



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la  
Educación**

**Escuela de Comunicación Social**

**ESTUDIO DEL IMPACTO DEL MECANISMO “1x1”  
ORDENADO EN LA LEY ORGÁNICA DE  
COMUNICACIÓN (LOC), CON ÉNFASIS EN LOS  
ARTISTAS CUENCANOS.**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Comunicación Social y Publicidad**

**Autor:**

**Juan Sebastián Valdez Cabrera**

**Directora:**

**Carolina Ávila Nieto**

**Cuenca – Ecuador  
2019**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a los músicos, a los artistas, a los que soñaron en hacer un mundo mejor; se lo dedico a las personas que están en este trabajo, a los que aportaron con su conocimiento dentro de la industria.

Se lo dedico a mi tutora de tesis, este trabajo es una idea suya ejecutada por un estudiante, espero haya sido lo que esperaba. La música producida por artistas ecuatorianas es muy buena, sólo se necesita que se apoye lo nuestro.

## **AGRADECIMIENTOS**

No fuera nada sin el apoyo incondicional de mi familia, por su ayuda y por ser el pilar mas importante en mi vida, sin ellos nada hubiese sido posible, este trabajo es una manera de agradecer todo lo que ha hecho mi familia. A Claudia por motivarme y ser un apoyo incondicional en todo este proceso. El conocimiento adquirido en la Universidad del Azuay fue necesario para haber hecho esto posible, gracias y gracias a mis profesores, sin duda la pase bien con todos ellos.

“Y si por si no volvemos a vernos: buenos días, buenas tardes y buenas noches” (Weir, 1998)

## **RESUMEN:**

En Ecuador se implementó la normativa conocida como la ley 1x1, o artículo #103 de la Ley Orgánica de Comunicación, la cual obliga a las radios pasar una canción nacional por cada internacional a partir de junio del año 2013. Para este proyecto, se realizaron entrevistas a músicos de la ciudad de Cuenca con el fin de encontrar cuál es su postura ante dicha ley. Aunque la mayoría de artistas piden que se mantenga el 1x1, los músicos saben que sonar en la radio no es suficiente. La ley necesita un cambio para que se convierta en una ayuda de promoción y no en otra legislación manchada por tintes políticos.

Los músicos ecuatorianos demostraron la necesidad de un apoyo realista en sus producciones, en su conocimiento de gente dentro de la industria, en la apertura al campo y en un trabajo de productivo, tanto para ellos, como para su país.

## ABSTRACT

In Ecuador since June 2013, Article 103 of the Organic Communication Law obliges radio stations to play a national song for each international song. This research sought to raise awareness on the impact and opinion of this law by the musicians of the country. It also analyzed the reasons why changes are needed so that the legislation becomes a real promotional aid for artists and not a political objective. This project includes an approach to how musicians need realistic support in their careers including production, knowledge of the industry, the opening of new labor and productive fields to improve their careers and the artistic field in the country.



  
Translated by  
Ing. Paúl Arpi

# ÍNDICE

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
Resumen.....	IV
Abstract.....	V
Índice.....	VI
<b>CAPÍTULO 1 REGULACIÓN EN DIFUSIÓN MUSICAL.....</b>	<b>1</b>
1.1 Regulación en el Ecuador.....	3
1.2 La industria musical ecuatoriana.....	4
1.3 La influencia de la radio en la industria musical.....	5
1.4 Medios alternos a la radio .....	7
1.5 Desafíos de la industria musical bajo la regulación 1x1.....	8
<b>CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Introducción .....	11
2.2 Metodología .....	12
2.3 Población .....	13
2.4 Instrumentos de recolección .....	13
<b>CAPÍTULO 3 DISCUSIÓN Y RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
3.1 Introducción.....	18
3.2 Artistas y radio .....	18
3.3 Artistas y producciones .....	20
3.4 Artistas y el 1x1.....	22
<b>CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES .....</b>	<b>26</b>
4.1 Conclusiones y recomendaciones sobre el impacto de la normativa 1x1 .....	26
4.2 Conclusiones en base a los objetivos .....	28
Bibliografía .....	31

# CAPÍTULO 1 REGULACIÓN EN DIFUSIÓN MUSICAL

En países latinoamericanos como Argentina, Chile, Colombia, México o Venezuela se han creado, por diversas causas, leyes que han querido favorecer a los músicos y que han incentivado la producción de música nacional. En algunos casos, ha sido una manera para motivar la producción y hacer crecer la industria musical en el país. De alguna manera pudo resultar beneficioso para algunos artistas, pero para otros, no fue nada más que algo temporal.

El rock nacional argentino, por ejemplo, existe desde los años 60. Curiosamente, floreció y se desarrolló con más fuerza gracias a la represión y censura del régimen militar que sufrió el país. En la Argentina de la época, la censura por parte del General Galtieri, que, durante la Guerra de Malvinas, el 2 de abril de 1982, dispuso a través de un decreto la prohibición radiofónica y televisiva de música anglosajona o cantada en inglés. (Favoretto, 2014) Esto causó una gran demanda de rock argentino. A pesar del régimen dictatorial que desapareció y asesinó a mucha gente, se dio un fenómeno positivo y muy grande como es el rock argentino en español, cuyos representantes más destacados son Luis Alberto Spinetta, Charlie García, León Gieco, Pedro Aznar, Litto Nebbia, entre otros. (Tamayo, 2013) Estos artistas son considerados actualmente como leyendas del Rock en español.

En este caso, es preciso notar que la mencionada ley establecida durante la guerra de las Malvinas fue de gran ayuda para la producción de rock argentino, a pesar del sufrimiento causado por el conflicto bélico y el régimen dictatorial, los cuales marcaron a Argentina como un país que hasta hoy aprecia su música nacional como ningún otro de Latinoamérica (Favoretto, 2014). La misma ley hizo que muchos artistas posteriores a la guerra lleguen a tener una gran fama en el país, como es el ejemplo de Gustavo Cerati. Es este el mejor ejemplo que se puede dar para demostrar la influencia de las legislaciones mediáticas en el consumo interno de las producciones artísticas nacionales.

Hoy por hoy, en Argentina se ha creado en Instituto Nacional de Música (INAMU)<sup>1</sup> que entre sus funciones está el promover, fomentar y estimular la actividad musical en todo el territorio de la República Argentina, otorgando los beneficios de la ley que fue promulgada el 8 de Enero de 2013. (Boudou, Dominguez, Bozzano, & Estrada, 2012). La creación del INAMU es una gran ayuda para los músicos argentinos ya que cuenta apoyos que van más allá de la mera difusión radial.

Otro caso puede ser el del año 2012 en Venezuela, donde se implementó la “Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos” la cual, en su artículo 14, habla sobre los servicios de radio o televisión que difunden obras musicales, deberán destinar a la difusión de creaciones venezolanas al menos un 50% de su programación musical diaria; y al menos un 10% de su programación, será destinada a la difusión de las obras musicales de autores, compositores o intérpretes nacionales. Existe la obligación de identificar sus autores, intérpretes y género musical al cual pertenecen. (Conatel, 2014)

Aunque de todas formas, hay autores que consideran que esta ley no es un ejemplo a seguir, ya que su gobierno no ha estado a la altura para poder gobernar su país, se consideran a la ley de responsabilidad social en radio, televisión y medio electrónicos como una de las leyes que prohíben la libertad de expresión. (Reyes, 2018)

Es importante notar que anteriormente, en los años 70, Venezuela produjo la ley del “1x1” que obligaba a las radios nacionales difundir una canción extranjera y una nacional lo que tuvo como resultado el nacimiento de músicos venezolanos como el Puma, Franco de Vita, Daiquirí, Montaner y otros, (Tamayo, 2013) que son conocidos ahora por su larga trayectoria, difusión y apoyo internacional.

Con este conocimiento sobre diferentes leyes que se han utilizado previamente en otros países de la región, se puede notar la predominancia de resultados positivos para los músicos,

---

<sup>1</sup> INAMU es creado el 28 de noviembre del 2012, sus primeras autoridades son elegidas en el año 2014 y es un ente público no estatal

incluso si socialmente habían grandes crisis como el caso de Argentina, y se puede dar paso al análisis de la regulación en el Ecuador.

