

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

¿Por qué Ecuador no es internacionalmente conocido por su escena musical?

**Andrea Betsabe Medina Pico
María Emilia Carvallo Córdova**

Comunicación Publicitaria

Trabajo de Titulación para la obtención del título de Licenciada en Comunicación

Publicitaria

Quito , 16 de Noviembre del 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Andrea Betsabe Medina Pico
María Emilia Carvallo Córdova**

Nombre del profesor, Título Académico: Cristina Castrillón PhD

Quito , 16 de noviembre del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que hemos leído todas las políticas y manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ , incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ , y estamos de acuerdo con su contenido , por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a los dispuesto en esas políticas . Asimismo , autorizamos a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art , 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma de Estudiante:

Nombres y Apellidos: Andrea Betsabe Medina Pico

Código: 00214079

Cédula de Identidad: 1725203895

Lugar y Fecha: Quito,14 de Noviembre del 2022

Firma de Estudiante:

Nombres y Apellidos: Maria Emilia Carvallo Cordova

Código: 00215574

Cédula de Identidad:0106846124

Lugar y Fecha: Quito,14 de Noviembre del 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

DEDICATORIA

A mis padres: Marco Medina y Cecilia Pico y a mi hermana Pamela Medina por el apoyo que me han dado durante estos años de estudio.

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias por motivarnos y por el apoyo durante estos años.

Y nosotras mismas, por la paciencia, el trabajo en equipo y el apoyo.

RESUMEN

El trabajo de investigación que queremos presentar está dirigido a informar a los músicos ecuatorianos, consumidores nacionales e internacionales el estado actual de la industria musical ecuatoriana. La cual se buscará impulsar y reforzar mediante la creación de una plataforma digital llamada “Musec” la misma que brindará espacios de interacción entre los cantantes, productores nacionales e internacionales, compositores, desarrolladores de talento (A&R’s), discográficas y para fomentar esa relación que podría abrir las puertas indudablemente a los artistas ecuatorianos. De esta manera se estimulará la cultura de consumo internacional, que por consecuencia alimentará y aportará a la industria nacional, tomando en cuenta la escasez de oportunidades en el país y la ignorancia sobre el funcionamiento de la industria musical y sobre todo el cómo hacer que las personas indicadas escuchen el trabajo del artista y se interesen en su proyecto. La información que vamos a seleccionar en este trabajo de investigación estará encaminada a la creación de una campaña publicitaria que servirá para generar estrategias de comunicación y reformación de la tan soñada industria musical desarrollada. El camino que hemos encontrado como el más viable consta de una plataforma llamada “Musec”, un tipo de red social, en la que se compartirán los proyectos de los artista, y agentes que los rodean. La campaña que se utilizará para dar a conocer la plataforma consta de la implementación de charlas mensuales, un festival musical anual, y 365 días de interacción, crecimiento, ampliación de red de contactos, compartir conocimientos entre los colegas de la industria y generar un movimiento, que marque un antes y después en la historia de la música del país. El propósito de la campaña es la creación de material musical entre los artistas del país, incentivando a la colaboración, mientras son capacitados y comparten constantemente con sus colegas creando un lugar de intercambio, apuntando hacia una industria unida y con mucha música que mostrar al mundo. La clave de la campaña publicitaria es que ayudará a que los músicos que están surgiendo y a los que ya están en el medio puedan ser conocidos nacional e internacionalmente y además que moneticen su música de manera legal y que sea atractiva para los consumidores.

PALABRAS CLAVE

A&R.-

Las siglas representan ‘Artistas y Repertorio’. Los A&R (por esos días no había ‘personas’ A&R) eran ejecutivos de compañías disqueras cuyo trabajo era descubrir, contratar y guiar a los talentos; esto incluía emparejar las canciones con los cantantes y poner en marcha las sesiones de grabación (en otras palabras, hacer casi todo lo que los productores hace hoy). Los ejecutivos A&R todavía existen y de hecho están entre los más importantes personajes de la industria. Sin embargo, actualmente la mayoría de éstos no produce los discos (aunque los mejores están muy cerca de producir). Ellos son los responsables de descubrir y fichar talentos, así como de encontrar canciones, juntar a productores y artistas y, en líneas generales, supervisar proyectos” (Garrido-Lecca, M. 2022, pág, 2 y 3).

Comunidad.-

Proviene del término latino communitas. Hace referencia a características en común.

Derechos de Autor.-

Este término hace referencia a la protección de la propiedad intelectual de la obra de un artista, dando únicamente la potestad de utilizar y reproducir la obra al autor original de la misma.

Descarga Ilegal.-

Se adjudica este término a toda transferencia digital ilegal de archivos desde un servidor de internet a otro o hacia un dispositivo local específico. Este tipo de descargas no pagan derechos de autor y mucho menos regalías.

Disqueras.-

Las Disqueras o casas discográficas son empresas especializadas en producir, grabar, distribuir y promocionar artistas. Las disqueras actúan como un

intermediario entre el artista y el consumidor.

Festival Musical.-

Pueden ser encuentros culturales en el cual los protagonistas, artistas, músicos y demás muestran su trabajo.

Fonografía.-

Es un conjunto de empresas que se dedican y especializan en el desarrollo de grabación y producción de sonido tanto físico como digital.

Industria Musical.-

Es una organización conformada de múltiples empresas, organismos o individuos que generan ingresos en base a la creación, producción, distribución y comercialización de música.

Piratería.-

El término es una analogía peyorativa para referirse a todo material que no paga las regalías propias del producto, ni los derechos de autor correspondientes. El término hace alusión con frecuencia a todo material o copia no autorizada por el artista.

Streaming.-

Es un método de reproducción digital de material musical o audiovisual.

ABSTRACT

The research work that we want to present is aimed at informing Ecuadorian musicians, national and international consumers about the current state of the Ecuadorian music industry. Which will seek to promote and reinforce through the creation of a digital platform called "Musec" which will provide spaces for interaction between singers, national and international producers, composers, talent developers (A&R's), record companies and to promote that relationship that could undoubtedly open the doors to Ecuadorian artists. In this way, the culture of international consumption will be stimulated, which will consequently feed and contribute to the national industry, taking into account the scarcity of opportunities in the country and the ignorance about the operation of the music industry and especially how to make the the right people listen to the artist's work and become interested in his project. The information that we are going to select in this research work will be aimed at the creation of an advertising campaign that will serve to generate communication strategies and reform of the much-dreamed-of developed music industry. The path that we have found to be the most viable consists of a platform called "Musec", a type of social network, in which the projects of the artists and agents that surround them will be shared. The campaign that will be used to publicize the platform consists of the implementation of monthly talks, an annual music festival, and 365 days of interaction, growth, expansion of the network of contacts, sharing knowledge among industry colleagues and generating a movement , which marks a before and after in the history of the country's music. The purpose of the campaign is the creation of musical material among the country's artists, encouraging collaboration, while they are trained and constantly share with their colleagues, creating a place of exchange, pointing towards a united industry with a lot of music to show the world. . The key to the advertising campaign is that it will help emerging musicians and those who are already in the middle to be known nationally and internationally and also to monetize their music in a legal and attractive way for consumers.

KEYWORDS

A&R.-

The acronym stands for 'Artists and Repertoire'. A&R men (in those days there were no A&R 'people') were record company executives whose job it was to discover, sign and mentor talent; this included matching songs with singers and setting up recording sessions (in other words, doing almost everything producers do today). A&R executives still exist and in fact, are among the most important people in the industry. However, these days most of them do not produce the records (although the best ones are very close to producing them). They are responsible for discovering and signing talent, as well as finding songs, putting producers and artists together, and generally overseeing projects." (Garrido-Lecca, M. 2022, p. 2 and 3)

Community. -

It comes from the Latin term *communitas*. It refers to characteristics in common.

Copyright. -

This term refers to the protection of the intellectual property of an artist's work, giving only the term copyright refers to the protection of the intellectual property of an artist's work, giving only the right to use and reproduce the work to the original author of the work.

Illegal Downloading. –

This term refers to any illegal digital transfer of files from one Internet server to another or another. Internet server to another server or a specific local device. This type of The download does not pay copyrights and has much fewer royalties.

Record labels. –

Record labels are companies specialized in producing, recording, distributing, and promoting artists, recording, distributing, and promoting artists. Record labels act as an intermediary between the artist and the consumer.

Music Festival. –

They can be cultural meetings in which the protagonists, artists, musicians, and others show their work.

Phonography. -

It is a set of companies that are dedicated and specialized in the development of recording and production of both physical and digital sound.

Music Industry. -

It is an organization conformed of multiple companies, organisms, or individuals that individuals that generate income based on the creation, production, distribution, and commercialization of music.

Piracy. -

The term is a pejorative analogy to refer to all material that does not pay for the pay product's royalties, nor the corresponding author's rights. The term often refers to any material or copy not authorized by the artist.

Streaming. –

A method of digital reproduction of musical or audiovisual material.

