrollándose a través de la industria independiente, puesto que se orienta hacia modelos de crecimiento más estructurados y sostenibles.

### **Redes sociales**

Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008):

“Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente represente una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas” (p.123)

## **Los medios de difusión**

Herrera (2012) dice que:

En la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Es decir, ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología (blogs, wikis, etc.). La principal regla en este último grupo es que no hay reglas; es decir, no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios (pp. 122-123)

## **Impacto económico en la era digital**

De Dios (2018) dice: La forma en la que el usuario accede a la experiencia musical ha cambiado con el desarrollo de la tecnología digital, y el mundo de la producción musical no es una excepción. Esta nueva realidad en la que el estudio de grabación se encamina hacia su definitiva “virtualización”, no solo implica una ruptura con el arraigo a lo “físico” por parte de una generación de nativos digitales que ya no han vivido la transición del hardware al software, supone de igual modo un cambio en su propia concepción de la producción musical, y en la forma en la que se accede a la formación necesaria para poder desarrollarse profesionalmente (p. 71)

El avance de la tecnología digital se ha transformado por completo de la manera en

que los usuarios experimentan los medios digitales actuales para la difusión de la música, impactando no solo el consumo, sino también la producción musical. La virtualización del estudio de grabación marca un punto de inflexión en el que el hardware tradicional ha sido reemplazado por software avanzado, eliminando la necesidad de equipos físicos costosos y permitiendo mayor accesibilidad a herramientas de producción profesional.

Navas et al (2020) expresa: Las primeras cuatro décadas de internet han traído el correo electrónico, la red informática global, las empresas electrónicas, los medios sociales, la red móvil y el almacenamiento en la nube. Internet ha servido para reducir los costes de investigar, colaborar e intercambiar información. Ha permitido la aparición de nuevos medios de comunicación y entretenimiento, de nuevas formas de comerciar y de organizar el trabajo, y de empresas digitales como nunca las ha habido (p. 350)

Se conoce que a lo largo de los últimos 20 o 30 años ha existido un cambio muy importante en la tecnología ya sea organizacional o de aspecto financiero, puesto que presentan transformaciones trascendentales en la estructura de instituciones poderosas en el sector económico mundial, desarrollando una producción económica a escala mundial.

### **Evolución de los medios digitales en Ecuador de 2012 a 2018**

Vallejo y Pérez (2019) mencionan que: El Ecuador no fue ajeno al fenómeno mundial de Internet, terreno fértil para los medios tradicionales que optaron por migrar a plataformas informáticas, tanto como para los medios nativos digitales que

no cuentan con existencia previa en otros espacios o soportes. Tras la llegada de la red de redes a este país en 1991 a través de Ecuánex, empresa que brindó el primer acceso al nodo establecido por la corporación Interinstitucional de comunicación Electrónica (Intercom), ningún medio de comunicación tenía acceso a este servicio. Cinco años después aparecen las primeras experiencias de medios de comunicación con acceso a Internet: diario Hoy (1995), El comercio (1996) y El Universo (1997). Este fue el inicio local de un proceso mundial, al que Roger Folder llamó mediamorfosis, es decir, el cambio producido en los medios de comunicación por causa de un avance tecnológico, que modifica las prácticas de producción y difusión informativa.

Este cambio también ha redefinido los perfiles profesionales, favoreciendo la especialización en el uso de software y la adaptación a flujos de trabajo más dinámicos y colaborativos, alejados del estudio físico tradicional. La industria del audio, por lo tanto, se encuentra en una constante evolución, equilibrando la innovación tecnológica con la preservación de estándares de calidad en la producción musical.

### **Nuevos desafíos para la producción musical autogestionada durante la pandemia**

Saponara (2024) afirma: Durante la pandemia, las presentaciones en vivo dejaron de funcionar de la forma en que lo hacían. Teniendo en cuenta que el recital en vivo compromete a un grupo de personas no sólo a artistas, sino también a técnicos/as, sonidistas, iluminadores/a, fotógrafos/as, etc., que colaboran para realizar una obra, considero que la acción colectiva y el

trabajo de esa red de personas se vio afectado por la interrupción de la actividad, pues el nuevo contexto, al frenar la actividad musical en vivo, perjudicó a actores, actrices y agentes que colaboran de forma organizada para realizar recitales. Durante el periodo, las plataformas digitales, los shows vía streaming o los vivos de artistas en redes sociales cobraron mayor protagonismo y fueron ocupando el lugar vacío que dejó el recital en vivo, lo que, si bien para ciertos/as músicos/as significó nuevas formas de percibir ingresos (mediante un pago prefijado o bajo la modalidad a la gorra virtual), para otros/as implicó nuevas formas de precariedad (pp. 12-13).

El texto aborda el impacto de la pandemia en las presentaciones en vivo y el ecosistema laboral que depende de ellas, lo cual la suspensión de los recitales afectó no solo a los músicos, sino a una red de trabajadores esenciales para la realización de eventos, como técnicos, sonidistas, iluminadores y fotógrafos. Si bien algunos artistas lograron obtener ingresos mediante nuevas modalidades como el pago prefijado o "a la gorra virtual", para muchos otros la digitalización representó una forma de precarización, por lo tanto el autor resalta la importancia del trabajo en red dentro de la industria musical y cómo su interrupción impactó de manera negativa en la sostenibilidad de este sector.

Es evidente que la pandemia transformó de manera inesperada el mundo de los espectáculos en vivo, haciendo que los músicos y trabajadores del sector logren adaptarse a nuevas condiciones laborales y tecnológicas. Todos estos procesos vividos en el ámbito musical han sido tanto de oportunidades como desafíos que han tenido que atravesar ya sea en términos de estabilidad económica y profesional.

## **Estrategias y desafíos de la industria musical en tiempos de pandemia y virtualidad**

Varano (2020) dice: La adaptación de los negocios musicales y las vías de distribución han mutado con el paso del tiempo, siempre amoldándose a los usos y a las apropiaciones del público por parte de una innovación tecnológica superadora, asimismo es importante destacar los ingresos que producen las aplicaciones, haciendo foco en Spotify el sitio más importante para luego comentar la noción de value gap o brecha de valor que provoca que artistas tengan como ingreso secundario o terciario las retribuciones por sus obras en medios digitales, detrás de las presentaciones en vivo. Spotify: la brecha de valor en el auge de las ventas digitales con el ingreso de las herramientas tecnológicas, Internet provocó que muchos de nuestros consumos culturales se hayan digitalizado con el correr de los años. Desde libros o películas, hasta la música (p. 7)

El autor menciona la evolución de los negocios musicales y las vías de distribución, destacando cómo estas se han transformado con el avance tecnológico y la apropiación del público, así como su aceptación, del mismo modo Spotify se ha convertido en el principal referente en la distribución musical actual. Las aplicaciones de streaming han redefinido el modelo de negocio, generando nuevas fuentes de ingresos y desafíos para los artistas y la industria en general. El internet ha acelerado la transición hacia el consumo digital de bienes culturales, como libros, películas y música lo que ha permitido un acceso más amplio a diferentes contenidos.

## **Los impactos de las nuevas tecnologías digitales en la Industria Musical**

La Industria Musical ha convivido desde sus inicios con los cambios tecnológicos, que posibilitaron el pasaje de la música como una experiencia vivencial e interactiva, a una industria de entretenimientos que abarca un conjunto mayor de alternativas. Los cambios tecnológicos más influyentes en los últimos cincuenta años estuvieron asociados a las técnicas de grabación y a los soportes de almacenamiento. Hasta el desarrollo del disco compacto, fueron las propias compañías discográficas las que impulsaron las innovaciones tecnológicas, ya que estas implicaron un crecimiento en sus negocios. Los actuales cambios tecnológicos como la masificación del uso de Internet, el surgimiento del formato mp3, los softwares peer to peer y las tecnologías móviles impactan de manera más que significativa en la forma en que la música es almacenada, reproducida, distribuida y comercializada. Cohnheim, et al (2008).

En el ámbito de la industria musical ha existido una gran evolución de manera constante en respuesta a los cambios tecnológicos, partiendo principalmente desde los soportes físicos hasta la era digital. Destacando que las discográficas impulsaron de manera amplia la innovación con el objetivo de expandir sus mercados, puesto que la llegada de Internet y las plataformas digitales ha descentralizado la producción y distribución musical. En la actualidad el streaming y la conectividad móvil definen el consumo de música, abriendo nuevas oportunidades para los artistas y desafiando los modelos de negocio tradicionales. La adaptación a estas tendencias juega un papel fundamental para el futuro de la industria.

## **La puesta en escena de la música en el nuevo escenario virtual**

Los cambios tecnológicos están propiciando nuevas formas de socialización de los bienes culturales y la música no está siendo ajena a ellos. Los actuales cambios en la difusión de la información y en las tecnologías de transmisión han intensificado enormemente la difusión global de música. Internet se ha convertido en el gran aliado del mensaje musical gracias a la aparición de diversas tecnologías de grabación y difusión, apoyadas en nuevos formatos, ampliando así el catálogo de mensajes que el individuo puede recibir a través de las múltiples músicas disponibles y reabriendo un antiguo debate sobre el papel de la música en el universo cultural. El sector de la música en la era digital, en especial el de la música grabada, se ve sumergido en una irrefrenable evolución de los paradigmas clásicos del mercado. Tercero, et al (2016).

El autor menciona el impacto de los cambios tecnológicos en la difusión y socialización de los bienes culturales, centrándose en la música como un ejemplo clave, la evolución de las tecnologías de información, el acceso a una gran variedad de contenidos musicales, generando un aumento en la disponibilidad y diversidad de la música, también resalta cómo la tecnología se ha transformado la manera en que se distribuye la música a nivel global, destacando la facilidad de acceso a la música.

### **La música y su digitalización**

La industria musical siempre ha coexistido con avances tecnológicos, pero la llegada de Internet marcó un punto de inflexión significativo. Existe una clara diferencia

entre las técnicas tradicionales utilizadas para mejorar el mercado y el impacto disruptivo de Internet, que alteró profundamente el mercado y dejó a la industria musical sin estar adecuadamente preparada para adaptarse a este cambio radical.

Rodríguez (2020) afirma:

Antes de Internet, la fracción discográfica era la más potente de las tres industrias musicales. La razón más significativa fue la gran cantidad de ingresos que producía. Todo artista en la industria soñaba con firmar con un gran sello discográfico y así poder abrirle las puertas al gran mundo musical en el mercado internacional. Esto suponía para el intérprete una financiación de sus proyectos y una longeva carrera como creador.

### **Marketing Digital en la industria del entretenimiento musical**

El Marketing Digital en el mundo musical permite que los mismos artistas sean quienes promocionen su música y se presenten al mercado sin necesidad de afiliarse con alguna organización, esto se da gracias a plataformas de música digitales que permiten comercializar contenido musical de manera legal, a diferencia de tiempos antiguos, donde un artista debía firmar contrato con alguna disquera nacional o internacional para poder promocionar su música debido al fuerte gasto que esto representa, con la ayuda del marketing digital se ha facilitado esta distribución y ha permitido que los artistas puedan promocionar su trabajo de forma más económica y rápida. Puerta (2017).

