

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Paúl Mena, Msc., Director de Trabajo de Titulación

Trabajo de Titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales

Quito, diciembre de 2014

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Paúl Mena Erazo., Msc.

Director de Tesis

Eric Samsom, Msc.

Miembro del Comité de Tesis

Hugo Burgos, PhD.

Decano del Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

Quito, diciembre de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Gabriela Michelle Larrea Sánchez

C. I.: 172092140-0

Lugar: Quito - Ecuador

Fecha: 19 de diciembre de 2014

DEDICATORIA

Para los aficionados a la música y al periodismo que trabajan por el desarrollo de la escena musical del Ecuador.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por su apoyo constante.

A mi novio, mi nueva familia, gracias por estar conmigo todos estos meses y jamás dejarme flaquear ni un segundo.

A todas las instituciones y personas que han hecho posible este proyecto:

Diario El Comercio

Ivonne Guzmán y Santiago Endara (bloguero asociado)

Radio Cocoa

Hugo Burgos, Bernarda Troccoli y Juan Pablo Viteri

Satre comunicación integral

Felipe Pinzón, Cecilia Bucheli

Renato Zamora

Sayce

Troi Alvarado

Universidad San Francisco de Quito

Teresa Brauer y Anamaría Garzón

Jazz the Roots

RESUMEN

La industria musical ecuatoriana no cuenta con profesionales en la rama periodística para difundir información sobre lo que sucede dentro de la misma. A partir de esta premisa surge la necesidad de crear una guía de periodismo musical. Esta guía reúne datos sobre el manejo de las noticias musicales dentro de varios medios del país e internacionales. Además abarca temáticas como escribir un artículo sobre un concierto, crítica musical, lanzamientos, entrevistas con artistas, entre otros. Todo basado en el sondeo de medios nacionales e internacionales, entrevistas a expertos y revisiones académicas. El fin de *“Periodismo Musical: Guía para periodistas”*, es incentivar la especialización e interés de los nuevos profesionales del periodismo la temática musical, una rama aún sin explorar en nuestro país.

ABSTRACT

The Ecuadorian music industry lacks of professionals in the journalist industry. The journalist are meant to disseminate the information on what happens within the music scene. From this premise arises the need to create a directory of music journalism. This guide collects data on the management of music news in various media from Ecuador and abroad. Also covers topics such as writing an article about a concert, musical criticism, album releases, interviews with artists, among others. All based on the survey of national and international media, expert interviews and academic reviews. Music Journalism: A Guide for Journalists, is meant to encourage the academic specialization in music journalism.

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoria	5
Agradecimientos.....	6
resumen	7
Abstract.....	8
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	10
Pregunta(s) de investigación.....	12
Justificación	13
Objetivos.....	14
Metodología y diseño de la investigación.....	15
Revisión bibliográfica	15
MARCO conceptual.....	20
Pasos en el proceso de revisión de la literatura	20
Formato de la revisión de la literatura	20
Análisis CRÍTICO	28
Monitoreo de Medios.....	28
PERIODISMO MUSICAL: GUÍA PARA PERIODISTAS	32
Periodismo Musical: Guía para Periodistas.....	33
Investigación Periodística y Métodos de Observación y Escritura.....	33
Reseña de Presentaciones	40
Entrevistas a Artistas y Bandas.....	42
FORMATO 1: PÁGINA WEB	46
resumen formato web.....	47
FORMATO 2: RADIO	52
resumen formato radio	92
Conclusiones	96
Bibliografía	97
ANEXO A: MONITOREO DE MEDIOS. TABLAS	99

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Periodismo y difusión musical en Ecuador surge como una iniciativa para fomentar la profesionalización del hacer periodístico en la Industria Musical del Ecuador. Este trabajo propone una guía que presente el estado actual del periodismo musical en los medios y la necesidad de desarrollar profesionales especializados como parte importante de la industria musical del Ecuador. Además se presentara una pagina web y un reportaje radial enfocados en la temática del periodismo musical en el Ecuador.

Hoy en día la música y sus actores van más allá del entretenimiento. A lo largo del tiempo muchos artistas han representado y han influenciado a cientos de masas con sus mensajes, ideas y conceptos; no solo con el sonido, sino también con el pensamiento característico de su época. Un ejemplo muy puntual de esta afirmación es la banda británica “The Beatles”, que gracias a su manejo empresarial y a sus creaciones universales promovieron y cautivaron a millones de personas con mensajes de paz y de revolución social en su época. “La nueva banda de Liverpool no solo causó que las adolescentes de costa a costa tuviesen convulsiones, también inspiró a toda una generación de bandas” (O’Reilly, 2014). De acuerdo a Altschuler, junto a “The Beatles” muchos otros artistas fueron parte de esta revolución social, política y cultural (2003). Esta influencia de los artistas en la sociedad, hace que la industria musical sea de interés público debido a los artistas, las ganancias económicas, y la cultura que fomenta. De aquí surge la necesidad de entender al periodismo musical como mediador para la fomentación de la cultura musical de un pueblo.

El periodismo musical surge como el medio para preservar los archivos del movimiento musical de una época. Los historiadores que han escrito sobre la “descripción de una época, vinculando los hechos históricos generales y repercusión en las distintas formas artísticas y luego centrarse en la música” (Vascones Muñoz, 2013), han visualizado la historia de la música desde una perspectiva social, económica y filosófica. Además de los historiadores, varios artistas iniciaron sus carreras como escritores musicales por ejemplo Patti Smith, Chrissie Hynde (The Pretenders) o Tim Quirk (Too Much Joy). Este último enfatiza la importancia de poder transcribir las sensaciones que emite un músico al momento de una presentación (Quirk & Tonybee, 2005).

La influencia de la música en la sociedad ha dado paso a la prensa y a los medios alternativos de comunicación para convertirse en los principales aliados de los aficionados y empresarios de la industria. Por esta razón, el hacer buen periodismo en la industria musical no sólo significa aportar, desarrollar y promover un movimiento artístico, sino que también es esencial analizarlo y criticarlo desde un punto de vista socioeconómico ya que provee información de suma importancia acerca de toda la evolución y progreso de nuestra cultura en una industria fantasma hoy por hoy en el país.

La industria musical ecuatoriana no cuenta con profesionales en la rama periodística para cumplir con el rol adecuado de los medios dentro de la misma. Los periodistas musicales surgen entonces como los contadores de historias de la música, los fenómenos sociales que provoca, las temáticas legales de la industria y sobretodo mantener al público informado sobre los acontecimientos y movimientos de sus artistas favoritos.

La industria musical ecuatoriana podría considerarse como un campo en pleno desarrollo. Actualmente los artistas cuentan con leyes que los amparan y que reconocen su trabajo autoral. Sin embargo no existen referencias literarias que denoten un seguimiento por parte de los medios en la cultura musical del país. En esta investigación el planteamiento del periodismo musical será presentado como un recurso para fomentar la cultura en este ámbito de forma crítica, analítica y profesional. Con el fin de enfocar los conocimientos periodísticos para generar contenidos que denoten profesionalismo en la cobertura, redacción y producción de las noticias musicales. Y de este modo generar una guía para los periodistas que deseen especializarse en temáticas musicales, teniendo así una perspectiva clara de la importancia que tienen dentro de los medios nacionales e internacionales.

Pregunta(s) de investigación

“¿Cómo y hasta qué punto los periodistas son necesarios para el desarrollo de la industria musical del país?”

“¿Cuál es la importancia que le dan los medios ecuatorianos a las notas musicales?”

“¿Cómo deben prepararse los periodistas musicales para cumplir con el buen ejercicio periodístico?”

“¿Cuál es el papel de la prensa en el desarrollo de la industria musical en el país?”

Justificación

Los medios de comunicación son de vital importancia para que el público conozca el desarrollo de la escena musical local e internacional. Los artistas por medio de sus obras musicales presentan al mundo su ideología sobre la sociedad o sobre tópicos de todo tipo. Por ejemplo, los años sesenta se destacaron por el movimiento “hippie” que en gran parte tuvo su inicio debido a las letras de artistas legendarios como John Lennon con su canción “Imagine” que ha marcado hitos sin precedentes en la historia musical mundial como un himno a la paz.

El papel de los medios va más allá de la difusión musical de los artistas. Actualmente hay que considerar que la música se encuentra en un momento de transición debido a las nuevas tecnologías (del CD al formato digital). Además los artistas proponen su música en diversos formatos para ser disfrutados por el público audio, videos musicales, conciertos y redes sociales. La tendencia de tener un contacto más directo con los fans surge de los propios artistas. El fenómeno de las redes sociales es de gran ayuda cuando se es una figura pública. Sin embargo, las redes sociales manejadas por los medios de comunicación también implican esta aproximación directa con el público y las noticias que estos siguen, en este caso la música.

La prensa juega un papel esencial para generar información sobre una actividad o movimiento. Sin embargo, los medios más seguidos por los ecuatorianos no tienen una sección de música; sino que las noticias de este tipo se clasifican dentro de la sección cultural o de entretenimiento (ver tablas 17,18 y 19). En base a esta realidad es necesario enfocar que el periodista musical debe realizar

sus notas con profesionalismo y que debe respetar los valores éticos de los periodistas para generar piezas informativas productivas para el lector.

Objetivos

1. Analizar las noticias musicales de medios nacionales e internacionales, con el fin de evidenciar la cobertura de información en cada uno de ellos.
2. Generar una guía de periodismo musical basada en resultados del sondeo de medios, entrevistas a expertos y en publicaciones académicas.

METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Al ser este un proyecto que propone una guía informativa se han utilizado varias herramientas cualitativas y cuantitativas para la recopilación de datos de esta investigación. Primeramente se realizarán entrevistas a expertos en periodismo, comunicación y negocio musical para evidenciar cual es la situación actual del periodismo musical en el país, su importancia dentro de la industria y de los medios de comunicación. Además se realizará un sondeo de noticias musicales en medios de comunicación nacionales e internacionales para comparar los contenidos y respaldar con datos cuantitativos la situación actual del periodismo musical en medios nacionales. Finalmente como respaldo de los contenidos de la guía se utilizarán fuentes académicas, libros y artículos publicados.

Revisión bibliográfica

Este proyecto será presentado como un documento académico. Para fundamentar, respaldar y contrastar los contenidos de la guía “*Periodismo Musical: Guía para Periodistas*” se utilizarán fuentes bibliográficas que incluyen publicaciones del tipo académico, noticioso y literario.

Entrevistas

Se realizarán entrevistas a expertos en comunicación, periodismo y negocio musical. Se ha escogido a expertos en estas ramas ya que sus opiniones pueden generar una visión aproximada del papel actual del periodismo musical en el país. Cada entrevistado ha sido escogido para tratar una temática específica referente a la profesión y trabajos que han realizado.

Juan Pablo Viteri

Actualmente es profesor de la USFQ en el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA). MA. En Antropología Visual y Documental Antropológico, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Su trabajo de maestría es el libro “Hardcore y Metal en el Quito del Siglo XXI” (2011). Imparte las clases de “Estudios Críticos de Comunicación y Arte” y “Temas de Comunicación y Arte: Música y Cultura”. Además ha escrito artículos sobre la autogestión de medios alternativos para la difusión del metal en Ecuador (“Alarma: un grito hacia la autogestión, 2010).

Ana María Garzón

Es profesora a tiempo completo de la USFQ. Imparte clases de Arte Contemporáneo y es curadora de arte y periodista cultural. BA: Periodismo e Historia del Arte, Universidad San Francisco de Quito. MA. Contemporary Art, Sotheby’s Institute of Art, New York, EE.UU

Ivonne Guzmán

Periodista de profesión Es editora de la sección Cultura de diario El Comercio desde Agosto del 2010.

Teresa Brauer

Coordinadora de la carrera de Producción Musical y Sonido del Colegio de Música (COM) de la Universidad San Francisco de Quito. Bachelor of Music,

Music Business / Management (Cum Laude), Berklee College of Music, Boston, EE.UU. Máster en Gestión Cultural de la Universidad de Alcalá.

CRONOGRAMA DE ENTREVISTAS			
FECHA	ENTREVISTADO	CARGO	TEMÁTICA
Lunes 17 de marzo 2014	Juan Pablo Viteri	Profesor COCOA-USFQ	Música y sociedad
Lunes 17 de marzo 2014	Ana María Garzón	Profesora COCOA-USFQ	Periodismo musical en el país
Jueves 25 de marzo 2014	Ivonne Guzmán	Editora Cultura "el Comercio"	Noticias Musicales dentro de la Redacción del diario
Viernes 9 de mayo 2014	Teresa Brauer	Coordinadora Producción Musical y Sonido COM-USFQ	Rol de los periodistas en la industria musical

Monitoreo de Medios

Se realizará un estudio de medios con el fin de identificar las clases de contenidos que son publicados en medios nacionales como internacionales. Se ha escogido cuatro medios de comunicación, dos nacionales y dos internacionales. Los medios nacionales son diario El Comercio y la revista Mundo Diners. Los medios internacionales son la revista Rolling Stone y la página web www.rollingstone.com. Se han escogido estos medios ya que la parte práctica de este trabajo será aplicado en formato impreso y formato digital.

Dentro de los parámetros a identificar se encuentra la clasificación por la sección a la que han sido asignadas, la extensión de las noticias, el formato noticioso y la frecuencia de redacción de los periodistas del medio.

Sección

1. Cultura
2. Espectáculos / Entretenimiento
3. Música

Clasificación

1. Corta

En el diario y en la página web: noticias hasta 200 palabras.

En las revistas: noticias hasta 400 palabras.

2. Mediana

En el diario y la página web: noticias hasta 500 palabras.

En las revistas: noticias hasta 1000 palabras.

3. Larga

En el diario y la página web: noticias hasta 1000 palabras.

En las revistas: noticias hasta carillas.

Tipo de Noticia

1. Informativa
2. Entrevista
3. Nota a profundidad
4. Reportaje
5. Crónica
6. Crítica
7. Agenda

Redactores

1. Internos

Son empleados del medio.

2. Externos

No son empleados del medio.

CRONOGRAMA MONITOREO DE MEDIOS

MEDIO	TIPO DE MEDIO	PERIODICIDAD	FECHAS
EL COMERCIO	periódico	diaria	05 marzo 2014- 05 abril 2014
MUNDO DINERS	revista	mensual	enero- abril 2014
ROLLING STONE	revista	quincenal	febrero- abril 2014
www.rollingstone.com	página web	diaria	05 marzo 2014- 05 abril 2014

MARCO CONCEPTUAL

Este estudio se divide en tres partes de investigación y recolección de datos literarios. En primer lugar la información recolectada en publicaciones de tipo académico e investigaciones sobre la industria musical y el papel de los medios como fuente vital para su desarrollo. Seguida de artículos y libros publicados sobre la temática del periodismo musical. Finalmente se contrastará conceptos con las entrevistas a los expertos mencionados previamente.

Para el desarrollo teórico de esta investigación se ha recurrido a diferentes tipos de fuentes bibliográficas:

- Publicaciones académicas.
- Textos publicados sobre el estudio de la Industria musical y Music Business.
- Otros soportes de tipo académico.

Pasos en el proceso de revisión de la literatura

- Búsqueda en Internet
- Palabras claves
- Bases de datos virtuales de la Biblioteca de la Universidad San Francisco de Quito.
- Lectura de autores y fundaciones reconocidas en el área musical.
- Sugerencias literarias de profesores.

Formato de la revisión de la literatura

El formato de investigación literaria se la realizará por temática de estudio.

Actualidad del Periodismo musical en el Ecuador

La industria musical del Ecuador es un campo en vías de desarrollo. En los últimos años se han generado grandes cambios en cuestiones legislativas y organizacionales. Por ende los medios de comunicación proveen información con respecto a todos estos acontecimientos. Sin embargo, las noticias musicales pasan a un nivel secundario en los grandes medios ya que son consideradas de menor relevancia en relación a las necesidades informativas del medio. La falta de interés de los medios hacia las notas relacionadas a la música representa que los campos mediáticos en los cuales los artistas pueden promocionarse o dar a conocer su trabajo son reducidos o desconocidos por el público que sigue esta temática.

La música es considerada como un gestor de ideologías y movimientos sociales. El antropólogo visual y comunicador Juan Pablo Viteri explica que la escena social que se desarrolla a partir de las influencias musicales es visible cada día ,ya que es representada a diario por todos aquellos que escuchan a determinado artista. A partir de esta influencia social pueden surgir las llamadas culturas urbanas como los *rockeros* o los *punkeros* que derivan su nombre e ideologías de un género musical y de sus representantes. “La música guarda una estrecha relación con el devenir de la sociedad” (Viteri, 2014). Jacques Atalli expresa que esta relación se da a partir de dos formas de la sociedad, el espacio donde se reproducen las normas y también desde el espacio donde estas normas se empiezan a subvertir. La música forma parte de la historia de un pueblo y el Ecuador tiene en su historia musical las raíces de pueblos ancestrales, así cómo los ritmos heredados en la época de la colonia. En la actualidad la influencia musical en el país se limita a lo poco que los

medios nos ofrecen sobre ella. Los artículos que promocionan eventos musicales, y pequeñas reseñas sobre eventos musicales y la agenda de eventos son las únicas noticias que reciben sobre música (ver tabla 9).

El papel del periodista dentro de la industria es generar información sobre esta de manera profesional y que denote un conocimiento real de la temática musical. El periodismo musical está ligado con “[...] el factor periodístico de la proximidad que se refiere tanto a la cercanía espacial como afectiva o temática de un asunto, por eso es una de las mayores atenciones que prestan los diarios a las informaciones más próximas al lector con el objetivo de incrementar el interés público por la noticia” (Cortés, 2010)

Sin embargo, no hay que olvidar que la música es la voz de un pueblo y lo que esta produce socialmente puede generar cambios ideológicos, sociales y económicos. Por lo tanto los medios de comunicación deben representar una plataforma para evidenciar la influencia social que tiene la música como parte fundamental de la cultura de un pueblo y el desarrollo presente de este. La necesidad de desarrollar profesionales especializados como parte importante de la Industria Musical del Ecuador para fomentar el crecimiento de la misma, al mismo tiempo que entrega al público toda la información que estos demandan de sus artistas o de la industria en general.

“La industria musical se convertirá en el trabajo estándar en la industria de la música a la par con la vanguardia del siglo xxi. Será de gran interés para los estudiantes o profesionales de estudios comunicacionales sobre los medios, estudios culturales, sociólogos y economistas de la industria musical. También será

de gran valor a los profesionales de la industria musical, interesados en estudios jurídicos musicales y cualquier interesado en el futuro de la música” (Wikström, 2013).