Tabla de Contenido:

RESUMEN	6
PALABRAS CLAVE	7
ABSTRACT	9
KEYWORDS	10
1.- INTRODUCCIÓN	13
2.- ANTECEDENTES	14
METODOLOGÍA	19
Justificación	19
METODOLOGÍA	19
Focus Group:	23
CAMPAÑA PUBLICITARIA	25
Eje de campaña:	26
Insight:	26
Idea :	26
Concepto:	27
Logotipo:	27
ARTES DE LA CROMÁTICA	27
CONCLUSIONES	27
Bibliografía:	29
ANEXOS	31
(ANEXO 1)	31
(ANEXO 2)	33
(ANEXO 3)	35
(ANEXO 4)	36
(ANEXO 5)	38
(ANEXO 6)	39
ENTREVISTAS FOCUS GROUP	43
Encuesta	43

1.- INTRODUCCIÓN

Ecuador no ha sido precisamente conocido por su escena musical a nivel internacional. Dicha industria en nuestro país está muy poco desarrollada a comparación de otros países y esto resulta un inconveniente para el proceso de las carreras artísticas de los cantantes ecuatorianos. A pesar del indiscutible aumento del apoyo y consumo de música ecuatoriana por parte del público nacional, existen varios factores que influyen en el poco reconocimiento de los artistas, tanto dentro del país como fuera. Algunos de estos factores incluye la escasez de los espacios de divulgación, otro factor importante es la falta de recursos económicos. La falta de ayuda por parte de entidades culturales y sobre todo del escaso personal capacitado en el sector de manejo de artistas para que se encarguen de orientar de manera profesional a los músicos y bandas para que puedan abrir nuevos espacios en otros países y por supuesto, en el territorio nacional.

Muchos de los cantantes ecuatorianos han elegido el género independiente ya que las autoridades no les dan el soporte a sus proyectos musicales. Además, hay poco respaldo con respecto a la difusión de los medios de comunicación. En consecuencia, muchos artistas han decidido seguir esta corriente que les posibilita autosustentarse en el medio musical y desempeñar su carrera apuntando en que su calidad y talento les permita surgir internacionalmente.

En el presente trabajo de tesis nos enfocaremos en la creación de una campaña publicitaria con la cual nos enfocaremos en el impulso de la industria musical, los medios digitales como parte de nuestra estrategia de comunicación publicitaria y además, siendo este un medio importante para que los artistas musicales se conecten entre sí, se fusionen, intercambien conocimientos y estilos, y de igual manera que puedan ampliar sus redes de contactos y puedan generar más oportunidades para sus carreras. La plataforma digital es el sitio idóneo donde el artista podrá subir contenido y

compartirlo con sus colegas, esto posibilitará la generación de interacción para el consumidor y de este modo, lograr una mejor sintonía con los productores y managers musicales. Ofreciendo incentivos, como charlas, festivales en los que pueden participar, concursos y opciones para conectarse entre sí, y crear una comunidad de apoyo para la industria y para la industria.

2.- ANTECEDENTES

La industria musical ecuatoriana ha sido muy dura con los artistas. Personas con mucho talento, pero sin apoyo que no han logrado explotar su potencial.

Lastimosamente esto no es nada nuevo. Desde hace más de 50 años se pueden relatar hechos que han truncado a miles de nuevos talentos. La falta de apoyo al medio cultural, los pocos recursos y espacios han condicionado la música en el Ecuador. Es así como, sin contar con el apoyo del gobierno, se han levantado propuestas independientes y privadas para poder contrarrestar los efectos de las precarias condiciones de trabajo. En 1973 aparece la Sociedad General de Autores y Compositores Ecuatorianos “SAYCE”, como una propuesta colectiva para administrar los derechos de los autores, sus obras dentro del marco legal vigente (2022). Pero, a pesar de estos esfuerzos, no es suficiente lo que se hace. La historia para algunos artistas no ha sido la más favorable. La historia de la música en el Ecuador solo nos cuenta la realidad de unos pocos que han tenido éxito volátil en la arena internacional. Como, por ejemplo, Julio Jaramillo, Verde 70 en los noventa, Paulina Aguirre (ganadora de un Grammy), Juan Fernando Velasco, entre otros que rebuscaron su carrera musical sin mucho apoyo.

De esta forma, estos músicos y bandas lograron dicho reconocimiento gracias a su propio financiamiento pavimentando el camino para muchos otros que seguían sus pasos. Con el paso de los años y debido al aumento del interés de la población

ecuatoriana hacia los nuevos movimientos musicales. Bandas como Tranzas y Don Medardo y sus Players lograron abrirse un espacio como músicos reconocidos en sus diferentes géneros. Con el paso de los años y el aumento de interés por parte de los oyentes generó que medios comunicacionales tanto ATL y BTL, radio y televisión abrieran espacios de divulgación para artistas nuevos. De igual manera, las redes sociales como Instagram o TikTok transformaron espacios para que los artistas ecuatorianos den a conocer su trabajo de manera más rápida.

Como punto de partida, se debe analizar a uno de los artistas ecuatorianos más reconocidos, el cantautor Julio Jaramillo. El bien conocido “ruiseñor de América” grabó alrededor de 2200 canciones, pero el éxito no llegó gratis, forjó una carrera cantando en bares, en zonas populares sin apoyo o financiamiento. ¿Qué sería de la carrera de JJ si hubiera contado con medios de exposición? Tal vez las cosas se hubieran dado de manera más rápida. El alcance que generó JJ, sin internet, sin plataformas llegó de manera muy orgánica; permitiéndole llegar a hacerse conocido en todo el continente. Claro, sin el apoyo que necesitaba inicialmente para lograrlo. La radio fue el canal de difusión por el cual la gente se enamoró de sus canciones, también la fama que adquirió debido a su vida bohemia. “El ecuatoriano compitió con figuras de la talla de Lucho Gatica, Virginia López, Pedro Infante” (Laguna, 2022). De manera inesperada un ecuatoriano conquistó México y Latinoamérica sin el apoyo, cantando en pequeños bares hasta poder dar la talla mundial. Dejó un legado de boleros, pasillos, vals, entre otros géneros.

Otra artista que logró relucir en el ámbito internacional es el caso de Paulina Aguirre, quien en 2009 ganó el Grammy Latino. Al igual que Julio Jaramillo, una artista ecuatoriana que a través el financiamiento privado y propio logró relucir. Aguirre se destacó entre la música cristiana, encontrando en ella el nicho ideal para desarrollar su

carrera musical. “Esta quinta nominación (Grammy Latino) es una palmadita en la espalda para seguir haciendo el trabajo que vengo haciendo” (Aguirre, 2022). En esta noticia del diario El Universo, ella hace hincapié que salir del Ecuador (como artista) hacia el mundo no es tarea fácil e incluso hace un llamado para apoyar como se debería al talento nacional. También comenta cómo el hecho de recibir un premio ayuda a la identidad de las personas que te están viendo. A pesar de que. No existió apoyo formal, ella confía en su gente, en su bandera y con esos colores se identifica. “Difícil sí un talento no cuenta con el presupuesto que se requiere” (Aguirre, 2022). El dinero es uno de los limitantes de estos nuevos artistas debido a que no hay un equipo buscando talentos que ofrezca las oportunidades para crecer. “El artista que logra hacerla en Ecuador es porque primero tiene por ahí un *sponsor*, un padrino...” (Aguirre, 2022) Ahora pues, como es la situación de miles de ecuatorianos queriendo hacer música, pero sin saber cómo empezar sin contar con el apoyo económico, se vuelve una situación inviable.

Uno de los canales para difusión musical explotó con la aparición de vinilos y CDs que eran una forma rápida y fácil de tener música. Pero, de igual forma, dentro de la venta de discos no todo ha sido positivo. A mediados de los años ochenta, la industria musical ecuatoriana sufre una transformación en la distribución de música ecuatoriana. La piratería es uno de los problemas más complicados de enfrentar ya que tanto la calidad como las ganancias se perdían para los productores de música. La cultura de adquirir música a un precio más económico se adueñó de las calles del Ecuador, dejando la industria aún más debilitada. “La piratería de la música actualmente no es concebida de una manera clara y menos como un comportamiento no ético (Romero,2007). Lamentablemente la normalización de la piratería como una forma fácil de adquirir material musical no se toma con la consideración necesaria. Pero, el tiempo ha hecho su

trabajo y se han desarrollado nuevas estrategias y mercados para que la reproducción legal de música sea accesible y a buen precio. Por ejemplo: Spotify, Apple Music, YouTube han sido los canales para que la música esté a disponibilidad de nuevos públicos.

Incluso, en vista de la necesidad de varios artistas y grupos, la SUPERCOM llegó a habilitar plataformas para que sean herramientas con guía legal (Art. 103 de la LOC) de la difusión de contenidos musicales.

“Nosotros estamos haciendo nuestro trabajo, les invitamos a ustedes productores, artistas y medios de comunicación a hacer el suyo y, a través de esta herramienta, brindar el apoyo necesario al talento ecuatoriano” (Ochoa, s.f).