## **1.1 Regulación en el Ecuador**

Antes de la Ley Orgánica de Comunicación, en lo que se refiere a la difusión musical, las radios emitían apenas un 9% por ciento de música ecuatoriana mientras que el 54% por ciento correspondía a cuatro países: Colombia, México, Estados Unidos y Puerto Rico (Tamayo, 2013). La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en su artículo #103 indica que las radios deben otorgar un 50% de su programación a la difusión de música nacional, sea esta, compuesta, producida o ejecutada en el país. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

En este contexto, se incluye en la LOC la iniciativa de regular la difusión de música en las radios, de modo que se llegue gradualmente al 50% o 1x1. “La gradualidad se aplicará para la difusión de contenidos musicales en el plazo de tres años a partir de la entrada en vigor de esta ley, empezando en el 20% en el primer año, 35% en el segundo año y 50% en el tercero” (Telegrafo, 2013) Actualmente, estamos ya en el quinto año desde que entró en vigencia la normativa 1x1.

La necesidad de normalizar no indica censura, pero en el proceso regulatorio de un sistema de comunicación, se parte por lo general de la necesidad de ejercer control sobre los medios y establecer lo que deben y no deben hacer con sus respectivas sanciones y penalidades. (Avila, 2013) Así que las radios que no cumplan con la regulación en sus programas son sancionados.

Todos los locutores entrevistados por Piedra (2016) coinciden con la opinión que el porcentaje de la ley es excesivo, y que han tenido problemas en la cantidad de música ecuatoriana que debe pasar durante su programación. La mayoría de los entrevistados están de acuerdo en que exista el “1x1” como regulación de la música nacional en las estaciones de radio, pero harían una reforma al porcentaje de la ley, lo redujeran a un 2x1 o 3x1, hay incluso algunos habla de un 4x1. Un 1x1 es muy difícil de cumplir en nuestro país, ya que hablamos de música alrededor de todo el mundo contra la de un solo país. Si se reduce la reforma, podría

haber una posibilidad de que ayude más a los músicos y su paso por las radios. (Piedra M. C., 2016)

## **1.2 La industria musical ecuatoriana**

El registro fonográfico en el Ecuador empezó en 1912, con un pequeño comerciante llamado Antenor Encalada. El objetivo de comercialización de este comerciante fue bastante amplio, ya que entre los años 1911-1912 se logró grabar 136 discos de doble lado, entre las ciudades de Quito y Guayaquil. Su aceptación dentro del mercado musical fue bastante prudente (Martinez, 2014) y se le puede considerar a Antenor como uno de los primeros en grabar discos y producir música ecuatoriana.

A pesar de que las grabaciones se efectuaban en Ecuador, normalmente se mandaban los productos a La Habana o Nueva York, ya que eran destinos conocidos por trabajar junto a las figuras exitosas de ese entonces, a esta etapa se la conocía como “La etapa de oro del pasillo”, la cual se destacó por 30 años y fue muy difundida por todo nuestro territorio. (Meneses A. , 1997).

En nuestro país existió, durante toda la segunda mitad del siglo XX, una industria más o menos estable, cuya actividad y capacidad de vinculación con otras industrias latinoamericanas, alcanzaron para fabricar a un ícono popular y uno de los primeros artistas nacionales, quien hoy todavía es recordado con el apelativo de “Ruisseñor”, Julio Jaramillo.

En ese entonces, fue el único intérprete ecuatoriano cuyo trabajo tuvo una presencia fuerte en al menos tres de los mercados más competitivos de la industria del disco en la América Latina del siglo pasado: México, Venezuela y Colombia. (Piedra C. , 2013)

En 1930 aparecen las radios El Prado y HCJB, que apoyaban a las producciones existentes en el país. (Godoy, 2011) Luego de unos años, Ifesa y Disco nacional serían los pioneros del registro fonográfico ecuatoriano (Meneses, 1997) el cual desaparecería por la evolución de nuevas tecnologías electromagnéticas, lo que dio paso a la piratería y así empezó la crisis del disco de acetato nacional.

Con la aparición de las empresas de producción discográfica y la posterior llegada de las transnacionales (EMI, Sony, Warner–MTM, Universal) que entraron a tener un nivel más alto que las que teníamos aquí en el Ecuador, se produjo una baja en nuestra producción nacional. Basta darse cuenta que, al indagar en las bases del Servicio de Rentas Internas (SRI), se encuentran cero empresas clasificadas cuyas actividades principales correspondan a la música. (Piedra C. , 2013)

La industria musical no ha tenido la fuerza que necesita para destacar como en otros países. Las productoras tienen que competir con estándares de calidad extranjeros que, normalmente, son mejores que los que hay dentro del país. Existen grandes productoras dentro del Ecuador, pero trabajar con estas tiene un precio elevado. Al existir una brecha económica, muchos músicos optaron por construir sus propios estudios de grabación para producir sus discos y así dar a conocer sus productos. En estos espacios la hora de grabación puede costar como mínimo USD 20 por hora y se han convertido en una fuente de ingresos alternativa, la cual puede ser usada para pagar la post-producción de sus proyectos en ciudades como Buenos Aires o Miami, y conseguir una mayor calidad en sus trabajos. (Leonardo Montero y Xavier Gomez, 2013).

### **1.3 La influencia de la radio en la industria musical**

En nuestro país se está en una comunicación constante con la radio, y esta tiene una influencia muy grande, porque nos ofrece un sin número de información que recibimos a través de ella y, por qué no, una relación mucho más cercana con los músicos locales. Desde sus canciones, que suenan en las radios, hasta entrevistas con los mismos en los diferentes programas musicales. Como manifiesta Kaplún, (1999) la radio, hoy en día está al alcance de todos, alfabetos y analfabetos, pobres y ricos, poblaciones urbanas y campesinas.

La radio es el mejor medio para que los músicos tengan un mayor alcance a toda una comunidad, ya que es económicamente accesible para cualquier persona y tiene una llegada masiva e influyente en muchos sectores de la sociedad.

Según Girard, (2000) la radio es de suma importancia para la población. Más de cien años han pasado desde que fuera fundada la primera radioemisora del mundo y la radio es, entre todos los medios de comunicación de masas; la de mayor penetración y facilidad de

acceso a bajo coste y con gran flexibilidad, especialmente en el tercer mundo. Todos pueden tener una radio y eso hace que lo que se difunda por la misma, llegue mucho más allá que cualquier otro medio.

En el Ecuador, el sistema radiofónico es analógico, tanto en las bandas de AM (Amplitud Modulada) como de FM (Frecuencia Modulada), donde la onda radial transporta el sonido original, la música y la voz de un locutor (Erazo, 2009).

Aparte de la accesibilidad, masividad y diversidad de roles que la radio ha tenido a lo largo de su historia, es innegable su estrecho vínculo con el desarrollo de la industria cultural, a partir del contenido musical que envuelve su programación. Este es el espacio ideal para que los músicos crezcan, para que su música sea escuchada a nivel nacional y a la vez sean conocidos, bien por su música, como por entrevistas en las que participan (Piedra M. C., 2016).

En un comienzo, la música transmitida en las radios del país era ecuatoriana, ya que no se tenían acceso a música internacional, y la forma en la que esta era distribuida tardaba demasiado a comparación con lo que tarda ahora gracias al mundo digital, las redes sociales, el internet y otros medios de comunicación inmediata como la televisión.

A mediados del siglo pasado, todas las transmisiones musicales se hacían con las bandas tocando en vivo. Luego de la aparición y uso de vinilos, CD'S y música descargada en programas de computadora, la situación cambió por completo. Inicialmente, las radios reproducían solamente música ecuatoriana, pero poco a poco llegó la música internacional y esto marcó una diferencia en las radios, debido a que las producciones nacionales empezaron a competir con producciones internacionales. (Cardoso, 2007)

Al momento en que la música cosmopolita llegó a nuestro país, fue más difícil para los músicos nacionales entrar en las radios. Los artistas, al menos los que pueden hacerlo, han adoptado estrategias como pagar a las radiodifusoras con el fin de que reproduzcan su música en horarios estratégicamente seleccionados, pese a ello la programación en las radios era mayoritariamente extranjera (Maldonado, 2016).