Un claro ejemplo de cual es la importancia que le da un medio nacional a las notas musicales es el dpto. de redacción de la sección Cultura de diario El Comercio. En este departamento trabajan únicamente dos personas el editor y un reportero. Además las noticias musicales están divididas entre la sección Cultura y Espectáculos dependiendo del género musical (ver tabla 1.), es decir; no existe una sección definida para las noticias musicales. La sección Cultura cubre las notas de música académica, música contemporánea y jazz, mientras Espectáculos cubre el resto de géneros (Guzman, 2014).

Para los periodistas que trabajan en las secciones culturales de los medios de comunicación la realidad les que “todos tenemos que poder escribir sobre todos los temas, pero por afinidades y/o conocimiento solemos cubrir fuentes específicas” (Guzman, 2014). A partir de esta premisa surge la pregunta ¿Porqué los medios ecuatorianos no solicitan a sus periodistas la especialización en una temática? El problema está en que los periodistas culturales en el Ecuador son considerados como secundarios para la redacción. Ya que al contrario de los periodistas políticos y económicos que si requieren de especialización al momento de trabajar en un medio, en el ámbito artístico los medios no consideran necesaria la especialización ya que no es el eje principal de su redacción.

De aquí ha surgido la iniciativa de la autogestión de medios de comunicación especializados. Un ejemplo de desarrollo del periodismo musical multimedios es Radio COCOA, que es el pionero en el campo de la música y los artistas alternativos. El Internet forma parte vital de estos procesos de autogestión ya que es el medio dónde los periodistas pueden utilizar todas las plataformas comunicacionales (fonogramas, videos, textos) sin la necesidad de invertir grandes cantidades de dinero. El reto de las plataformas periodísticas especializadas es generar popularidad en la red, por esta razón los contenidos generados tienen que denotar profesionalismo y conocimiento del periodista en el ámbito sobre el que informa.

Los periodistas interesados en la temática musical deben especializarse y cumplir todos sus principios éticos y laborales dentro de esta industria. Al no existir un seguimiento musical en Ecuador por parte de los medios. El oficio periodístico especializado es la base para la correcta cobertura de información. Debido a que “el periodista especializado conoce su campo y se lo considera una fuente de referencia ante los temas que surjan de dicha temática” (Quirk & Tonybee, 2005).

Importancia del periodismo en el desarrollo de la industria musical

La relación entre el periodista musical y los artistas es de gran importancia para el desarrollo de la industria musical. Para la gran mayoría de músicos, la prensa musical puede ser un medio de expansión y reconocimiento mediático, pero al mismo tiempo se puede convertir en su peor enemigo debido a que los artistas son figuras públicas (**Gapper,**

1970). Por esta razón varios autores como Gapper, Quirk y Tonybee enfatizan que los periodistas musicales tiene que tener conocimiento en el área musical como requerimiento para entender al artista y visualizar a la música cómo un medio de expresión humana.

Se dice que , "se necesita de tres personas para hacer música, uno que la escriba, otro que la toque y un tercero que la critique" (Anderson, 1982). Los críticos de música tienen que tener conocimientos musicales para poder entender lo que el artista esta interpretando, es decir; al entender la música y conocer como funciona se puede apreciar de forma realmente critica al *performance* al que se asiste. Este conocimiento sobre música es esencial para que la mirada del crítico difiera de la de los fans, que muchas veces solo se limita a un "me gusta o no me gusta".

El trabajo del periodista/crítico musical consiste en asistir a cuantos conciertos pueda y sus escritos son generalmente las primeras impresiones tomadas desde su asiento durante el concierto y que deben cumplir con el *deadline* impuesto por el medio. El crítico tiene la oportunidad de conocer a todos los que forman parte de la industria, su trabajo va más allá de conocer al artista, debe entablar relaciones con el manager, los productores, agentes de prensa, encargados de acción social, etc. (Brennan, 2006). Todo esto con el fin de obtener un panorama más amplio para ver a la música como una acción humanística.

El periodista/crítico debe mantenerse en entrenamiento constante y sobretodo no tiene que perder la vista de lo que sucede en la escena musical de su país. En ocasiones la relación periodista – músico puede generar ciertas discordancias debido al mal manejo de la información personal de los artistas. Es por esto que el oficio periodístico tiene que ser

llevado a cabo con profesionalismo respetando a las fuentes y sobretodo verificando cada información que vaya a ser publicada (Willis, 1977).

La importancia de la prensa musical dentro de la industria puede variar según el enfoque del medio. Sin embargo es importante recalcar que la prensa musical es el vínculo entre los artistas y el público, es decir; el periodista actúa como intermediario entre la audiencia y la industria. Esta intermediación abarca todo tipo de información; del mismo modo requiere conocimientos de géneros periodísticos para entregar productos que den mayor información a la audiencia (Supple, 2013). La influencia que tienen los periodistas en el público es subjetiva. Por ejemplo pensar que las criticas son la única razón por la cual los discos se venden o no, no es acertado ya que “es mejor escuchar música a que leer sobre ella” (Willis, 1977); sin embargo, las criticas también pueden servir como medio de publicidad para el artista y su trabajo. Tal es el caso de Nathan Wiley un cantante canadiense que lanzó su primer álbum sin dinero para publicidad, y las criticas le abrieron paso en la industria y le hicieron acreedor de un nombre y a conseguir finalmente un contrato con una disquera (Wikström, 2013).

Con lo previamente expuesto hay que tener presente que el común denominador del público es que compren lo que les gusta escuchar. Por esta razón los periodistas deben emitir sus opiniones de forma imparcial; de este modo el periodista denota su profesionalismo y evidencia mayor criticismo sustentado en su trabajo. Un ejemplo son las reseñas sobre lanzamientos discográficos, que debido a una reseña imparcial se podrían evidenciar tendencias en las ventas de discos. Por lo tanto, es importante considerar el sentido ético y profesional en el ámbito musical, ya que; el nombre del periodista estará en cada artículo que este realice.

Otro de los móviles que evidencia la importancia del periodismo en la industria musical son los conciertos. Las críticas y las entrevistas son parte fundamental de la actividad de la banda, un artista que ha vendido cientos de copias de sus discos merece la atención de los medios musicales. Los músicos son los acreedores a ese espacio, pero una vez más entra en cuestión que son figuras públicas y por lo tanto sus vidas también están en la mira de los medios. Vale recalcar que los artistas al ser figuras públicas, sus actividades también entran en la agenda del periodista musical. Por eso se “requiere de profesionales que manejen todos los tipos de información que surgen en la industria musical” (Anderson, 1982).

ANÁLISIS CRÍTICO

Monitoreo de Medios

Entre Enero y Abril del 2014 se analizaron las noticias musicales de cuatro medios de comunicación, dos nacionales y dos internacionales; diario El Comercio, Revista Mundo Diners, revista Rolling Stone (EE.UU) y la página web www.rollingstone.com . Dentro del periodo de tiempo ya mencionado se analizó un total de 792 noticias musicales. El Comercio (117), Mundo Diners (6), Rolling Stone Magazine (360), www.rollingstone.com (301). Se analizaron las variantes sección (cultura, entretenimiento, música), clasificación (corta, mediana, larga), tipo (informativa, entrevista, nota a profundidad, reportaje, crónica, crítica y agenda) y redactores (interno y externo). A continuación serán presentados los resultados analizados por medio.

Diario El Comercio

(117 noticias, 32 ejemplares, periodicidad diaria, del 05 marzo al 05 abril del 2014)

- a) Es el único medio que divide sus noticias musicales en dos secciones diferentes. Cultura y Entretenimiento / Espectáculos.
- b) Más de la mitad de las notas publicadas tienen hasta 100 palabras. (55%).
- c) Los tipos de noticias más publicados son las notas informativas (31%) y las publicaciones de agenda cultural (43%)
- d) Sólo la cuarta parte de sus redactores son externos al diario. La mayoría agencias de prensa asociadas al mismo (EFE, GDA)

Mundo Diners

(6 noticias, 4 ejemplares, periodicidad mensual, de enero a abril 2014)

- a) Todas sus noticias musicales están dentro de la sección Música.
- b) Todas las noticias encontradas son largas, es decir; hasta de 4 carillas.
- c) Es el medio en el que se encontraron menos noticias musicales. Sin embargo, eran reportajes largos o notas a profundidad.
- d) Sólo una de sus noticias fue escrita por un redactor externo al medio.

Rolling Stone Magazine

(360 noticias, 7 ejemplares, periodicidad quincenal, de febrero a abril 2014)

- a) Es el medio que más noticias musicales produjo.
- b) El 84% de sus publicaciones son de extensión corta, hasta 100 palabras.
- c) Sus notas informativas abarcan más de la mitad de los contenidos (54%). Estas incluyen información sobre tours, lanzamientos de discos y farándula.
- d) Sólo una de sus notas fue de un redactor externo. Representa menos del 1%.

RollingStone.Com

(309 noticias, periodicidad diaria, del 05 de marzo al 05 de abril del 2014)

- a) Todas sus noticias musicales se publican en la sección Música.
- b) Es el medio que tiene mayor fluidez en la extensión de sus noticias. Al ser digital no presenta límite de caracteres.
- c) Al ser un medio digital está en constante actualización, por esta razón el 60% de sus noticias son *updates* o noticias instantáneas sobre los artistas (farándula).
- d) Es el único medio en el que todos sus redactores eran corresponsales del medio.

Conclusiones

- i. Los medios ecuatorianos representan una tercera parte de la cantidad de noticias que publican los medios extranjeros.
- ii. Las revistas presentaron mayor porcentaje de reportajes largos y notas a profundidad.
- iii. Los medios de periodicidad diaria presentaron mayor porcentaje de noticias cortas de tipo informativo.
- iv. Rolling Stone Magazine no publicó crónicas de eventos, ya que su página web proporcionaba las noticias inmediatez.

- v. Rolling Stone Magazine es el medio que más reseñas y críticas musicales publicó.

En base al marco conceptual, al análisis de datos previamente expuestos y a las entrevistas realizadas a expertos, a continuación se presenta la guía de periodismo musical diseñada como resultado de esta investigación.

PERIODISMO MUSICAL: GUÍA PARA PERIODISTAS

Periodismo Musical: Guía para Periodistas

Periodismo Musical: Guía para periodistas es una recopilación de consejos para el desarrollo del periodismo musical en Ecuador. Los consejos de la guía serán sustentados en teorías académicas, monitoreo de noticias musicales en medios nacionales e internacionales y entrevistas a profesionales de comunicación, periodismo y negocio musical.

Los parámetros a ser revisados en esta guía son: la investigación periodística y métodos de observación y escritura, la crítica musical, la reseña de presentaciones y las entrevistas a artistas y bandas. Cada punto será sustentado con las fuentes previamente mencionadas. Adicionalmente, la guía presenta consejos para la resolución de las temáticas expuestas.

Investigación Periodística y Métodos de Observación y Escritura

“Las prácticas etnográficas implican un arte que todos podemos aprender, pero también implican un arte en sí mismas, una integración entre la persona y el proceso, esa integración es la que separa a quienes conocen un tema y generan etnografía a través de sus conocimientos, de los que conocen, escriben teorías y practican las mismas sobre el tema de estudio.” (Supple, 2013).

El primer paso para inducirte en el mundo del periodismo musical es conocer cuales van a ser tus metodologías de investigación. Esto significa implementar procesos que te ayuden a desarrollar y mejorar tus habilidades de escritura y de observación etnográfica.

La investigación es el proceso previo a la realización de un reportaje. Esta nos proporciona un panorama claro sobre el tema que se va a tratar. Además es el paso en el que se busca todo lo que ya se ha dicho previamente sobre el mismo, con el fin de realizar piezas periodísticas que sí cumplan con los factores de valoración de una noticia (**Cortés, 2010**). A continuación se analizará el proceso de investigación para afinar tus habilidades de escritura y reportería musical.

El rol evidente del periodista es informar lo que implica conocer sobre un tema a profundidad. El medio por el cuál el periodista consigue datos que son de utilidad para su trabajo es la investigación. Esta puede ser por medio de fuentes, publicaciones y datos referentes al tema e incluso ser testigos del hecho a ser informados. En este apartado se explicará la importancia de llevar a cabo un trabajo periodístico profesional, imparcial y veraz dentro del contexto musical.

1. Publicaciones Relacionadas

Investiga y lee los artículos que han sido publicados sobre la banda a la que vas a escuchar. Esto te va a permitir darle un enfoque fresco a tu escritura. Este es un buen método para conocer todo lo que ya se ha dicho previamente sobre el artista y las temáticas que hayan abordado los periodistas.

Buscar un enfoque novedoso en cada noticia que realizamos implica conseguir información nueva y actual. Ten en cuenta los factores de actualidad y novedad que puedes encontrar en el trabajo que te ha sido asignado. Investiga las noticias de la banda y busca datos de sus carreras profesionales y de su vida que te interese conocer. Debes tener tu

enfoque previamente diseñado para no reincidir en temáticas que ya han sido saturadas en los medios.

Consejos:

- a. Realiza notas previas al evento sobre temas que te interesen saber y de los cuales no hayas encontrado en publicaciones previas.
- b. Describe tu enfoque periodístico y realiza una lista de las temáticas que desees abordar en tu artículo.
- c. Lee toda la información posible que encuentres del artista sobre el que escribirás. De este modo vas a conocer que se ha dicho del mismo en los medios y así no recaes en preguntas que ya se hayan respondido.
- d. Haz una lista de posibles fuentes a entrevistar.

2. *Conoce el entorno*

“Cuando tienes gente que conoce mucho un área la redacción explota [...], puede hacer de esa persona un referente en su área” (Garzón, 2014).

Una vez que tu trabajo de investigación está hecho, es el momento de ir a buscar tu historia. Prepararte para un reportaje implica conocer al grupo, artista o género de tu temática. Eso implica también escuchar los diferentes criterios de personas que encuentres que conozcan la música sobre la cuál vas a hablar. Concéntrate en los detalles para que puedas describir el entorno en el que te encuentras.

Para refinar tu mirada ante el entorno sobre el que escribes es importante que practiques tus técnicas de escritura. Empieza por tomar notas del tipo de evento al que asistes, observa con cuidado el lugar en el que estas, la música que suena por los altavoces, cual es la actitud de las personas que asistieron al evento, empezó puntual o no, como suena la música en vivo, la iluminación es coherente con el show, etc. Tomar en cuenta los pequeños detalles, es lo que hará que tu noticia tenga tu marca registrada. Afinar tu mirada ante las cosas que nadie más ve es un don que se adquiere con la práctica. Así que ponte en práctica y empieza a ver lo que está ahí pero nadie nota.

Consejos:

- a. Lleva siempre a la mano tu libreta de anotaciones y fíjate en esos detalles a los cuales nadie les presta atención. Observa el lugar donde te encuentras, el sistema de sonido, la iluminación, escenografía, disposición de lugares, etc. Observar el entorno en el que te encuentras te ayuda a crear imágenes por medio de las palabras.
- b. Concientiza sobre lo que está pasando. Observa las reacciones de los asistentes al evento, el ambiente del público en general, el ambiente de expectativa, etc.
- c. Fíjate en las reacciones de audiencia, pero al mismo tiempo ten en cuenta que tú eres testigo presencial de lo que está pasando. Recuerda todo lo que vez, escuchas y miras cuenta.
- d. Escribe o graba tus pensamientos a medida pasa el evento. Al finalizar escribe todos los que recuerdes sobre que viste.

3. *Reflexiona*

“Si reflexionas lo suficiente, empiezas a aprender de ti mismo. Puedes explicar a otros que es lo que haces, cómo y por qué. Esta afirmación viene del viejo adagio “todo lo que puedas medir, lo puedes mejorar”. La reflexión es un proceso de aprendizaje continuo” (Supple, 2013).

El siguiente paso es escribir tu artículo. Utiliza tus anotaciones como la fuente para desarrollar tus ideas. Puedes transcribir tus entrevistas para utilizar citas de fuentes dentro de tu escrito. Reflexiona sobre tu método de observación. Piensa en que detalles no observaste y porque no les prestaste atención. Tu participación en el evento fue activa o pasiva. Que reacciones observaste de las otras personas ahí presentes. Analiza los elementos que sí notaste y estructura el esqueleto de tu historia. A partir de aquí, cuenta la historia que quieres contar a tus lectores sobre lo que viste. No olvides que tus ideas deben ser fundamentadas con datos investigativos de reportería.

Consejos:

- a. Analiza tus notas y estructura el enfoque de tu artículo. De este modo podrás crear una imagen más detallada para tus lectores y generar riqueza alrededor de tu escritura.
- b. Reflexiona sobre tu escritura, utiliza tus notas para crear una pieza más rica en cuanto a información.
- c. Revisa que tu artículo no tenga errores ortográficos ni gramaticales.

- d. Una vez concluido el proceso de escritura. Practica leyéndolo en voz alta para ti mismo. Aunque al principio puede resultar una práctica extraña, con el tiempo será normal. Esto te ayuda a entender tu escritura y darte cuenta si es claro sobre el enfoque que quieres informar. Piensa si está bien estructurado el artículo, si la lectura fluye. que está de más, y que te falta para proporcionar información completa y que llame la atención de tus lectores.

Crítica Musical

“Hay un elitismo cultural en la redacción de periodismo cultural. Desde ese pequeño poder que implica tener una redacción y un número de páginas para llenar con lo que tu crees que debe ser llenado.” **(Garzón, 2014)**

Crítica. Examen y juicio acerca de alguien o algo y, en particular, el que se expresa públicamente sobre un espectáculo, un libro, una obra artística, etc. Conjunto de los juicios públicos sobre una obra, un concierto, un espectáculo, etc. (R.A.E.)

Para realizar la escritura de tu crítica debes utilizar las herramientas de observación explicadas inicialmente. Lo más importante de la crítica es darte cuenta que son tu voz y tus opiniones lo que le llegará al público, eres autor de las ideas que escribes. “Como lo dijo el crítico italiano Eugenio Montanel “El dominio es saber como limitarte a ti mismo”” **(Supple, 2013)**. Entonces, ¿qué es la crítica musical? Es una análisis y valoración del sonido o presentación y detallar cuáles son las cualidades que le dan o le quitan valor a la obra de un artista o una banda.

Para entender este proceso, es necesario que el periodista analice a las obras como eso y solo eso. Reconocer los trabajos anteriores a lo que se escucha permite definir lineamientos sobre la nueva propuesta que vamos a criticar.