El lanzamiento de esta plataforma supone un espacio seguro para que los artistas puedan abrir sus cuentas y cargar sus trabajos. Además, ofrece cinco garantías: gratuidad y seguridad, música a medida, experiencia auditiva de calidad, impulsar la música nacional y el cumplimiento del 1x1. En ese sentido, sería una catapulta para la industria ecuatoriana. El hecho de que incluso casi 20 años después no haya cambiado mucho, hace que sea urgente el emplear estrategias que les brinden apertura a los artistas. Durante los años posteriores la tecnología comenzó a jugar un papel fundamental en la difusión de trabajos musicales y ahora con la plataforma lanzada por la SECOM se espera un resurgir del trabajo ecuatoriano.

Aun así, los derechos de la música ecuatoriana sobre los cantautores no muchas veces cuentan con todo a su favor. El poder asegurar su música con derechos de autor podría ser una garantía para que los músicos se atrevan a hacer material libre, legal y con ganancias adecuadas. Como se mencionó anteriormente, la aparición de organizaciones como la SAYCE a cargo del inversionista José Feurad (1940) brindan espacios seguros. “Sayce es una sociedad que tiene el objetivo de llevar de manera

correcta los derechos patrimoniales de los músicos, de sus obras mediante una gestión cumpliendo con lo jurídico y así ayudando al capital” (Sayce, 2022). Con ese ánimo de proteger a los talentos y su trabajo se ha mantenido trabajando 82 años. Todo con el propósito de mantener vivo el espíritu de la música ecuatoriana y la legalidad de esta. Un ejemplo de esto es el reconocimiento al ícono musical de Julio Jaramillo a través del registro de su música.

Otro factor que no se puede negar es la ley de protección de 1999 para proteger los derechos de autor. El crecimiento de la industria musical empezó a generar impacto y llamar la atención. Socialmente el país estaba atravesando una de sus peores crisis económicas y políticas con el feriado bancario lo que incrementó el valor de ciertos artículos como los DVD`s y se redujo la demanda de materiales para su elaboración. Una vez más, la piratería se hizo sentir entre los compradores y vendedores. Lo cual desembocó en la formación de leyes y asociaciones en pro de la propiedad intelectual de los músicos. Durante la última década los ecuatorianos han sido el centro de atención de otras disciplinas que intentan salir a flote sin éxito, la industria musical busca espacios para poder abrir el mercado para nuevos músicos.

El catálogo de músicos ecuatorianos que han logrado destacarse ha hecho que la industria musical crezca con la creación de conservatorios, coros, escuelas de formación profesional, etc. El mejorar estos espacios y los canales de difusión y comunicación mejora la gestión de diversos sectores que pueden brindar apoyo a nuevos músicos. Se debe tomar en cuenta los retos que se pueden ir presentando. La historia de la música ecuatoriana ha tenido que enfrentar nuevas problemáticas y adaptarse a una industria injusta. Es por lo que mejorar el alcance podría generar más apoyo local para que la visibilidad de nuestros músicos de manera exponencial y generando trabajo a todo el proyecto musical que existe por detrás.

METODOLOGÍA

Justificación

La metodología para este trabajo de investigación será cualitativa. Se contó con entrevistas a dos managers, dos cantantes nacionales, un productor y A&R colombiano y un consumidor de música de la ciudad de Quito. Estas se desarrollaron con el propósito de determinar el nivel de compromiso del público ecuatoriano de todas las edades con respecto a la música nacional. Además de eso tener un enfoque acerca de la percepción del público ecuatorianos acerca de los músicos y si realmente existe un buen nivel de aceptación. Los resultados nos brindaron una perspectiva más real de las oportunidades que los artistas ecuatorianos pueden o no tener a nivel internacional, al igual que conocer el desempeño de la industria en el país desde el otro lado de la moneda. Incluso medir la eficacia de la creación de la plataforma digital.

Adicionalmente, la percepción e imagen que los artistas brindan al medio para reconocer sus falencias, nichos nacionales e internacionales y trabajar en ello. En cuanto al focus group se realizó una entrevista a un total de diez personas con el objetivo de deducir lo que espera el público nacional de los artistas. Al igual de qué mejoras pueden realizar en sus estrategias de comunicación para buscar nuevos procedimientos y herramientas que les permitan crear proyectos musicales atractivos y con futuro.

METODOLOGÍA

Por la naturaleza del *brief* desarrollado, es evidente que la industria musical del país necesita herramientas para fomentar e impulsar su desarrollo mediante la comprensión del mercado tanto nacional como internacional. A través del cual los artistas van a poder identificar qué áreas se debe fortalecer para resolver el problema, el cual radica en el poco protagonismo que han tenido los profesionales ecuatorianos en el plano internacional. Por lo que es necesario identificar los factores que alimentan a esta

problemática. En los últimos años han existido varios métodos utilizados por publicistas y empresarios para encontrar solución a problemas que se pueden presentar en cualquier tipo de negocio y para encontrar estas soluciones entra el libro *“The Advertising Concept Book”*. Pete Barry el escritor del libro explica que para obtener ideas creativas, estrategias y crear campañas hay que justamente explorar el proceso creativo a través de medios tradicionales, interactivos y redes sociales. Por otro lado también está el libro *“Pocas palabras”* de Ricardo Palmieri (2001) un manual que busca simplificar el proceso de una idea creativa mediante la propuesta de numerosos métodos entre los cuales hemos optado el método WIRMI *“What I really mind is”* nos ayuda a enfocarnos en lo que realmente importa y lo que se quiere priorizar en la investigación. En este caso en relación a la industria musical ecuatoriana y como mejorar o aportar a la escena nacional e internacional se han identificado las siguientes ideas:

- I. Lo más importante para la investigación es crear una industria musical fuerte en el país. Generar un movimiento musical en el país que se refleje en el exterior.
- II. Lo más importante para la investigación es la colaboración y apoyo entre artistas ecuatorianos.
- III. Lo más importante para la investigación es conectar a los artistas ecuatorianos con managers, disqueras y desarrolladores de talento que se encuentran fuera del país.
- IV. Lo más importante para la investigación es generar espacios para informar y educar a la industria sobre el negocio de la música.
- VI. Lo más importante para la investigación es crear espacios de interacción para los diferentes agentes de la industria y así generar más oportunidades.

Como conclusión de este método tenemos la importancia de generar un espacio en el cual los artistas puedan sentirse respaldados, bien conectados y capacitados para

enfrentarse a esta industria y empezar a cambiar la historia del país. Un lugar donde puedan compartir su música, aprender de otros artistas y sobre todo generar oportunidades tanto dentro como fuera del país.

Asimismo, otra parte de la metodología seleccionada para resolver la problemática expuesta en el *brief*, fue de corte cualitativa, ya que tanto el focus group como las entrevistas a profundidad tienen un gran relevancia en el proceso de recopilación de información y sirven de guía para las soluciones que se brindarán con la ayuda de la literatura mencionada anteriormente.

Dentro de las entrevistas pudimos identificar varios factores que complican el proceso de los artistas. La inestabilidad económica, el poco apoyo de las entidades gubernamentales, la rivalidad entre los artistas, el poco atractivo del país, para plataformas como Spotify, entre otros. Las marcas también son un protagonista importante en toda industria musical, en el país hay marcas multinacionales o marcas nacionales que generan mucho dinero, las mismas que no creen en el talento ecuatoriano y no creen en la música. De esta manera, si un artista ecuatoriano no tiene una inversión, un acompañamiento o un respaldo ¿cómo puede impulsar su carrera? (Anexo 6). Asimismo el cantante Jonh Taleb (Anexo 2) explica que la industria ecuatoriana a diferencia de otras como la colombiana o mexicana es muy competitiva, falta apoyo mutuo y unión. De igual manera su manager Ronny Rodriguez, comenta lo siguiente: “Los boricuas lanzan artistas a cada rato, tienen varios artistas globales y son una isla muy pequeña, pero la diferencia es que son unidos, si ellos tienen un artista muy grande como Bad Bunny y le proponen grabar con un artista más pequeño de la isla que recién está surgiendo, él lo va a hacer. En Argentina sucede lo mismo, son unidos” (Anexo 1). La cantante quiteña Mia Terán también nos comparte su descontento, pues se encuentra desarrollando su carrera en Colombia y manifiesta que es indispensable trabajar con un

equipo serio que esté involucrado en la industria. Porque saben cómo se mueven las cosas, tienen los contactos, conocen el proceso y te ayudan a optimizar el tiempo. Lo cual es justamente lo que falta en el país, equipos de trabajo que conozcan realmente cómo funciona. Igualmente Amir Abredrabo, manager de artistas nacionales e internacionales, también menciona la informalidad que existe. Sostiene que los promotores y las entidades que contratan a los artistas, no están dispuestos a pagar lo que cobra un artista ecuatoriano, pero sí pueden pagar el triple por un artista internacional (Anexo 6). Todos estos hallazgos nos permiten conocer la industria a profundidad y poder comprender a través de la experiencia y noción de quienes la conforman.