Los artistas del Cantón Montalvo en la actualidad utilizan medios digitales para

promover y difundir su música, siendo el género de la cumbia uno de los más cantados, asimismo entre las plataformas más utilizadas está Facebook, Tiktok, Instagram, YouTube, cuyo objetivo es el alcance y la popularidad que llegaran a tener, asimismo es la facilidad de uso que estas tienen para la publicación y compartición de contenido, haciendo que el artista logre interactuar con su público, fomentando una relación más estrecha de manera que responda comentarios y visualice las diferentes reacciones; algo que también hace beneficioso para el artista es que la mayoría de las plataformas son gratuitas y tienen la ventaja de promocionar su música.

#### **2.4. Marco legal**

##### **Constitución de la República del Ecuador**

Art. 62.- La cultura es patrimonio del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El Estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica. Establecerá políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El Estado fomentará la interculturalidad, inspirará sus políticas e integrará sus instituciones según los principios de equidad e igualdad de las culturas.

Art. 63.- El Estado garantizará el ejercicio y participación de las personas, en igualdad de condiciones y oportunidades, en los bienes, servicios y manifestaciones de la cultura, y adoptará las medidas para que la sociedad, el sistema educativo, la

empresa privada y los medios de comunicación contribuyan a incentivar la creatividad y las actividades culturales en sus diversas manifestaciones.

Los intelectuales y artistas participarán, a través de sus organizaciones, en la elaboración de políticas culturales.

## **TITULO I**

### **DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS**

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

Art. 5.- El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación. El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

Art. 6.- El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:

a) La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;

b) Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,

c) Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley.

Art. 7.- Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Artista intérprete o ejecutante: Persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra.

Emisión: Difusión a distancia de sonidos, de imágenes o de ambos, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, con o sin la utilización de satélites, para su recepción por el público. Comprende también la producción de señales desde una estación terrestre hacia un satélite de radiodifusión o de telecomunicación.

Expresiones del folklore: Producciones de elementos característicos del patrimonio cultural tradicional, constituidas por el conjunto de obras literarias y artísticas, creadas en el territorio nacional, por autores no conocidos o que no se identifiquen, que se presuman nacionales del país, de sus comunidades étnicas y se transmitan de generación en generación, de manera que reflejen las expectativas artísticas o literarias tradicionales de una comunidad.

Reproducción: Consiste en la fijación de la obra en cualquier medio o por cualquier procedimiento, conocido o por conocerse, incluyendo su almacenamiento digital, temporal o definitivo, y la obtención de copias de toda o parte de ella.

Retransmisión: Remisión de una señal o de un programa recibido de otra fuente, efectuada por difusión de signos, sonidos o imágenes, ya sea difusión inalámbrica, o a través de cable, hilo, fibra óptica o cualquier otro procedimiento, conocido o por conocerse.

## **DE LA DESAGREGACIÓN Y MONITOREO TECNOLÓGICOS**

### **Artículo 89.- Tipología de la propiedad intelectual.-**

Los derechos de propiedad intelectual comprenden principalmente a los derechos de autor y derechos conexos, la propiedad industrial y las obtenciones vegetales.

## **CAPÍTULO I ÁMBITO**

**Artículo 100.-** Reconocimiento y concesión de los derechos.- Se reconocen, conceden y protegen los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras, así como los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión, en los términos del presente Título.

## **CAPÍTULO II GENERALIDADES**

**Artículo 101.-** Adquisición y ejercicio de los derechos de autor.- La adquisición y ejercicio de los derechos de autor y de los derechos conexos no están sometidos a registro o depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna. Los derechos reconocidos y concedidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra o prestación.

## **CAPÍTULO III**

## **DE LOS DERECHOS DE AUTOR**

### **Sección I**

#### **Preceptos generales**

**Artículo 102.-** De los derechos de autor.- Los derechos de autor nacen y se protegen por el solo hecho de la creación de la obra. La protección de los derechos de autor se otorga sin consideración del género, mérito, finalidad, destino o modo de expresión de la obra.

Queda protegida exclusivamente la forma mediante la cual las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas a las obras. Sin embargo, si una idea sólo tiene una forma única de expresión, dicha forma no quedará sujeta a protección. No son objeto de protección las ideas contenidas en las obras literarias y artísticas, el contenido ideológico o técnico de las obras científicas, ni su aprovechamiento industrial o comercial. Tampoco son objeto de protección los procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí.

#### **Ley Orgánica de Comunicación**

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales y periodísticos.- (Sustituido por el Art. 84 de la Ley s/n, R.O. 432-S, 20-II-2019).-En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora, el espacio destinado a la emisión de música producida, compuesta o ejecutada en el Ecuador, o en el extranjero por intérpretes, compositores o artistas ecuatorianos que residan en el extranjero; así como a la emisión de contenido periodístico de producciones de origen nacional, deberá representar al menos el 50% de los contenidos emitidos en todos sus horarios, con

el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley, en el caso de la música nacional.

**Quinta.** - El Estado ecuatoriano, los medios de comunicación social y los actores de la comunicación, promoverán el desarrollo de la producción nacional, enfocada en los principios de interculturalidad y plurinacionalidad.

**Sexta.** - La autoridad nacional, en materia de cultura e industrias culturales, en coordinación con la autoridad nacional de comunicación y la encargada del desarrollo industrial, realizarán programas y proyectos anuales para fomentar la producción musical, que incluyan todo el ciclo productivo; a fin de que las obras musicales de producción nacional puedan ser generadas, registradas y difundidas a través de las estaciones de radiodifusión y otros medios. Llevará una estadística de producción musical nacional que será presentada en su rendición de cuentas.

**Ley Orgánica de la Cultura** Que, la Constitución de la República del Ecuador en el Artículo 377 define que "El Sistema Nacional de Cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales";

### **Ley de Propiedad Intelectual**

Art. 102.- En los casos en que la Ley de Propiedad Intelectual permite la utilización de derechos de propiedad intelectual de terceros, para fines científicos, didácticos,

culturales o informativos, tal utilización no debe perseguir fines de lucro o comerciales. Tampoco podrán utilizarse con fines comerciales los retratos, bustos o imágenes, aun cuando se relacionen con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieren desarrollado en público

La Política Pública de Cultura Ciudadana se articula con otras políticas y acciones de gobierno existentes orientadas hacia la transformación cultural y, en esta medida, fortalece las instancias de coordinación distritales en una lógica estratégica que supera el ejercicio temático y sectorial.

### **Nueva directiva europea de Copyright**

En el derecho anglosajón el copyright se refiere a los derechos de autor, especialmente los de carácter patrimonial. Pues bien, en abril de 2019 la Unión Europea aprobó una nueva directiva. La directiva 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de abril de 2019 sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital modifica las Directivas 96/9/CE y 2001/29/CE. Fue bastante polémica debido a que de aprobarse supondría un cambio gigante para todas aquellas empresas proveedoras de contenido online que incluyan obras protegidas.

El objetivo de esta directiva es regular de manera más eficaz los derechos de autor en Internet y adaptar la normativa vigente a los desafíos del ecosistema digital. Los dos artículos más discutidos fueron el artículo 11, que pasó a ser el 15, y el artículo 13, que pasó a ser el 17. Se va a analizar el último de los artículos pues es el que más afecta a la industria musical. Pérez (2021).

## **Cover versions**

El término cover es un anglicismo que se traduce por “cubierta”. En español, se refiere a las versiones que realiza una persona, distinta del artista o el compositor original, de una canción que ya ha sido grabada y comercializada previamente. En general, la canción original y la versión son muy similares. Esa es su característica principal la similitud a propósito con la canción original, sin llegar a constituir una copia exacta.

Se diferencia del sample en que no se utiliza la grabación original, sino que se realiza una nueva fijación, encontrándose la semejanza en la interpretación. Hoy en día las covers son muy comunes, hay gente que se ha hecho viral en las redes por interpretar covers de canciones famosas. También hay muchos grupos o artistas que dan conciertos interpretando covers dando homenaje a cantantes legendarios. Pérez (2021).

## **Creative Commons**

Creative Commons (CC) es una organización sin ánimo de lucro que ofrece licencias de derechos de autor flexible y gratuito para creadores. Estas licencias permiten a los autores otorgar permisos para que otros utilicen, compartan y modifiquen sus obras, dentro de los límites que ellos mismos definan. En esencia, Creative Commons promueve un modelo de "algunos derechos reservados" en contraposición al tradicional "todos los derechos reservados" del copyright estándar.

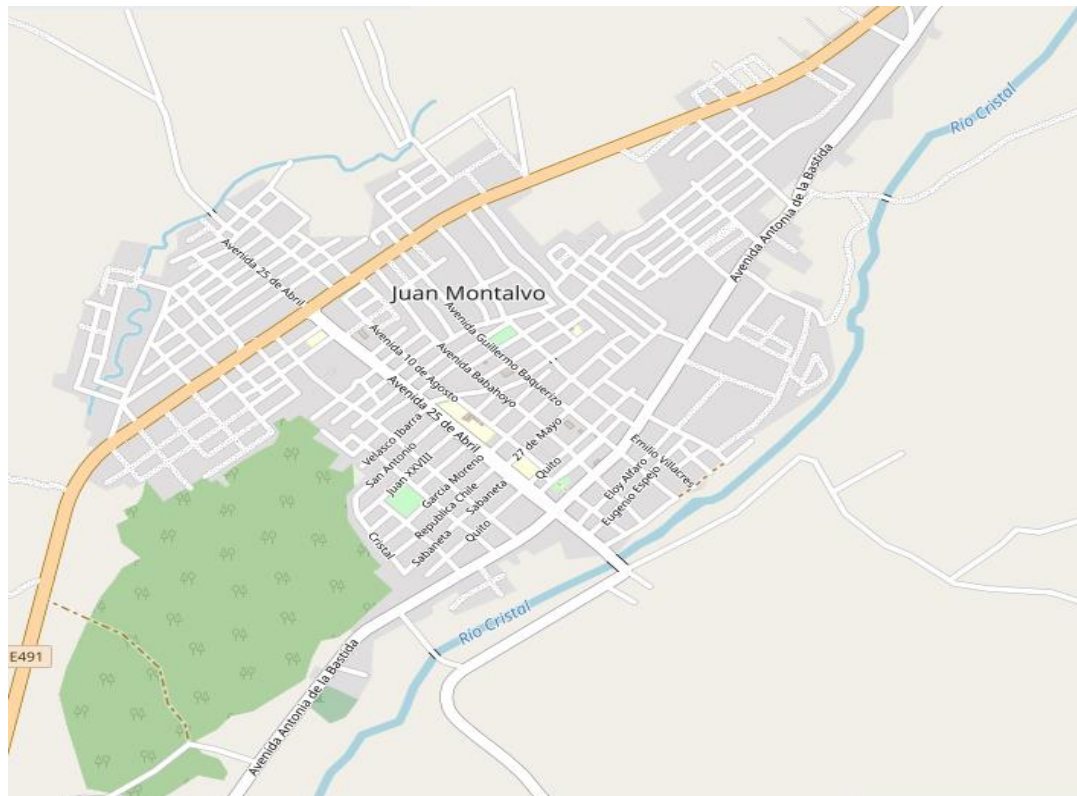
Según la UNESCO, las licencias Creative Commons son:

"modelos de contratos que sirven para otorgar públicamente el derecho de utilizar

una publicación protegida por los derechos de autor. Entre menos restricciones implique una licencia, mayores serán las posibilidades de utilizar y distribuir un contenido." (UNESCO, s.f.)