“Los investigadores han encontrado que es igualmente difícil calcular los efectos concretos de la crítica musical en las ganancias de los músicos, como el racionalizar la influencia que genera la crítica musical sobre la decisión del consumidor” **(Brennan, 2006)**.

Por esta razón la crítica debe ser escrita de forma precisa y concisa. Analizar únicamente a la obra. Las referencias a trabajos anteriores pueden servir para evidenciar una evolución musical o si reincide en el sonido característico de la banda. Estos datos adicionales le proporcionaran a tu crítica más sustento evidenciado sobre tu opinión.

Consejos:

- a. Para iniciarte en el ámbito de la crítica un buen consejo es leer críticas musicales de otros periodistas. Imitar los estilos de escritura de las críticas que lees te ayudarán a mejorar tus habilidades de escritura, entender el género crítica y desarrollar tu estilo personal de escritura.
- b. Evalúa la obra en sí misma para comenzar. Una vez estructurado tu análisis puedes iniciar con las hipótesis de tu crítica.

- c. Describe y analiza el tipo de obra que estás escuchando. No es lo mismo una mezcla grabada en el estudio a que una disco producido.
- d. Busca todas las características que hagan de esta obra algo único. Básate en eso para estructurar el enfoque de tu crítica. Que te gusto, que no te gusto y porque.
- e. Tu escritura debe ser precisa. No utilices los caracteres que te han dado con información que no tenga sustento. Para emitir juicios de valor sobre la obra tienes que corroborar cada palabra que escribes. Recuerda es tu nombre el que estará en juego.
- f. Utiliza datos que le brinden a tu lector un contexto más claro y amplio sobre tu escritura. Hablar sobre influencias o figuras del género musical de la obra que analizas te puede ayudar a contrastar o respaldar tus ideas.

Reseña de Presentaciones

“Un buen periodista musical no es un fan o un groupie, es la persona para quien recrear y evaluar presentaciones en sus escritos es la primera de sus prioridades.” (Supple, 2013).

Para escribir una buena reseña debes tener en cuenta que tu voz debe ser profesional. Asistir a eventos de forma gratuita puede ser divertido, pero no pierdas el enfoque. Tu trabajo es escribir sobre lo que ves, miras y escuchas. Tu experiencia forma parte vital dentro de tu artículo, eres testigo observante de la presentación sobre la que

escribirás. Es importante fomentar desde el primer momento la distancia profesional entre los músicos y los periodistas. Tu trabajo es analizar, juzgar e interpretar las presentaciones musicales sustentando tus opiniones. Del mismo modo que en la crítica musical, tienes que analizar a la presentación como un momento único e irrepetible. Tu artículo tiene que proporcionar a los lectores todos los detalles que permiten generar una idea más clara de todo lo que sucedió en el evento a través de tus palabras. Tienes que relacionar todas las partes que componen el todo de lo que implica una presentación musical. Previo, durante y después del show. Evidentemente tu reseña se basará en lo que presenten los artistas en el escenario. Sin embargo, no olvides los pequeños detalles que componen todo el show el cuerpo técnico, el sonido, la iluminación, el lugar, el ambiente, la banda en sí misma como banda y como miembros.

Consejos:

- a. Realiza anotaciones sobre la promoción del evento si la hubo. Te ayudará para explicar el tipo de publicidad que se maneja en los medios. Esto te ayudará a estimar el tipo de evento, el target que asistirá, las regulaciones de seguridad y logística.
- b. Enfócate en la energía de los artistas sobre el escenario. Analiza primero uno por uno a los miembros de la banda. Describe su presencia en el escenario, su apariencia, su desempeño musical, la energía que transmite.
- c. Una vez analizado cada miembro individualmente es momento de analizar a la banda como un todo. La banda tiene que tener coherencia en el escenario tanto como en la música que están tocando. Analiza la energía de la banda

como un conjunto, la energía entre miembros y la interacción de la banda con el público.

- d. Analiza el estado de ánimo de la audiencia y como reaccionan ante la interacción con la banda.
- e. Describe el sistema de sonido e iluminación. ¿aportaron a la presentación?, ¿el audio estuvo bien o mal?, ¿qué problemas técnicos identificaste?

Entrevistas a Artistas y Bandas

“El mercado de la industria musical es impredecible y eso se evidencia cuando la audiencia suele tratar la información de la prensa musical como una verdad divina”

(Brennan, 2006)

El rol del periodista dentro de la industria musical es el de proporcionar la mayor cantidad de información sobre los músicos, empresarios y figuras de la industria. Sin embargo, como Brennan lo explica, la prensa tiene un lugar de poder dentro de la industria musical, el poder de influenciar a la audiencia. Es por esta razón que los periodistas musicales tienen que presentar las mismas normas éticas de cualquier otro profesional del periodismo sin importar su especialización. La ética es parte de los principios básicos de profesionalismo. Al estar en una posición de poder, los periodistas deben entender que cada uno de sus artículos conlleva una gran responsabilidad. Ser reales y veraces con el público.

Como parte de las actividades que realizan los periodistas musicales se encuentran las entrevistas a los músicos. El proceso de las entrevistas tiene importancia ya que estas son respuestas directas del artista sobre una temática seleccionada. Además de contar con

fuentes de primera mano que proporcionarán la respuesta sobre su propia situación. Lo más importante para tus entrevistas es cómo te preparas para ellas, eso no implica sólo redactar tus preguntas.

“Existen algunos factores que pueden hacerte sentir nervioso ante una entrevista con una banda. [...] el temor, las expectativas que tienes y esperas cumplir, la falta de conocimiento, y la posibilidad de hablar con un entrevistado reacio.” (**Fettback, 2012**).

El primer paso para perder el miedo de hacer entrevistas es confirmarla tú mismo. “Llamar a los agentes una y otra vez es parte del proceso de la entrevista, pierde el miedo de las llamadas o email frío” (**Anderson, 1982**). Una vez confirmada tu entrevista realiza tu proceso de investigación como se explico en el primer punto de esta guía. Delimita tu enfoque y escribe tus preguntas.

Consejos:

- a. Investiga todos los datos sobre la banda que vas a entrevistar. Es buen o conocer del tema que vas a tratar. De este modo evitas preguntas erróneas o con respuestas evidentes. No preguntes lo que alguien más ya pregunto.
- b. Denota que clase de entrevista vas a realizar. Personal, sobre un lanzamiento, un tour o amabas. Si es un lanzamiento no olvides escuchar el disco y prepararte para tu entrevista. Si es sobre un tour toma en cuenta los mismos parámetros de la reseña. Incluye detalles de la presentación para realizar tus preguntas.

- c. Para escribir buenas preguntas tienes que tomar en cuenta que los entrevistados quieren hablar sobre tópicos sobre los que conozcan o se sientan cómodos. Es verdad que existen ocasiones en las que tienes que indagar sobre lo que tu entrevistado no quiere responder. Pero en el caso del periodismo musical, si realizas una entrevista a una banda no olvides que son figuras públicas y pueden existir desacuerdos si persistes en un tema con el cual no se sienten cómodos, como su vida personal.
- d. Logra una coherencia entre tus preguntas. Tu enfoque te va a ayudar a organizar las preguntas de manera fluida. Reorganiza, añade o quita las preguntas necesarias hasta que te sientas contento con el resultado.
- e. Lograr que tu entrevista tenga un enfoque novedoso es primordial para que tu entrevista sea diferente. Es evidente que no vas a poder dejar de lado todas las preguntas que otros medios ya han realizado, pero está en ti y en los datos que recolectaste el indagar más sobre alguna temática específica o abordar un tema de manera diferente a lo que ya se ha publicado.
- f. Controla tus nervios. Recuerda que debes mantener una relación profesional con los músicos mientras realizas tu trabajo. Practicar frente al espejo tus entrevistas puede ser una manera de mejorar tu entonación y perder el miedo a escuchar tu propia voz. Siéntete seguro y confiado, como te sientas se verá reflejado al momento de tu entrevista. Respira profundo y hazlo.
- g. Tras finalizar tu entrevista, escribe todos los detalles que recuerdes. Este es un ejercicio de memoria. Tus primeras impresiones pueden ser vitales para el artículo que escribirás.

- h. Decide el formato en el que presentarás tu entrevista. Puedes transcribirla y presentarla como Q&A. O puedes contrastar las respuestas con tu reportería en el evento al que asististe.

- i. Revisa tu ortografía y gramática.

FORMATO 1: PÁGINA WEB

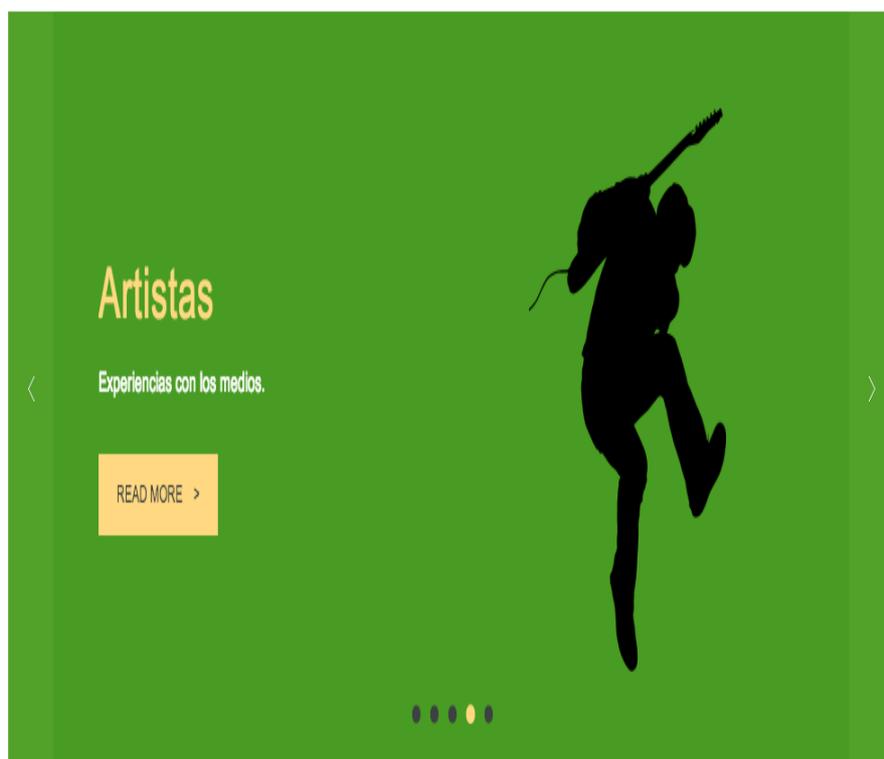
<http://glarrea92.wix.com/periodismomusicalc>

RESUMEN FORMATO WEB

Se presenta un reportaje multimedia sobre el Periodismo y la difusión musical en Ecuador. En este reportaje se abordan varios puntos de vista como la legislación actual, la promoción cultural, experiencias de artistas y opiniones profesionales; todas estas aristas se expresan desde el punto de vista de los medios de comunicación y los músicos. El reportaje presenta elementos web como anclajes, links relacionados, videos musicales y de entrevistas, audios de entrevistas; todos estos elementos son unificados a través del texto.



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#)[Medios](#)[Legislación](#)[Promoción Cultural](#)[Artistas](#)[Contexto](#)

[Guía de periodismo musical]

Periodismo Musical en Ecuador

La presencia de medios frente a la escena musical nacional.

El periodismo enfocado a la música en Ecuador es un campo emergente dentro de los medios nacionales. Esta rama periodística ha crecido mayormente en los medios independientes que utilizan plataformas web, pues los medios tradicionales suelen hacer que sus periodistas cubran todo tipo de noticias. Anamaría Garzón, curadora de arte que ha incursionado en el periodismo cultural cuenta:



Como parte de esta investigación me propuse averiguar qué parámetros de producción de información toman en cuenta los periodistas que trabajan en la escena musical. El objetivo de este espacio es descubrir cuál es la relación que existe entre los músicos y la prensa nacional. Para conseguirlo este sitio web analiza cuatro temáticas principales. 1) Los medios, independientes y tradicionales, y los periodistas que trabajan en temáticas musicales. 2) Las leyes ecuatorianas que involucran a los medios y los músicos. 3) Las maneras de hacer la promoción de los músicos nacionales en los medios de comunicación. 4) Las experiencias de bandas ecuatorianas, establecidas y emergentes, con los medios de comunicación.

Más allá de las cifras

Conocer el momento en el que se encuentra el periodismo musical nacional, es un tema que me interesó desde el inicio. Comencé a recolectar todas las noticias musicales que encontraba en medios importantes del Ecuador como diario El Comercio y la revista Mundo Diners. Del mismo modo archivé todos los números de la Revista Rolling Stones a través de la [página web de la revista](#) y una suscripción en [Kindle](#). El sondeo de medios se realizó de Enero hasta Abril del 2014.

El propósito de esta recolección de datos fue averiguar cuál es la importancia que los medios de comunicación le dan a las noticias musicales. En los resultados descubrí que los medios ecuatorianos publican sólo un tercio en comparación a las publicaciones de los medios extranjeros. Sin embargo los medios nacionales manejan las plataformas web del mismo modo que los internacionales.

A raíz de esta conclusión quise seguir indagando más en esta temática. Me propuse entender cuál es la realidad del periodismo musical en Ecuador. Sin embargo, ésta vez lo analisé más allá del número de reportajes. Me enfoqué en la manera en que los periodistas están realizando la cobertura de las noticias musicales.

Los medios en la escena musical

Los medios de comunicación son de vital importancia para que el público conozca acerca de la escena musical local e internacional. Los artistas por medio de sus obras musicales han dado referentes al mundo no sólo sobre su ideología, sino sobre los problemas reales de la sociedad. Juan Pablo Viteri, catedrático universitario, explica como la música tiene impacto en la sociedad.



El papel de los medios va más allá de la difusión musical de los artistas. Actualmente hay que considerar que la música se encuentra en un momento de transición debido a las nuevas tecnologías (del CD al formato digital, por ejemplo). Además los artistas proponen su música en diversos formatos para ser disfrutados por el público: audio, videos musicales, conciertos y redes sociales. La tendencia de tener un contacto más directo con los fans surge de los propios artistas. El fenómeno de las redes sociales es de gran ayuda cuando se es una figura pública. Sin embargo, las redes sociales manejadas por los medios de comunicación también implican una aproximación directa con el público y las noticias que estos siguen, en este caso noticias musicales.

La prensa juega un papel esencial para generar información sobre una actividad o movimiento. En base a esta realidad es necesario enfocar que el periodista musical debe realizar sus notas con profesionalismo y que debe respetar los valores éticos de manejo de la información para generar piezas informativas productivas para el lector. El periodismo musical surge como el medio para preservar los archivos del movimiento musical de una época. Este espacio presenta a personajes de la industria y periodistas nacionales que debaten, presentan y analizan el estado del periodismo y de la difusión musical en Ecuador.

Guía para periodistas

Cómo parte analítica del sondeo de medios musicales, nacionales e internacionales, se presentó una guía de periodismo musical. Esta guía fue una recopilación de información académica y entrevistas a expertos. Incluye consejos para redactar noticias musicales y cómo aproximarse a los artistas.

Finalmente este espacio web analiza todas las aristas acerca del estado del periodismo y la difusión musical en el Ecuador. Por medio de entrevistas a profesionales de la música y el periodismo se demuestra que los medios ecuatorianos que se han enfocado en la temática musical logran altos estándares de calidad. Además de hacer referencia al contexto real del periodismo musical en la escena musical del Ecuador y el mundo.



Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimedios
Quito, diciembre de 2014



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#)[Medios](#)[Legislación](#)[Promoción Cultural](#)[Artistas](#)[Contexto](#)

Los medios y la música

Conoce algunos de los medios que han generado sus propias maneras de periodismo musical.

La industria musical del Ecuador es un campo en vías de desarrollo. En los últimos años se han generado grandes cambios en cuestiones legislativas y organizacionales que involucran tanto a medios como a los músicos. Por esta razón se analizará el rol que cumplen los periodistas frente a la escena musical. En las redacciones de medios grandes las noticias musicales pasan a un nivel secundario ya que son consideradas de menor relevancia en relación a las necesidades informativas del medio. Sin embargo, las plataformas web han abierto el campo a nuevas propuestas periodísticas sobre música.

Los conocimientos de herramientas multimedia, es decir; prensa escrita, audio, audiovisual, web e interactividad son factores que caracterizan a estos medios y periodistas. La música es considerada como un gestor de ideologías y movimientos sociales. El antropólogo visual y comunicador Juan Pablo Viteri explica que la sociedad se desarrolla a partir de las influencias musicales, pues es representada a diario por todos aquellos que escuchan cualquier género musical. A partir de esta influencia social pueden surgir escenas independientes y escenas populares, "la música guarda una estrecha relación con el devenir de la sociedad", manifiesta.

Los conocimientos de herramientas multimediales, es decir; prensa escrita, audio, audiovisual, web e interactividad son factores que caracterizan a estos medios y periodistas. La música es considerada como un gestor de ideologías y movimientos sociales. El antropólogo visual y comunicador Juan Pablo Viteri explica que la sociedad se desarrolla a partir de las influencias musicales, pues es representada a diario por todos aquellos que escuchan cualquier género musical. A partir de esta influencia social pueden surgir escenas independientes y escenas populares, "la música guarda una estrecha relación con el devenir de la sociedad", manifiesta.

Los medios analizados a continuación entienden a la música como la voz de un pueblo y lo que ésta produce socialmente puede generar cambios ideológicos, sociales y estructurales. "Quizás uno de los papeles más importantes de la prensa y muchas veces olvidado es el de educar en torno a la música en todos los aspectos. Desde cómo son los procesos, sobre los géneros, derechos, industria, etc. Creo que el día que la prensa entre a auto educarse y educar al público en torno a lo musical se hará la diferencia." sostiene Teresa Brauer, coordinadora de la carrera de Producción Musical y Sonido de la USFQ. A raíz de esta premisa en este espacio se presentan a dos medios Radio Cocoa y diario El Comercio para conocer el manejo que le dan a la información musical.





Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#) [Medios](#) [Legislación](#) [Promoción Cultural](#) [Artistas](#) [Contexto](#)

[Vinilo y Bits](#) [Redacción Cultural](#)

El Comercio

Blog Vinilo y Bits

La crítica musical en las plataformas web

Santiago Endara es el escritor detrás del blog asociado a diario El Comercio "Vinilo y Bits". Este ecuatoriano actualmente reside en Vancouver-Canadá. Su blog presenta críticas y biografías de los grupos de rock más influyentes en la historia musical del mundo. Santiago cuenta cómo ha sido el proceso de evolución de este espacio.