Por otro lado, es indispensable conocer lo que piensa el otro lado de la industria, "los consumidores". Por medio de un focus group se pudo reunir a diez personas entre 15 y 60 años quienes compartieron con nosotros sus opiniones sobre la escena musical en Ecuador. Cinco de los diez participantes concuerdan que el único artista que ha dejado su nombre y el de Ecuador en alto ha sido Julio Jamillo, un cantante que permitió que el mundo escuche una importante parte de la cultura ecuatoriana.

También tenemos exponentes como: Pamela Cortés, Fausto Miño, Sergio Sacoto, Tranzas, las Kirubas, Juan Fernando Velasco, Gabriela Villalba también fueron mencionados como artistas que han representado al país internacionalmente. Consideran que son referentes importantes y piensan que han sido artistas que han sobresalido y han representado de manera exitosa al país. En la otra mano, los cinco otros participantes se inclinan por la música más popular y mencionan a San Juanito, a la Banda 24 de Mayo y Don Medardo y sus Players. Artistas que representan popularmente. Finalmente, concluyen que hay cantantes que no trascienden no porque sean malos artistas, sino por la falta de apoyo de los ecuatorianos al producto nacional, lo que no pasa cuando se

trata de apoyar a los futbolistas por ejemplo. Piensan que se debe apoyar, valorar y compartir la música hecha en el país, la cual es muy buena. Solo necesita de promoción por los mismos ecuatorianos, apropiándose de ella y mostrándola con orgullo. (Anexo 7)

CONCLUSIONES

Los artistas ecuatorianos han tenido que batallar muy duro para obtener un poco de apoyo empezando por el mismo país. La falta de industria, recursos y apertura han sido un limitante para que los profesionales puedan relucir nacional como internacionalmente. A pesar de que las cosas han cambiado un poco, no es suficiente. Se necesita de estrategias y canales bien hechos para que puedan obtener más y mejores beneficios. El crear una plataforma digital como Musec, permite dar un impulso hacia la colaboración, capacitación, visibilidad y la creación de oportunidades mediante una comunidad activa de artistas, que colaboran entre sí para crear ruido a nivel país y empezar a cambiar su historia, para que en unos pocos años el ruido que se pueda hacer sea internacional, y sea creado en comunidad, manteniendo a los artistas lo mejor conectados posible y puedan sentir ese apoyo que busca crear “Musec”

Musec ambiciona llegar a nichos ideales y de esta forma posicionarse como una plataforma golden para crear artistas integrales que colaboran con sus colegas y aprenden unos de otros. De igual forma, es una propuesta nueva que busca llamar la atención del consumidor al provocar la creación constante de material musical de artistas ecuatorianos.

Bibliografía:

Arcos, A. (2008). *Industria musical en Colombia : una aproximación desde los artistas , las disqueras , los medios de comunicación y las organizaciones*. Bogotá.

Barry, P (2016). *The Advertising Concept Book*. New York, New York. Thames & Hudson Inc.

Gala Marín, R. N., & Macías Franco, J. K. (2015). *Diseño editorial de la música popular guayaquileña de Julio Jaramillo* (Doctoral dissertation, ESPOL. FADCOM.).

García R. (2006). *Julio Jaramillo : "Ruisseñor de América : biografía*. Eskeletra.

Garrido-Lecca, M. (s/f). Edu.pe. Recuperado el 30 de noviembre de 2022, de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/292951/FUNDAMENTOS%20DE%20LA%20PRODUCCION%20MUSICAL%202013-1.pdf?sequence=2>

Godin, S. (2008). *La Vaca Púrpura*. Nueva York: Gestión 2000

Jaramillo, N. (2016). *La Gran P*. Quito: Imprenta Noción.

Ogilvy, D. (1983). *Ogilvy on advertising*). Knopf Doubleday Publishing Group

Palmeiri, R. (2009). *En pocas palabras .Manual de redacción publicitaria para avisos y folletos* . La Crujia Ediciones.

Pena-Villa. (2001). *El grupo ecuatoriano de moda en Latinoamérica: Tranzas, musica de sur al norte*. El Diario, la prensa, XXXVII(1316963).

SUPERCOM habilitó Plataforma Musical «Latitud 1x1 Ecuador». (s. f).

www.sayce.com.ec. Recuperado 4 de diciembre de 2022,

de <https://www.sayce.com.ec/pdf/supercom-habilito-plataforma-musical.pdf>

Godin, S. (2008). *La Vaca Púrpura*. Nueva York: Gestión 2000

Ogilvy, D. (1983). *Ogilvy on adverstising*). Knopf Doubleday Publishing Group

Jaramillo, N. (2016). La Gran P. Quito: Imprenta Noción.

Garrido-Lecca, M. (s/f). Edu.pe. Recuperado el 30 de noviembre de 2022, de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/292951/FUNDAMENTOS%20DE%20LA%20PRODUCCION%20MUSICAL%202013-1.pdf?sequence=2>

Laguna, R. R. (2022, octubre 1). Julio Jaramillo, 'El Ruiseñor de América' a 87 años de su nacimiento. MVS Noticias.

<https://mvsnoticias.com/entretenimiento/2022/10/1/julio-jaramillo-el-ruisenor-de-america-87-anos-de-su-nacimiento-567085.html>

Carchi, C. (2022, noviembre 12). *Cantante ecuatoriana Paulina Aguirre: Esta quinta nominación (al Grammy Latino)... es una palmadita en la espalda para seguir haciendo el trabajo que vengo haciendo*. El Universo.

<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/musica/cantante-ecuatoriana-paulina-aguirre-esta-quinta-nominacion-al-grammy-latino-es-una-palmadita-en-la-espalda-para-seguir-haciendo-el-trabajo-que-vengo-haciendo-nota/>

ANEXOS

(ANEXO 1)

Entrevista Ronny Rodriguez

Manager de artistas como Rocko y Blasty y Tres Dedos, cazador de talentos y co editor de Sony Music Publishing. Sostiene que en Ecuador hay mucha rivalidad y egocentrismo, por eso la industria en Ecuador no funciona.

1. Cuéntanos de ti y tu carrera.

Yo me dedico a la industria de la música desde hace 13 años. Me dedico a manejar artistas, a desarrollar artistas. También hago como A&R, como cazatalentos. Llevé proyectos como Rocko y Blasty que fueron muy conocidos en Ecuador en Perú en Chile, que tuvo muchísima aceptación en estos mercados que conseguimos cosas bastante importantes para la industria nacional, al tratar de crearla de una manera sólida a nivel internacional, llegando a estar en el top 10 billboard en el año 2014. Deje el grupo por unos años y decidí prepararme ya que debía actualizarme en la parte digital, porque todo estaba migrando hacia allá, y quería estar un paso adelante.

Luego tuve un proyecto venezolano que se llamaba “Últimos de la clase”, les fue muy bien en Ecuador e incluso tuvieron una novela. Arranque con 3 dedos desde cero, al cual manejé todo el proyecto en la parte digital. Y fue un proyecto que de una u otra manera, tuvo un desarrollo masivo muy rápido. Fue un desarrollo bastante impactante, una novedad, gustó muy rápido y tuvo mucha aceptación en Ecuador, en Perú, en Chile y en España.

Entonces conseguimos cosas bastante chéveres. También he colaborado en promociones con la gente de Sony. Actualmente soy el co-editor de Sony music publishing. Tengo un label que se llama RR Entertainment, en el cual tengo firmada una influencer, artista que se llama Andreina Bravo. Está Tres Dedos, Rocko y Blasty son parte de este

booking también. Y bueno, este tengo bastante conocimiento en el tema que es la distribución, el publishing, el tema de la promoción, el tema del desarrollo de un artista, como tratar de acortar los caminos, en este negocio tan complicado, lamentablemente, aquí en Ecuador hay mucha desinformación y muy poca educación en la parte administrativa de la música.

Y creo yo que eso es un factor por el cual los artistas deben aprender para poder ejercer y estar ahí pendiente de su carrera.

2. ¿Cuáles crees que son los factores que hacen que la industria en Ecuador no esté tan desarrollada o que siga estancada?

Por ejemplo siento que sabes que has hecho las cosas bien, pero faltó algo. Entonces, de pronto con Rocko y Blasty siento que faltó más madurez de parte de los tres. Entonces, fue un proyecto bastante cerca. Yo creo que es un proyecto uno de los proyectos de todos estos últimos 10 años, uno de los proyectos más sólidos porque pisó países a nivel internacional, estuvieron en Premios Juventud, estuvieron en top ten Billboard. Se hicieron cosas chéveres, lamentablemente, por factores de preferencia musical y de nacionalidades, creo que nos pasó factura. Tres dedos, es un proyecto que gustó muy rápido o interés de la disquera. Hubo un conflicto interno y bueno un integrante se salió, pues lamentablemente no se pudo firmar.. Entonces, es difícil manejar grupos cuando tienen ideologías totalmente diferentes u objetivos totalmente diferentes. Si tú te pones a ver, apuestan mucho por el artista colombiano, el artista boricua, por el artista dominicano, mexicano, el argentino. Pero el ecuatoriano ¿porque no llega? porque literal no es porque tengamos malos artistas o malos talentos porque hay muy buenos talentos.