## 2.5. Georreferencial

**Gráfico N° 1: Localización**



**Fuente:** <https://www.openstreetmap.org/>

El cantón Montalvo se encuentra ubicado en la provincia de Los Ríos, en la región litoral del Ecuador, aproximadamente a 34 kilómetros de Babahoyo, la capital provincial, con un clima tropical, una economía basada en la agricultura y actividades comerciales y reconocido por su riqueza cultural, donde la música independiente ha emergido como una expresión artística clave para preservar la identidad local y fomentar el desarrollo cultural de la zona.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipos de Investigación

La investigación se enmarca dentro de un enfoque descriptivo y exploratorio. Por lo cual permitirá conocer cómo los medios digitales, redes sociales y plataformas de streaming, son utilizados para la difusión de la música independiente en el cantón Montalvo, identificando las prácticas de los músicos y su impacto en la promoción de la cultura local.

##### **Investigación descriptiva:**

Tiene como propósito analizar las características, prácticas y el impacto de los medios digitales en la difusión de la música independiente del cantón Montalvo, utilizando principalmente, YouTube y Spotify para difundir su música, logrando un impacto positivo en su visibilidad gracias a estrategias basadas en contenido audiovisual y colaborativo, destacando su rol en la promoción cultural.

##### **Investigación exploratoria:**

Permite indagar un campo poco investigado, profundizar en una problemática nueva, en este caso el uso de plataformas digitales por parte de artistas independientes, obtener un panorama general, generar ideas y formular hipótesis futuras.

#### 3.2. Enfoque de Investigación

**Cualitativo:** Se centra en comprender las experiencias, percepciones y estrategias. Es ideal para explorar cómo los músicos independientes perciben el uso de medios

digitales en la difusión de su música, mediante entrevistas abiertas, discusiones colectivas entre músicos para conocer el impacto de las plataformas digitales, analizando las publicaciones en redes sociales con el objetivo de adquirir estrategias comunes.

**Cuantitativo:** Permite recolectar datos medibles, y analizar datos numéricos como el alcance de las plataformas utilizadas, el nivel de interacción de las audiencias y las herramientas más empleadas este enfoque se aplicará mediante encuestas. Realizar gráficos comparativos para visualizar el impacto de diferentes estrategias

### **3.3. Métodos de investigación**

El tema de investigación explora el papel de los medios digitales en la difusión de la manifestación cultural musical independiente. Es posible utilizar los métodos inductivo y deductivo en este contexto:

**Método inductivo:** se analizan casos específicos de artistas independientes o grupos musicales, los cuales utilizan diferentes plataformas digitales con el objetivo de difundir su música. Es importante realizar una recopilación de datos cualitativos y cuantitativos, por ejemplo, la entrevista a músicos independientes y por ende como lograron visibilidad, también la manera de identificar patrones en el uso de medios digitales para promover la música independiente.

El **método deductivo** parte de hipótesis generales basadas en teorías previas o investigaciones anteriores; así como realizar revisiones literarias sobre medios digitales que ayuden a obtener estrategias de marketing para la difusión de la música independiente, con la finalidad de adquirir el número de visualizaciones o reproducciones en plataformas digitales, de la misma manera la interacción en redes

sociales y poder medir la popularidad que se va adquiriendo a lo largo de la carrera musical.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

**Encuestas:** Las encuestas serán realizadas a los artistas independientes del cantón Montalvo, cuya finalidad es conocer el impacto de los medios digitales en la difusión cultural, y recoger datos específicos sobre el uso de plataformas digitales.

La encuesta cualitativa es la que se enfoca en opiniones, puntos de vista e impresiones para describir un tema que está siendo objeto de estudio. Son menos estructuradas y su función está orientada a entender cómo piensan las personas o cuáles son sus motivaciones y actitudes frente al tema de estudio. Sus resultados son más complejos de analizar, pero ofrecen respuestas más profundas.

En este proyecto se realizará una encuesta cualitativa puesto que su objetivo es explorar, comprender o profundizar en percepciones u opiniones, permite obtener información detallada y contextualizada, asimismo captura emociones o sentimientos que no pueden medirse cuantitativamente, ayuda mucho a la comprensión de problemas comunitarios o culturales, por lo que se basa en las opiniones del encuestado.

**Encuesta de pregunta cerrada:** En este tipo de encuesta el encuestado debe escoger entre una de las opciones de respuesta que se le ofrecen. Se obtienen resultados más sencillos de cuantificar y más uniformes. Su mayor problema es no ofrecer todas las respuestas necesarias, algo que se puede evitar añadiendo la opción “otros”.

**Entrevistas:** La entrevista se enfoca en adquirir conversaciones abiertas y estructuradas para conocer experiencias personales director de la Escuela De Música Doping Marcato y artistas top del momento.

Partiendo de una entrevista estructurada, la cual se utiliza cuando el objetivo de la investigación es recopilar datos precisos y comparables de varios participantes, siguiendo un esquema previamente definido de preguntas. En esta entrevista se adquiere el mismo conjunto de preguntas, cuya finalidad es garantizar homogeneidad y favorece en gran medida el análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados.

**Observación estructurada:** Este tipo de observación permite recopilar datos de manera sistemática y uniforme sobre cómo los medios digitales están siendo utilizados para promover la música independiente. Se utiliza cuando el objetivo de la investigación es registrar comportamientos, eventos o situaciones de manera sistemática y estandarizada, adquiriendo datos de forma uniforme haciendo que las comparaciones sean exactas, obteniendo criterios predefinidos que ayude a minimizar el análisis individual. Es una técnica que facilita la comparación entre plataformas y tipos de contenidos, así como el análisis cuantitativo y cualitativo del impacto cultural.

### **3.5. Universo, Población y Muestra**

#### **Universo**

"El universo es el conjunto total de elementos o casos que se van a estudiar y que poseen las características que justifican su inclusión en la investigación. A diferencia de la población, que es una parte representativa,

el universo abarca el total de unidades sobre las cuales se hará un estudio o análisis" (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

El universo de esta investigación es finito porque corresponde a todos los músicos independientes que utilizan medios digitales para difundir su música en el cantón Montalvo, tiene una característica homogénea porque comparten situaciones similares, en este caso su estatus de independencia musical, el uso de plataformas digitales para difundir su música, la misma intención cultural, todo esto les otorga un nivel de uniformidad dentro del universo de estudio.

### **Población**

"La población es el conjunto de elementos u objetos que se quiere estudiar en una investigación. Este conjunto está definido por características comunes, como pueden ser los individuos de una población específica, unidades de observación o fenómenos que comparten alguna cualidad relevante para el estudio" Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014).

La población que se llevará a cabo para la investigación son los Artistas musicales independientes del cantón Montalvo, quienes utilizan plataformas digitales para la difusión de su música.

### **Muestra**

"La muestra es un subconjunto de la población que se selecciona para participar en el estudio, de modo que sus características representan las de la población total. El uso de una muestra permite hacer generalizaciones

sobre la población sin tener que estudiar a todos sus miembros" Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014).

En la muestra que se utilizará para la investigación comprenden artistas musicales independientes, los cuales se seleccionarán 10 músicos. Por lo tanto, se enlista a los artistas del cantón Montalvo.

Anita García - Cumbia, Baladas

Marianita Troya - Rancheras y Corridos, Vallenato

Gabriel Santos - Salsa y Cumbia - Vallenato

Josías Villena - Cumbia, Vallenato

José Banderas - Baladas, Rancheras

Nashel - Cumbias

Jennifer Gaibor - Cumbias y Baladas

Jessenia Macías - Cumbias

Gregorio Solano – Cumbias y Rockola

Steven Perlaza - Salsa – Baladas

### **3.6. Procesamiento de la Información**

El procesamiento de la información es una fase clave en la investigación que involucra la organización, clasificación, análisis e interpretación de los datos recopilados para obtener conclusiones significativas.

**Análisis cuantitativo:** Las encuestas serán procesadas utilizando herramientas estadísticas, como Excel, para el análisis descriptivo y gráficos correspondientes que muestren las tendencias en el consumo de música independiente en plataformas digitales.

**Análisis cualitativo:** Las entrevistas serán debidamente analizadas mediante la codificación de los datos, categorización y reflexión, de manera que sea posible extraer patrones significativos que enriquezcan la comprensión de la realidad estudiada, extrayendo las percepciones y experiencias clave de los artistas musicales.

### Encuesta realizada a los artistas independientes del Cantón Montalvo

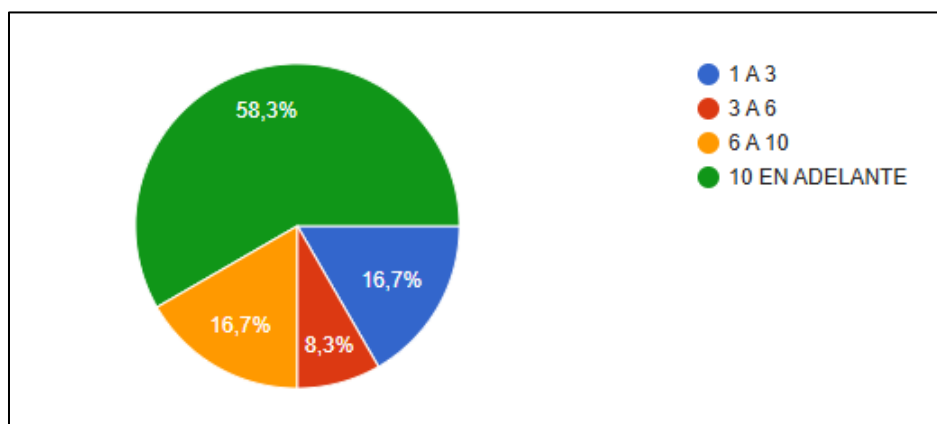
**Tabla N° 2:** ¿Cuántos años de actividad artística ejerce?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años	2	16.7%
3 a 6 años	1	8.3%
6 a 10 años	2	16.7%
10 en adelante	7	58.3%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 1:** Actividad artística



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

### Análisis e Interpretación:

En ésta pregunta se visualiza que en su mayoría, es decir un 58.3% su actividad artística que ejerce es más de 10 años, el 16.7% tiene entre 1 a 3 años y 6 a 10 años,

mientras que solo el 8.3% de 3 a 6 años. Por lo que la mayoría de artistas independientes del cantón Montalvo tienen una trayectoria bastante extensa, visualizando que la actividad artística que vienen desempeñando cuenta con mucha experiencia.

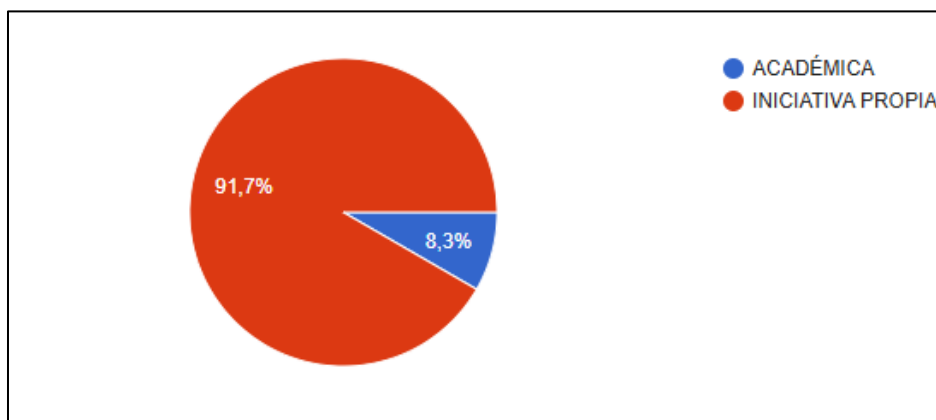
**Tabla N° 3:** ¿Su preparación fue académica o por iniciativa propia?