A mediados del siglo veinte, el artista ecuatoriano se ve opacado con la llegada de disqueras extranjeras que, con todos sus recursos, empiezan a colocar a los artistas

internacionales en la radio nacional de manera casi omnipresente. Los músicos ecuatorianos no tuvieron tanta oportunidad de competitividad con respecto a los extranjeros, en conceptos de calidad de producción especialmente. Y, al no estar en las radios de su propio país, se convierte en un golpe fuerte para aquellos que quieren darse a conocer internacionalmente, ya que no tienen ni la oportunidad de ser conocidos nacionalmente. (Piedra C. , 2013)

#### **1.4 Medios alternos a la radio**

Los músicos ecuatorianos, al no tener oportunidad en las radios de su país, buscan otros medios en los cuales puedan promocionarse y ser escuchados. La mayoría de estos medios alternos son plataformas digitales como: YouTube, Soundcloud, Spotify, entre otras que proveen un acceso normalmente rápido y gratuito. Muchas de las dichas plataformas, permiten a los músicos promocionar sus proyectos de manera libre, sin exigir cierto estándar de calidad. Entonces, las producciones que podemos encontrar pueden ir desde lo más profesional, hasta proyectos caseros hechos sin ningún criterio de producción profesional.

Una de las primeras plataformas libres fue Napster, esta ofrecía el servicio de distribución de archivos de música en formato MP3 y fue creado en julio de 1999. El problema fue que esta plataforma no compró los derechos de autor, provocando su cierre en 2001. En ese mismo año Steve Jobs crea el primer iPod, dando entrada a iTunes, una plataforma en la cual se puede descargar música de forma pagada. Juntos, revolucionaron la industria musical, cambiando por completo la forma de almacenar y escuchar música. En 2008, Spotify fue lanzado al mercado. Spotify es una aplicación empleada para la reproducción de música vía streaming, disponible para sistemas operativos Android, BlackBerry, Linux, IOS, Java, Mac OS X, Microsoft Windows, Symbian, Windows Phone, etc., y permite escuchar en modo radio cualquier producción musical, ya sea ésta por artista, álbum o listas de reproducción creadas por los propios usuarios. Para no correr la suerte de Napster, Spotify, ha firmado acuerdos con las firmas discográficas EMI Music, Hollywood Records, Sony Music, Universal Music, y Warner, entre otras. (Islas, 2012)

Islas (2012) nos presenta algunas conclusiones sobre Internet y Spotify: “Internet sin duda ha extendido el alcance de la radio, extensión del oído; consideremos la radio web, por

ejemplo y la radio satelital. Bob Logan afirma que la radio mejora el acceso del público masivo al universo sonoro, obsolescencia de conversaciones tribales en torno a fogatas, recupera tradiciones tribales como danzas pow-pow e invierte el sonido de fondo. Spotify se perfila para remediar profundamente a la radio. De Spotify se han desprendido canales de radio especializados en autores y géneros. Es posible afirmar que Spotify: “Mejora el acceso del público masivo al universo sonoro, obsolescencia en una considerable parte de la programación de la radio destinada a música, recupera el disperso acervo sonoro, e invierte en la significativa implicación en profundidad de las audiencias en nuevas experiencias sonoras. Spotify entrega al usuario la música que quiera cuando quiera y tienes algunos beneficios que la radio no te puede otorgar.”

Spotify y otras plataformas digitales otorgan al usuario mayores beneficios a nivel de música que la radio no puede ofrecer. Pero la radio siempre tendrá un campo más grande de penetración en la sociedad que las plataformas digitales no tienen todavía.

Son muchos y evidentes los beneficios de Internet, pero el hecho de que sea dependiente de una infraestructura de telecomunicaciones, lo hace accesible sólo a unos pocos. La Radio es mucho más penetrante, accesible y asequible. El internet presenta una amenaza para la radio en algunos sectores de la sociedad, pero la radio seguirá siendo de mayor capacidad para llegar a donde el internet no llega. (Girard, 2000)

## **1.5 Desafíos de la industria musical bajo la regulación 1x1**

A pesar de que las emisoras tienen un ser ven limitadas por las temáticas o géneros que manejan, como dice Orquera (2015) Durante este proceso los artistas tienen al alcance los beneficios de la normativa, por otro lado, algunas emisoras han expresado lo complicada que es la situación porque hay limitadas opciones en algunos géneros como: jazz, reggae, entre otros géneros que no han tenido un buen desarrollo en el país, los músicos deberían aprovechar los beneficios que presenta la ley, ya que tienen más espacios en las radios y más oportunidades para ser escuchados.

En el Ecuador, una carrera musical en el ámbito profesional y asumirla con una actividad económica y una fuente de recursos es en extremo difícil, no precisamente por falta de talento, sino por la insuficiencia por parte de muchas instituciones y, principalmente, el estado. La ley ha ayudado en gran parte al músico ecuatoriano, pero el estado debería participar también. ¿Y de qué manera puede hacer esa colaboración? Dando apertura a los músicos con eventos o que puedan organizar festivales y conciertos en los cuales los músicos ecuatorianos puedan darse a conocer. (Maldonado, 2016)

Desde el año 2000, pocas bandas han logrado internacionalizar su trabajo por la falta de inversión propia o de entidades de apoyo para el artista. Salir del país con producciones hechas en el Ecuador significaba hacerlo con muchas dificultades, debido a la calidad de las producciones. La venta de discos ya no es rentable en la actualidad, para el músico que intenta asegurar sus ingresos debe centrarse en los conciertos, de donde obtiene más ganancias; también se apoya en el cobro de regalías por derechos de autor. La piratería ha hecho que la venta de discos baje de manera significativa, el músico empieza a buscar otras formas de conseguir ingresos. (Maldonado, 2016)

Algunos músicos ecuatorianos han grabado sus canciones en otros países, porque encontraron una oportunidad o porque tuvieron la facilidad económica de invertir en su producción, pero los músicos que no tienen estas oportunidades deben que grabar y producir en su país. El problema es que los estándares de calidad internacional son más altos en comparación con la producción nacional. La música del Ecuador tiene que competir con estos estándares de calidad internacionales, tan altos, que no todos los artistas lo pueden conseguir. Muchos de los jóvenes que intenta entrar en la industria no podrán vender sus producciones, debido a su baja calidad de producción, generalmente hechas en casa y con recursos limitados. (Redistribución de frecuencias de radio aún sigue pendiente, 2014)

Este reglamento estimula la difusión de la música y por otro fomenta el pago de los derechos de los autores, protegiendo a la vez a la propiedad intelectual, no obstante, no ataca el problema de fondo que son los problemas de calidad, competitividad y variedad de la producción nacional (Maldonado, 2016, pág. 6)

A pesar de que es indiscutible que gracias al artículo #103, también llamado “1x1”, se escucha con mayor frecuencia la música de los artistas ecuatorianos, ha habido algunos inconvenientes. La mayoría de músicos tuvieron que buscar otras plataformas para poder darse

a conocer, la radio, varias veces, no fue una opción, sino se convirtió más bien en un fin. Para los músicos es actualmente un logro sonar en las emisoras. La normativa 1x1 ha sido de gran ayuda a que los músicos ecuatorianos se den a conocer y tengan un espacio en las transmisiones de los programas radiales. (Loaiza, 2014)

Incluir a los músicos en la Ley de Comunicación fue un error pues, en dicha normativa, no se podrá dar un tratamiento exhaustivo al tema. Para eso, muchos expertos están de acuerdo de que se debió cambiar la Ley de Cultura. En nuestro país hace falta una entidad reguladora que apoye a los músicos y a su trabajo. (Orquera, 2015) A la industria musical en el Ecuador le falta mucho camino por recorrer en todos los casos. Por ejemplo, los músicos deberían tener más oportunidades y trabajar con un equipo que le pueda otorgar las mismas, y no que ellos tengan encargarse de todas las labores, muchas veces técnicas, para las que no están preparados, y de ahí sus problemas para alcanzar metas nacionales e internacionales. (Leonardo Montero y Xavier Gomez, 2013).

## CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA

### 2.1 Introducción

Se han impuesto leyes de comunicación en países de Sudamérica como: Argentina, Venezuela, Chile y Ecuador. La mayoría de estas leyes buscan, además de regular y democratizar el acceso a la información, promover a los músicos de su país, a fin de que tengan un espacio en radios y puedan ser escuchados.

La LOC del Ecuador, vigente desde el 25 de junio del 2013, ha causado ya un impacto en la sociedad. Cinco años que la ley ha sido implementada en nuestro país ha hecho que los locutores se vean obligados a incrementar la difusión de música ecuatoriana en sus programas.

Uno de los impactos del mecanismo se ha hecho evidente en los músicos de nuestro país. Sin embargo, se ha estudiado poco sobre su efecto en este sector lo que se quiere saber es una opinión de los músicos sobre dicha ley, ya que en estos cuatro años han resurgido más artistas en la ciudad de Cuenca y en el país.