Al ecuatoriano finalmente lo dejan un costado. Entonces, si hay un colombiano que te hable un poco sucio, van a preferirlos a ellos porque Ecuador no tiene una industria. Yo aquí he tratado de pelear solo, he invitado a mis compañeros a crear industria, pero es muy difícil. Hay mucha rivalidad, cada quien quiere hablar para los suyos, mucho egocentrismo de cada quien, cada quien quiere ser más que el otro Y así no funciona esto. Te pongo ejemplo, ¿Por qué los Boricuas lanzan artistas a cada rato o artistas globales si son una isla chiquita? Porque ellos son unidos. Esta Bad Bunny y si tienen que grabar con un artista que está saliendo por ahí, lo va hacer, en Argentina sucede lo mismo, son unidos. En Colombia Feid que es el centro de atención en este momento, graba con todos, con artistas emergentes, y así ganan todos.

Mi label es el primer label en Ecuador que tiene una coedición con Sony en la historia.

Y no se trata de que yo sea el primero, sino de ayudar a abrir camino al resto.

Yo siempre molestaba a la gente de Sony para que hagamos un campamento. Y siempre me decían Ronny, pero es que qué artistas allá solamente tenemos firmado a Rocko y Blasty y a Tres Dedos. Yo les decía, que armemos un catálogo de artistas, vamos a firmar a otros artistas como Daniel Betancourth, entre otros. Pero los managers de los artistas que sugerí no entendieron el concepto y no le dieron importancia del publishing.

De cierta manera, no saben el beneficio que pueden tener. O sea, no es lo mismo recaudar el publishing con una editora que tengas por ahí, a que tengas a Sony Music Publishing, o que tengas a Warner Chapell, que te va a invitar a campamentos, que te va a conectar, que te va a llevar a Los Ángeles, que te va a llevar a Medellín, que te va a llevar a Miami a componer, que tienes la oportunidad de compartir con todos estos artistas y compositores. Mandar canciones, para artistas como Ricky Martin, Thalía. Eso hacemos con Rocko y Blasty y Tres Dedos, ya hemos mandado a algunos cantantes internacionales importantes.

3. ¿Cómo funciona la industria en Ecuador?

Quito tiene un movimiento de artistas y productores. Guayaquil tiene otro nicho y Cuenca es solo un artista, Alex Ponce que se encuentra solo ahora, porque él la está peleando, le está demostrando a la gente de Cuenca, que los métodos, las ejecuciones de trabajo son diferentes porque él usa una estrategia totalmente digital y nadie de ahí hace eso. En Quito, la gente está más metida en la calle. En Guayaquil están casi todos, pero el problema es el egocentrismo, es muy difícil que se colabore en equipo.

Un punto que le falta a esta nueva generación, son las relaciones públicas, porque piensan que todo está en digital, y es verdad, le llegas a tu audiencia, pero no es lo mismo tener audiencia que tener ahí un público pegado que te siga. Con la comunidad hay que interactuar e integrar.

Aquí en Ecuador lamentablemente, solamente hay dos personas, dos managers, no existe más.

Asimismo a veces firmar con una disquera es contraproducente, yo siempre aconsejo que trates de trabajar de forma independiente lo más que puedas, y ya cuando estés más grande, tratar de llegar un acuerdo con la disquera porque no es lo mismo negociar de artista pequeño que negociar ya más grande. Te pongo ejemplos. Mike Towers y Ozuna, ellos trabajaron de forma independiente su carrera y eran grandes cuando recién firmaron, Nicky Jam firmó con Sony ya cuando estaba super pegado.

(ANEXO 2)**Entrevista Jonh Taleb, Cantante banda “TRES DEDOS”****1. ¿Cual es el reto más grande de ser un artista en Ecuador?**

El reto más grande es ganarse el apoyo de la gente, porque la gente aquí no es nacionalista como en Colombia, Mexico, Puerto Rico. Hacer que el público ecuatoriano te prefiera antes que a otros artistas internacionales es bastante complicado. Creo que en parte he logrado ganarme ese cariño, pero yo creo que cuando ya llega el momento de que hay que competir contra un internacional se vuelve un poco más difícil y no solamente por el tema de la gente sino por un tema económico de presupuesto, son diferentes las inversiones que hacen para un ecuatoriano o un internacional.

2. ¿Cuál es la diferencia entre los contratos para artistas nacionales a los contratos para artistas internacionales?

La gente de Ecuador que contratan a artistas para shows piden a algunos artistas nacionales cantar inclusive gratis, pero cuando traen a internacionales les pagan todo, es algo un poco irónico porque somos del mismo país.

3. ¿Cómo fue tu experiencia con la canción que sacaste con Lennox, un artista Colombiano que está en la cúspide de su carrera?

Fue una muy buena canción y gestión. Lo más grande fue conocerlo, todos los contactos que pude hacer a través de esa colaboración y experiencia. Las relaciones a base de esa canción fueron muy grandes, incluso más que la canción en sí, es la gente importante que puedes llegar a conocer si te fusionas con artista de esa talla.

4. ¿Estás pensando en irte del país a continuar con tu carrera? o ¿Piensas cultivarla aquí?

Yo creo que, es diferente que un mexicano o un colombiano dijera eso inclusive un puertoriqueno, pero yo creo que al final del día la gente necesita salir llevar su música a todas partes porque a no ser que te viralices en todo el mundo es complicado que tu música salga sin tu estar allá.

Yo creo que poco a poco me he ido ganando el cariño de Ecuador estos 5 años, ya puedo decir que ya estoy listo para dar ese salto internacional que pocos ecuatorianos han podido.

5. ¿Qué opinas de que haya un lugar donde se intercambie y se concentre la industria musical?

Estoy firmado con Sony Music y hace 3 meses hicieron campamento con muchos artistas ecuatorianos, se notó el compañerismo que genera estos campamentos, que se hacen de forma muy sencilla e incluso se pueden hacer en estudios caseros. En el camp con Sony incluso se invitan a artistas que vienen de fuera que generalmente son productores, por ejemplo, de ese camp yo saqué una canción y voy a sacar otra más, una con Mia Teran, y la otra con un cantante y productor q se llama Andy G, que tiene una canción con Yera que se llama “Que fluya”, eso se necesita unir, buscar, armar camaradería con los artistas de aquí, yo si he logrado hacer bastantes amigos en la industria. Al momento de hacer música si falta ese apoyo, y eso me decia tambien un A&R de Sony Music Colombia, que eso le falta al ecuatoriano, ya sea que un artista saque una canción y el otro lo repostee en su historia y q el no veia eso aquí sino una constante competencia, gracias a ese discurso hice la canción con Mia. Nos empezamos a ayudar unos a otros, el grupo ya se ha alejado un poco entre los artistas porque no le han dado mantenimiento a esos camps.

Yo creo que falta ese apoyo y camaradería entre los artistas de Ecuador, que no sea una competencia, sino que todos empujemos el mismo tren hacia el objetivo de sacar la música afuera. El juntar a la gente es mucho más fácil de lo que parece, no necesariamente tiene que venir alguien de afuera para organizar un camp de composición, eso debería ser parte del día a día de los artistas acá.

6. De todas las estrategias que has usado en tu carrera, ¿cuál es la que crees que te ha dejado más pegado en tu trayectoria artística, cuál fue el factor que hizo que pase eso?

Tengo algunas teorías, mi época dorada fue antes de la pandemia, me fue super bien, y primero q nada era porque la gente no me conocía y no sabían que era ecuatoriano (una teoría que no quiero creer) puede pasar cuando uno ve lo que pasa en la industria te pones a dudar, y esta el otro lado de que a la gente le gusto mucho mi música, porque era este sonido mas colombiano por los productores con los que estaba trabajando, porque se llegó a un punto en el que lo que quería reflejar en mi música, se pudo conectar muchísimo con ellos, la gente lo aceptó muy bien y tuve esa suerte de entrar a la vida por medio de mis canciones, un factor también es las canciones de amor y desamor gustan mucho.

Muchas veces destaca el que parece de fuera, el que parece venezolano o colombiano es el que más pega.

7. ¿Qué opinas de darle ese toque ecuatoriano a la música para que nos distingan en Ecuador?

No creo que sea una razón de porque no salen, porque Colombia ni Venezuela tienen música autóctona. No es su marca, la gente le ve del lado comercial y si meten un toque

pasillo no tanto, pero sería cool que alguien pueda convertir un pasillo en algo comercial. Sería algo chevere poder integrar algo del pasillo en algo urbano.

8. ¿Cuál es tu objetivo o meta y qué factores te van a ayudar a lograrlo?

Poder llegar a la mayoría de gente posible e inspirar a la gente que se identifique con ellas, que toquen las emociones de la gente, que no solo la bailen y perreen sino que las sientan. Y llevar esa bandera de Ecuador, es mi sueño y si le toca a alguien más primero sería super también para que manos abra la puerta a todos.

Y cómo voy a llegar pues esta industria es muy informal y yo creo que la disciplina es aquello que me llevará lejos, hay muchos proyectos muy grandes que se han derrumbado por la indisciplina uno tiene que confiar y creer en lo que está haciendo.