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Académica	1	8.3%
Iniciativa propia	11	91.7%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 2:** Tipo de preparación



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

### **Análisis e Interpretación:**

Los artistas encuestados manifiestan en un 91.7% que se preparación académica es por iniciativa propia, de manera que solo el 8.3% dispone de esa preparación académica. Por lo tanto, es evidente que los artistas independientes en el Cantón Montalvo no disponen de ninguna preparación académica, solo realizan este tipo de actividad porque verdaderamente les gusta y se inclinan por este tipo de arte.

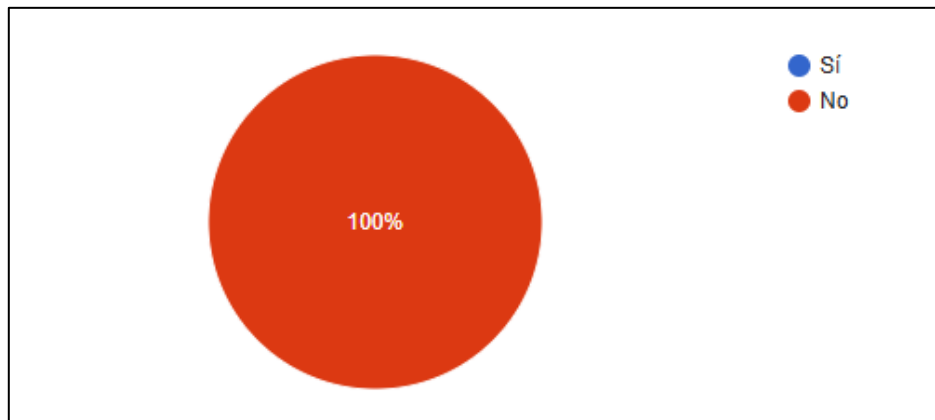
**Tabla N° 4:** ¿Ha recibido apoyo de autoridades o instituciones para desarrollar su actividad artística?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	12	100%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 3:** Apoyo de autoridades o instituciones



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis e Interpretación:** De los artistas independientes del cantón Montalvo encuestados, en su totalidad responden que no han recibido apoyo de autoridades o instituciones para desarrollar su actividad artística; por lo tanto, se muestra que en el cantón no existe un apoyo al artista, las diferentes instituciones no les interesa brindar el apoyo que se merecen los artistas independientes de la localidad.

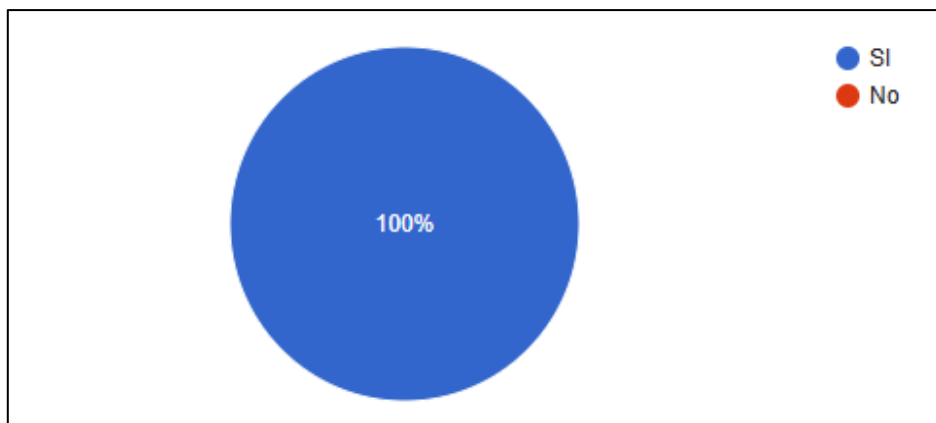
**Tabla N° 5:** *¿Considera usted que los medios de comunicación son importantes para la difusión de la actividad cultural de los artistas?*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	12	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 4:** *Medios de comunicación para la difusión*



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis e Interpretación:** En la siguiente pregunta los artistas independientes consideran que los medios de comunicación son importantes para la difusión de la actividad cultural de los artistas, en un 100% afirman la interrogante. Por lo tanto, en la actualidad y con los avances tecnológicos existentes se visualiza que los medios de comunicación son realmente necesarios para la difusión cultural y el artista sea lo suficientemente conocido.

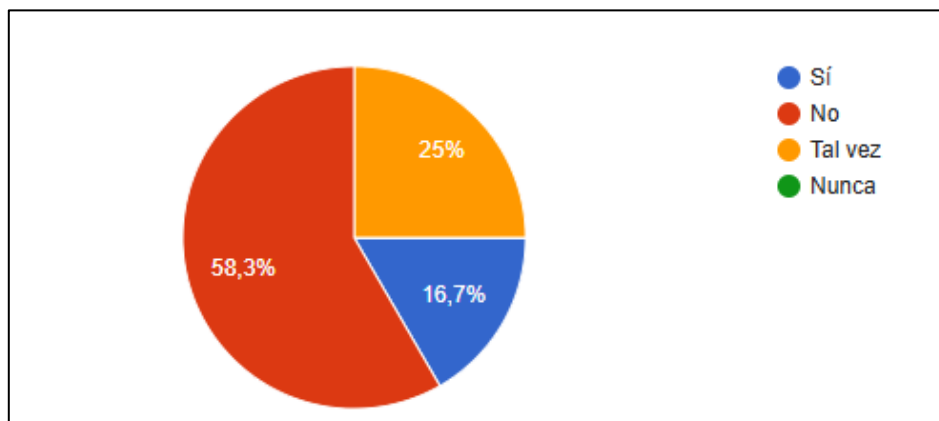
**Tabla N° 6:** ¿Usted como artista independiente ha recibido el apoyo para la difusión por parte de los medios digitales?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	16.7%
No	7	58.3%
Tal vez	3	25%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 5:** Apoyo de medios digitales



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis e Interpretación:** Los artistas que han sido encuestados manifiestan en un 58.3% que como artista independiente no ha recibido el apoyo para la difusión por parte de los medios digitales, el 25% considera que tal vez y solo el 16.7% expresa que sí. Se concluye que no existe un apoyo para el artista en cuanto a la difusión de los medios digitales, por lo general no cuentan con este tipo de ayuda para poder dar a conocer su música y de esta manera crecer artísticamente.

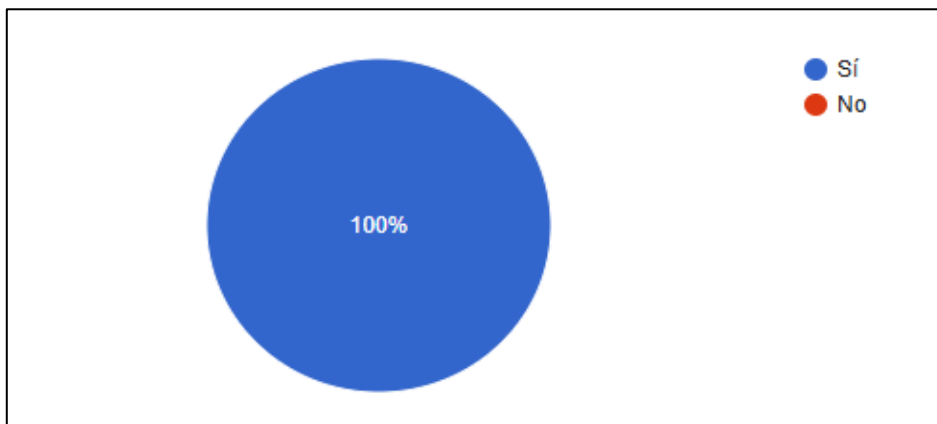
**Tabla N° 7:** ¿Considera usted que debe existir una programación especial para difundir la actividad cultural?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 6:** Programación especial para difundir la actividad cultural



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis e Interpretación:** De los artistas encuestados en el cantón Montalvo en su totalidad, es decir, el 100% considera que debe existir una programación especial para difundir la actividad cultural. Por lo tanto, es evidente que es muy necesario la existencia de una programación especial en donde el artista pueda difundir las diferentes actividades culturales y darse a conocer a nivel nacional.

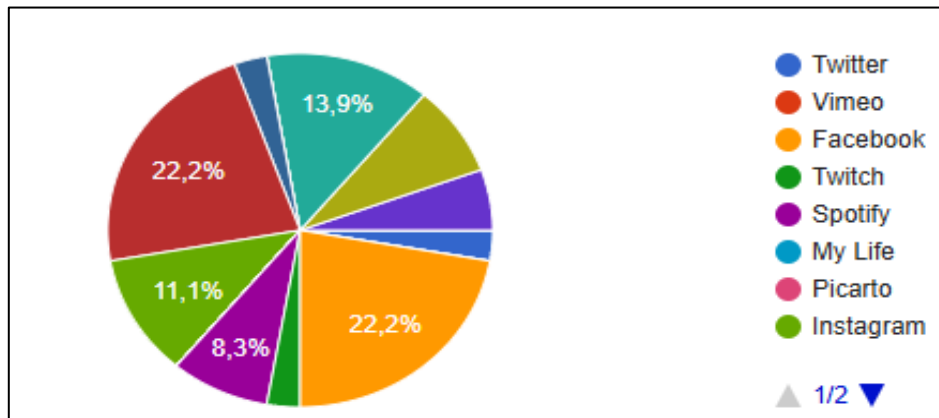
**Tabla N° 8:** ¿En qué red o plataforma digital cree que se debería modificar la actividad cultural de los artistas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Twitter	1	2.8%
Vimeo	0	0%
Facebook	8	22.2%
Twitch	1	2.8%
Spotify	3	8.3%
My Life	0	0%
Picarto	0	0%
Instagram	4	11.1%
TikTok	8	22.2%
Livestream	1	2.8%
Restream io	0	0%
YouTube	5	13.9%
Páginas web	3	8.3%
Whatsapp	2	5.6%
Periscop	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta de google forms

Elaborado por: Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 7:** Plataforma digital que se debería modificar la actividad cultural



Fuente: Encuesta de google forms

Elaborado por: Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis e Interpretación:** En la siguiente pregunta los artistas independientes manifiestan en un 66.7% que la plataforma digital que se debería modificar la actividad cultural de los artistas es Facebook y Tiktok, le sigue un 41.7% la red

social YouTube, el 33.3% Instagram, 25% Spotify y Páginas web, el 16.7% WhatsApp, y el 8.3% Twitter, Twitch y Livestream. Por lo tanto, se visualiza por parte de los artistas encuestados que consideran que deben existir esas modificaciones en las plataformas de Facebook y Tiktok.