Es necesaria esta investigación ya que la opinión de los músicos es muy importante porque la ley influye directamente en su trabajo. Como se sienten ellos en tener que hacer ciertas modificaciones en la parte de como producen sus piezas musicales, como ha cambiado la relación con las radios después de la ley y saber en qué ha beneficiado y en qué ha perjudicado la ley.

En un trabajo anterior de titulación de la Universidad del Azuay (Piedra M. C., 2016, pág. 22) que estudio a radios y locutores, afirmó “Se considera que la perspectiva del músico es tan importante como la del locutor por lo que se recomienda hacer una investigación a profundidad de este actor en otro trabajo de titulación”.

Con estos antecedentes, esta investigación trata de acercarse a las siguientes preguntas: ¿Qué impacto tiene la ley 1x1 en los músicos del país? ¿Qué opinan los músicos respecto a todo esto? Y cuáles serían las recomendaciones para esta ley.

### **Objetivo general:**

Analizar el impacto del mecanismo 1x1 en los músicos ecuatorianos, con énfasis en los músicos cuencanos.

### **Objetivo Específico**

- Identificar de qué manera ha cambiado la relación entre los músicos y las radios a partir del mecanismo 1X1
- Describir como enfrentan los músicos el desafío de la calidad técnica y calidad artística en sus producciones musicales
- Reconocer cuales son los beneficios y perjuicios percibidos por los músicos

Para el desarrollo de este trabajo se hicieron entrevistas a once músicos cuencanos de diferentes géneros, con el fin de tener una perspectiva del efecto que ha tenido el artículo #103 de la Ley Orgánica de Comunicación. Los músicos son parte de esta ley, ya que uno de los puntos señala que deben tener espacio en la radio.

Se escogieron a los músicos mediante un criterio de géneros musicales diferenciados como: rock independiente, rock viejo, nacional (llamada popularmente chichera) y pop o urbano. El objetivo ha sido hallar que beneficios y perjuicios ha traído esta ley que esta activa desde junio del 2013.

## **2.2 Metodología**

Esta investigación tiene un alcance exploratorio descriptivo con un enfoque metodológico cualitativo. Estas herramientas buscan encontrar cual es la postura de los músicos ante el artículo #103, mediante entrevistas a profundidad semi estructuradas.

Inicialmente, se buscó hacer grupos focales, pero no se pudo concretar. El argumento para pasar a la metodología de las entrevistas tuvo varios criterios. El primero tuvo que ver con la organización de los grupos, ya que los participantes no fueron capaces de ponerse de acuerdo para las reuniones de grupos focales. El siguiente punto tuvo que ver con las grandes diferencias entre los géneros y sus participantes, la excesiva heterogeneidad entre los entrevistados. Finalmente, tomando en cuenta la finalidad de la investigación, se llegó a la conclusión que entrevistas individuales, respetando las diferencias de los trabajos y la individualidad de los músicos, traería mejores resultados obtener sus opiniones por separado.

## **2.3 Población**

Se escogió a once músicos que pertenezcan a los géneros musicales de: rock nuevo o independiente, rock viejo, nacionales (llamada popularmente chichera) y pop o urbano. Se escogieron estos géneros debido a la popularidad que tienen dentro de la ciudad.

Se realizó un cuestionario de preguntas para poder hacer las entrevistas y que se pueda obtener respuestas coherentes a los objetivos planteados, se tomaron en cuenta los siguientes temas:

- La relación entre músico y radio es fundamental, saber como ha ayudado la radio y como hace contacto el músico con los locutores o dueños de radios, saber que radio les conviene más respecto a su género y entender esta relación
- Entender que el músico hace varios gastos respecto a la producción de sus temas, a la calidad que debe tener tanto la producción como el músico, el tiempo invertido en estudio y ensayos.
- Entender la postura de los músicos ante la calidad de las productoras que existen en el país y saber si la calidad de producciones dentro del país es igual que fuera del país.
- Saber cual es la postura del músico ante esta ley, entender como era antes de la normativa y como es ahora con la normativa.
- Conocer que otras plataformas usan los músicos, aparte de la radio, para difundir su música o para manejar su imagen.
- 

## **2.4 Instrumento de recolección**

La entrevista a profundidad es la herramienta que se usó para recoger la información necesaria por parte de los músicos. Según (Olabuénaga, 2012) la entrevista en profundidad, en definitiva, es una técnica para obtener que un individuo transmita oralmente al entrevistador su definición personal de la situación, y esto se vio reflejado en las preguntas. Debido a que los músicos han tenido experiencias diferentes, ya sea por el género al que representan, la cantidad de tiempo de práctica o que hayan estado

inmersos en la música más tiempo que otros. El 1x1 es percibido de diferente manera por cada músico.

Principalmente, como ya se mencionó anteriormente, se intentó hacer grupos focales con los músicos, pero la poca disponibilidad de tiempo que ofrecían y la poca colaboración para participar en el grupo focal fue uno de los varios detonantes para realizar entrevistas a profundidad, teniendo resultados mucho más enriquecedores para la investigación

La entrevista semi estructurada permite la inclusión de preguntas, en caso de que sean necesarias, ya que su esquema es general y flexible permite variar el orden, contenido y, en necesidad, formular nuevas preguntas. (Olabuénaga, 2012)

La entrevista puso una mejor perspectiva a los músicos para que puedan responder con toda la libertad. Se pudo conseguir respuestas más profundas y opiniones mucho más realistas y sinceras de lo que los sujetos verdaderamente piensan sobre la ley, sobre las radios y sobre la calidad de producciones dentro del país.

Se debe tomar en cuenta que, en un grupo focal, las respuestas pudieron haber variado en ciertos aspectos, ya que no todos los músicos viven la experiencia de la misma manera. Al poder realizar las entrevistas individualmente, se pudo comprender más el pensamiento crítico de los artistas. La variedad de respuestas contradictorias o incompletas, característico de los grupos focales, hubiera sido un problema para llegar a conclusiones acertadas de acuerdo a los objetivos de este proyecto.

Para la creación de las preguntas se desarrolló una tabla que se divide en; objetivos, categorías y preguntas. Cada objetivo separa en dos o tres categorías y estas derivan en las preguntas que se usaron en todas las entrevistas. Esto nos ayudo a mejorar las preguntas y entender realmente cual era la necesidad y poder adentrarse más a lo que el músico realmente necesita.

OBJETIVOS	CATEGORÍAS	PREGUNTAS
Identificar de qué manera ha cambiado la relación entre los músicos y laS radios a partir del 1x1	Cercanía con la radio (Directa o indirecta)	¿Qué tan importante ha sido la radio como industria en el desarrollo de su carrera? ¿Consideran a la radio como un héroe o un villano?

		¿Considera que la radio como medio de comunicación es el mejor para difundir?
	Intermediación (Maganer, un tercero (amigo, etc),	Al momento de promocionarse en la radio ¿Quién hace el primer contacto, un tercero o el músico?
	Género musical (preferencias sobre el género y su apoyo en la difusión musical).	Existen diferentes temáticas en las radios, respecto a esto, ¿creen que su género musical tiene suficiente espacio dentro de las radios de Cuenca?
Describir cómo enfrentan los músicos el desafío de la calidad técnica y artística en sus producciones	Calidad técnica (tipo de grabación (local o internacional), producción musical (instrumentos, inclusión de otros profesionales), costos.	¿Creen que las producciones dentro del país son de buena calidad? Si hubiese la oportunidad de trabajar con una productora de otro país, ¿tomarían esa oportunidad o preferirían hacerlo en Ecuador? ¿Los instrumentos influyen en la calidad del producto? ¿Cómo calificarían el precio que se paga por producción: ¿Justo o injusto?
	Calidad Artística (voz, habilidad del artista (tiempos de práctica, etc), ¿reconocimiento?	¿Cuál es el desafío más grande que tiene que pasar un músico al momento de grabar? ¿Consideran que el tiempo de práctica es notorio al momento de grabar?
Reconocer cuáles son los beneficios y perjuicios percibidos por los músicos	Descripción de la forma de producir la música antes del 1x1 e identificar cambios después del 1x1 (percepciones)	¿Creen que la producción nacional ha tenido mayor apertura a partir de la ley?
	Descripción de la forma de promover la música antes del 1x1 e identificar cambios después del 1x1 (percepciones, plataformas, etc.)	Antes de la ley 1x1 ¿Con cuanta frecuencia se escuchaba producciones nacionales en la radio? Existen otras maneras, o plataformas para que se puedan promocionar, aparte de la radio, ¿Cuál creen que es la mejor plataforma para promocionarse?
	Percepción sobre la evaluación tanto positiva como negativa del 1x1.	¿Qué opinan del 1x1?