Ahorita lo que más pegaría sería lo de los campamentos, hacerlo seguido, cada dos semanas y me parecería increíble una iniciativa que conecte a los artistas con los A&R's de afuera.

(ANEXO 3)**Entrevista Andres Saavedra - Productor colombiano.****1. Cuéntanos un poco de tu experiencia en la música.**

Soy productor y desarrollador de talento de artistas como Sebastian Yatra, Kurt, Pitizion, Luis Fonsi, entre otros. Fui vicepresidente en Universal Music Miami.

2. ¿Qué opinas de que Ecuador no tiene artistas que sean reconocidos internacionalmente?

Defiende que pronto llegará el momento en el que el “idioma” del país y su cultura generen un movimiento musical interesante, que generará un ruido colectivo, como lo que está pasando en Argentina.

Definitivamente no tiene que ver con talento. Hay artistas como “Tres Dedos” que están haciendo ruido en las plataformas y empiezan a generar números que no pasan desapercibidos en la industria.

Con la viralidad de las redes, no hay fronteras, es cuestión de que un artista pegue una canción, como lo ha hecho Milo Mae (cantante Quiteño), que ha estado en las listas Top de algunos países como Colombia y Argentina. Por ejemplo en Costa Rica se empieza a ver una tendencia musical, una camada de artistas que van haciendo cosas interesantes y se están haciendo notar en el mapa.

3.¿Crees que uno de los factores es la poca inversión? (en comparación con países como Colombia y México)

En cuanto a la inversión, considero que la diferencia está en saber dónde invertir ese dinero. Conocer la industria no solo se trata de tener buenas ideas, ni el conocimiento de lo que uno aprende en libros o clases ... sino de estar metido en la industria y hacerte conocer con gente que te pueda aportar y crear una red de contactos que marquen la diferencia. No es lo mismo un manager que solo conoce el mercado musical de una

ciudad en Ecuador, que el que conoce todo el mercado musical y se codea con plataformas, disqueras, artistas y productores internacionales. Definitivamente es muy importante “estar” donde pasan las cosas, averiguar donde están los scouts, los eventos, etc.

(ANEXO 4)**Entrevista Mia Teran, cantante ecuatoriana:****1. ¿Cuéntame un poco de tu experiencia en el mundo de la música estos últimos años?**

Es importante trabajar con un equipo serio que esté involucrado en la industria porque saben cómo se mueven las cosas, tienen los contactos, conocen el proceso y te ayudan a optimizar el tiempo

Es importante estar “donde las papas queman” en su caso el reggaeton está muy fuerte en Colombia, y es donde más ha podido crecer.

En Ecuador tenemos mucha rivalidad entre todos los artistas en vez de tener esa unión como país. Por ejemplo en otros países pasa que artistas muy similares como Becky G y Karol G hacen una canción juntas y se convierte en un hit. En Ecuador es muy difícil que pase por el egocentrismo y falta de visión que existe en el país. Cuando Sony Music hizo este campamento en Ecuador fue increíble. Ahí me di cuenta también la división que existe entre Quito (Sierra) y Guayaquil que es otra cosa lo que nos mantiene divididos porque es como si fueran dos países diferentes. En Guayaquil hay muchas cosas pasando ahorita, hay como que toda una pequeña industria.

2. ¿Cómo fue evolucionando tu proyecto musical?

Decidí trabajar con un equipo en Colombia, y eso también fue por lo que tu dices, porque si algo falta en Ecuador son equipos de trabajo que conozcan realmente como funciona la industria que todo ha cambiado tan rápidamente, porque ya no existen los discos físicos, todo es por streaming, y también la velocidad en que las canciones tienen una vigencia muy corta, luego tienes que sacar otra enseguida porque la gente la se aburrió. Si yo quisiera hacer esto por hobby, sacaría una canción cada 6 meses, pero si

uno quiere vivir de esto uno tiene que llegar al punto medio y adaptarse a lo que está pasando en la industria y en latinoamérica.

Y bueno gracias a Dios llego a mi este equipo maravilloso de Colombia, con el que estoy ahora, digamos que el gerente de esta empresa trabajó en Sony Music por muchos años, fue el director de marketing digital Andes, Peru, Bolivia, Venezuela, Ecuador, etc. Finalmente él decidió salirse de la disquera y hacer su propia empresa para hacer este “acompañamiento artístico” lo que un artista independiente haría solo, este equipo te acompaña. Como ellos también ya vienen de la industria, saben cómo se mueven las cosas, tienen los contactos. Y como yo ya decidí en centrarme en el género urbano, pues eso está pasando en Colombia, es donde las “papas queman” entonces ellos me ayudan a contactar a los mejores productores que yo quiera, pues vamos viendo cuáles son los adecuados para el tipo de música o la canción que busco hacer. Hasta ahora este proyecto se ha estado cocinando todo el 2021, pasamos todo ese año haciendo canciones, haciendo que el proyecto de Mia Teran tenga forma, porque ese es el tema que también pasa en Ecuador, porque la mayoría piensa que se trata de sacar canciones así nomas, hay que tener todo un proyecto detrás, hay que tener una marca, porque al final uno como artista es una marca, esa marca tiene que tener valores, coherencia con lo que tu eres y la música que sacas, tiene que también tener un orden de porque se va a sacar esta canción primero, y porque la que sigue, es la que sigue. Una vez sacas la primera canción tuya tienes que tener un proyecto de 3 canciones mas mínimo para que las plataformas o agregadoras digitales, que son las que suben tu música a las plataformas, para que ellas crean en tu proyecto, para que te vean como una apuesta y no como alguien que solo va a sacar una canción, sino alguien que va a sacar un proyecto consolidado de mínimo un año.

Ahora nos encontramos sacando canciones cada 2 meses y medio, en promedio y ha sido la verdad super chevere lo que está pasando, porque nunca pensamos que tan pronto, con tan solo dos canciones fuera en este nuevo género musical y ya me contactaron para abrir conciertos como Danny Ocean, como Maluma y Marc Anthony. Eso solo quiere decir que estamos haciendo las cosas bien. Pero todo esto es gracias al equipo en Colombia, la idea es quedarme aquí en Colombia, porque pasan mas cosas aquí en 5 días, de lo que pasa en 5 meses en Ecuador.

3. ¿Cómo fue el campamento que organizaron Sayce y Sony?

Aca en Colombia los camps, son lo más normal del mundo, y simplemente juntarse a escribir con otros compositores, que en Ecuador tenemos tanta rivalidad entre todos los artistas en vez de unirnos, porque se ven como competencia, y si fuera así entonces Karol G no haría nada con Becky G, porque son competencia totalmente directa, e hicieron un hit juntas, eso es algo que todavía no entra en la mente de los ecuatorianos. Cuando Sony y Sayce hicieron este campamento, fue increíble, ahí yo me di cuenta también de la división que tenemos entre Costa y Sierra, específicamente Quito y Guayaquil, es otra cosa que nos tiene mal porque es como si fueran dos países diferentes. En Guayaquil hay muchas cosas pasando ahorita, hay como una mini industria, allá si se juntan entre algunos artistas, y participan en las canciones del otro, si algo yo vi en este camp, es de que hay muchísimo talento, sobre todo en composición, no es que no tenemos talento, solo no hay esa visión y forma de trabajar. Y esa forma de pensar de que si uno participa en la canción del otro, no es que uno va a bajar de nivel, sino que va a subir con el otro.

Por ejemplo, yo hice una canción con una gran amiga mía, quien es una artista super conocida y grande, que también actúa y canta, seríamos competencia totalmente directa. Ella en lugar de decirme que no, porque ella ya es grande y yo una artista emergente,

ella aceptó feliz de la vida, y entre las dos nos apoyamos, ella me hace subir a mi escalones, y ella sigue subiendo escalones, no es que ella bajó. Por ejemplo, del campamento de Sony saqué mi canción con Jonh Taleb, y fue prácticamente la única colaboración entre sierra y costa.

4. ¿Cómo fue tu experiencia tratando de impulsar tu carrera en Ecuador?

Si hemos intentado tener alianzas con personas en Quito, y no han sido eficientes ni positivas, siempre termina en algo no positivo, y siempre es por el lado ecuatoriano. Ya sea por un tema de costos, de querer aprovechar económicamente del artista, y también una competencia en lugar de verlo como un equipo, la gente vela únicamente por sus intereses propios. Entonces si me va bien con los de Colombia y cada vez que intentamos hacer algo con gente de Ecuador todo sale mal, uno saca sus conclusiones, entonces para qué me sigo arriesgando.

Los mismos Dj 's no apoyan ni reproducen las canciones de los artistas ecuatorianos, por ejemplo yo escucho a Tres Dedos, Dicapó y así se deberían apoyar entre artistas también.

(ANEXO 5)**Entrevista Nicolás Dávila - Consumidor de música :****1. ¿Qué música escuchas?**

Escucho de todo, pero mi género favorito es el reguetón, música en inglés, salsa, baladas.

2. ¿Qué es lo que más te hace que te gusten las canciones que te gustan o los artistas que escuchas?

El ritmo de las canciones que sean movidas.