En la página web de [El Comercio](#) se describe al blog de Endara como "un espacio interactivo para los amantes de la música". Sin embargo, y a pesar de estar enlazado a este reconocido medio ecuatoriano, su blog recibe un mayor número de visitas desde España y Argentina. Ecuador y México son los países que siguen en audiencia respectivamente. Esta aproximación con lectores a nivel mundial es parte de la dinámica de los blogs. Santiago comparte su experiencia con los espacios multimedia que se manejan en la Internet.



El programa de radio de Santiago se encuentra en su tercera temporada en radio [Ultramotora](#), todos los Martes de 16:00 a 18:00 horas. Actualmente el bloguero comparte micrófono con un compañero ecuatoriano. Debido a que Santiago reside en Canadá, el programa lo graban vía Skype y después envían el link a los productores de la radio para que pueda ser transmitido. Este espacio inició con un formato de playlist netamente musical. Actualmente el programa aborda temas musicales, de cine, literatura e incluso de fútbol durante el mundial de Brasil 2014. Pero sobretodo Endara resalta que su eje principal en ambos, su blog y programa de radio, es la música. Vinilo y Bits se centra mayormente en el rock clásico y el rock independiente en inglés. Su blog aún no cuenta con ninguna entrada sobre bandas de habla hispana "si me gustaría en una segunda etapa hacer críticas musicales de grupos importantes de latino américa o el Ecuador, pero después de terminar mi agenda de grupos en inglés", admite el bloguero. Santiago explica los aspectos que él analiza de los discos y bandas que critica.



Santiago ha realizado críticas de grupos clásicos como The Beatles, Rolling Stones y Pink Floyd. Además el bloguero ha tomado en cuenta a grupos de rock contemporáneos como Feed Foxes, Interpol o The National. Entre las bandas que resaltan no sólo por su música, sino también por sus portadas la más reconocida es la banda británica The Beatles con su álbum Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band. Este disco en especial se ha consagrado cómo un ícono de la cultura popular del mundo. Endara expresa como el periodismo a partir de utilizar plataformas web genera el desarrollo de la escena musical.



A pesar de no ser graduado en periodismo el bloguero ecuatoriano ha compartido por medio de plataformas web su amor por la música. Además menciona que "los aficionados que tienen acceso a blogs o páginas web son súper importantes para que se de a conocer una escena musical en un país". En su experiencia dice que diario El comercio da cabida a periodistas independientes. Sin embargo él bloguero concluye que la escena musical del país "debe ser una combinación de medios establecidos y medios independientes".

El Comercio: Redacción Cultura

"Siempre prima el interés que el tema puede tener para el lector, y se valora cómo puede aportar a su formación, entretenimiento e información".

Diario El Comercio es el medio impreso más vendido del Ecuador. Este medio fundado en 1906 tiene un tiraje aproximado de más de cien mil ejemplares diarios. La redacción de este periódico se divide en secciones, entre ellas Cultura. Esta sección abarca temáticas artísticas como la música. Esta sección se conforma de un editor, un reportero y un pasante que no trabaja en el diario de manera oficial. Además cuentan con corresponsales en Cuenca y Guayaquil. Estos no se dedican únicamente a la sección Cultura, sino que cubren noticias de toda índole.

Desde el 2010 Ivonne Guzmán es editora de la sección Cultura. Ella da a conocer como El Comercio realiza la curaduría de las noticias musicales que se imprimen día a día, "hay que tomar los hechos que están ocurriendo o van a ocurrir en la escena cultural y hacer lecturas propias de esos hechos". Del mismo modo reitera la importancia de cumplir con todos los estándares de redacción y de ética del diario. En la redacción se abarcan temas culturales diversos como teatro, cine, literatura o música. Paulina explica que los temas a cubrir se eligen por afinidad o conocimientos "solemos cubrir fuentes específicas", añade.

Noticias musicales

La editora enfatiza la importancia de las notas de índole musical en su redacción. La sección Cultura presenta temas relacionados con el jazz, la música académica y contemporánea. Los géneros musicales faltantes son cubiertos por la sección Espectáculos. Los escenarios en los que suceden los acontecimientos musicales como conciertos o festivales son los espacios en los que se realiza la cobertura mediática. Paulina explica los formatos periodísticos que presentan en la sección cuando cubre eventos musicales:

"Lo que solemos hacer, sobre todo con los conciertos más grandes e importantes, es sacar una nota (entrevista o reportaje) días antes del concierto, para que la gente se familiarice con el grupo, el género, el festival, etc. Luego, cubrimos el concierto y publicamos una reseña. En el caso de los festivales se sigue esta lógica pero publicamos varias notas más en diversos géneros tanto en el impreso como en la web".

Para finalizar expone que en la sección ninguna expresión cultural tiene más peso que otra. Referente a las notas musicales concluye que "cuando el espectáculo lo amerita tiene toda la prioridad".

[Vinilo y Bits] [Redacción Cultura]



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural Artistas Contexto

Radio Cocoa

La plataforma online que documenta la música independiente

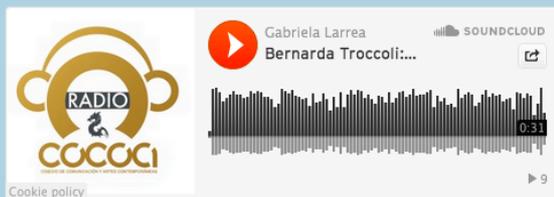
Radio Cocoa

La plataforma online que documenta la música independiente

Radio Cocoa es la radio online del [Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas \(Cocoa\)](#) de la [Universidad San Francisco de Quito \(USFQ\)](#). Funciona desde el 2010 en las instalaciones de la universidad en Cumbayá - Quito.

Su fundador y Decano del Cocoa, Hugo Burgos, realizó su maestría en Estados Unidos. Allí se involucró en la escena de las radios independientes universitarias. Burgos comenta que en estas radios circulaban bandas que no se oían en las estaciones FM. Al llegar a Ecuador, Hugo siente que sus conocimientos le permitían crear una radio online. El objetivo era hacer lo mismo que las "college radios" transmitir música independiente. El proyecto requirió de investigación de la parte tecnológica, para lograr organizar y estructurar una radio online. Al inicio Radio Cocoa se presentó en formato de blog y un player. Los miembros iniciales se encargaban de curar las listas y subirlas al blog. A medida que el proyecto se va consolidando se unen más estudiantes de forma voluntaria a la radio. Algunos llegaron incluso con propuestas de programas que permitieron la estructuración de la radio, con programación original y listas de música curadas.

Bernarda Troccoli, directora de la radio, inició como voluntaria en su segundo año de universidad. "La radio estaba empezando como medio, ya manejaba página web con un blog sencillo" comenta. Durante un año su función inicial era el blog de la radio que incluía temas como: qué música sonaba y de qué temas se hablaba. Fue promovida a jefa de programación cuando el blog se transformó en un sitio web más completo. Radio Cocoa programa shows radiales de productores externos e internos, que tienen como centro y esencia a la música. Esta variedad les permite presentar propuestas más independientes. Bernarda explica los formatos periodísticos en los que se presentan los programas.



Dentro de la radio sólo el programas "Esto no es un podcast" es en vivo. Se emite todos los días y es presentado por Marcos Echeverría y Gabriela Robles. El programa se basa en selecciones musicales para cada día, se habla de música, y dura una hora. El resto de los programas son pregrabados. Además de los programas radiales, la plataforma online de la radio ha permitido que se produzcan formatos audiovisuales como [Debes Cachar Esto](#), que se enfoca en bandas emergentes; [El Barrio](#), que ingresa en el contexto social en que las bandas hacen su música; [Munus](#), con perfiles de los artistas y bandas; y [Radio Cocoa Presenta](#), sesiones musicales producidas con una temática especial. La página web les permite subir playlist curadas que suenan todo el tiempo. También suben todas las novedades y noticias en las redes sociales como [Facebook](#) y [Twitter](#). Al ser un medio web la interactividad es un factor importante. Bernarda Troccoli se refiere a la aproximación con el público en la red.



El propósito de la radio fue dar espacio a propuestas no convencionales que no tienen cabida en otros medios. Para dar a conocer a un artista el equipo de la radio busca posicionar los álbumes en la escena como algo que se tiene que escuchar. Realizan la rotación del álbum, seguimiento de las presentaciones en vivo y especiales multimedia. El objetivo es dar el protagonismo a los músicos "puedes estar en mercados más amplios, pero la situación de la música independiente es la misma. Siempre estas luchando por qué más personas te escuchen" reconoce Hugo Burgos.



La relación con los músicos ecuatorianos y el manejo de formatos periodísticos multimedia los conectó a bandas internacionales. Han trabajado con disqueras de Perú, Estados Unidos, Londres y Colombia. Además algunas bandas nacionales han colaborado en los conciertos de aniversario de la radio como forma de gratitud. Además, Burgos describe como en un inicio ellos iban en busca de las bandas, pero ahora las bandas los buscan presentando proyectos locales emergentes. Sin embargo, insiste en que siguen buscando bandas nuevas todo el tiempo.

Desde sus inicios Radio Cocco ha duplicado la cantidad de visitas diarias en su página web. Las producciones presentadas cumplen la función de conectar las propuestas y lanzamientos de los discos que se vienen con el público. A través de mostrar dónde está la escena y el circuito musical del Ecuador se prioriza el material de las bandas y artistas locales y regionales. El trabajo periodístico de la radio tiene como objetivo generar un repositorio digital de la música independiente ecuatoriana. Lo que buscan es conocer qué pasa en la escena emergente y encontrar registros de la escena musical, cultural y artística del Ecuador. Al ser un medio web son independientes y presentan géneros musicales de toda índole. El equipo de trabajo está conformado por profesionales y estudiantes de periodismo y comunicación. Todos cuentan con los conocimientos de las herramientas para realizar una producción multimedia: audio, video y planteamiento de textos. A todos los une "el interés de descubrir más, el entender qué está pasando en ésta escena, el gusto por la música, por el arte, por lo que se está generando, es el espíritu más que nada", enfatiza la Directora General de la radio. Con la filosofía del házlo tú mismo, Radio Cocco se ha posicionado como el medio pionero en la documentación multimedia de la escena musical del país. Su fundador explica cómo el manejo de las herramientas multimedia les ha permitido ampliar sus fuentes comunicacionales.



Al ser un medio de comunicación cuya temática es la música el pago de regalías por las obras utilizadas en la programación fue y continúa siendo prioritario en la organización de la radio. Burgos, recuerda los problemas que tuvo con Sayce para establecer la cuota por derechos de autor.



DMA

El manejo de la plataforma online ha convertido a Radio Cocoa en el referente oficial para realizar cobertura musical en el Ecuador. En los dos últimos años Radio Cocoa fue contratado para realizar la transmisión en vivo y el seguimiento web de varios festivales musicales de la ciudad de Quito. Como resultado de este interés en la cobertura de temáticas musicales el productor de El Barrio, Juan Pablo Viteri presentó la iniciativa de Documentación de Música y Arte (DMA) al Municipio de Quito con el fin de reproducir a mayor escala el modelo de trabajo de Radio Cocoa como generador de archivo de la escena cultural del país.



Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales
Quito, diciembre de 2014



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios **Legislación** Promoción Cultural Artistas Contexto

[enlaces Supercom]

Legislación

Legislación

Ley 1x1

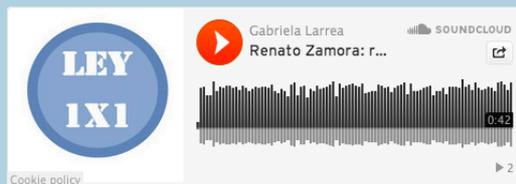
La ley que ha puesto en discusión la relación directa de los medios de comunicación con los artistas musicales

En el siguiente reportaje se presenta varios puntos de vista acerca del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación. Este artículo estableció la cuota de música nacional que debe sonar en los medios radiofónicos del Ecuador.



Sobre el reglamento:

Los problemas que presenta el [reglamento de la ley 1x1](#) son las contradicciones en el horario establecido para la producción de los contenidos musicales. El reglamento no expresaba que el 1x1 debe cumplirse durante toda la franja horaria de las estaciones radiales. Renato Zamora productor musical opina acerca del impacto que tendrá el 1x1 en la rotación de los temas de artistas ecuatorianos.

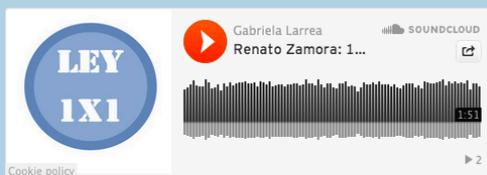


¿Qué más opinan los medios y los músicos sobre el 1x1?

Algunos medios de comunicación no apoyan el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación. Una de las razones por las que creen esto es que la música nacional existente no alcanza para cubrir el porcentaje estipulado. Hugo Burgos, fundador de Radio Cocoa explica cómo esto afecta especialmente a los medios especializados.



Sin embargo, los medios de comunicación han logrado seguir con el 1x1 desde su vigencia en 2013. Del mismo modo los músicos también opinan acerca de esta normativa. Renato Zamora expresa cómo este reglamento puede ampliar la escena musical del país.



Supercom conmina a medios radiales a cumplir Art. 103 de la Ley de Comunicación-1x1



Derechos de la Producción Nacional

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales
Quito, diciembre de 2014



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#) [Medios](#) [Legislación](#) [Promoción Cultural](#) [Artistas](#) [Contexto](#)

Propiedad Intelectual

Sayce: Sociedad de Autores y Compositores ecuatorianos

Sayce es la entidad que controla, recibe y reparte las regalías de los temas musicales de artistas nacionales e internacionales.

Sayce es la sociedad de gestión colectiva del Ecuador, es decir; es la institución que representa a los autores de obras musicales. Su función es cobrar los derechos de autor por regalías por el uso de dichas obras. Sayce alberga a artistas nacionales e internacionales. Los autores nacionales son miembros por medio de afiliación voluntaria y un contrato directo. Los artistas internacionales también son contabilizados a través de convenios con otras sociedades de gestión colectiva en otros países, "nosotros cobramos a sus artistas y ellos cobran el derecho de autor de nosotros. De esta manera nosotros mantemos el sistema del derecho de autor", expresa Troi Alvarado, presidente de Sayce.

El cobro de regalías por el uso de la obra de un artista está estipulado en la ley de Propiedad Intelectual, se dice que:

El **Derecho de Autor** es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Las obras comprenden, entre otras, las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria. El Derecho de Autor dura la vida del creador más 70 años después de su muerte. El uso de una obra sin la autorización expresa de su autor es considerado ilegal y puede ser castigado con multas e incluso prisión." Mas información en la página web del [Instituto ecuatoriano de Propiedad Intelectual \(IEPI\)](#).

Sin embargo, Sayce no siempre tuvo una buena reputación institucional. En su experiencia como miembro de la banda Tranzas, Troi enfatiza que "después del año 2000 si se hablaba de corrupción. Nosotros no aceptábamos estar incluidos en ninguna sociedad, porque sentíamos que no nos representaban, que no habían hecho nada por nosotros. Que un grupo como nosotros nunca había recibido un cheque, o por los menos nunca nos habían dicho oigan para recibir un cheque tienen que hacer esto."

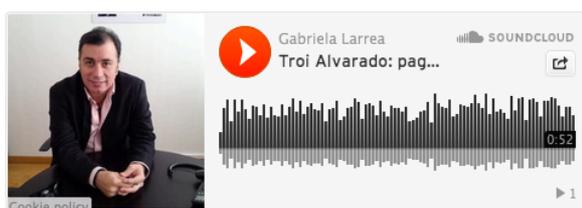
Entre el 2007 y 2008 empieza un descontento muy grande en los artistas "estábamos hartos" explica Alvarado. El cambio de gobierno, menciona que se acercó mucho a los artistas y por medio de nuevas elecciones él fue el elegido Presidente del consejo directivo.



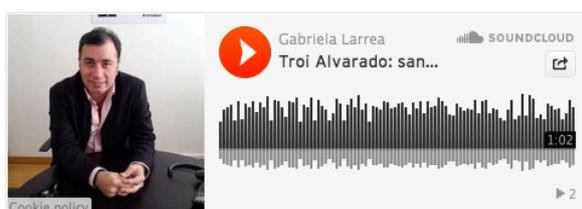
Actualmente Sayce cuenta con alrededor de 1800 miembros nacionales. "Cuando nosotros fuimos elegidos directivos teníamos 950 socios. Hoy tenemos más del cien por ciento de miembros", explica Troi Alvarado. Los autores que estén interesados en afiliarse a Sayce necesitan al menos un tema producido que este sujeto al derecho de autor explicado anteriormente. Para ser socio activo de la sociedad se necesitan cinco temas producidos demostrando así que se él interesado se dedica a la música de manera profesional.

Regalías directas y de valor agregado

Sayce propone un valor de pago diferenciado entre los negocios con dependencia directa a la música y aquellos que la utilizan como valor agregado. El valor directo se emite en negocios como una discoteca o radio que utilizan a la música como parte vital para su funcionamiento. Y el valor agregado se cobra a negocios como restaurantes, canales de televisión, conciertos, locales comerciales que no dependen de la música pero sí la pueden utilizar para potencializarlo. Alvarado enuncia como se realiza el cobro de estas regalías por parte de Sayce.



El software que utilizan contiene todas las canciones que Sayce representa a nivel mundial y nacional. El sistema "reconoce todas las señales y las canciones, y cuantas veces suena" sostiene Troi. Al final del año Sayce cobra a los medios de comunicación por las obras utilizadas. Cuando existe mora de negocio existen sanciones que son amparadas por la legislación, el presidente de Sayce menciona algunas de ellas.



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador



[producción] [contenidos] [producción musical] [reacción de los medios]

Promoción Cultural

Expresarte

La ventana de la televisión nacional para promocionar a los artistas ecuatorianos

Producción

Expresarte (XT) es el programa de televisión que desde el 2012 ocupa la franja destinada a la cultura dentro de todos los medios audiovisuales del Ecuador. XT surge como un espacio cultural de calidad que hace del artista el protagonista del programa. En 2012 la productora Satre presenta el proyecto al Ministerio de Cultura y Patrimonio con el fin de "crear un espacio en el cuál se muestre el talento, el arte y la cultura de nuestro país" explica Felipe Pinzón, Productor de Expresarte.