Se empezó las entrevistas el día 19 de noviembre del 2018 y finalizaron el 20 de diciembre del 2018. Todas las entrevistas fueron grabadas y cada una tienen una duración entre 20 y 40 minutos aproximadamente, siendo igualmente transcritas en su totalidad para poder sacar resultados, comparaciones y conclusiones con un criterio mucho más objetivo.

Dividir los objetivos en categorías fue de gran ayuda para poder entender por qué tipo de cosas pasa el músico. Al transcribir y leer las transcripciones fue cuestión de organizar las respuestas y saber cuál tenía mayor relevancia para aportar al estudio realizado, hay que tener en cuenta que no todos viven la experiencia de la misma manera, pero a veces afecta o premia de una forma similar y existen respuestas que coinciden como respuestas que no.

Finalmente, es importante recalcar que después del proceso de investigación y recopilación de datos, esta investigación ha recogido la información necesaria para lograr cumplir los objetivos específicos, entre los que se encuentran identificar de qué manera ha cambiado la relación entre los músicos y las radios a partir del mecanismo 1X1, el poder describir como enfrentan los músicos el desafío de la calidad técnica y calidad artística en sus producciones musicales y también reconocer cuales son los beneficios y perjuicios percibidos por los músicos.

Afortunadamente, no existió la necesidad de cambiar ninguno de los objetivos previamente establecidos, ya que no se presentó ningún problema durante el proceso y los objetivos se centraron en el músico, su trabajo, relaciones públicas que crea o necesita y saber si el 1x1 ha sido de ayuda o no ha colaborado mucho.

Se realizó una clasificación a los músicos y, para proteger su identidad y mostrar los datos recogidos mediante las entrevistas, se encuentran diferenciados entre los cuatro géneros previamente presentados bajo únicamente sus iniciales y su género.

<b>Rock Viejo: Rock con más de 10 años dentro de la industria y que ha marcado una época siendo pioneros y alzándose entre diferentes ciudades, con fama nacional y que ya no se escucha como antes.</b>
- RZ
- JC
- JCA
<b>Rock independiente o nuevo: Rock con menos de 10 años de vigencia, relativamente nuevo, un rock diferente y más juvenil, no tiene mucha acogida a nivel nacional pero le falta más tiempo dentro de la industria.</b>
- JM
- JV
- DB
- PA
<b>Pop o urbano: Reggaetón en mucho de los casos, música popular, género de esta época que usualmente se escuchan en fiestas.</b>
- JN
- IJ
<b>Nacionales o “chicheras”: conocidas como techno-cumbia, ciertamente no popular en la juventud pero con gran acogida en zonas rurales de la ciudad y muy contratado para varias ocasiones.</b>
-CP

# CAPÍTULO 3 DISCUSIÓN Y RESULTADOS

## 3.1 Introducción

Los artistas, bandas o músicos son directamente afectados por el artículo #103 de la Ley Orgánica de Comunicación, siendo ellos los que deben tener buenas producciones y cumplir con estándares que manejan las radios, para que los locutores escojan y lo pasen en sus programas, sin embargo el músico se ve sujeto a otros obstáculos como: tocar el mismo género que maneja la radio, no manejarse por la *payola*, que los locutores elijan entre los artistas nuevos y no solo pasen a artistas ya consolidados, entre otras cosas. Mediante entrevistas se conoció lo que piensan los músicos. Este capítulo, tiene como objetivo mostrar cuáles son las opiniones vertidas por los diferentes artistas de varios géneros con respecto a su situación y relación con la ley. Los temas tratados en la discusión se dividen en tres partes: Artistas y radios, artistas y producciones y artistas y el 1x1. Estos temas van relacionados directamente con los músicos porque en varios casos atraviesan por dificultades que se les presenta en estos tres temas, presentando trabas que son ciertamente complicadas.

## 3.2 Artistas y radio

Durante las entrevistas con los artistas de los diferentes géneros, se tomaron en cuenta todas las opiniones expresadas por los músicos, especialmente con respecto a la radio como medio para dar a conocer sus creaciones. A continuación, se darán a conocer algunas ideas durante los conversatorios. (

Después de las entrevistas, quedo claro que la radio es una gran ayuda al principio de una carrera musical, es un inicio importantísimo porque los medios siguen siendo aliados en la carrera de un artista, sin embargo, el internet se ha robado gran espacio en música independiente y de la música en general. Entonces, a pesar que la radio ha sido fundamental en la difusión musical, ha ido perdiendo el protagonismo debido al avance de otros canales asociados más con la Internet.

La radio proporciona una ayuda fundamental al músico, ya que la radio sigue siendo (...) el mejor propulsor de eventos, artistas, y eso ayuda mucho al tema de la difusión para

poder generar producciones. La radio se ha convertido en un puente que ayuda al público a engancharse con la parte digital, así sea que por su parte el mundo del internet este creciendo la radio da una mano a que los escuchas lleguen a conocer y encuentren en las diferentes redes a la banda que han escuchado. Esto da vida y utilidad al medio tradicional.

“La radio ha sido totalmente vital, sin la radio no seríamos lo que somos ahora, porque la radio fue lo que nos aseguró el público objetivo que tenemos ahora, los 4 mil seguidores que tenemos en Facebook y los 3 mil oyentes mensuales que tenemos en Spotify, la radio nos lo asegura al principio.”(JM)

Hay que tomar en cuenta que los músicos antes de la ley no veían otra oportunidad que la radio para ser sonados, también era una época donde la radio era lo único que había, tenía un posicionamiento mucho más trascendente y la gente que conocía, o consume la música era gente que se guiaba por lo que la radio programaba.

Ahora la radio ha perdido fuerza, ya que tenemos tantas formas de escuchar la música que se quiere, cuando se quiere, que a veces ya no dependemos de la radio, dependemos de nuestro celular y de un auxiliar.

“La gente escucha sus cosas del celular, pero hay un grupo mínimo que es fiel a la radio, no estoy muy al tanto, pero la mayoría escucha su celular, ya no hay como esa religión de que es tal hora y voy a escuchar la radio, ahora es si estas en el carro y de suerte salió un buen programa, que mejor, pero si tienen auxiliar, olvídate, no escuchan la radio” (JA)

Al momento de promocionar una canción, pasar por la radio, dejar un nuevo tema o nuevas producciones para que las radios hagan su trabajo de difundir, los músicos consideran que es más profesional si va un tercero, un allegado a la radio, manager o productor.

“El mundo se maneja con contactos. Es diferente que alguien llegue, un allegado a la radio o siendo una persona de confianza en la radio, va a hacer que ese disco se escuche de una u otra manera. Por ejemplo, es diferente ver bandas que te recomiende internet a que llegue un amigo y te recomiende una banda, le vas a hacer caso a tu amigo” (JV)

“Si el músico tiene una buena relación en la radio, o con los productores de la misma, no habría ningún problema que el mismo se acerque (...) yo soy la que hace contacto

mediante redes sociales, y luego me voy físicamente a las radios que me reciben (...) si hago contacto primero en redes sociales donde puedo enviar mi música y mis videos, ellos pueden ver la calidad de artista” (CP)

Aunque la radio es una gran ayuda para los artistas, como la difusión, entrevistas a los músicos y promoción por el material, también tiene sus cosas malas

“ (...) cómo se manejan las frecuencias y cómo tienen incidencia dentro del mercado, claro ya un poco entras en la dictatorial decisión del programador de música de decir qué es lo que debe poner, y qué es lo que no en función de su preferencia, de una orden de arriba, de una conveniencia económica, etc. Hay la *payola* ¿no? La *payola* viene de la abreviatura de los gringos que dice *pay to play*. ¿no? Paga para sonar, y eso se volvió una mecánica donde el que tenía dinero podía sonar y las disqueras y es una práctica no de ahora, de siempre (...) Entonces la ley y el artículo #103 viene a tratar de pelear con esa estructura al imponerte una cuota igualitaria de emisión de contenidos” (RZ)

La radio no debería cobrar a los músicos para poner sus producciones, debería ser una ayuda desinteresada. Las radios dentro de Cuenca manejan diferentes géneros, muchos artistas encuentran espacio en ciertas radios, obviamente dependiendo de su género, pero hay ciertos géneros que no encuentran espacio en las radios, si tu escuchas la música en la radio, o es rock, o es bachata o es reggaetón, pero no es amplio a géneros de cantautor, guitarra, trova, no hay mucho apoyo en la ciudad, no se mueven ciertos géneros.