3. ¿Es decir, te gusta la música más alegre?

Si, pero también disfruto de las canciones tristes y románticas porque en sus letras me transforma.

4. ¿Te voy a poner una canción y quisiera que me digas de qué país es el cantante, obviamente es latino?

Considero que la canción es Ecuatoriana.

5. ¿Qué te hace distinguir en general la música Ecuatoriana o te enteras de que es de Ecuador?

Creo que el artista es 4 am, conozco la música de ellos y han hecho tres canciones que considero que son lindas y tienen el mismo estilo.

5. Nombra 10 cantantes o bandas ecuatorianas que escuches y que te gusta de ellas

4 am, Tres dedos, Mykel, Dayanara Peralta, Daniel Bentakurt, Juan Fernando Velasco, Margarita Lasso, etc.

6. ¿Por qué crees que no hay un cantante tan famoso como Sebastián Yatra en Ecuador? ¿Qué hace que los artistas no funcionen? .

Creo que no hay mucho apoyo del gobierno y de las personas hacia los Ecuatorianos, por eso normalmente no hay un Ecuatoriano que digas, es un artista internacional que todos le conocen , creo que en Colombia hacen un montón de shows de canto, realitys. Entonces tienes más oportunidades de salir de fuera del país y como aquí en Ecuador no hay muchos eventos, ni lugares en donde presentarse, creo que ha sido un factor que obviamente va a afectar a los cantantes Ecuatorianos .

7. ¿Qué es lo que más admiras de un artista o sientes que hace que un artista sea completo y pueda sobresalir?

Considero que las letras y su forma de actuar hace que sobresalga. Te pongo un ejemplo, Shakira y Sebastian Yatra son artistas que viajan a dar sus shows en varios países , son fieles a su estilo, siempre los distingues porque no hay nadie más como ellos. Por ejemplo, la música de Sebastián Yatra es alegre y sabes que son buenas para fiestas. Creo que es el ritmo que le ponen y hay cantautores que son increíbles como las letras que hacen .

8. ¿Qué opinas de que algunos artistas ecuatorianos se vayan a vivir al exterior en busca de oportunidades?

Considero que es importante darse a conocer y ampliar sus contactos. Al final si tienes buenos contactos estás del otro lado y si no tienes buenos contactos a pesar de ser buen cantante no vas a lograr tanto.

(ANEXO 6)**Entrevista Amir Abedrabo - Manager ecuatoriano de artistas nacionales e internacionales.**

Hola soy Amir Abedrabo y soy manager de artistas ecuatorianos e internacionales como “The Change, Carlos Cortez y Milo Mae”

1. ¿Qué factores consideras que hacen que no hayan artistas conocidos en Ecuador?

Considero que uno de los muchos factores que hacen que no hayan artistas ecuatorianos reconocidos internacionalmente es la informalidad de la industria, de los promotores y las entidades que contratan a los artistas, no están dispuestos a pagar lo que cobra un artista Ecuatoriano, pero sí pueden pagar el triple por un artista internacional.

Claramente hay artistas que aceptan pagos bajos por la necesidad de generar ingresos. La mayoría de ingresos que se puede generar en esta industria es en los shows en vivo. De esta manera, hay gente que lo acepta y posteriormente es complicado para los demás artistas ecuatorianos lograr cambiar esa situación.

El pensamiento de querer sacar al primer artista ya pasó a segundo plano, es decir, no hay categorizar con una identidad fija a un artista, porque existen territorios como Colombia, un exponente gigante, que de una u otra forma suman a sus artistas, la gente reconoce el país por todos los artistas que provienen de ahí. Lo cual no pasa mucho en Ecuador, es decir el país no tiene esa relevancia internacional, ni siquiera en otros campos.

2. ¿Qué factores crees que hacen que los artistas de Ecuador casi no suenen en el exterior?

Entre los factores que hacen que el Ecuador no suene musicalmente en el exterior; están las marcas. Por ejemplo, en el país hay marcas multinacionales o marcas nacionales que

generan mucho dinero, que no creen en el talento ecuatoriano y no creen en la música. Si un artista ecuatoriano no tiene una inversión, un acompañamiento o un respaldo. Entonces no tenemos ese endorsement de marcas con artistas como existen en otros países.

3. ¿Cómo es ser manager en Ecuador? ¿Cómo es tu trabajo?

Yo empecé en la música, no desde el lado de management, sino desde el lado de promotor de conciertos. Yo estaba en la casa de mis abuelos y me encantaba Morat y decía ¿por qué si estos chicos son tan buenos, nunca han venido?. Esto fue en el 2016 entonces dije, conseguí un correo ahí por instagram y les mandé un correo diciendo que ya tenía una empresa de conciertos. Me respondieron, llegamos de un acuerdo y finalmente hicimos el concierto un año después, o sea el 2017 fue mi primer concierto.

Y creo que fue la primera vez que yo me vinculé a la música directamente. Yo siempre, mientras yo iba creciendo mientras era joven o estaba en el colegio, era el típico que hacía escuchar las canciones a mis amigos, o si había una fiesta, yo llevaba el ipod y había que poner música .Era yo el que ponía entonces, como que siempre hubo esta pasión musical . Y recién en el 2017 encontré la forma de pertenecer ya, digamos a esta industria que fue a través de de hacer mi primer evento. Y cuando lo hice se prendieron las luces del escenario y empezó el show, me puse a llorar y dije esto quiero por el resto de mi vida. Entonces, en ese camino, cuando empecé ya a entrar a la industria a hacer conciertos, después hicimos varios más y algunos otros shows también surgió este camino del management de artistas.

Entonces, por el nivel de contactos que tú llegas a tener o por mis socios que he conocido. Era muy fácil vincularse en esta en esta industria, por el nivel de conexiones y por el nivel de conocimiento que poco a poco iba teniendo. Entonces así empecé. Y así sigo. Ahora tengo a Carlos Cortés, tengo a Milo Mae, tengo a mi Capo. Tengo

algunos otros que tal vez se me olvidan, pero están ahí y la idea es ayudarles a que su música salga, o sea que su música no solo la escuchen a nivel local, sino que suena en cualquier parte del mundo.

4. ¿Has pensado en enviarles a tus artistas fuera de Ecuador?

Yo creo que lamentablemente aquí en Ecuador, tenemos este concepto de que lo de afuera es mejor, sin necesariamente ser mejor. El hecho de que sea de otro país ya lo hace mejor ante los ojos de los ecuatorianos, la verdad es que Ecuador en verdad es un territorio muy pequeño y muy poco colaborativo, en el sentido de la música. Obviamente la prioridad es que siempre salgan. Entonces tenemos, por ejemplo, a Carlos Cortez que va mucho a Medellín y está ahí produciendo y haciendo sus cosas. Con Di Capo, lo vamos a mandar hacia México. La verdad al comienzo, cuando yo entré, si quería “sacar al primer artista ecuatoriano y quiero tener esa bandera y el estandarte”

Pero después te das cuenta que eso no es lo importante. Lo importante más allá del país al que pertenezcas es la persona. Entonces no es tanto el discurso de “quiero ser primer ecuatoriano” porque a ojos del mundo en verdad no les importa de dónde vienes.

Y lamentablemente. Como que ese pensamiento de querer sacar al primer artista ya pasó a segundo plano, sino más bien enfocarnos como más de una persona y que se pueda decir, “Este chico es un crack” Independientemente de donde sea, obviamente si en algún momento se logra, se logra hacer énfasis en que es ecuatoriano bien y sino también, como que no hay categorizar con una identidad fija porque obviamente, si hay territorios como Colombia un exponente gigante que tiene territorios que te suman, la gente dice “Que chevere es de Colombia como tantos otros artistas”. Entonces sabemos que tiene, pero decir soy de Ecuador y que no conozcan ni siquiera de Ecuador, no tiene tampoco ninguna relevancia a nivel internacional.

5. ¿Cómo ha sido tu experiencia en la industria Ecuatoriana?

Ahora siento que ya hay más predisposición entre Ecuatorianos para colaborar, pero yo no siento que el fracaso de la industria musical del Ecuador es atribuible a un solo factor. Hay demasiados factores que hacen que el Ecuador no esté donde debería estar o el por qué no suena su música afuera.

Entonces, para empezar, en otras industrias tienes marcas, por ejemplo, tienes marcas multinacionales o tienes marcas Nacionales, gigantes que generan un montón de dólares que no creen en el talento, no creen en la música. Si un artista ecuatoriano no tiene una inversión, digamos, o un acompañamiento o un respaldo, es complicado, entonces no tienes aquí una marca como en otros país, hay como esos endorsment de marcas con artistas que aquí lamentablemente no se da con ninguna marca nacional. Eso desde un lado, desde el otro lado, yo creo que también la informalidad del negocio hace que sea muy complicado que la industria florezca. Es decir, al estar también en los eventos he conocido una cantidad de promotores de conciertos que tú no te imaginas los personajes que son, son informales y cero profesionales.