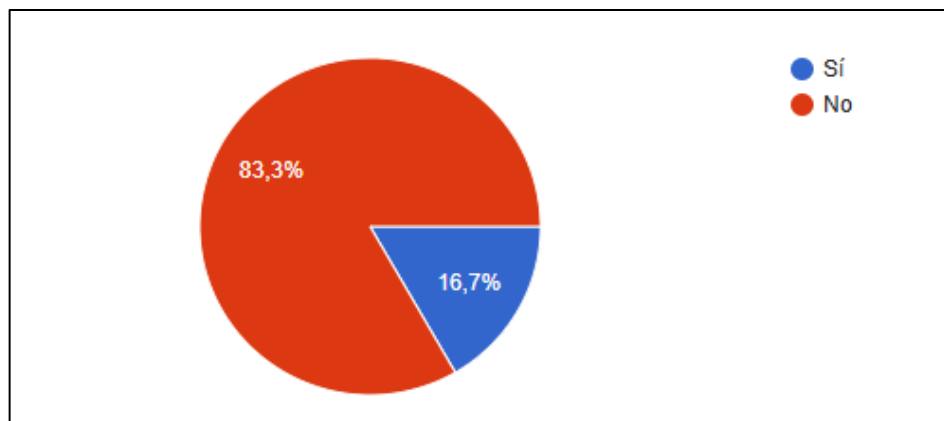
**Tabla N° 9:** *¿Usted podría financiar la producción de material comunicacional para que sea transmitido en los medios digitales?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	16.7%
No	10	83.3%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Figura N° 8:** *Financiar la producción de material comunicacional*



*Fuente:* Encuesta de google forms

*Elaborado por:* Muñoz Torres Emely Jeanette

**Análisis:** Los artistas que han sido encuestados manifiestan en un 83.3% que no podría financiar la producción de material comunicacional para que sea transmitido en los medios digitales, solo el 16.7% manifiesta que sí. Por lo tanto, se puede concluir que los artistas independientes en su mayoría no cuentan con el recurso necesario para financiar la producción de material comunicacional y que este sea transmitido en los diferentes medios digitales

## **Análisis de la encuesta realizada a los artistas independientes del cantón Montalvo**

De los artistas encuestados en su mayoría, es decir un 58.3% tienen una trayectoria de más de 10 años, asimismo es evidente que los artistas independientes en el Cantón Montalvo no disponen de ninguna preparación académica, solo realizan este tipo de actividad porque verdaderamente les gusta y se inclinan por este tipo de arte; en el cantón no existe un apoyo al artista, las diferentes instituciones no les interesa brindar el apoyo que se merecen los artistas independientes de la localidad. Por lo tanto, en la actualidad y con los avances tecnológicos existentes se visualiza que los medios de comunicación son realmente necesarios para la difusión cultural y el artista sea lo suficientemente conocido.

Se concluye que no existe un apoyo para el artista en cuanto a la difusión de los medios digitales, por lo general no cuentan con este tipo de ayuda para poder dar a conocer su música y de esta manera crecer artísticamente; Es evidente que es muy necesario la existencia de una programación especial en donde el artista pueda difundir las diferentes actividades culturales y darse a conocer a nivel nacional.

Se visualiza por parte de los artistas encuestados que consideran que deben existir determinadas modificaciones en las plataformas de Facebook y Tiktok. También se puede concluir que los artistas independientes en su mayoría no cuentan con el recurso necesario para financiar la producción de material comunicacional y que este sea transmitido en los diferentes medios digitales.

**Entrevista a la artista top del momento, Marianita Troya, Director de la Escuela “Doppio Marcato” y Gabriel Santos**

**Tabla N° 10:** *Entrevista al artista top del momento*

<b>Artista</b>	<b>Pregunta 1</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
Marianita Troya	¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?	Es muy importante porque es la misma que nos permite transmitir nuestras emociones a través de la música.	Marianita Troya expresa que es muy importante la música independiente porque nos permite transmitir nuestras emociones a través de la música. También considera
	<b>Pregunta 2</b>	<b>Respuesta</b>	que no cuentan con el
	¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural?	Sí, por supuesto, porque nos dan cabida a otros lugares, mismos que nos permiten que conozcan nuestro talento	apoyo de las instituciones u organizaciones culturales para desarrollar su actividad cuando recién se empieza, por lo general no existe
	<b>Pregunta 3</b>	<b>Respuesta</b>	ese apoyo. Por lo
	¿Qué tan importante es	Es muy importante, por	general ya cuando

<p>contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?</p>	<p>supuesto, porque es casi estructural a la pregunta anterior que es lo que nos da cabida que nos conozcan en otros lugares, en otros países a su vez también</p>	<p>existe más acogida en diferentes lugares, ahí es cuando quieren tomar en cuenta.  La artista manifiesta que los medios digitales son importantes para visualizar la</p>
<p><b>Pregunta 4</b></p>	<p><b>Respuesta</b></p>	<p>manifestación cultural</p>
<p>¿Qué sugerencia podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?</p>	<p>Que sean constantes, que sean perseverantes, que la música no solamente así uno sepa cantar bien o no, igual hay obstáculos, igual hay que invertir, cuando son temas inéditos, uno tiene que por ley</p>	<p>porque dan cabida a otros lugares, mismos que permiten que conozcan cada uno de los talentos. Enfatiza en lo importante que es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas, porque permite conocerse a nivel</p>

		<p>invertir en todo lo que son músicos, en video y por lo general siempre va haber una inversión de promedio. A veces inviertes bastante y recibes poco apoyo. Entonces lo único que les puedo decir es que, si lo hacen, háganlo con amor, porque esto es una carrera de que si lo haces es porque te apasiona, porque te gusta y porque quieres que te escuchen. No importa la cantidad, siempre</p>	<p>general, incluso en otros países.</p> <p>Como mensaje expresa que sea constantes, perseverantes, ya que la música presenta diversos obstáculos, en donde un factor importante es el invertir y mucho más cuando son temas inéditos, se requiere de inversión en video, producción, entre otros. Lo verdaderamente importante es hacerlo con amor, porque esto es una carrera que te apasiona. No importa la cantidad, siempre dar lo mejor, así sea</p>
--	--	--	--

		dar lo mejor, así sea poca gente que te escuche	que poca gente te escuche.
--	--	---	----------------------------

**Tabla N° 11:** *Entrevista al Director de la Escuela de Música “Doppio Marcato”*

<b>Artista</b>	<b>Pregunta 1</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
Director y Propietario de la escuela de música Doppio Marcato Lenin Montero	¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?	Es muy importante porque ayuda a que el artista desarrolle su propia creatividad, su propia música y descubra sus propios sonidos, sus propios estilos, géneros y exclusivamente sus propias letras.	El director de la Escuela de música “Doppio Marcato” afirma que es muy importante la música independiente como manifestación cultural en la sociedad porque ayuda a que el artista desarrolle su propia creatividad, su propia música y descubra sus propios sonidos, sus propios estilos, géneros y exclusivamente sus propias letras.
	<b>Pregunta 2</b>	<b>Respuesta</b>	
	¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la	Sí, son muy importantes porque mediante la comunicación, la	

	manifestación cultural?	radio, todo lo que es área digital, lo que es computadoras. Todas las plataformas ayudan a que el mensaje llegue de una manera rápida a la audiencia.	El apoyo que se da por parte de las instituciones u organizaciones culturales no es la óptima, debido a que no cuentan con el respaldo que se merecen o deberían tenerlo
	<b>Pregunta 3</b>	<b>Respuesta</b>	
	¿Qué tan importante es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?	Un plan de marketing es indispensable, yo creo que eso es algo que debería tener porque depende el plan de marketing de acuerdo al plan de trabajo que tengan va a tener mayor alcance y el éxito. Hoy en día casi todas las empresas, todas las instituciones tienen un plan y lo mismo pasaría con el área cultural. No es ajeno	Considera que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural porque mediante la comunicación, la radio, todo lo que es área digital, lo que es computadoras, todas las plataformas ayudan a que el mensaje llegue de una manera rápida a la audiencia.

		<p>porque de esa manera se visualiza la estadística de cómo está la economía, cuántos artistas incluso podemos ver qué es lo que debemos ofrecer, dónde está el área débil de la de tal arte o de tal música</p>	<p>Menciona que un plan de marketing es indispensable, porque de acuerdo al plan de trabajo que tengan va a tener mayor alcance y éxito. Hoy en día casi todas las empresas, o instituciones tienen un plan y lo mismo pasaría con el área cultural. El plan de marketing es muy importantísimo e indispensable para el éxito de cualquier proyecto musical.</p> <p>Como mensaje a quienes desean incursionar en el ámbito musical expresa que no retrocedan, que sigan adelante, investiguen, nútranse de</p>
	<b>Pregunta 4</b>	<b>Respuesta</b>	
	<p>¿Qué sugerencia podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?</p>	<p>Yo puedo dar un mensaje de motivación y un consejo a las personas que están iniciando el proyecto de arte o musical o cualquier otro tipo de arte cultural, es que si ya se decidieron por iniciar, que no retrocedan, que sigan adelante, investiguen,</p>	

		<p>nútranse de información en todo lo que es de su área artística y también fortalezcan no solamente su área artística, también busquen información en el área de leyes, área digital, de liderazgo porque eso les va a ayudar a elevar su moral y también a elevar su espíritu para fortalecer en los momentos difíciles, ya que el músico pasa por momentos duros, no solamente al momento de entonar su instrumento, sino también en el área psicológica. Y mi consejo sería para las que ya tienen</p>	<p>información en todo lo que es de su área artística como también busquen información en el área de leyes, área de digital, información de liderazgo porque eso les va a ayudar a elevar su moral y también a elevar su espíritu para fortalecer en los momentos difíciles, guarden su humildad, su sencillez y también lo mejor, que tengan mucha experiencia</p>
--	--	--	---

		<p>experiencia a que sigan lanzándose en sus proyectos, que puedan seguir tocando puertas en instituciones.</p>	
--	--	---	--

**Tabla N° 12:** *Entrevista al artista Gabriel Santos*

<b>Artista</b>	<b>Pregunta 1</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
<b>Gabriel Santos</b>	¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?	La música independiente representa una huella en lo que es lo cultural, ya que esto llega como impacto a las personas que nos oyen y esto genera en sí un sentimiento único y original en lo que es la relación con el artista.	Gabriel Santos menciona que la música independiente ha evolucionado con la digitalización y la transformación de los medios de comunicación. Se destaca el papel de las redes sociales como herramientas fundamentales para la difusión y el marketing, además de resaltar la
	<b>Pregunta 2</b>	<b>Respuesta</b>	
	¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural?	Hoy en la actualidad pues lo que son medios digitales, como es TikTok, Facebook, Instagram, tienen un poquito más de prevalencia y mayor importancia en la vida del artista debido a que	

		<p>anteriormente nosotros promocionábamos lo que era la música en radios, en lo que es televisión, pero últimamente la gente es más influyente en lo que es redes sociales y plataformas digitales.</p>	<p>necesidad de constancia y estrategia en la carrera musical. De manera que los medios digitales son de gran relevancia para dar a conocer cualquier tipo de publicidad o volverlo tendencia en un tiempo determinado. En general, es un gran impacto cultural, comercial y estratégico que las plataformas digitales tienen en la música independiente.</p> <p>Como mensaje final el artista destaca la constancia y perseverancia, ya que esta carrera es difícil, pero con dedicación y esfuerzo se logra el</p>
	<b>Pregunta 3</b>	<b>Respuesta</b>	
	<p>¿Qué tan importante es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?</p>	<p>Las plataformas digitales últimamente cualquier cosa que tú quieras transmitir o dar un mensaje en una música pues si le llegas al usuario y le parece de suma importancia pues se vuelve tendencia y esto lo que es las plataformas digitales, lo que son el marketing depende muchísimo de esto, de lo que son TikTok, Facebook, Instagram y diferentes tipos de formas de marketing.</p>	
	<b>Pregunta 4</b>	<b>Respuesta</b>	
	<p>¿Qué sugerencia</p>	<p>A los colegas con experiencia</p>	