### **3.3 Artistas y producciones**

Los artistas enfrentan un gran desafío al momento de querer promocionar sus producciones, ya que las radios tienen un estándar de calidad establecido y es obligación de los artistas cumplirlo para poder ser parte, el músico no puede entregar una producción mediocre y esperar que sea sonado en la radio a la par de otro tipo de productos. En este apartado sabremos la opinión de los músicos sobre la producción musical en nuestro país.

“Si nosotros sonáramos a demo solo nos hubiesen pasado una vez. La radio también espera mejoras en tu producción, es la relación entre el medio y la banda, el medio va a esperar más de ti y la banda tiene que meter el trabajo” (JM)

Los artistas aseguran que ir a otro país a hacer una producción no es para mejorar la calidad del producto, si no, para mejorar sus contactos, o darle una mirada diferente al artista, eso de salir es Networking, conocer gente de otro lado te abre las puertas, porque sinceramente a Ecuador le falta ser un país exportador de música.

“Lo que nos pasó con el video de Diosa, el video fue grabado en Nueva York y solo por eso ya tuvimos ojos diferentes (...) el hecho de salir le da un valor agregado y eso le da un poco más de tridimensionalidad al artista (...) Toda oportunidad que tengas afuera y la puedas traer de vuelta, va a mejorar la escena nacional” (JM)

Las producciones nacionales sin duda han subido de nivel, incluso hay carreras que se especializan en eso. El hecho no es salir y conseguir mejor sino buscar aquí mismo.

“Las cosas han cambiado, creo que el estigma de encasillar la producción nacional en una calidad inferior, ya se acabó, hace rato que se acabó. Y ese es un argumento de los radiodifusores que tuvo validez en los 80s, hoy no” (RZ)

Hay que tener en cuenta que la idea no es salir del país para crecer dentro de el mismo, la idea es aprovechar las oportunidades que se tiene, si por motivos tenemos un video grabado en el exterior que puede ir bien con una canción que se tenga es una buena manera de aprovechar las oportunidades. La solución para el artista no es salir del país, se puede trabajar bien desde su ciudad, pero si hay oportunidades que se pueden aprovechar, es bueno usarlo, te pueden ver con ojos diferentes, no solo los escuchas, también las radios pondrán más atención.

Las producciones en el país son de un gran nivel, no hay necesidad de mandar una producción al exterior para que hagan los arreglos productores en otro país, eso se hacía antes, cuando los estándares no eran los mismos y se quería tener algo de calidad.

Las trabajos realizados dentro del país son de muy buena calidad y se considera justo lo que se cobra, es justo, la producción barata te da resultados baratos, el tiempo es plata, el tiempo de un buen productor es plata, sin embargo, si se gasta una buena cantidad de dinero, pero no debe ser un gasto, debe ser una inversión, porque eso debería revertirse en utilidad, si no está revirtiendo en utilidad, está mal tu inversión.

Ser músico no se basa exclusivamente en tener talento, es también un trabajo y estudio de la música, conocimiento de los instrumentos que se toquen, es hacer una inversión para sonar bien y a veces mejor. El esfuerzo y la inversión económica del músico son cosas que se deben valorar. No solo se gasta en producciones, también se gasta en instrumentos para que la calidad de sonido de la banda sea mejor, la diferencia de una guitarra Freedom a una Fender no solo es el precio, también la calidad de sonido.

El ensayo de un músico es vital al momento de grabar, los estudios normalmente cobran por hora y no existe una disquera que les dé un tiempo de entrega y un estudio a disposición, eso es otra realidad a la que viven los músicos en el Ecuador. Entonces si el artista está ensayado y fino, no se demora, el ensayo es clave, es súper importante, puedes ser un gran músico, pero si quieres sacar un buen producto tienes que estar bien ensayado y eso es una inversión de tiempo. Es una inversión que define cuanto pagas por hora.

### **3.4 Artistas y el 1x1**

Otro punto importante que se debe tomar en cuenta es cómo la ley 1x1 ha influido en los artistas, en su música y en su capacidad de hacerse conocer a nivel nacional, que es el primer paso para luego expandir sus horizontes internacionalmente. Se tomó en cuenta este aspecto y será expuesto en palabras de los artistas en este punto.

El 1x1 ha dado un incremento de música nacional difundida, es innegable que se han escuchado a nuevos músicos, a comparación de cómo era antes de la ley, se escuchaba un 20% o tal vez menos, y no músicos nuevos, la mayoría eran artistas ya consolidados, en ese tiempo Juan Fernando Velasco, Los Verde 70, los Cruicks en Karnak, o sea ya artistas realmente consolidados, los artistas nuevos era muy, muy pocos.

A pesar de la ayuda que ofrece el 1x1, los músicos no se estancan esperando que su música suene y ganen popularidad solo por la radio, todos buscan otras formas de llegar a su público, como el uso de redes sociales, ya que aparte de una conexión directa con tus seguidores también te ayuda a promocionarte, haciendo campañas por ejemplo en Facebook,

las campañas en Instagram, que se paga una cierta cantidad de dinero y ellos se encargan de difundirte el tema por todo lado, entonces es súper bueno.

El músico también tiene a su disposición plataformas donde puede compartir su música y que lo escuchen alrededor del mundo, Spotify es una herramienta excelente porque se vuelve global en dos segundos. Lanzas una canción, y es una locura, la gente escucha en Chile, España, México, Perú y esa es una oportunidad que no tenías antes y que te dan las plataformas digitales.

El 1x1 ha tenido un buen impacto en los músicos nuevos de la ciudad, se pide que el 1x1 se sostenga, que siga y que no pare, ya que esto le da una pauta al músico, el hecho de pasar más música nacional, más estás exigiendo al músico que se profesionalice.

Aunque el artista cree que está bien intencionada la ley, pero no hay una industria musical, es mucho más importante que exista una industria musical antes que una buena ley, pero el artista no ve un campo más abierto, en el cual la industria musical del Ecuador existe, claro que existe, pero no tiene fuerza en los géneros como rock, urbano, pop, jazz o cualquier otro, la industria musical ecuatoriana pertenece al género nacional, a las chicheras, a los pasillos, tecno-cumbia.

“Ya existe una industria. O sea, el mercado es el que está polarizado. Tienes como un *target* de consumo de gente que tiene como una capacidad adquisitiva similar, y tienen unas preferencias. Pero hay un mundo afuera, que consume Gerardo Morán, que consume Hipatia Balseca que llenan estadios, eso es industria también. Entonces hay circulación de contenidos y hay mercado, y eso también es parte del medio. Entonces los análisis a veces son muy parcializados porque no ven el total de los contenidos y dicen “no hay industria”” (RZ).

En fiestas de pueblo, en celebraciones de santos, en muchas cosas más la gente no contrata rock, no contrata reggaetón, a comparación de lo que es música nacional, la gente hace fiestas de pueblo y es ahí donde realmente se gana dinero, el músico nacional donde más gana son en estos eventos, y cuando son fiestas grandes están colmados de eventos.

Sin embargo, el músico está consciente de que la ley tiene ciertas falencias y que se puede mejorar ciertos aspectos, para que en serio sea una ayuda al músico, ya que ser sonados

en la radio es solo el primer paso, sueñas en la radio y qué bonito que te escuchen, pero si no te contratan, el artista de qué vive.

El 1x1 puede mejorar muchas cosas, no solo que los músicos o bandas sean escuchados en la radio, los artistas necesitan algo más físico, necesitan festivales, necesitan conciertos, ferias, necesitan conocer a gente que hay en el medio, productores, managers, equipos de trabajo, otros músicos, hace falta instancias de networking musical.

Un gran problema del músico con respecto a esta ley es que, a pesar de encontrar espacios en las radios, no encuentra constancia en la ayuda que obliga la ley, muchos artistas se ven perjudicados ya que las radios saben repetir músicos ya consolidados y no dan espacio a músicos nuevos, la radio no apoya, y ahora con la ley, si favorece en parte, si apoyan pero siguen sonando los que son más conocidos.