Antes de Expresarte la franja televisiva destinada a la promoción cultural era cubierta por todos los medios de comunicación nacionales con el programa "Nuestros Artistas". Este programa se transmitía en cadena nacional los sábados y domingos y la realización se rotaba de canal en canal. La constitución ecuatoriana de 1998 establecía que este espacio cultural era responsabilidad de los medios:

TÍTULO III- DE LOS DERECHOS, GARANTÍAS Y DEBERES

Capítulo 4- De los derechos económicos, sociales y culturales.

Sección décima - De la comunicación

Art. 81.- El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales. Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación.

No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley. Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano.

La falta de un equipo de producción definido fue el mayor problema de "Nuestros Artistas". El programa no representaba uniformidad de formato, ni los estándares de calidad necesarios para aparecer en televisión. Renato Zamora productor musical comenta sobre la reputación del programa "Nuestros Artistas".



Tras la cancelación de "Nuestros Artistas", los medios recuperaron el espacio que le era destinado. La gente de Satre presenta el proyecto XT mientras se discutía la Ley Orgánica de Comunicación en el pleno de la Asamblea Nacional. Desde su estreno en noviembre del 2012 Expresarte ha presentado 96 programas inéditos cada semana hasta octubre del 2014. Como parte de la propuesta, Expresarte presentó nuevos parámetros en la producción. Pinzón los da a conocer.



Otro de los aspectos que se tomó en cuenta en la organización del proyecto XT fue la locación. Varias opciones salieron a discusión como Quito, Guayaquil o Manta. Sin embargo, se optó por la opción de mover la producción en cada programa, es decir; no tener un estudio fijo. El productor explica como surgió este concepto.



Todas estas implementaciones técnicas utilizadas en conjunto representó una calidad nunca antes vista en la televisión ecuatoriana en programas culturales. Pero la implementación que más se destaca es la grabación de sonido en vivo. "En la televisión estaban acostumbrados al playback, y eso es mediocre e irresponsable con el televidente y el artista" expresa Pinzón.



Satre es la realizadora de Expresarte. Sin embargo, está contratada por el [Ministerio de Cultura y Patrimonio](#) por esta razón todos los programas le pertenecen al Estado. El programa es financiado por la institución pública y no tiene fines de lucro. La producción cuenta con 5 cámaras y cada capítulo se hace montaje de la locación, audio grabado en vivo y masterizado. A cada músico que sale en Expresarte la producción le regala un videoclip de alta calidad. La grabación de un video musical con la calidad ofrecida por XT implicaría un gasto que la mayoría de bandas no podría pagar. Este puede ser utilizado por la banda y la única condición es dar siempre el crédito a Expresarte.



Lograr una producción de esta magnitud ha significado grandes retos para todos los miembros del equipo. A pesar de ser profesionales en televisión, el mayor reto fue implementar los conocimientos necesarios para la grabación de sonido en vivo. Cecilia Bucheli, directora de contenido de XT cuenta los retos de la producción.



En Expresarte el artista es el actor principal y cada protagonista tiene su propio escenario. La riqueza audiovisual de este proyecto se denota en la manera en la que son contadas las historias de los músicos. La producción no solo presenta imágenes que concuerdan con el relato de locutor, sino que también utiliza entrevistas para conocer el punto de vista del invitado. Bucheli aclara que significa que el artista sea el protagonista del programa.



Para lograr este nivel de producción se requiere de un equipo de trabajo grande (gráfico). Semana a semana el equipo de producción se traslada por todo el país para encontrar a los artistas ecuatorianos. Hasta octubre del 2014 XT visitó todas la provincias del país con excepción de Zamora Chinchipe. También se han trasladado a locaciones internacionales como Estados Unidos, Cuba, Austria, Italia, España, Francia y China. La directora de contenidos admite que es un trabajo arduo pero que el resultado final lo vale.





Selección de Contenidos

El programa Expresarte se maneja a través de ejes temáticos. Cada eje contiene analogías referentes a un tema en específico. El consejo editoria conformado por miembros de la producción y de las entidades que representan a XT son quienes seleccionan a los artistas que entrar dentro de esquema elegido para cada capítulo.



Expresarte no cuenta con un presentador fijo, sino que han optado por presentar a actrices y actores nacionales para ser anfitriones de cada programa, "dentro de este papel obtienen su espacio artístico también, y eso para nosotros es súper importante", enfatiza Cecilia Bucheli, directora de contenidos. Este programa tiene en cuenta el tema didáctico ya que cuenta historias de diferentes artistas que convergen en un sólo punto o concepto. Un ejemplo de esta temática didáctica es el programa #21 titulado "Cuerdas". Este capítulo trata sobre entender instrumentos de cuerda y otras formas artísticas con cuerdas como la danza aérea. Además hace referencia al concepto social de la cordura, es decir; que tan cuerdo eres, locura y cordura. Todo se sustenta con el tema de cada programa.



Para formar parte del programa los artistas pueden inscribirse en la página web de Expresarte. Deben ingresar sus datos, descripción de la banda, nombre, género musical, ciudad, teléfono, link de un video, mp3 o soundcloud con música inédita de la banda. Esta información la reciben todos los miembros del comité editorial. Cada semana el consejo va filtrando a los artistas basados en la calidad de los postulantes. Los artistas seleccionados son presentados dentro de su entorno, conocemos su historia, trayectoria y anécdotas como músicos ecuatorianos.



Con este proyecto en marcha, la producción espera poder iniciar una nueva temporada a inicios del 2015. Asimismo los miembros del equipo de producción consideran a Expresarte como un primer paso dentro de la evolución del periodismo y de la industria musical en el país.



Producción Musical

Escuchar al artista como suena en realidad

Como se ha expuesto anteriormente, *Expresarte* es un proyecto que trajo nuevas técnicas de producción a la mesa. Sin duda la más notable es la grabación del sonido en vivo. Renato Zamora Productor musical de XT explica cómo la grabación en vivo es un plus para el programa.



El programa ha ganado gran popularidad a pesar de presentarse en horario familiar, los sábados 9 a 10 horas. Al ser un programa reconocido y al tener inscripciones abiertas para los artistas Renato enfatiza la importancia del proceso de selección. Los artistas seleccionados tienen que enmarcar dentro del arte y cultura, representar una zona un lugar, que tenga contenido. La calidad del artista demanda que puede hacerlo en vivo. "la premisa es no playback, no pista, es en vivo, es live", expresa.



La producción musical incluye los arreglos musicales, verificar lo que necesita el artista para tocar en vivo, locaciones, técnica de grabación, mezcla, mastering, edición contra imagen, para que el audio que se produce tenga el mismo nivel que debe tener a nivel audiovisual. Las redes sociales juegan un papel importante en la interacción y generación de contenidos, ya que por medio de la discusión y los comentarios se produce socialización, discusión, análisis de resultados, sugerencias y propuestas de nuevos artistas.

Reacción de medios de comunicación

"Todo fue hasta que nos dieron chance de demostrarles el nivel que tenía el programa".

Cecilia Bucheli, directora de contenidos de Expresarte, expone las reacciones que tuvieron los medios de comunicación cuando Expresarte salió al aire.



La influencia que ha tenido Expresarte en la carrera de varios artista nacionales es innegable. Como un ejemplo "Alberto Plaza a través de Expresarte encontró a personajes como Benjamín Vanegas, John Peter Bernaza y Mariela Condo. Él les invito a participar en el proyecto de su disco", concluye Bucheli.



[producción] [contenidos] [producción musical] [reacción de los medios]

Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural Artistas Contexto

Promotor Musical

Promotor Musical

El promotor musical es la persona encargada de difundir el trabajo de un músico en los medios de comunicación. Teresa Brauer, coordinadora de la carrera de Producción Musical y Sonido del Colegio de Música (COM) de la Universidad San Francisco de Quito y especialista en promoción cultural, explica cuáles son las funciones de un promotor y cómo las nuevas tecnologías han modificado el oficio. Además Brauer enuncia sobre la apertura de los medios nacionales con los músicos.





Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural **Artistas** Contexto

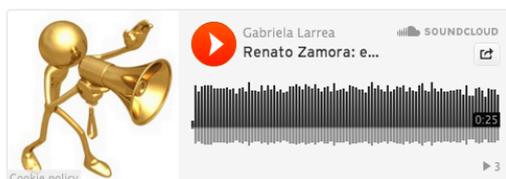
Artistas

La relación de los músicos con los medios de comunicación.

Los músicos son los personajes principales en el periodismo musical. Los medios analizan su música y su imagen cómo figuras públicas. Actualmente en Ecuador varias universidades han implementado programas de música en sus opciones de carrera. Debido a esto en los últimos años se ha incrementado el número de músicos titulados que existen en el país. Ésta definitivamente es una ventaja para los periodistas interesados en la temática musical ya que se cuenta con más opciones para que el público las conozca. Sin embargo, las bandas que ya tienen una trayectoria marcada en el medio ecuatoriano y que siguen produciendo música son igual de importantes.

Como parte de estas nuevas propuestas musicales emergentes han surgido conciertos o eventos que congregan a los artistas, los medios y los aficionados. Renato Zamora, guitarrista de la banda Sobrepeso, enfatiza la importancia de estos espacios.

Como parte de estas nuevas propuestas musicales emergentes han surgido conciertos o eventos que congregan a los artistas, los medios y los aficionados. Renato Zamora, guitarrista de la banda Sobrepeso, enfatiza la importancia de estos espacios.



En estos espacios la cobertura mediática es de vital importancia. Los periodistas aquí tienen contacto directo con los músicos y con el público. Esto les ayuda a obtener una visión más clara acerca de la relación de la banda con el público y viceversa. Pero no todas las experiencias son iguales, en este espacio conoceremos las anécdotas de algunas bandas ecuatorianas con los medios de comunicación.

Jazz the Roots

Sobrepeso

Tranzas



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural Artistas Contexto

Jazz the Roots



La autogestión y la creatividad

Jazz the Roots es una banda afincada en Quito. Inicia en octubre del 2011, ahora tienen 3 años de trayectoria musical. La banda presenta música fusión de jazz y reggae. Esta conformada por miembros de Quito, Chile y Guayaquil. Sus miembros son:

Luis Sigüenza: Saxo Alto/Tenor

Gabriel Jofré: Guitarra Eléctrica

Miguel Gallardo: Teclados

Ismael Villaruel: Bajo Eléctrico

Raúl Molina: Batería



El 12 de octubre de 2011 fue el primer concierto de la banda en el bar El Pobre Diablo sin temas propios. Al primer día asistieron 15 personas y el día dos 30. A partir de la tercera fecha deciden consolidarse como banda. Se postulan a festivales y a conciertos. Por medio de sus presentaciones tienen las primeras experiencias con su público.

Jazz the Roots se posiciona en la escena musical después de grabar tres videos musicales en el reconocido estudio ecuatoriano Graba Estudio "hicimos un concierto después de lanzar los videos y de la nada estaban repletos." explica Luis Sigüenza. La banda afirma que las redes sociales, y el boca en boca les ha permitido establecer una relación directa con su público.

En noviembre del 2013 es el lanzamiento de su primer disco, el concierto del álbum homónimo de la banda congrega alrededor de 700 personas. "Nosotros creemos mucho en la autogestión, y ese concierto lo hicimos basado en eso, y nosotros mismos pegamos las afiches en distintos lugares para que le gente se entere del evento" relata Gabriel Chiriboga. Dentro de este concepto de autogestión resuelven presentar su CD con una propuesta de imagen diferente.

Jazz the Roots: mercadeo y relación con el público on PhotoPeach



Relación con los medios de Comunicación



Relación con los medios de Comunicación

Tras el lanzamiento de su primer álbum su participación en la escena aumenta. La banda tiene sus primeras experiencias con los medios de comunicación y no todas han sido buenas. La banda comparte algunas anécdotas con la prensa.



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural Artistas Contexto

Sobrepeso

La escena musical y los medios de comunicación

Renato Zamora, guitarrista de Sobrepeso y productor musical, cuenta que la banda inició en el año de 1993 durante su época colegial. Al poco tiempo la banda se profesionaliza y forma parte de la escena musical cuencana y del Ecuador. Mientras estuvo en la banda Renato se interesó en la producción musical. Tuvo la oportunidad de especializarse en producción musical en la Escuela de Música de Buenos Aires en Argentina. Hace 4 años regresó al Ecuador y se estableció en Quito donde montó su estudio de grabación La Casa Nostra. Del mismo modo continuó con Sobrepeso. La banda sigue trabajando y presentándose en escenarios a nivel nacional. Zamora habla acerca del mercado musical cuando Sobrepeso salió a la escena.



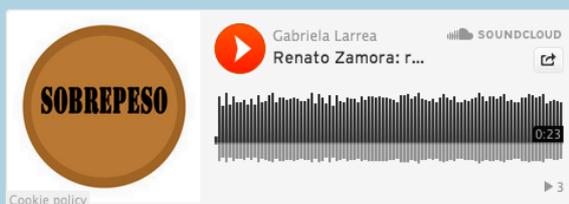
"En la época donde nosotros girábamos era más complicado tocar, no todos tenían las condiciones técnicas necesarias, pero hicimos una movida importante"

El feriado bancario afectó los presupuestos para producción y shows "la música no era un producto de primera necesidad" menciona Renato Zamora. El país estaba en crisis y la escena decaía. Los presupuestos para las grabaciones no alcanzaban para cumplir con los estándares de calidad. Es por eso que se detuvieron los proyectos de la banda "la crisis nos obligó a detener la carrera", enfatiza Zamora. Además da ejemplos de bandas de la época que debido a la crisis bancaria no continuaron como Cruks en Karnak, Ricardo Perotti y Contravía. Muchos de estos músicos continúan en la escena pero no con sus bandas originales, en el caso de Perotti, actualmente él reside en Estados Unidos.

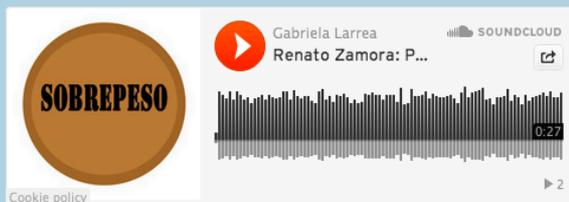
A pesar de la crisis de la época de finales de los 90 e inicio de los 2000 el circuito musical ecuatoriano era fuerte. Especialmente en Quito, Cuenca y Guayaquil. Las bandas predominantes de esta época son La Grupa, Sal y Mileto, Mamá Budú, Trifulca, Bajo Sueños, Sobrepeso, entre otras. Debido al gran número de bandas reconocidas en aquel momento, se organizó el primer festival musical en el cráter de volcán Pululahua "Rock desde el volcán". El festival es organizado por Ricardo Perotti. La influencia de artistas latinoamericanos se notó en este encuentro, en el cartel se encontraban bandas como La ley (Chile), Babasonicos (Argentina) y Aterciopelados (Colombia). La presencia de estas figuras musicales llamó la atención de varios medios de comunicación. Sin embargo, la atención principal vino de medios internacionales como la cadena E! que hizo la reportería de los conciertos. El guitarrista de sobrepeso menciona cuál fue el rol de los medios nacionales en "Rock desde el Volcán"



Sobrepeso creció debido a la autogestión de sus miembros, ya que existía gran competencia con las disqueras grandes "había un acceso a la información limitado, la gente iba a los conciertos y eso generaba utilidad, esas eran las formas de financiar la producción" adiciona Zamora. La lucha para conseguir espacios en los medios de comunicación la ganaban mayoritariamente las disqueras internacionales. El fin de obtener una disquera era que inviertan en socializar la música, campañas y shows de la banda que representan. Las disqueras nacionales eran pequeñas y no tenían presupuesto, pero cumplían la función de promoción y rotar el material en el mercado. Renato explica qué con su banda decidió filmar varios video clips, con el fin de sonar y emprender una carrera. Pero debido a la crisis estos planes se detuvieron así como la carrera de esta banda. Renato explica como fué la promoción de su música en la época.

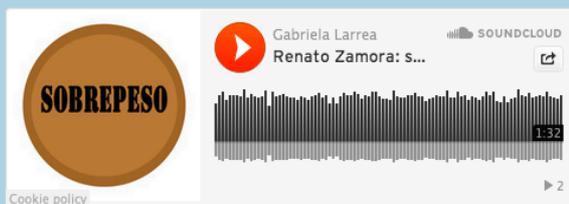


La pitarería fue un factor decisivo en el declive de la industria musical del país. Renato explica cómo esta afectó a los músicos y cuáles fueron las soluciones para seguir promoviendo su música.



Experiencia con los medios de comunicación

Durante el tiempo que la banda estuvo en la escena musical, la relación con los medios era vital. Renato compara su relación con los medios antes y actualmente.



Sobrepeso continúa su carrera musical presentándose en varios escenarios. Su última presentación fue en el Quito Fest Cuenca 2014, celebrando los 10 años del cover de la popular canción "Vasija de Barro".



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

Inicio Medios Legislación Promoción Cultural Artistas Contexto

Tranzas

"Muchos periodistas son amigos".

Troi Alvarado nos cuenta sus experiencias con los medios de comunicación mientras perteneció a Tranzas.

La banda guayaquileña inicia en el año de 1987. Graban sus primeras canciones y así obtienen un contrato discográfico. En los años 80 se rompen las dictaduras en Chile y Argentina. Esto provoca una nueva ola de música en español el "Rock Latino". Este género llega con un lenguaje de rebeldía al Ecuador y Tranzas fue la propuesta nacional que adoptó este estilo musical. La banda se catapultó con el tema "Plástica", que critica de manera humorística el materialismo. La canción es una burla a la falta de profundidad de la gente y eso identificó a la audiencia. "El público demandaba rock en español, porque era una música nueva, juvenil", explica Troi. Además cuenta el estado de la escena nacional cuando Tranzas llega con este nuevo género musical.



Alvarado admite que después de Plástica la banda no tuvo otro éxito. Hubo cinco años de silencio, en los cuáles sí lanzaron discos pero ninguno sobresalió "nos cuestionamos hasta el hecho de seguir juntos como grupo", enfatiza Troi. Sin embargo, Tranzas gana el "Festival Mtv Ecuador" primer y único evento musical de la cadena internacional en el país. En el año 1994 lanzan el disco "Ciertas Teorías", con temas como "Dime si recuerdas". Después de este álbum la banda se catapultó en las listas radiofónicas nacionales hasta su disolución en 2008. Tranzas lanzó temas inolvidables como "Dile" y "Mori" entre los más destacados. Además su fama llega a ser de talla internacional, especialmente en México.