	<p>podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?</p>	<p>que sigan invirtiendo en su proyecto, que sigan en sí manteniéndose y sobre todo que no desmayen porque si es un poquito complicado, pero al momento que se alcanza un nivel donde te empiezan a reconocer, les empieza a gustar su trabajo, ya es algo más beneficioso para nosotros porque al final llegamos a varios rincones de nuestro país, inclusive fuera del país y para las personas que recién están empezando en este bonito ámbito de la música pues en este caso es perseverancia, constancia y pies en la tierra.</p>	<p>objetivo y es gratificante el reconocimiento de las personas y brinda muchos beneficios, llegando a muchos rincones del país hasta fuera de él.</p>
--	--	---	--

## FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del Artista	Marca		Video Grabado		Visualización en Plataformas digitales				Número de videos	Videos en medios/redes	Videos producidos	
	Si	No	Si	No	Facebook	YouTube	Tiktok	Instagram	Videos en vivo	Videos de publicidad	Videos en locaciones definidas	
1	Anita García		X	X		X				2	2	
2	Marianita Troya		X	X		X	X	X	X	7	7	5
3	Gabriel Santos	X		X		X	X	X		4	2	2
4	Josías Villena	X		X		X	X	X		7	5	5
5	José Banderas	X		X		X	X	X		6	3	3
6	Nashel	X		X		X				7	0	2
7	Jennifer Gaibor		X	X		X				3	0	0
8	Jessenia Macías		X	X		X				0	0	0
9	Gregorio Solano		X		X	X				2	0	0
10	Steven Perlaza		X	X		X				3	0	0

El análisis de la ficha de observación muestra que solo 4 artistas cuentan con una marca, en su mayoría tienen videos grabados, la plataforma más usual en donde difunden su material es en Facebook. Solo 4 de ellos lo hacen en YouTube y tiktok, asimismo no cuentan en su mayoría con videos producidos; haciendo énfasis que se necesita cierta inversión para alcanzar este objetivo, sin embargo, no es fácil la producción de un video y no todos cuentan con el recurso o el apoyo de diferentes instituciones.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis Interpretación y Discusión de Resultados

En la encuesta que se realizó a los artistas independientes en su mayoría, es decir tienen una trayectoria de más de 10 años, asimismo el 91,7% ha escogido este tipo de carrera por iniciativa propia, evidenciando que no existe una formación académica oportuna, puesto que no es posible el apoyo de autoridades o instituciones para desarrollar su actividad artística; de la misma manera el apoyo para la difusión por parte de los medios digitales es muy deficiente, estiman conveniente una programación especial para difundir la actividad cultural; todos están de acuerdo que es muy importante la música independiente porque nos permite transmitir nuestras emociones a través de la música. Se enfatiza en encuestas, entrevistas y ficha de observación lo importante que es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas, porque permite conocerse a nivel general, incluso en otros países.

En muchos de los casos el artista independiente, el músico independiente, recurre a instituciones y estas, no le hacen caso porque no son de su línea política o porque simplemente hay una actitud que no me representan votos. Sin embargo, el presidente de la Casa de la Cultura manifiesta que sí cumple, sí ayuda, sí, está atenta a los diferentes procesos en muchos artistas independientes, y justamente a los artistas independientes es a los que más les da la mano, manifiesta. Sin embargo, cuando se presentan este tipo de apoyo por más pequeño que sea es conveniente saberlo aprovechar y ser constante en cualquier actividad que se realice, ya que el ser artista tiene muchas dificultades para adquirir el reconocimiento que se merece.

Por lo general los artistas independientes del cantón Montalvo no cuentan con una marca registrada, hacen uso de las plataformas digitales gratuitas para difundir su música ya que no cuentan con el recurso necesario ni mucho menos el respaldo de instituciones u organizaciones culturales, sin embargo algunos de los artistas cuentan con recursos para poder invertir y darse a conocer, mediante videos producidos y exponiéndolos en los medios; en la actualidad la tecnología y sus avances es imprescindible para que el artista pueda realizar diversas actividades culturales y se logre expandir a nivel nacional o internacional, en muchos de los casos necesita de alguna inversión para poder potenciar su música.

## CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado las plataformas digitales más utilizadas por los artistas son Facebook, tiktok, YouTube, Instagram, Spotify, para dar a conocer su música a nivel global y a la vez interactuar con su público.

De acuerdo a los hallazgos de la investigación se establecieron los siguientes recursos comunicativos, los videos de los artistas en las plataformas digitales con muy buena producción audiovisual y con un gran número de visualizaciones, así como la identificación de su marca, los cuales les da una identidad propia.

## **RECOMENDACIONES**

Los entes encargados o representantes de la parte cultural en el cantón Montalvo deben brindar el apoyo necesario para que los artistas puedan surgir y su música independiente tenga una mayor visibilidad y llegue a un público más amplio.

Las plataformas digitales son esenciales para que el artista logre expandir su carrera profesional, por lo tanto los artistas deben adquirir conocimientos sólidos sobre el manejo adecuado de las redes sociales y adquirir habilidades tecnológicas para presentar desde su marca hasta videos con producción visual óptima, para que se puedan expandir sin depender únicamente de los servicios gratuitos con limitaciones.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

**TEMA:** Desarrollo de estrategias audiovisuales para la expansión de artistas independientes

**JUSTIFICACIÓN:** Este tipo de estrategias son esenciales para la masificación de la música y el arte independiente, puesto que permiten a los artistas ser vistos y escuchados, no solo en su entorno local, sino en un contexto global. La implementación de estas estrategias ayudará significativamente a los artistas a mejorar su posicionamiento en los medios digitales y, lograr un mayor reconocimiento en la industria musical y cultural.

**OBJETIVO:** Desarrollar estrategias audiovisuales para los artistas independientes para aumentar su visibilidad y posicionamiento en los medios digitales, permitiéndoles fortalecer su marca personal y expandir su alcance a nivel nacional e internacional.

#### **Estrategia 1: Generar una marca propia para medios digitales**

**Objetivos de la estrategia:** Que los artistas dispongan de logo e identidad propia

#### **Actividades de la estrategia**

**Actividad 1.1:** Definición del nombre final del artista

**Actividad 1.2:** Diseño de una marca digital

**Actividad 1.3:** Aplicar la marca en diferentes productos (roll ups, afiches)

## **Estrategia 2: Producción audiovisuales**

**Objetivo de estrategia:** Masificar la presencia artística en medios digitales

### **Actividades de la estrategia**

**Actividad 2.1:** Creación de un guion literario y técnico

**Actividad 2.2:** Grabaciones en locaciones definidas

**Actividad 2.3:** Producción audiovisual

## **Estrategia 3: Promoción y publicidad masiva en medios digitales**

**Objetivo de estrategia:** Realizar un lanzamiento oficial del producto

### **Actividades de la estrategia**

**Actividad 3.1:** Definición de la plataforma adecuada para el producto

**Actividad 3.2:** Gestión del audiovisual en redes y plataformas

**Actividad 3.3:** Medición del impacto obtenido en las redes y plataformas, así como en los medios de comunicación.

## PLAN OPERATIVO DE INTERACCIÓN

<b>MATRIZ DEL PROGRAMA OPERATIVO</b>									
<b>FECHA 04-2025</b>	<b>PROYECTO:</b> Desarrollo de estrategias audiovisuales para la expansión de artistas independientes			<b>LOCALIDAD Montalvo</b>					
<b>OBJETIVO GENERAL</b> Desarrollar estrategias audiovisuales para los artistas independientes para aumentar su visibilidad y posicionamiento en los medios digitales, permitiéndoles fortalecer su marca personal y expandir su alcance a nivel nacional e internacional.									
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESULTADO ESPERADO	RESPONS ABLE	RECURSOS		1			
				REQUERIDOS	USD \$	1	2	3	4
<b>Estrategia 1:</b>	<b>Actividad 1.1</b> Definición del nombre final del artista	Que el artista tenga su presencia en marca	Emely Muñoz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> </ul>	\$ 20				

Generar una marca propia para medios digitales	<b>Actividad 1.2</b> Diseño de una marca digital	Ubicar en medios digitales		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámara Fotográfica</li> <li>Programas de diseño</li> </ul>	\$ 30				
	<b>Actividad 1.3</b> Aplicar la marca en diferentes productos (roll ups, afiches, fotografías)	Posicionamiento de la marca del artista			\$10				
<b>Estrategia 2:</b> Producciones audiovisuales	<b>Actividad 2.1:</b> Creación de un guion literario y técnico	Documento organizado para la producción	Emely Muñoz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> <li>• Programa de edición</li> <li>• Cámaras</li> </ul>	\$ 60	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

	<b>Actividad 2.2:</b> Grabaciones en locaciones definidas	Material audiovisual de alta calidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trípodes</li> <li>• Iluminación</li> <li>• Vestuario y maquillaje</li> </ul>	\$ 150				
	<b>Actividad 2.3:</b> Producción audiovisual	Impacto positivo en la audiencia			\$ 200				
<b>Estrategia 3:</b> Promoción y publicidad masiva en medios digitales	<b>Actividad 3.1:</b> Definición de la plataforma adecuada para el producto	Selección de plataforma óptima	Emely Muñoz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad pagada</li> <li>• Colaboración de influencers</li> <li>• Hosting para sitios web</li> </ul>	\$ 10	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	<b>Actividad 3.2:</b> Gestión del audiovisual en	Mayor visibilidad del contenido			\$35				

	redes y plataformas								
	<b>Actividad 3.3:</b> Medición del impacto obtenido en redes, plataformas, y medios de comunicación.	Mejorar las estrategias de comunicación y promoción			\$ 20				

## CRONOGRAMA VALORADO

### PRESUPUESTO DE ESTRATEGIAS AUDIOVISUALES

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>VALOR</b>
<b>Actividad 1.1</b> Definición del nombre final del artista	<b>\$ 20</b>
<b>Actividad 1.2</b> Diseño de una marca digital	<b>\$ 30</b>
<b>Actividad 1.3</b> Aplicar la marca en diferentes productos (roll ups, afiches, fotografías)	<b>\$ 10</b>
<b>Actividad 2.1:</b> Creación de un guion literario y técnico	<b>\$ 60</b>
<b>Actividad 2.2:</b> Grabaciones en locaciones definidas	<b>\$ 150</b>
<b>Actividad 2.3:</b> Producción audiovisual	<b>\$ 200</b>
<b>Actividad 3.1:</b> Definición de la plataforma adecuada para el producto	<b>\$ 10</b>
<b>Actividad 3.2:</b> Gestión del audiovisual en redes y plataformas	<b>\$35</b>
<b>Actividad 3.3:</b> Medición del impacto obtenido en las redes y plataformas, así como en los medios de comunicación.	<b>\$20</b>
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 535</b>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Caicedo, J. (2021). *La Industria Musical en las Plataformas Digitales en el Año 2021: ¿Cómo Emprender con la Música en la Era Digital?*

<https://dspace.uartes.edu.ec/bitstream/123456789/766/1/Proyecto%20Titulaci%C3%B3n%20Johnny%20Caicedo%20Final.pdf>

Mattelart, A., & Mattelart, M. (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Acosta Espinoza, J. L., Lenin León Yacelga, A. R., & Sanafria Michilena, W. G. (2022). Las aplicaciones móviles y su impacto en la sociedad. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 237-243.

Parsons, T. (1951). *La teoría funcionalista en el ámbito de la comunicación*

Navarro Morejon, C. D. (2024). Producción audiovisual para la difusión de la escena musical independiente del género urbano de la Casa de la Cultura núcleo Tungurahua de la ciudad de Ambato.

Sanmartín García, B. X. (2018). Plataformas digitales como medio de difusión cultural.