“(…) Porque puede ser súper parcializado y la lectura de la ley tuvo ese problema, porque se leyó desde un solo lado. Desde el lado del radiodifusor y del consumidor, no desde el artista. (…) La ley de alguna manera lo que estaba buscando es que el radiodifusor, desde un punto de vista de consciencia, de decir: bueno, voy a estimular el consumo de contenido local no debería tener una ley, sino debería ser una iniciativa, como que venga del medio” (RZ).

El 1x1 es una “ley” bien intencionada, es una buena idea desde su principio, desde el discurso político es interesante, pero es más complicado que solo decirlo, la industria es más compleja, de sólo decir, o de sólo escuchar el criterio del radiodifusor y no el del artista, hay un montón de cosas que se deben tomar en cuenta, como: si existe el pago por derechos de autor, como son las multas, que aparataje mide las producciones nacionales, el público está satisfecho con lo que está pasando en la radio. La ley tiene más preguntas que certezas.

“(…) hay más preguntas que certezas. Si, muchos vacíos todavía, falta mucho por trabajar, es más complejo el tema El discurso es frágil, pero ya en la práctica, ya siendo actor desde la primera ejecución es muy difícil. La academia podría ser una alternativa para mediar y poder estructurar mecánicas, poder crear vínculos, poder crear espacios de mediación, espacios de diálogo, de acercamiento para lograr acuerdos y poder mejorar la circulación.” (RZ)

Se puede llegar a un mejor acuerdo, algo que ayude a los artistas, a los productores, a las radios, algo que nos sirva a todos y no nos deje con más preguntas, porque para hacer

preguntas ya tenemos esta ley. Se puede pensar en una mejor ley, algo más accesible para todos y que sea una ayuda para todos, de manera que no sea polarizado, sesgado, una ley que pueda ser una ayuda y no un dolor de cabeza.

## **CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES**

### **4.1 Conclusiones y recomendaciones sobre el impacto de la normativa 1x1**

Los entrevistados están de acuerdo en que se necesita mayor una ayuda que no se limite ser sonado en la radio, a pesar de que este es el principio, la radio no mantiene al músico. El artista como parte de la ley se ha visto perjudicado en no tener continuidad en la radio, sin embargo, el músico ha tenido beneficios de parte de las radios, estas han sido de puertas abiertas cuando llega un músico que tenga un gusto parecido al género que maneja la radio.

Es inevitable el hecho de que el 1x1 ha sido una mano para dar a conocer a los artistas, pero el aparataje que ha tenido la misma ha sido confusa y no ha tenido la continuidad que se ha esperado tener, los entrevistados concuerdan en que el artículo #103 de la LOC necesita cambios para que pueda ser de ayuda y no solo una ley bien intencionada.

Los artistas recomiendan a las productoras dentro del país, ya que son de calidad y salir en búsqueda de servicios se tiene localmente es absurdo, se puede hacer los trabajos dentro del país con la misma calidad, ciertamente hacer un proyecto con una productora dentro del país no es un mal gasto y la verdad se espera que sea una inversión ya que si el músico se maneja bien puede generar ingresos a partir de sus producciones. La mayoría de artistas dan fe que la calidad que se maneja dentro del país es de un alto nivel, y no ven que la solución sea salir del mismo para buscar en otros países, el salir del Ecuador para buscar buenas producciones era un argumento válido en los años 80, hoy deja de serlo y las productoras nacionales se alzan al momento de apoyarlas y esto da crecimiento a la escena musical en el país. Los artistas nuevos que han salido del país aseguran que es bueno como experiencia, pero para hacer producciones es mejor hacerlas en su propio país.

En Argentina se creó el Instituto Nacional de la Música, conocido como INAMU, que tiene como objetivo el fomento, apoyo, preservación y difusión de la actividad musical en general y la nacional en particular. A la normativa 1x1 de nuestro país le puede servir un instituto que vele por los derechos de los músicos y busque más formas para apoyarlos que solo difundirlos por la radio. Un instituto de esta magnitud puede no ser estatal pero verse sujeto a un ministerio para que las

leyes que se impongan se deban cumplir, esto puede beneficiar mucho a los músicos dentro del país al darles más espacio que solo la radio y darles más espacio en conciertos, festivales, ayudar a músicos que estén alejados de la civilización a que tengan un espacio en productoras y puedan planear que hacer con su música, ver descuentos en viajes que realicen los músicos con transporte público y descuentos en instrumentos musicales para los mismos.

La mayoría de los artistas entrevistados recomiendan que se siga con esta ley, que se debe ser insistente con la misma cantidad, con el 1x1, pero no podemos exigir una ley que va a llevar más sanciones a las radios que beneficios, por lo tanto, se debe mirar por los dos lados ya que los músicos tanto como las radios son partícipes fundamentales para el cumplimiento de la normativa conocida como ley 1x1.

Los entrevistados también recomiendan que se debe llegar a un consenso sobre la cantidad de música que se pasa ya que un 1x1 es bastante excesivo, un 2 o un 3 ayudaría de mejor manera a las radios y se puede hacer una mejor difusión de contenido, lo cual ayuda a los músicos, no podemos exigir un 1x1 cuando la cuota de música del país queda debiendo a comparación de música que viene de todo el mundo. Hay una cantidad amplia de géneros que no son famosos en el país o no se han visto músicos de estos géneros.

Se recomienda que se aplique un control sobre está ley en las radios, ya que a los nuevos artistas les dan poco espacio dentro de las mismas y los músicos se ven afectados ya que ciertas radios siguen pasando a los músicos consolidados y no le dan espacio a los nuevos.

Como se habla en el capítulo 3, debería haber un fomento a que músicos y productores tengan un espacio, debe haber una feria de la música donde exista una instancia de networking musical, así los músicos y productores hacen contactos, puedan hacer producciones musicales juntos y eso mejoraría la escena y haría crecer la industria musical del país.

Entre los puntos que puede reforzar el 1x1 es hacer conciertos o festivales, sabemos que hay músicos que ya tienen sus años de experiencia y músicos que están saltando recién a la escena musical, se puede crear un festival “semillero” que de oportunidad a los nuevos, que les dé un espacio para crecer y entiendan sobre presentaciones grandes, luego, como plato fuerte del evento, parte del festival se les da espacio a músicos que estén consolidados. Este contraste nos puede dar una idea de qué les falta a los nuevos y en que pueden mejorar, incluso llegaría a fomentar las

alianzas entre los músicos y trabajar juntos en algún momento. Al crear festivales semilleros se da un espacio para que los artistas nuevos puedan generar público en lugares con entrada gratuita, al tener una audiencia que se vaya enganchando con ellos pueden crear conciertos o tocadas en los que puedan cobrar.

Se recomienda la creación de un programa radial que invierta su tiempo en busca de música nueva dentro del país puede caer mejor que la misma ley, no todas las radios tuvieran que sufrir por cumplir dicha ley y un programa de radio dedicado a músicos ecuatorianos sería una buena ayuda y puede tener una buena acogida. Debe ser un proyecto más planificado, esta es solo una idea.

Si el gobierno en serio quiere ayudar a los músicos, debe enfocar su apoyo en ofrecer un espacio de producción, donde puedan trabajar en sus proyectos y que cobre lo justo, también deben apoyar a que tengan más conciertos ya que de eso vive el artista y una ley que en serio les sirva a los músicos, que encuentren un apoyo en la misma y su música sea fomentada de mejor manera, que no sea una ley con tintes políticos y que de verdad vele por los intereses de los artistas, ayude y no perjudique a la radio y que cautive a los escuchas.

## **4.2 Conclusiones en base a los objetivos**

La relación entre músico y radio ha tenido un leve cambio, no por la ley pero si por la aparición del internet. El músico va a buscar a la radio porque es un buen medio para darse a conocer, porque es un medio que ayuda al artista, sin embargo, lo hace por un tiempo ya que el músico también debe manejar su imagen, producciones y promociones desde redes sociales. Existen varias plataformas que el músico usa para darse a conocer y donde puede subir sus canciones, Spotify y YouTube son de las plataformas más usadas por los músicos y por los escuchas.

El músico conlleva la relación normal con la radio al momento de promocionar o lanzar un producto, suele ir un tercero como parte de equipo de trabajo a dejar las producciones en las radios o sabe ir el músico como tal, ahora, algunos músicos hacen contacto con la radio desde redes sociales y desde ahí mostrar sus producciones.

Obviamente, él artista está sujeto a horas de practica y estudio, debe estar preparado para afrontar imprevistos en ciertas ocasiones, la única forma para mejorar su calidad de músico es seguir ensayando y conocer su instrumento porque eso no es solo su pasatiempo, llega a ser su trabajo y no se puede fallar al momento de presentarse al frente de un público o cuando están grabando una canción.