Relación con los medios de comunicación

Durante su carrera musical Tranzas alcanzó la fama y con eso también obtuvo la atención de los medios de comunicación. El ex integrante de la banda guayaquileña indica la relación de Tranzas con los medios.



Además de su relación con los medios ecuatorianos Troi Alvarado cuenta que "la prensa de México tiene mucha más experiencia y es mucho más estricta". Alvarado insiste que contar con disqueras grandes fue de gran ayuda para llegar a la prensa internacional. Pero al mismo tiempo afirma que "sentía que a nivel de radio Quito estaba a la par, ese nivel si llegaba al nivel de las radios internacionales" concluye.

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales
Quito, diciembre de 2014



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#)[Medios](#)[Legislación](#)[Promoción Cultural](#)[Artistas](#)[Contexto](#)

Contexto

Aquí conocerás las opiniones de los expertos sobre el periodismo y la difusión musical en Ecuador.

Para concretar el análisis de esta investigación, se presentará una perspectiva real acerca del estado del periodismo musical en el Ecuador. Se partirá desde la temática de profesionalización de los periodistas interesados en la temática musical. Del mismo modo se expondrá la relación actual de los músicos con la prensa ecuatoriana.

Profesionalización

Relación entre medios y músicos



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#) [Medios](#) [Legislación](#) [Promoción Cultural](#) [Artistas](#) [Contexto](#)

[\[profesionalización\]](#) [\[nuevas tecnologías\]](#)

Profesionalización de periodistas

Periodismo musical

Opiniones de profesionales de la comunicación ante la profesionalización del periodismo musical

Los medios de comunicación cumplen el rol de mediadores entre industria musical y las audiencias, es decir; su papel es fomentar el crecimiento de la escena a través de la información ofrecida al público. Del mismo modo los periodistas que trabajan con esta información realizan la curaduría con acertividad y valores éticos. En este espacio se tendrá en cuenta las opiniones de los periodistas que actualmente trabajan en la temática musical expuestos en este reportaje. Además se analizará a las nuevas tecnologías como una herramienta de trabajo para los periodistas musicales.

Importancia del periodismo en el desarrollo de la Industria Musical

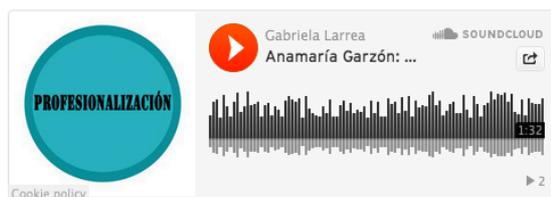
La información musical en los medios especializados puede resultar siendo elitista ya que la audiencia sigue estando limitada a círculos más independientes. A pesar de ser pocos los periodistas que trabajan únicamente en temáticas musicales estos profesionales presentan información que abarca todos los contextos en los que la música tiene impacto. Entender a la música no sólo como un entretenimiento sino como un referente cultural es lo que resalta del tipo de información que se está entregando al público. El trabajo periodístico se da en la escena musical, que en Ecuador es un espacio emergente en pleno crecimiento. Como parte del trabajo periodístico es necesario tener la preparación necesaria previa a la cobertura de una noticia. Anamaría Garzón, curadora de arte y periodista cultural explica.



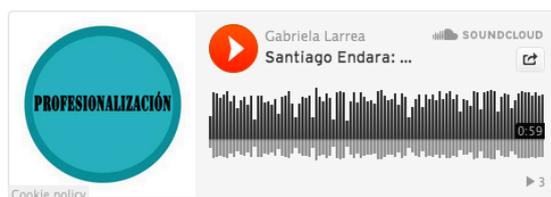
El contenido de una noticia musical debe tener coherencia para poder llegar de manera directa a la audiencia. Conectar al músico con sus fanáticos por vías audiovisuales es una táctica que varios comunicadores nacionales están utilizando actualmente. Los contenidos audiovisuales le permiten a la audiencia familiarizarse con la música y el aspecto de los artistas. Cecilia Bucheli, directora de contenidos del programa Expresarte, menciona los aspectos necesarios para retratar bien al artista dentro del programa.



El periodista debe mantenerse en entrenamiento constante y sobretodo no tiene que perder de vista lo que sucede en la escena musical de su país. En ocasiones la relación periodista - músico puede generar ciertas discordancias debido al mal manejo de la información. Es por esto que el oficio periodístico tiene que ser llevado a cabo con profesionalismo respetando a las fuentes y sobretodo verificando cada dato que vaya a ser publicado. Anamaría Garzón habla de los elementos que se deben tener en cuenta para dar una información musical más detallada.



El conocimiento musical de los periodistas es de vital importancia. En Ecuador no existe la opción de profesionalización en periodismo musical. Todos los periodistas que actualmente trabajan en temáticas musicales lo hacen debido a su afinidad con la temática. Santiago Endara, blogero asociado a diario El comercio expresa la importancia de la profesionalización de los periodistas musicales.



Las nuevas tecnologías como herramientas de la labor periodística

Con Internet la información está al alcance de todos. Todos podemos ser emisores y receptores de información. Sin embargo, Internet para los periodistas debe funcionar como una herramienta multiformato, Juan Pablo Viteri, productor de "El Barrio" en Radio Cocoa analiza su uso.



El manejo multimedios ha permitido que los periodistas musicales del Ecuador generen archivos para las presentes y futuras generaciones acerca de lo que sucede en la escena musical del país.

[profesionalización] [nuevas tecnologías]

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimedios
Quito, diciembre de 2014



Periodismo y Difusión Musical en Ecuador

[Inicio](#) [Medios](#) [Legislación](#) [Promoción Cultural](#) [Artistas](#) [Contexto](#)

Relación de los medios y los músicos

Opiniones de profesionales de la industria musical y de los medios de comunicación acerca de la relación que mantienen entre sí actualmente en Ecuador.

En esta investigación se concieron las experiencias de tres bandas ecuatorianas con la prensa nacional. A pesar de que las vivencias puedan ser buenas y malas, todos concordaron que el Ecuador se encuentra en un momento ideal para que se consolide la relación entre los periodistas y los artistas.

Actualmente el reglamento de la difusión de contenidos musicales en los medios ecuatorianos sigue en discusión. Pero la cuota del 50% que ha sido establecida implica nuevos retos para los músicos nacionales. Renato Zamora productor musical, explica su relación con los medios actualmente.



El trabajo en conjunto de los medios con los músicos se da en base a la información que se puede aportar. Sin embargo, ni el negocio musical ni el negocio de los medios son dependientes el uno del otro. Teresa Brauer, coordinadora de la carrera de Producción musical y sonido en la USFQ, aclara que la relación de los medios y los músicos es necesaria.



Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
Gabriela Michelle Larrea Sánchez

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Periodismo Multimediales
Quito, diciembre de 2014

FORMATO 2: RADIO

RESUMEN FORMATO RADIO

Reportaje radial de 10 minutos acerca del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, mejor conocido como Ley 1x1. El reportaje aborda esta temática desde el proyecto de ley hasta la relación actual entre los medios de comunicación y los músicos, que son a quienes afecta esta normativa.

		Compositores ecuatorianos Sayce, menciona cómo surgió la iniciativa del 1x1.		04:00
5.	BITE 2	Troi Alvarado_proceso de proyecto 1x1		04:00 05:00
6.	LOCUTOR	El artículo 103 levantó el debate entre medios y artistas nacionales. Las reacciones de los medios fueron mixtas ya que algunos aseguran que no existe material suficiente para cumplir la cuota del 50%. Sin embargo, para la producción del programa Expresarte significó una oportunidad para demostrar que la ley si es factible. Cecilia Bucheli, directora de contenidos del programa describe su reacción ante el 1x1.	Música de fondo	05:00 05:30
7.	BITE 3	1x1 Bucheli- expresarte 1x1		05:30 07:00
8.	LOCUTOR	Otro punto de debate se dio entre los propios músicos nacionales. Ya que el 1x1 implica la necesidad de aumentar la producción y calidad de la música hecha en Ecuador. Renato Zamora productor musical y guitarrista de la banda de rock cuencana Sobre peso puntualiza los retos que representa el 1x1 para los músicos ecuatorianos.	Música de fondo	07:00 07:30
9.	BITE 4	Zamora 1x1- retos músicos		07:30 08:30
10.	LOCUTOR	Con el debate abierto entre medios de comunicación y músicos ha transcurrido un año desde la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación en la legislación nacional. Sayce es el ente regulador y de control para la recolección y pago de regalías por el uso de obras musicales. El presidente directivo y ex bajista de Tranzas enfatiza las ganancias recibidas este último año y las sanciones aplicadas a los medios en mora.	Música de fondo	08:30 09:00
11.	BITE 5	Bite regalías y reglamento Alvarado		09:00 09:30
12.	LOCUTOR	Ante todo lo expuesto es evidente que el debate entre medios y artistas ecuatorianos sigue abierto. Del mismo modo, la ley 1x1 implica nuevos retos de	Música de fondo	09:30

		<p>producción para ambos lados. El reglamento del artículo 103 sigue siendo discutido ya que la versión presentada tuvo incongruencias con lo que estipula la ley de Comunicación.</p> <p>Es así que mientras el reglamento salga en vigencia, los medios y los músicos no tiene más opción que fomentar una mejor relación para cumplir con este reglamento constitucional y como consecuencia generar un crecimiento en la industria musical del Ecuador.</p>		10:00
13.	CONTROL		Fade out música despedida.	

CONCLUSIONES

Durante esta investigación se evidenció que el periodismo musical en el Ecuador es una rama en desarrollo dentro de los medios de comunicación. A pesar de no tener un espacio prioritario en los medios estudiados, la calidad de información proporcionada en las notas a profundidad y reportajes denota una buena redacción por parte de los periodistas que las redactan. Se denota el contraste de fuentes y la investigación previa a la realización del reportaje.

La importancia de los periodistas dentro del desarrollo de la industria musical se especifica en la labor que realiza el periodista. La profesionalización del oficio implica que los parámetros éticos del quehacer periodístico sea igual de importante dentro de la industria musical. Las noticias musicales llevan la firma del periodista, es por esta razón que no se deben descuidar los detalles importantes y relevantes sobre cada información. Investigar y fomentar una relación profesional son la clave para el éxito en el periodismo musical. La preparación de los periodistas musicales tiene que ser profesional. Conocer a profundidad el tema que se va a tratar y desarrollar técnicas de observación y escritura permiten que las noticias producidas sean más ricas en información y estilo.

Periodismo Musical: Guía para periodistas brinda una aproximación al trabajo periodístico real dentro de la escena musical. Está destinada para todos aquellos estudiantes, profesionales o interesados en el periodismo musical que quieran conocer herramientas para conocer los géneros y procesos de escritura y observación para llevar a cabo una buena reportería.

BIBLIOGRAFÍA

- Altschuler, G. C. (2003). *All Shook Up: How Rock and Roll Changed America*. New York, New York, Estados Unidos: Oxford University Press.
- Wikström, P. (2013). *The Music Industry: Music in the Cloud (DMS - Digital Media and Society)*.
- Cortés, M. L. (10 de 02 de 2010). *Elementos de Valoración de las Noticias*. Medellín, Antioquia, Colombia.
- Vascones Muñoz, P. *Introducción a la Historia de la Musica*. (U. C. Music, Ed.) Quito.
- Cruz, P., & Rosero, S. (2012). *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial "Quipus", CIESPAL.
- Willis, T. (1977). Music Critic. (C. i. Music Educators Journal, Ed.) *Jstor* , 63 (7), 113-115.
- Anderson, W. (1982). Magazine/Book Editor. (M. E. Journal, Ed.) *Jstor* , 69 (2), 53-54.
- Brennan, M. (2006). *The Rough Guide to Critics: Musicians Discuss the Role of the Music Press*. (P. Music, Ed.) <http://www.jstor.org/stable/3877560> , 25 (2), 221-234.
- Gapper, G. (1970). Communication between Critics and Educators All Important to Save Music as Humanizer. (M. E. Journal, Ed.) *Jstor* , 56 (7), 66-67.
- Passman, D. S. (2012). *All you Need to Know About the Music Business* (8ª ed.). New York, New York, Estados Unidos: Simon & Schuster.
- Quirk, T., & Tonybee, J. (2005). Going throught the Motions: Popular Music Performance in Journalism and in Academic Discourse. (T. M. Popular Music, Ed.) *Jstor* , 24 (3), 399-413.
- López Narváez, X. (13 de 01 de 2013). La no industria musical en Ecuador: hacia la recuperación de un paciente terminal. *Diario El Telégrafo* .
- Attali, J. (n.d.). Ruidos, ensayo sobre la economía política de la música.

- O'Reilly, T. (25 de 01 de 2014). *The Marketing of Rock 'N Roll- Part One*. Retrieved 22 de 04 de 2014 from CBCradio: Under the Influence: <http://www.cbc.ca/undertheinfluence/season-3/2014/01/25/the-marketing-of-rock-n-roll---part-one-1/>
- Guzman, I. (09 de 04 de 2014). Noticias Musicales dentro de la Redacción de diario El Comercio. (G. Larrea, Interviewer) Quito, Ecuador.
- Viteri, J. P. (17 de 03 de 2014). Música y Sociedad. (G. Larrea, Interviewer) Quito, Ecuador.
- Supple, L. (2013). *Music Journalism 101*. Kindle.
- Garzón, A. M. (17 de 03 de 2014). Periodismo Musical en el Ecuador. (G. Larrea, Interviewer) Quito, Ecuador.
- R.A.E. (n.d.). *Crítica definición*. From Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española de Uso Diario: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=cr%C3%ADtica>
- Fettback, D. (2012). *How to Interview Like a Rock Star*. popYOUlarity Enterprises.

ANEXO A: MONITOREO DE MEDIOS. TABLAS

TABLA 1.

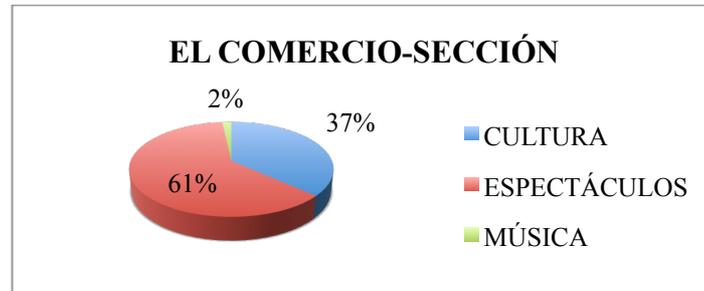


TABLA 2.

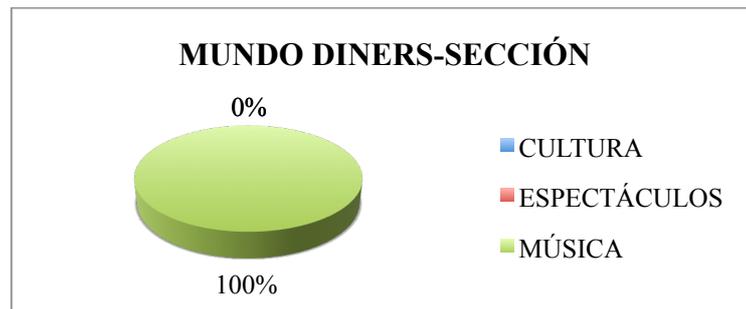


TABLA 3.

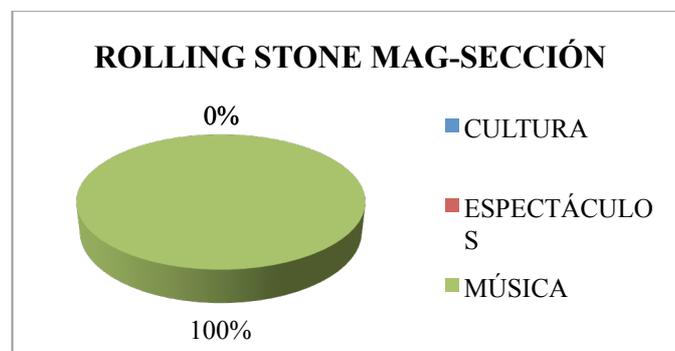


TABLA 4.



TABLA 5.

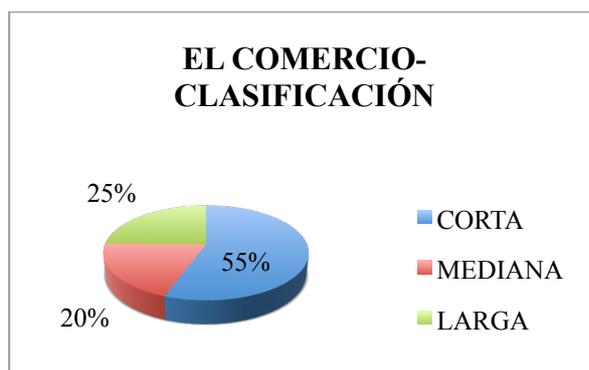


TABLA 6.



TABLA 7.

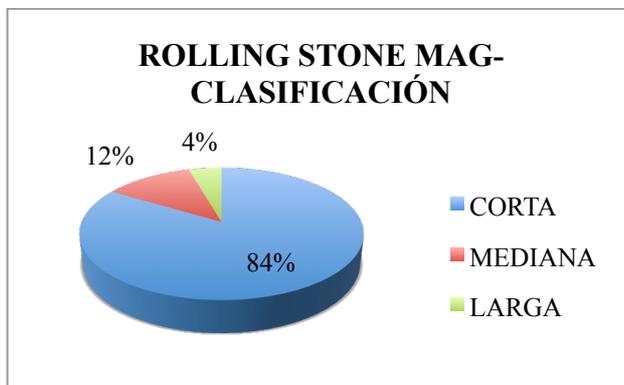


TABLA 8.

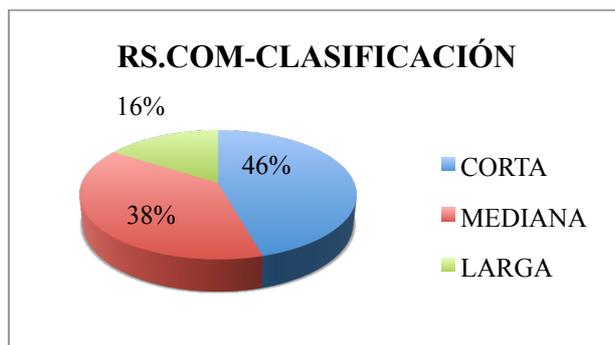


TABLA 9.