De Dios Cuartas, M. A. J. (2018). *Paradigmas de la producción musical en la era post-digital: los retos de la industria del audio ante la “generación crowdsourcing”*. *Los nuevos métodos de producción y difusión musical de la era post-digital*, 71-84.

Navas Bayona, Walter Iván, Loor Zambrano, Halder Yandry, & Amen Chinga, Cristian Ricardo. (2020). La consolidación del blockchain en las empresas como método de pago para sus transacciones. *Revista Investigación y Negocios*, 13(22), 135-144.

- Saponara Spinetta, V. L. (2024). Desigualdades digitales y nuevos desafíos para la actividad musical autogestionada durante el contexto de pandemia.
- Varano, J. I. (2020). Estrategias y desafíos de la industria musical en tiempos de pandemia y virtualidad. *Question*.
- Cohnheim, N., Geinsinger, D., & Pienika, E. (2008). Impactos de las nuevas tecnologías en la industria musical. *El Uruguay*, 126.
- Tercero, P. B., & Ruiz, J. H. (2016). Nuevas formas de distribución de la música popular en la cultura contemporánea. *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, 4(1), 48-57.
- Rodríguez, A. P. (2020). *La Industria Musical, La Cibernética y El Streaming*. Universidad de Sevilla.
- Pachon, O. D. (2016). Estrategia de marketing digital para la promoción y difusión del sencillo Musical “Qedas tu” de Oscar Achury. <http://hdl.handle.net/11349/13276>
- Sánchez, L., Ramírez, G., & Maldonado, E. F. N. (2021). Marketing Digital en la industria del entretenimiento musical. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 423-436.
- Última Reforma: Segundo Suplemento del Registro Oficial 382, 01-II-2021. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN
- Constitución política de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 449, 20 de Octubre 2008.
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Cultura. Decreto Ejecutivo 1428 Registro Oficial Suplemento 8 de 06-jun.-2017
- LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL Codificación 13. Registro Oficial

Suplemento 426 de 28-dic.-2006. Última modificación: 10-feb.-2014.

Pérez, I. (2021). La propiedad intelectual y el derecho musical.

[https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/437441/retrieve?utm\\_source=chatgpt.com](https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/437441/retrieve?utm_source=chatgpt.com)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014).

Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.

McQuail, D. (2010). Teoría de la comunicación de masas. Paidós.

Ulloa, C. (2007). Comunicación, cultura y desarrollo.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53702.pdf>

Becerra, M. A. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano.

Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen.

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (122), 111-117.

Andrade Sevilla, S. G. (2017). Espacios digitales de difusión de música alternativa en Quito (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017).

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión.

Revista reflexiones, 91(2).

Pérez, L. (2018). Los medios masivos y su impacto en la cultura y la opinión pública.

Revista de Comunicación, 15(3), 45-60

Vallejo, R. M., & Pérez, B. Z. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. Textos y contextos, (18), 11-24.

Hesmondhalgh, D. (2013). The Cultural Industries (3rd ed.). Sage Publications.

Bustamante, E., Lacroix, J., Tremblay, M., & Richeri, G. (2003). Modelos de distribución y financiación en la industria cultural digital.

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *La industria cultural: El esclarecimiento*

*de la cultura en la era de la reproducción masiva*. Editorial Akal.

“¿Por qué la música independiente está cambiando el panorama musical?”

(Urbanstart, 2022)

Marxismo Crítico (2018). Marx, la Teoría Crítica y el presente: Legados, actualizaciones, reapropiaciones. Núm. 8-9 (2017)»: Constelaciones. Revista de Teoría Crítica. <https://marxismocritico.com/2018/03/05/marx-la-teoria-critica-y-el-presente/>

Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021). *Teoría crítica*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/teoria-critica/>.

Espínola, J. (2024). Estructuralismo. Enciclopedia Concepto. de <https://concepto.de/estructuralismo/>.

Vélez, G. (2008). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. Razón y palabra, (61).

Lévi-Strauss, C. (1963). Estructuralismo y ecología social. Fondo de Cultura Económica.

Zamora, L. N., & de Lara Bashulto, F. (2010). Teoría general de la comunicación. Recorrido histórico. Razón y Palabra, (74).

Cruz-Mendoza, E. D. (2021). Medios digitales y funcionalismo: reflexiones del estreno de Joker. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-, 19(38), 179-194.

Rizo, Marta (2012). La comunicación como relación. Revista Iberoamericana de Comunicación, 1(1), p. 11. <https://ric.iberomx.com/index.php/ric/article/view/31>

EAE Business School. (2023). Comunicación transversal: Definición e importancia. Retos Directivos. <https://retos-directivos.eae.es/comunicacion-transversal->

definicion-e-importancia/

Xifra, J. (2015). Comunicación interna (pp. 110-120). UOC.

Friedrich, J. P. (2003). La comunicación como campo multidisciplinario: Retos y perspectivas. Editorial Universitaria.

López, J. (2015). La comunicación en el siglo XXI: Enfoques multidisciplinarios. Ediciones Akal.

West, R., & Turner, L. H. (2018). Teoría de la comunicación: Análisis y aplicación. McGraw-Hill Education.

Habermas, J. (1971). Teoría y praxis (A. M. Feeney, Trad.). Editorial Siglo XXI. (Obra original publicada en 1971).

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1944). Dialéctica de la ilustración: Filosofía crítica de la razón. Ediciones Akal.

Marcuse, H. (1964). One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society. Beacon Press.

Held, D. (2006). Globalización: La globalización y sus efectos sobre la cultura y las sociedades. Editorial Crítica.

Castells, M. (2000). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. I: La sociedad red. Alianza Editorial.

Gumucio Dagron, A. (2002). Haciendo olas: historias de comunicación para el cambio social. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Núñez, D. (2011). La cultura popular tradicional como elemento esencial para la formación de la identidad patrimonial en el contexto del preuniversitario. Revista Polo del Conocimiento.

Castells, M. (1996-1998). La era de la información: economía, sociedad y cultura

(3 vols.). Alianza Editorial.

Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Taurus.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of 1 man*. McGraw-Hill.

Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Taurus.

Paoli, A. (1990). *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. Trillas.

Rizo García, M. (Coord.). (2012). *Filosofía y comunicación, diálogos, encuentros y posibilidades*. Editorial Centro de Altos Estudios e Investigación Pedagógica.

# ANEXOS

# EMILY MUÑOZ

## Tesis medios digitales Emely Muñoz.docx

 My Files

 My Files

 Universidad Estatal de Bolívar

### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
**trn:oid::3117:446682557**

**110 Páginas**

Fecha de entrega  
**7 abr 2025, 10:21 a.m. GMT-5**

**20.357 Palabras**

Fecha de descarga  
**7 abr 2025, 10:31 a.m. GMT-5**

**113.031 Caracteres**

Nombre de archivo  
**Tesis medios digitales Emely Muñoz.docx**

Tamaño de archivo  
**3.8 MB**






## 8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

### Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 70 words)

### Top Sources

- 8%  Internet sources
- 1%  Publications
- 8%  Submitted works (Student Papers)

### Integrity Flags

#### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



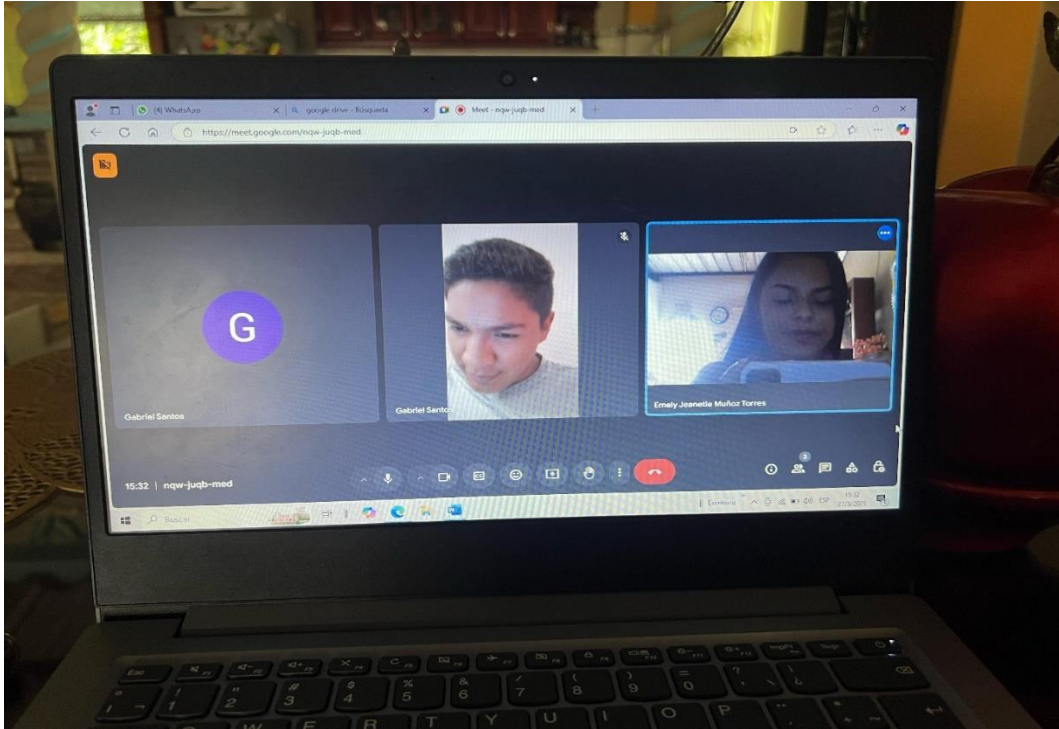
**Entrevista al Director de la Escuela de Música “Doppio Marcato”, Lenin Montero**



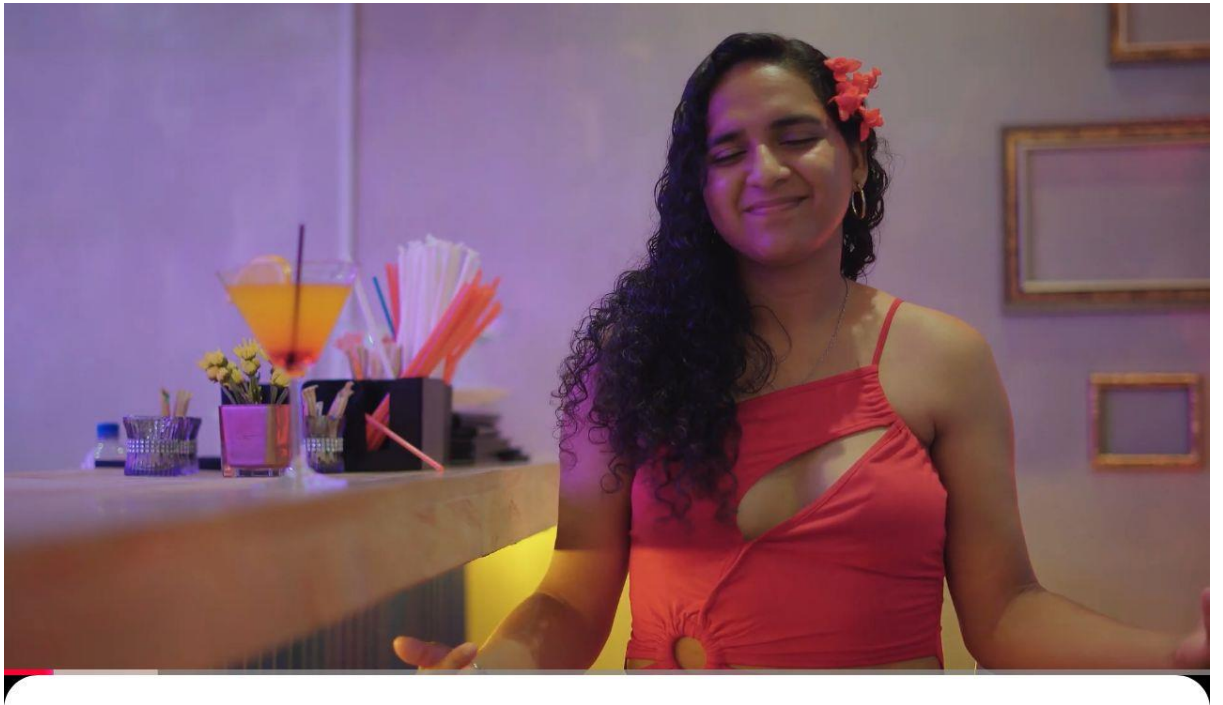
**Entrevista a la artista top del momento Marianita Troya**