Se llegó también a la idea que, a pesar del mecanismo 1x1, la relación entre músico y radio no ha cambiado mucho, las nuevas tecnologías han hecho que la manera de ponerse en contacto con la radio sea diferente, ofreciendo más canales para ponerse en contacto tanto para la radio como el artista.

La calidad técnica o de producción ha ido mejorando con los años, y ahora en Ecuador la calidad de producción es muy buena, no es como hace 20 años y la calidad artística que debe tener el músico es claro que debe estudiar su instrumento y mantener un horario de ensayos diario ya que eso ayuda a estar en mejor forma y que la calidad sea notable.

La mayoría de los músicos parecen percibir a esta ley como una ayuda para iniciar su carrera, pero están conscientes de que necesitan más que sólo ser sonados en las radios de la ciudad, sino ser capaces de encontrar mejores espacios físicos para sus presentaciones y mayor contacto con productores que sean capaces de impulsar y mejorar los productos de su carrera.

Los músicos entrevistados sugieren que es justo y factible hacer sus producciones dentro del país, las productoras han subido de nivel y son de muy buena calidad, el desafío más grande en este caso es reunir el dinero para poder hacer las producciones, eso es lo más demorado. Sin embargo, el músico debe ir preparado a la sala de grabación ya que no puede perder tiempo ahí, dado que estos locales cobran por la hora, no es bueno tomarse tiempo en las productoras.

No solo en las producciones se necesita dinero, también los instrumentos son de suma importancia ya que estos afectan directamente a la calidad del producto final. Los entrevistados están de acuerdo con que tener un buen instrumento es vital para ellos, ya que es su herramienta de trabajo y la calidad es lo mínimo que se puede ofrecer, es un gasto fuerte pero es un gasto necesario. Si se puede crear una base de datos estable donde existan músicos, que se inscriban en

esta plataforma y que de verdad esto tenga un beneficio para los músicos, una plataforma que te de beneficios por ser parte de la misma, descuentos en instrumentos que es un gasto que el músico debe hacer y ayudarlo a conseguir lo que necesita para que sus producciones suenen mejor y cumplan los estándares que manejan las radios.

El músico encuentra como beneficio de la ley el hecho de ser pasado por las radios, sin embargo, sostiene que esto solo pasa algunas veces y que el 1x1 no se cumple, que solo pasan música de aquellos artistas cuando están físicamente en la radio y que la mayoría de radios pasan músicos ya famosos y no dan oportunidad a nuevos.

El artista no puede depender de la radio en el siglo XXI, el músico encuentra la forma de mostrar sus producciones en internet y diferentes plataformas y saca provecho de lo mismo para tener una relación más llevadera con las fanáticas y manejar su imagen a través de redes sociales. La radio es solo una parte de todo lo que maneja el artista.

Las plataformas tales como Spotify y YouTube ayudan a los músicos para que la gente los escuche donde y cuando ellos quieran, también entrega la oportunidad al músico de internacionalizarse y ganar seguidores en otros países, así los músicos pueden viajar, ofrecer presentaciones, regresar al país y hacer crecer la escena musical del Ecuador.

Los entrevistados coinciden que la culpa no tiene la radio en el seguimiento del 1x1, si no que esta normativa no tuvo una estructura bien formada, no tuvo una base sólida y no es lo que los músicos esperaban que fuera, se recomienda cambiar o mejorar la ley ya que se ve débil al momento de ayudar a la industria, músicos, radios, escuchas, productores, a la escena musical del país en general. La ley debe tener un estudio más amplio respecto a cuál es su objetivo y ayudar de manera correcta a todos y que no se vea manchada por tintes políticos y sea una ley que no perjudique al medio y que resalte al artista en su país.

La ley 1x1 llega a ser un tanto indiferente para los músicos ya que no llegó a ser lo que verdaderamente prometía, se ve manchada por tintes políticos que se encuentra más como una ley que perjudica a las radios que una ley que desea ayudar al artista.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGN. (23 de Junio de 2014). Redistribución de frecuencias de radio aún sigue pendiente. *El Mercurio*.
- Amado Boudou, J. D. (28 de noviembre de 2012). *Inamu* . Obtenido de <https://inamu.musica.ar/index.php?sec=articulo&id=194>:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/205000-209999/207201/norma.htm>
- Avila, C. (2013). El sistema de comunicación en la ley orgánica de comunicación del Ecuador. *Chasqui*, 73-81.
- Cardoso, M. (2007). *Historias de Radio*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Conatel. (2014). [www.conatel.gob.ve](http://www.conatel.gob.ve). Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/files/lehrs06022014.pdf>
- Erazo, H. (2009). Estudio y análisis de la tecnología de redes de frecuencia única (Isocrecuencia), y su aplicación a la radiodifusión en las bandas de AM y FM para la optimización del espectro electromagnético en la ciudad de Quito. *Tesis de Pregrado*, 229. Quito: Escuela Politécnica Nacional. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/1451>
- Favoretto, M. (2014). La dictadura Argentina y el rock: Enemigo íntimos. *Resonancias*, 69-87.
- Girard, B. (junio de 2000). *La radio no está amenazada por internet*. Obtenido de <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1354/1383>:  
<http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1354/1383>
- Godoy, M. (2011). <http://www.academia.edu>. Obtenido de [http://www.academia.edu/6470118/La\\_M%C3%BAsica\\_Ecuatoriana\\_memoria\\_local\\_patrimonio\\_global\\_una\\_historia\\_contada\\_desde\\_Riobamba\\_Taki\\_2\\_Casa\\_de\\_la\\_Cultura\\_N%C3%BAcleo\\_de\\_Chimborazo\\_Editorial\\_Pedag%C3%B3gica\\_Freire\\_2012\\_Por\\_Mario\\_Godoy\\_Aguirre\\_La\\_publica](http://www.academia.edu/6470118/La_M%C3%BAsica_Ecuatoriana_memoria_local_patrimonio_global_una_historia_contada_desde_Riobamba_Taki_2_Casa_de_la_Cultura_N%C3%BAcleo_de_Chimborazo_Editorial_Pedag%C3%B3gica_Freire_2012_Por_Mario_Godoy_Aguirre_La_publica)
- Islas, O. (2012). McLuhan y la radio. Del fonógrafo y la radiotelegrafía. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 9.
- Leonardo Montero y Xavier Gomez. (2013). *A la industria musical todavía le falta ritmo*. Obtenido de [revistalideres: http://www.revistalideres.ec/lideres/industria-musical-todavia-le-falta.html](http://www.revistalideres.ec/lideres/industria-musical-todavia-le-falta.html)
- Ley Orgánica de Comunicación*. (25 de junio de 2013). Obtenido de Registro Oficial No. 22: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Loaiza, C. (06 de Mayo de 2014). Música ecuatoriana suena más por ley de comunicación, pero queda largo camino por recorrer. *andes*.
- Maldonado, C. (Septiembre de 2016). *Análisis del impacto de la ley del 1x1 en la producción musical de artistas ecuatorianos*. Obtenido de <http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13345/1/UPS-QT10785.pdf>

- Martinez, P. (2014). *Repositorio digital de la Universidad de las Américas*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2706>
- Meneses, A. (1997). *Discografía del pasillo ecuatoriano*. Quito: Abya-Yala.
- Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- Orquera, L. F. (24 de Mayo de 2015). Radios sancionadas: falta más producción nacional. *El Comercio*.
- Piedra, C. (13 de Enero de 2013). La no industria musical en Ecuador: hacia la recuperación de un paciente terminal. *El Telégrafo*.
- Piedra, M. C. (2016). *Análisis del escenario actual y perspectivas futuras en los medios radiales de Cuenca en torno a la aplicación del Art.103 de la Ley de Comunicación*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6691/1/12700.pdf>
- Reyes, T. (3 de Mayo de 2018). *14 y medio*. Obtenido de [https://www.14ymedio.com/sociedad/Venezuela-mordaza-prensa-prioridad-revolucionaria\\_0\\_2429757005.html](https://www.14ymedio.com/sociedad/Venezuela-mordaza-prensa-prioridad-revolucionaria_0_2429757005.html)
- Tamayo, E. (18 de 06 de 2013). *America Latina en movimiento*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/64905>
- Telegrafo, E. (20 de Junio de 2013). El 1x1 intenta florecer la industria a toda costa. *El Telégrafo*.