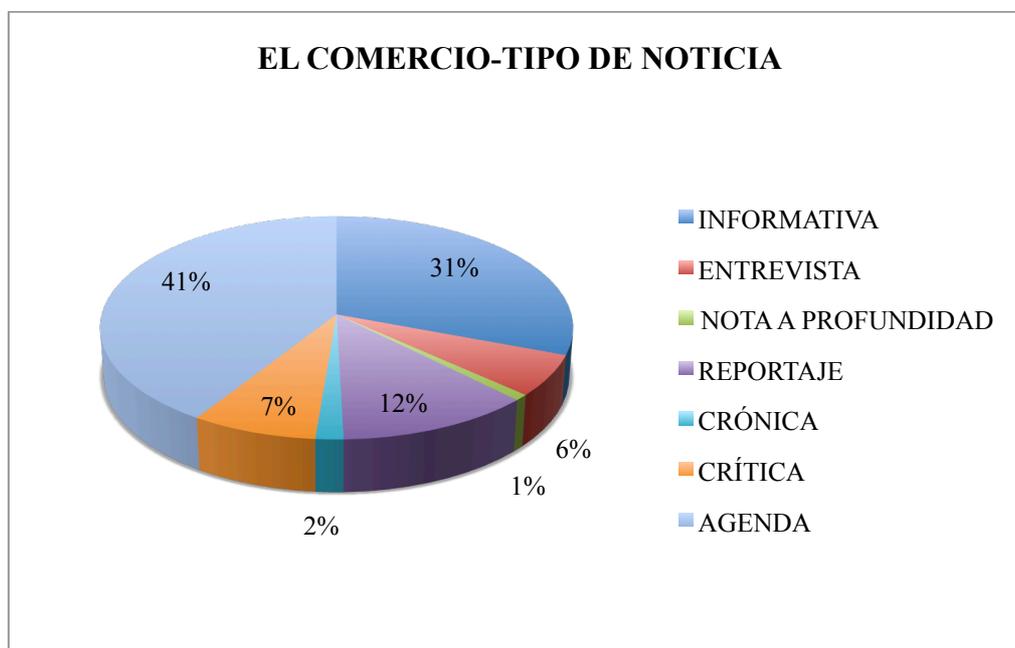


TABLA 10.

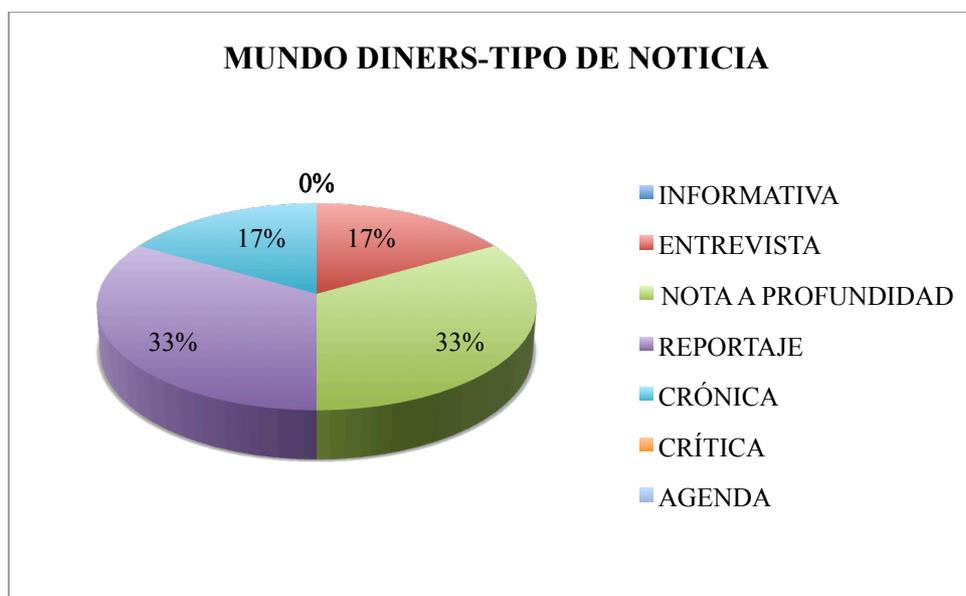


TABLA 11.

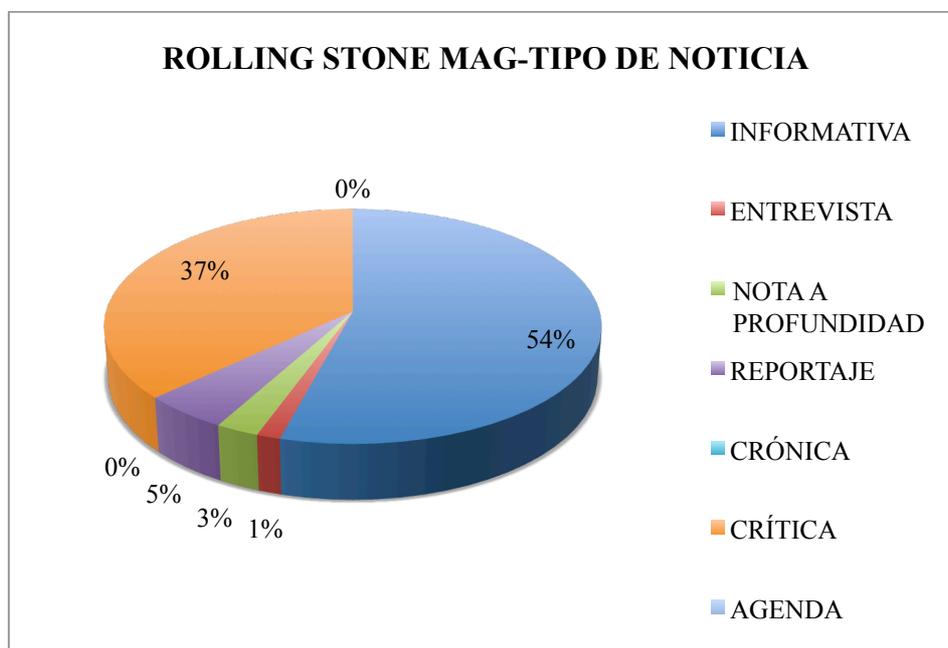


TABLA 12.

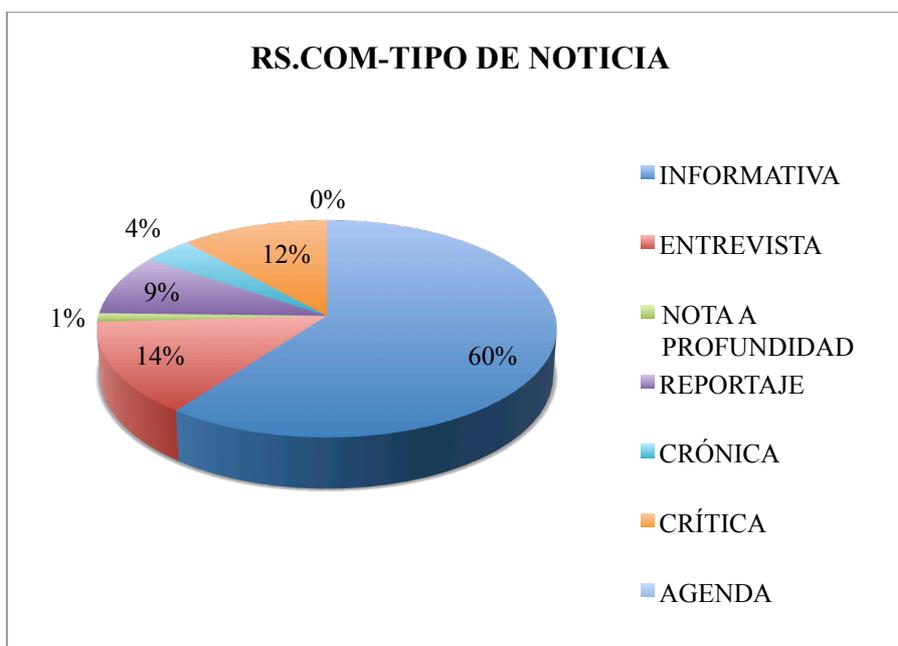


TABLA 13.

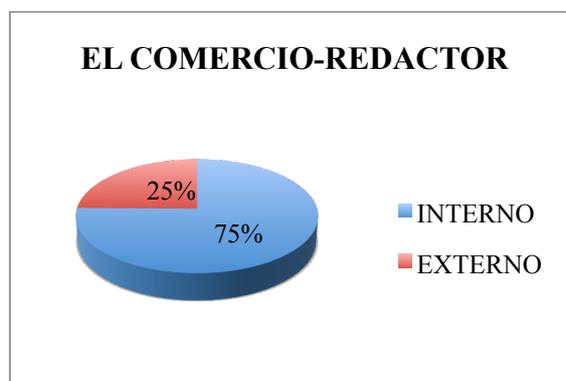


TABLA 14.

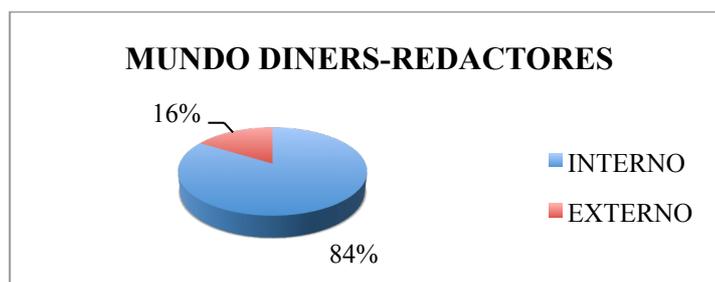


TABLA 15.

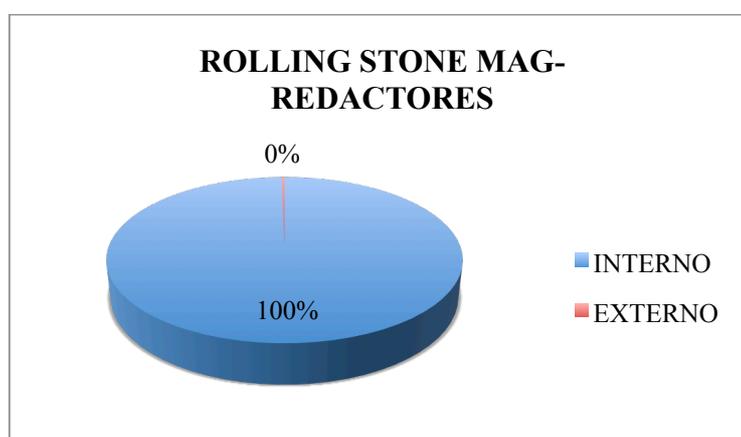


TABLA 16.

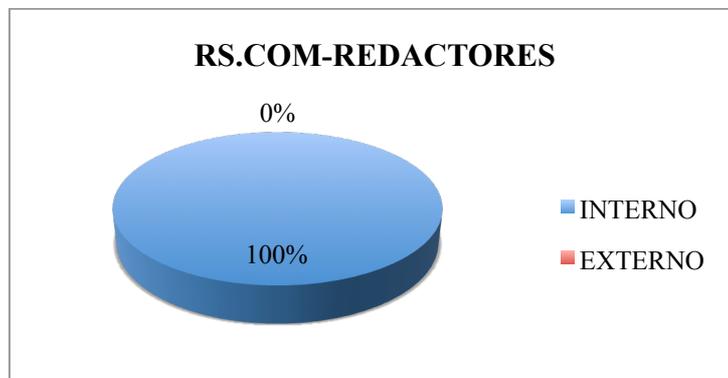


TABLA 17.

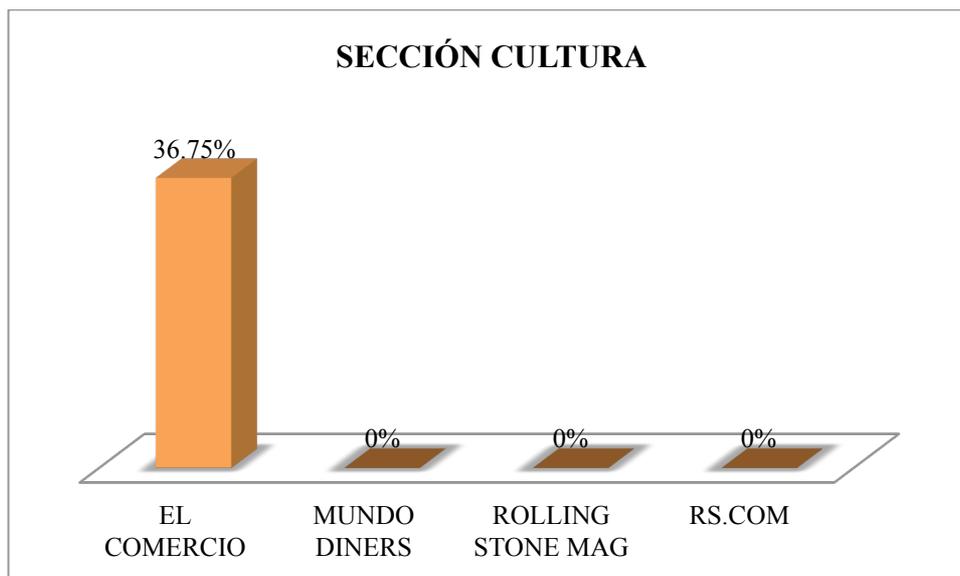


TABLA 18.

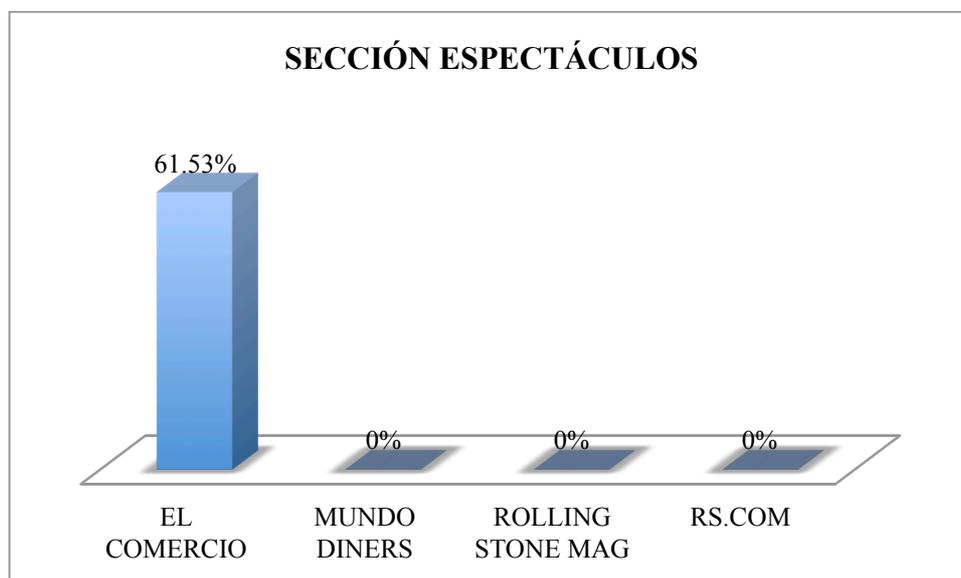


TABLA 19.

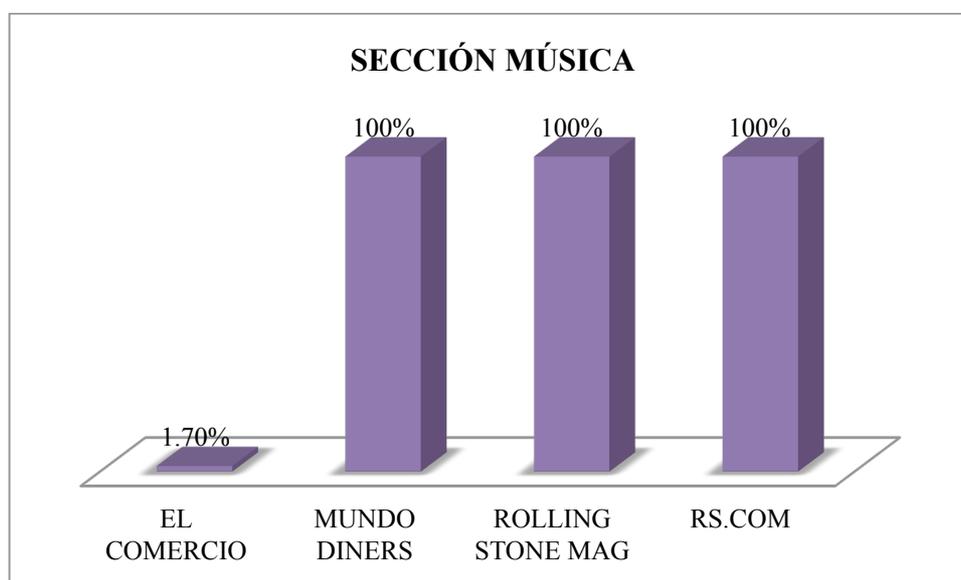


TABLA 20.

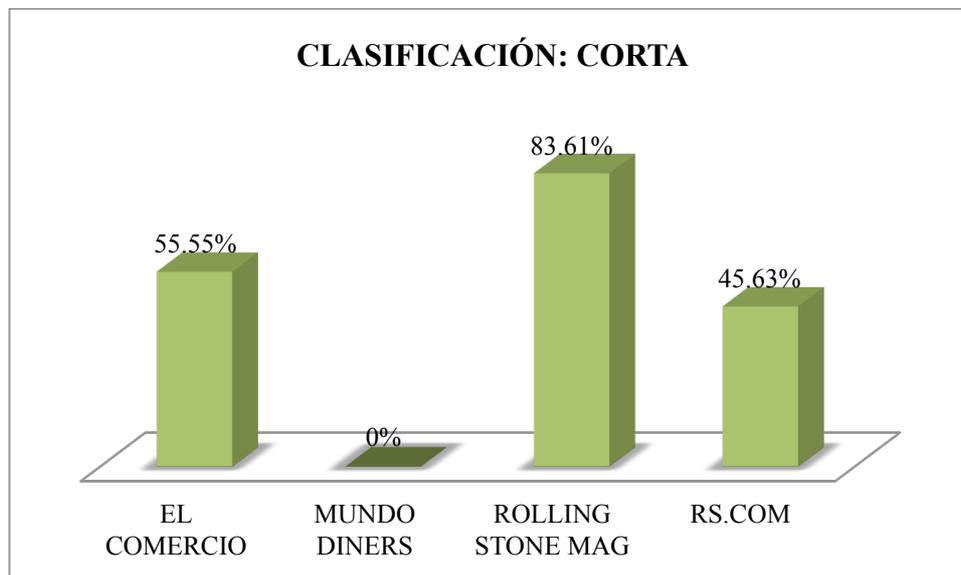


TABLA 21.