## Entrevista con Gabriel Santos



Video de Marianita Troya, artista independiente del cantón Montalvo



## Más Noches Que Días - Marianita Troya (Video Oficial)

6.2 K vistas hace 1 m #Vallenato ... más



Marianita Troya 258

Suscribirse

👍 589 | 🗨️

➦ Compartir

🔄 Remix

↓ Descargar

Comentarios 157



Gracias, por comentar, gracias por estar aquí, 😊 se viene otra sorpresaaaa 🎉 denle mucho amor a este tema 🙏

<https://youtu.be/18LZeyzPzxc?si=JA93xnd0-iQFWZNx>

Video de Emely Muñoz, artista independiente del cantón Montalvo



Simply Piano - Aprende Ráp...

Patrocinado · 4.7 ★ GRATIS



Descargar

## LLORARAS Y SUFRIRAS - EMELY MUÑOZ

14 K vistas hace 2 a ... más



Emely Muñoz Con Sentimiento Para Ti 🌸 3.93 K



273



Compartir



Remix



Descargar

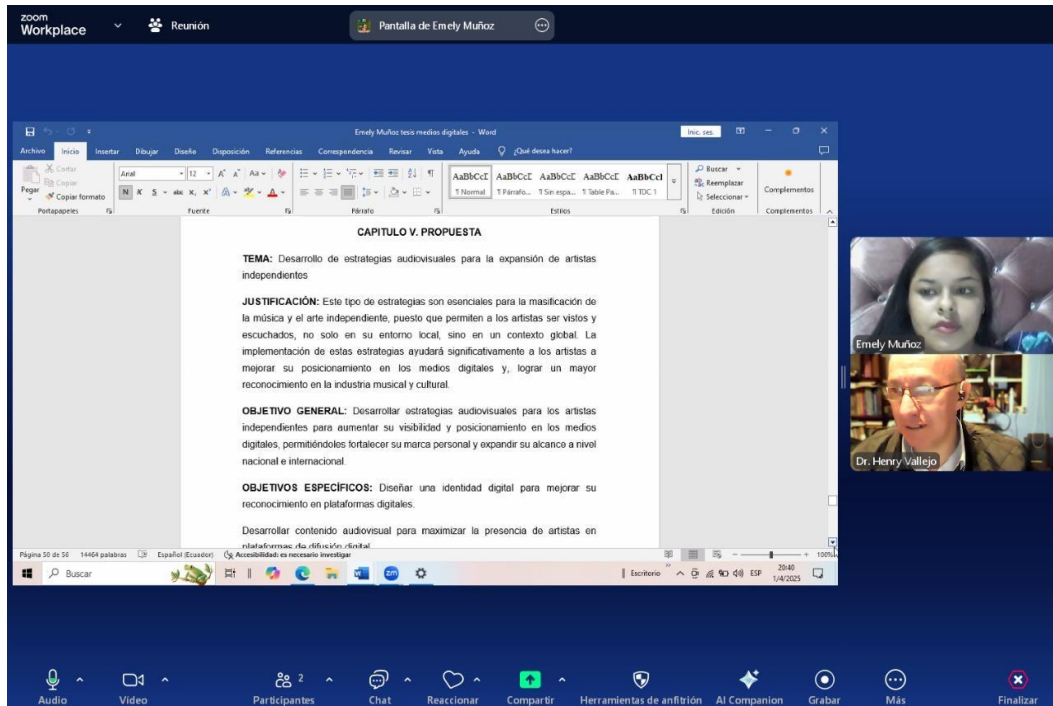
Comentarios 31



Comparte lo que piensas...

<https://youtu.be/n4LIyMdSvj4?si=oVUvTjIehJsjMqC0>

## Tutorías con el Dr. Henry Vallejo



## Tutorías con el Lcdo. Klever Romero



## Tutorías con el Lcdo. Danilo Villarroel



## Encuesta realizada a los artistas independientes del Cantón Montalvo

### ENCUESTA REALIZADA A ARTISTAS INDEPENDIENTES DEL CANTÓN MONTALVO

**B** *I* U  

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Identificar el estado situacional de los artistas independientes del cantón Montalvo

Nombres completos

Texto de respuesta corta

Rango de edad: \*

- 20 A 30
- 30 A 40
- 40 A 50
- 50 EN ADELANTE

Activar Wi  
Ve a Configur

Sexo

- FEMENINO
- MASCULINO

¿Cuántos años de actividad artística ejerce?

- 1 A 3
- 3 A 6
- 6 A 10
- 10 EN ADELANTE

¿Su preparación fue académica o por iniciativa propia?

- ACADEMICA
- INICIATIVA PROPIA

¿Ha recibido apoyo de autoridades o instituciones para desarrollar su actividad artística?

- Sí
- No

En el caso de responder sí, especifique cuáles:

Texto de respuesta corta  
.....

¿Considera usted que los medios de comunicación son importantes para la difusión de la actividad cultural de los artistas?

- SI
- No

¿Usted como artista independiente ha recibido el apoyo para la difusión por parte de los medios digitales?

- Sí
- No
- Tal vez
- Nunca

¿Considera usted que debe existir una programación especial para difundir la actividad cultural?

- Sí
- No

¿En qué red o plataforma digital cree que se debería modificar la actividad cultural de los artistas?

- Twitter
- Vimeo
- Facebook
- Twitch
- Spotify
- My Life
- Picarto
- Instagram
- TikTok
- Livestream
- Restream io
- YouTube
- Páginas web
- WhatsApp
- Periscop

Act

¿Usted podría financiar la producción de material comunicacional para que sea transmitido en los medios digitales?

- Sí
- No

1

## **Entrevista a la artista top del momento, Marianita Troya**

1. ¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?

Es muy importante porque es la misma que nos permite transmitir nuestras emociones a través de la música.

2. ¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural?

Sí, por supuesto, porque nos dan cabida a otros lugares, mismos que nos permiten que conozcan nuestro talento

3. ¿Qué tan importante es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?

Es muy importante, por supuesto, porque es casi estructural a la pregunta anterior que es lo que nos da cabida que nos conozcan en otros lugares, en otros países a su vez también

4. ¿Qué sugerencia podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?

Que sean constantes, que sean perseverantes, que la música no solamente así uno sepa cantar bien o no, igual hay obstáculos, igual hay que invertir, cuando son temas inéditos, uno tiene que por ley invertir en todo lo que son músicos, en video y por lo general siempre va haber una inversión de promedio. A veces inviertes bastante y recibes poco apoyo. Entonces lo único que les puedo decir es que, si lo hacen, háganlo con amor, porque esto es una carrera de que si lo haces es porque te apasiona, porque te gusta y porque quieres que te escuchen. No importa la cantidad, siempre dar lo mejor, así sea poca gente que te escuche.

## **Entrevista al Director de la Escuela “Doppio Marcato”**

### **1. ¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?**

Es muy importante porque ayuda a que el artista desarrolle su propia creatividad, su propia música y descubra sus propios sonidos, sus propios estilos, géneros y exclusivamente sus propias letras.

### **2. ¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural?**

Sí, son muy importantes porque mediante la comunicación, la radio, todo lo que es área digital, lo que es computadoras. Todas las plataformas ayudan a que el mensaje llegue de una manera rápida a la audiencia.

### **3. ¿Qué tan importante es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?**

Un plan de marketing es indispensable, yo creo que eso es algo que debería tener porque depende el plan de marketing de acuerdo al plan de trabajo que tengan va a tener mayor alcance y el éxito. Hoy en día casi todas las empresas, todas las instituciones tienen un plan y lo mismo pasaría con el área cultural. No es ajeno porque de esa manera se visualiza la estadística de cómo está la economía, cuántos artistas incluso podemos ver qué es lo que debemos ofrecer, dónde está el área débil de la de tal arte o de tal música

### **4. ¿Qué sugerencia podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?**

Yo puedo dar un mensaje de motivación y un consejo a las personas que están iniciando el proyecto de arte o musical o cualquier otro tipo de arte cultural, es que

si ya se decidieron por iniciar, que no retrocedan, que sigan adelante, investiguen, nútranse de información en todo lo que es de su área artística y también fortalezcan no solamente su área artística, también busquen información en el área de leyes, área digital, de liderazgo porque eso les va a ayudar a elevar su moral y también a elevar su espíritu para fortalecer en los momentos difíciles, ya que el músico pasa por momentos duros, no solamente al momento de entonar su instrumento, sino también en el área psicológica. Y mi consejo sería para las que ya tienen experiencia a que sigan lanzándose en sus proyectos, que puedan seguir tocando puertas en instituciones.

### **Entrevista al artista Gabriel Santos**

**1. ¿Qué importancia tiene la música independiente como manifestación cultural en la sociedad?**

La música independiente representa una huella en lo que es lo cultural, ya que esto llega como impacto a las personas que nos oyen y esto genera en sí un sentimiento único y original en lo que es la relación con el artista.

**2. ¿Considera usted que los medios digitales son importantes para visualizar la manifestación cultural?**

Hoy en la actualidad pues lo que son medios digitales, como es TikTok, Facebook, Instagram, tienen un poquito más de prevalencia y mayor importancia en la vida del artista debido a que anteriormente nosotros promocionábamos lo que era la música en radios, en lo que es televisión, pero últimamente la gente es más influyente en lo que es redes sociales y plataformas digitales.

**3. ¿Qué tan importante es contar con un plan de marketing y comunicación para masificar la actividad cultural de los artistas?**

Las plataformas digitales últimamente cualquier cosa que tú quieras transmitir o dar un mensaje en una música pues si le llegas al usuario y le parece de suma importancia pues se vuelve tendencia y esto lo que es las plataformas digitales, lo que son el marketing depende muchísimo de esto, de lo que son TikTok, Facebook, Instagram y diferentes tipos de formas de marketing.

**4. ¿Qué sugerencia podría indicarles a los artistas con experiencia y a quienes desean incursionar en el ámbito musical?**

A los colegas con experiencia que sigan invirtiendo en su proyecto, que sigan en sí manteniéndose y sobre todo que no desmayen porque si es un poquito complicado, pero al momento que se alcanza un nivel donde te empiezan a reconocer, les empieza a gustar su trabajo, ya es algo más beneficioso para nosotros porque al final llegamos a varios rincones de nuestro país, inclusive fuera del país y para las personas que recién están empezando en este bonito ámbito de la música pues en este caso es perseverancia, constancia y pies en la tierra.