Yo manejo el área de booking de los artistas y nos pasa un montón de cosas, o sea, te prometen un montón de cosas. Es muy informal el negocio de los promotores y más cuando son artistas ecuatorianos, son los primeros en regatear. Entonces te dicen “pero yo te estoy ayudando a que cantes en mi fiesta”. Entonces no te quiero pagar los 5,000 que cobras, en lugar de eso te voy a pagar 1500, y hay artistas que lo aceptan por la necesidad de generar ingresos. La mayoría de ingresos que tú puedas generar en esta industria es tu show en vivo. Hay gente que sí lo hace, entonces como ya tienen experiencias pasadas de equis artistas que sí aceptaron esa propuesta, te comparan y también es complicado que tú ya logres bajar de ese estándar. Estoy seguro, que si es que yo le diría aquí a un promotor, el artista ecuatoriano quiere tal cosa, ni siquiera nos

lo van a cumplir. Entonces es un problema de marcas, es un problema de los promotores, es un problema de la radio que si bien la radio se maneja igual en todo el mundo, la radio en el Ecuador sigue teniendo un peso súper importante.

Entonces, la radio para tú estar en el Top 1 en radio o Top 2 en radio ni siquiera necesitas talento, a veces es solo es inversión, o sea tener un top uno en Ecuador, te puede costar mucho. En Ecuador no te ven como un talento, sino como una marca. Entonces, si por las cuñas de Coca Cola te cobran, dieciséis mil dólares la cuña, lo mismo le van a cobrar al artista “Juanito” porque es una marca también. En resumen, no funcionan las marcas, no funcionan los promotores, la radio existe pero es un monopolio.

Hay un factor importante, el hecho de cantar bien para mí pasó a un segundo plano. O sea, No es cantar bien. Un artista no es tener la plata que puedas llegar a tener porque esto también se acaba en cierto punto. Y eso tampoco te da el engagement ideal que podrías tener con tu audiencia. Es un nivel de disciplina, He visto en un montón de de artistas indisciplinados y sin la disposición de hacer sacrificios por mover su proyecto musical. Son un montón de cosas que fallan desde ese lado”. Y la otra que también es un poco importante es que Ecuador al hacer un territorio tan pequeño, no es interesante para las plataformas ni para ninguna persona que está fuera. Como Spotify, que es el reproductor más grande del mundo, donde la gente más escucha y consume más música a la par con Youtube. El 80% de ecuatorianos tienen su cuenta gratuita de Spotify. Entonces, al tener una cuenta gratuita, eso no genera nada para el artista, no genera nada para la plataforma y no genera nada para nadie. Entonces es un territorio que no es interesante, ¿para que van a hacer qué cosas pasen en un país donde no se tiene ningún rédito? No tengo un retorno. Entonces, el hecho de que la gente no pueda pagar sus suscripciones, ya es un problema muchísimo más grande que está externo a la música,

sea por el nivel de desempleo, el nivel de pobreza, la inseguridad, pueden ser un montón de cosas más macro que le afectan a cualquier otra industria, pero también le afecta en esa forma a la música.

6. Crees que el no tener presente nuestra música típica, es decir el pasillo, sea un factor que esté atrasando que Ecuador llegue lejos?

Sí, yo creo que puede ser eso un factor, no digo que todos los artistas ecuatorianos deben cantar pasillos, pero sí, sí nos falta un montón de identidad. Nos falta apropiarnos de la música. Porque cuando tú llegas a un estudio de grabación lo primero que haces es llevar una referencia, entonces dices quiero algo que suene parecido a esta canción y en eso ya cerrándose y buscando un camino específico de lo que quieres hacer. Y ya estás viendo una referencia, estás queriendo parecerte a esa referencia. Nos falta un poco de autenticidad, no sé si es que si es que lo nuestro sea que todos hagan pasillos, pero sí nos falta.

7. Quisiera que me cuentes más o menos ¿cómo es esa experiencia con el gobierno en Ecuador con respecto a la área artística musical?

Desde siempre hemos sabido que los gobiernos aquí en Ecuador, lamentablemente es todo una burocracia y todo es lento, engorroso y complicado y todo se mueve por el lado chueco y nada funciona como debería funcionar.

Entonces, por eso nosotros nunca hemos buscado hacer que el ministerio nos da auspicio o tratar de hacer un concierto con la alcaldía. Nunca hemos buscado eso porque sabemos que son procesos engorrosos y preferimos no involucrarnos. Entonces, es mejor no tratar de mezclar la música con la política, sino buscar otros recursos u otras formas en las que tú puedas sobresalir. Entonces, la verdad para nosotros nunca la estrategia ha sido apuntar a un auspicio en el municipio o a una ayuda o una entidad que nos dé una mano ni nada de eso.

8. ¿Qué recomendarías a los artistas que están empezando?

Planear el contenido, el primer día “subir un story”, el segundo día, subir un tiktok, el tercer día subir dos, el cuarto día un live, entre otras cosas. La música tiene ahora una ventaja gigantesca que no tenía antes, que es lo fácil de consumir. Ahora esto puede ser una ventaja y una desventaja porque al ser una industria que se consume con tanta rapidez. La gente siempre está demandando más. Entonces, creo que esa sí es una ventaja que todos deberían aprovechar, también el consumo de la música y la efectividad de las redes sociales y cómo pueden beneficiarse de ellas.

ANEXO 7

ENTREVISTAS FOCUS GROUP

La muestra del focus group constó de una entrevista a personas de todas las edades, hombres y mujeres tanto adultos y jóvenes entre edades de 15 a 60 años, la encuesta fue repartida en las ciudades de Ambato, Quito. La entrevista se realizó con el plan de obtener datos acerca de por qué los artistas ecuatorianos no son reconocidos en el extranjero. De esta manera se logró buscar los puntos claves que determinan al escuchar y si están de acuerdo con una plataforma digital para que sean buscados por manager y productores para la cual se hizo las siguientes preguntas

1.- ¿Les gusta la música ecuatoriana?

Mencionan que si les gusta la música ecuatoriana y que en sus letras está marcado el sentimiento patrio y hace que el sentimiento sea universal a nivel de nuestro país y que tenemos que seguir cultivando, indicaron que hay artistas Ecuatorianos que han trascendido a nivel internacional y que se debería incentivar a los músicos Ecuatorianos para se divulgue fuera del país.

2.- ¿Cuáles son su artista y banda favorita y cuáles son los medios que utilizan para escucharlos y seguirlos?

Casi la mayoría considera que Julio Jaramillo es su cantante favorito y ha sido el artista que ha representado a nivel nacional e internacional que fue una pieza fundamental para hacerse conocer tanto al Ecuador y como artista. Además, mencionan que es uno de los símbolos a nivel nacional y que a pesar de ya no estar vivo, sus letras y canciones van a estar por generaciones en Ecuador. Otro de los artistas favoritos que mencionaron fueron Pamela Cortés, Fausto Miño que son unos de los artistas más jóvenes en el cual su música y su letra son apropiadas hablando de temas como el amor y las letras es muy acorde a la época y que sus medios que utilizan es la radio y ahora con la nueva tecnología utilizan la televisión, las redes sociales.

3.- ¿Qué emociones les hace sentir cuando escuchan a un artista o bandas ecuatorianas?

Piensan que es un sentimiento que les llega al alma, al corazón y los sentidos y por ende hace que la vida diaria de ellos sea más llevadera, más alegre y reflexionan que el paliativo que les llevan el ánimo y las ganas de seguir viviendo justamente es la música ecuatoriana. Creen que cuando ellos están tristes ponen música triste, ellos sienten melancolía, pero que en medio de todo eso cambian sus emociones de alegría cuando escuchan un San Juanito, a la Banda 24 de Mayo, Don Medardo y sus players porque sienten ganas de compartir su alegría con su familia, bailando, de compartir y sobre todo de estar feliz con la música ecuatoriana.

4.- ¿Están de acuerdo en apoyar al talento Ecuatoriano para que sea reconocido internacionalmente?

Consideran que los artistas necesitan del apoyo tanto de sus propios, primero valorando lo nuestro , segundo y tercero para que gane el éxito y llegue a la palestra internacional y nacional. Otros reflexionan que pueden ayudarlos dando su voto , compartiendo su artista con amigos , conocidos, etc. Mencionan que mientras la gente más conozcan de los artistas van a sobresalir , pero que hay cantantes que se quedan no porque sean malos artistas, sino porque falta el apoyo no sólo de los Ecuatorianos. Piensan que se debe apoyar y que el artista al ser aceptado se va a sentir querido y va a poder sobresalir internacionalmente.

¿Consideran que los artistas ecuatorianos están en una plataforma digital en donde ellos puedan subir su música y que los mánager y productores les contraten y tengan más oportunidades nacional e internacional?

Les parece interesante que gracias a la tecnología con todos los medios que se disponen en el momento y nivel de las redes piensan todos que tienen el camino abierto para darse a conocer. Consideran que la plataforma tiene que ser bien estructurada para que los managers y las disqueras los contraten y vean en los artistas todas sus cualidades , talentos para conocerlos. Y que por medio del Marketing Digital, que esté bien estructurado, se les pueda llevar al artista a un gran nivel mediante la segmentación de datos.