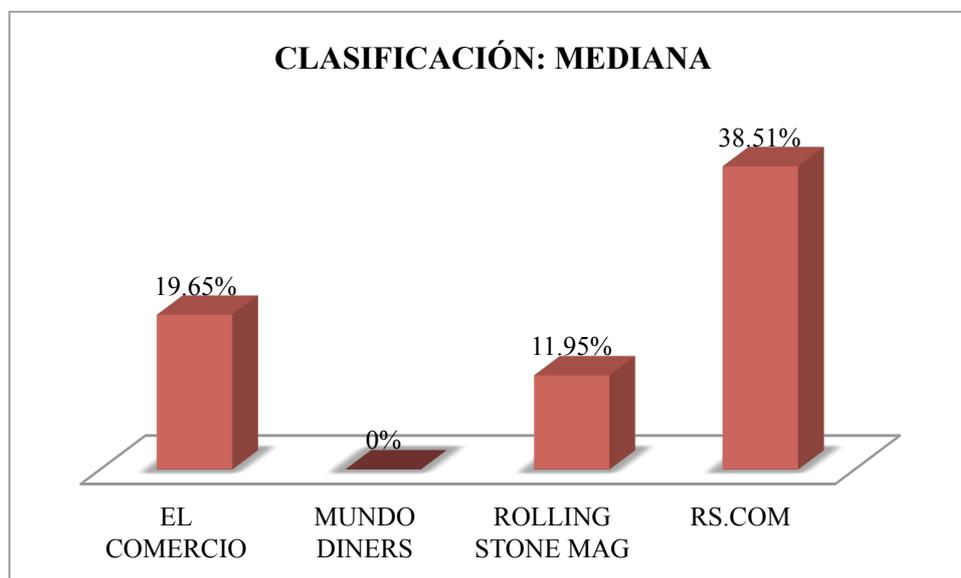


TABLA 22.

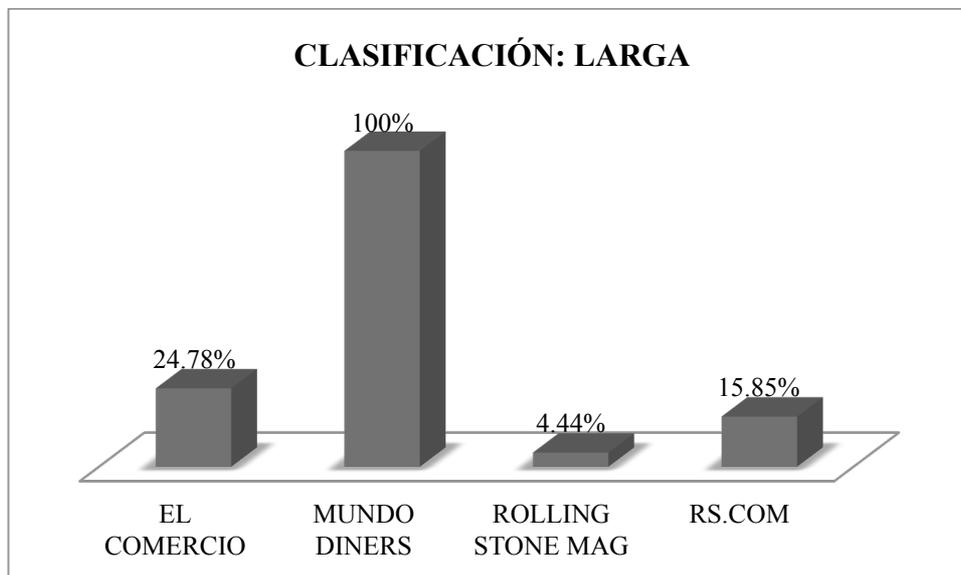


TABLA 23.

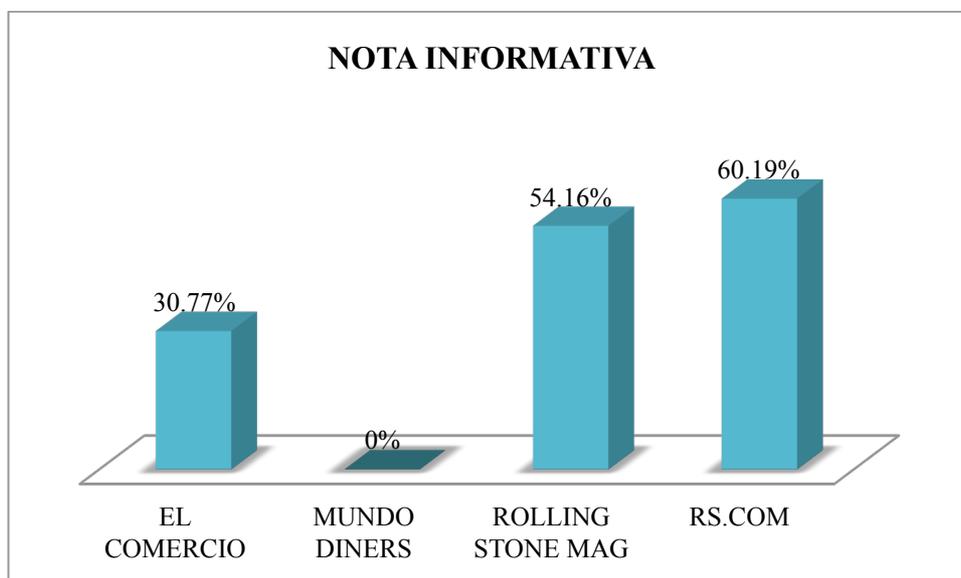


TABLA 24.

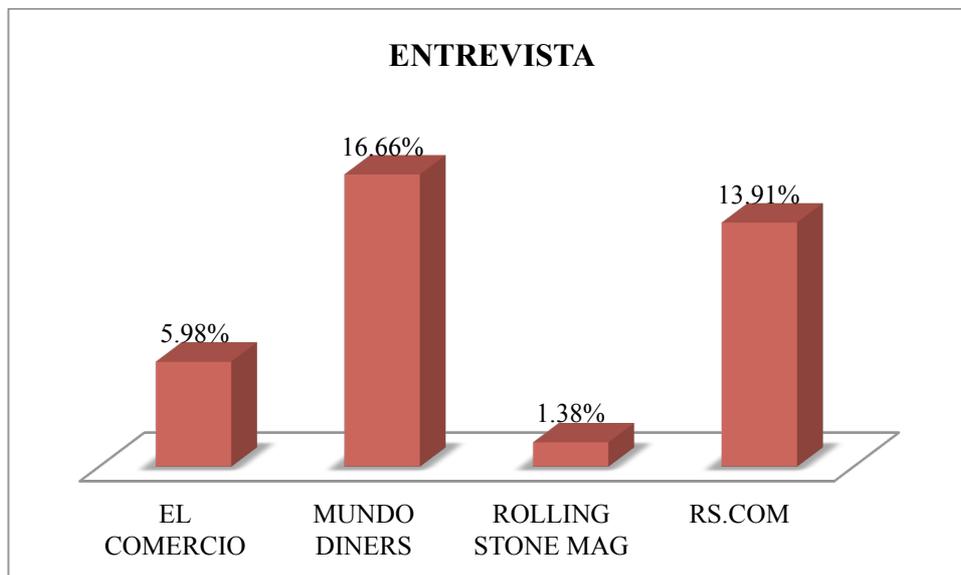


TABLA 25.

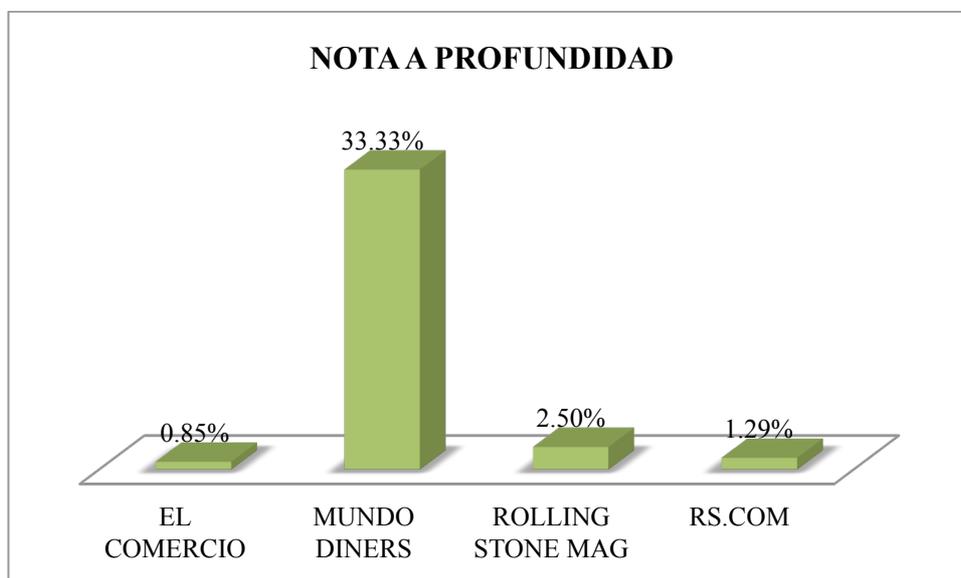


TABLA 26.

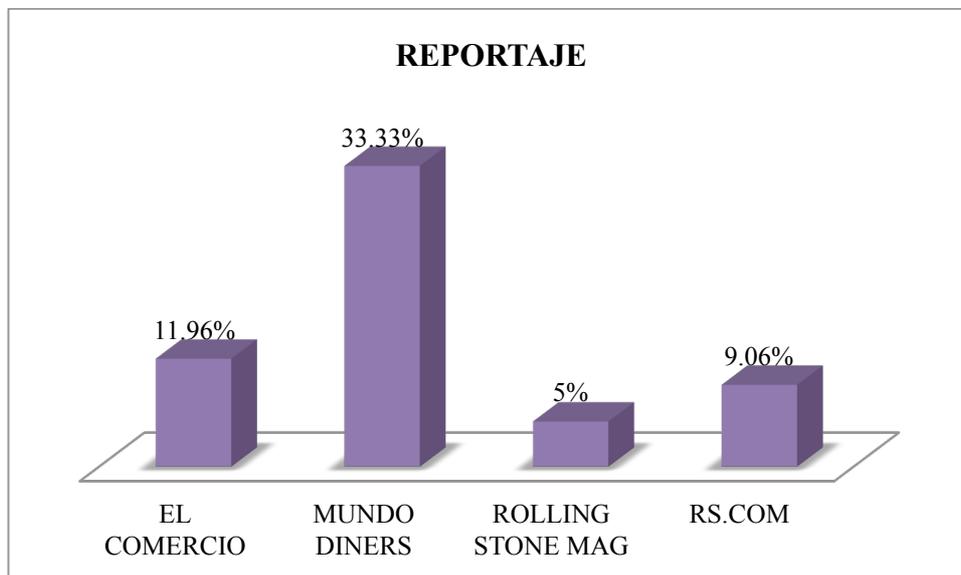


TABLA 27.

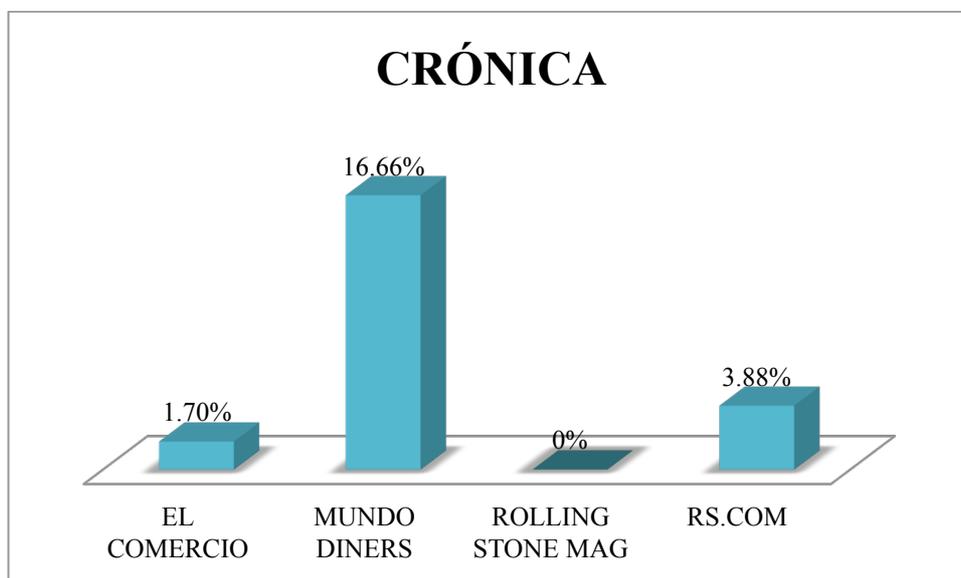


TABLA 28.

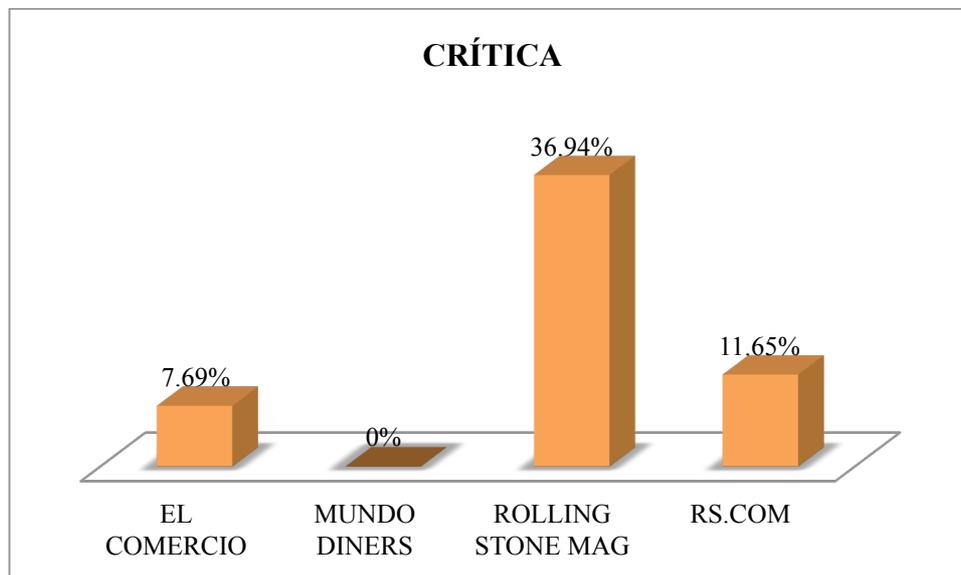


TABLA 29.

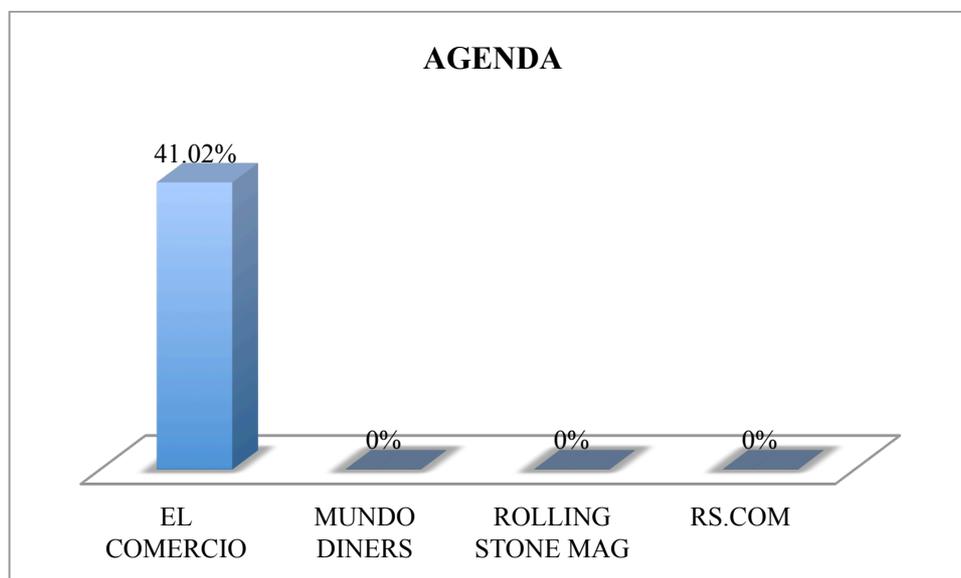


TABLA 30.

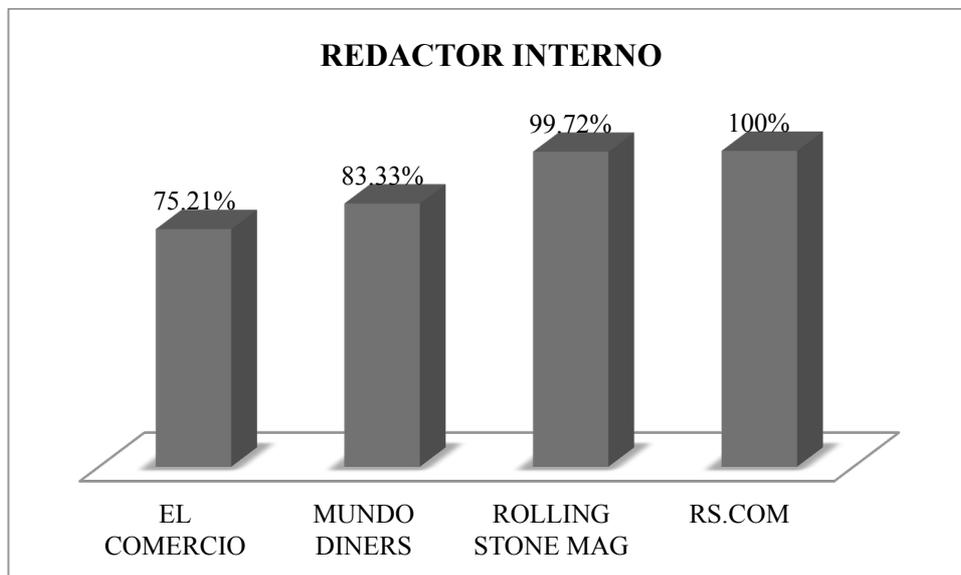


TABLA 31.

