

DOI: [10.33936/rehuso.v3i3.1479](https://doi.org/10.33936/rehuso.v3i3.1479)

INCIDENCIA DEL ARTÍCULO 103 DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN MUSICAL DE MANABÍ DURANTE EL AÑO 2016. CASO DE ESTUDIO RADIO AMIGA.

INCIDENT OF THE ARTICLE 103 OF THE ORGANIC LAW OF COMMUNICATION IN MANABÍ MUSICAL PRODUCTION DURING THE YEAR 2016. CASE OF STUDY RADIO AMIGA.

Autor: Jhinson Moreira Vélez¹

Fecha de recepción: 1 de junio de 2018

Fecha de aceptación: 24 de julio de 2018

Fecha de publicación: 3 de septiembre de 2018

Citación/como citar este artículo: Moreira, J. (2018). Incidencia Del Artículo 103 De La Ley Orgánica De Comunicación En La Producción Musical De Manabí Durante El Año 2016. Caso De Estudio Radio Amiga. *Rehuso*, 3(3), 42-54. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1479>

Resumen

La presente investigación analizó la incidencia del Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación y su normativa conexas en la industria musical manabita, principalmente en su aplicación en Radio Amiga durante el año 2016. La mencionada normativa es un instrumento de política pública de acción afirmativa que busca proteger a la industria local a través de la imposición obligatoria de una cuota del 50% de música nacional en las radios. Esta ley establece aspectos fundamentales como la clase de contenidos a difundirse, la forma de difusión, el tipo de radios y la diferenciación entre artistas noveles y reconocidos. La investigación se realizó usando como metodología el estudio de caso de Radio Amiga 90.1 de la ciudad de Portoviejo.

Palabras clave: Ley, comunicación, industria musical, música nacional, Artículo 103.



¹ Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. E- mail: rolando.marquez@reduc.edu.ec

Abstract

The analysis of corruption correlated with an organizational approach is a new topic regarding trends from which this phenomenon is traditionally addressed. Additionally significant importance in organizational contexts, particularly business, corruption is conditions for its production and reproduction in the social structure. The ideas developed in this paper are intended to the problematization of corruption as a social phenomenon from a structural approach, associated processes such as bureaucratization and reproduction from the organizational culture. This article approaches an analysis of corruption incorporated the variable of organizational quality and contents of this phenomenon.

Keywords: Law, communication, musical, musical national industry, Article 103.

Introducción

La música forma parte de los elementos simbólicos que representan a un pueblo y del patrimonio cultural intangible. La protección de la música tradicional, así como la circulación de nuevas expresiones musicales, es obligación del Estado y está incluido en el Plan Nacional de Desarrollo.

Ante ese panorama surgió en el 2013 la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), un instrumento de política pública que incluyó entre sus artículos, la obligatoriedad de que las radios difundan música nacional e internacional de manera igualitaria. El artículo 103 de esta ley es un instrumento de política pública de acción afirmativa que busca proteger a la industria local a través de la imposición obligatoria de una cuota del 50% de música nacional en las radios. La norma establece aspectos fundamentales como la clase de contenidos a difundirse, la forma de difusión, el tipo de radios y la diferenciación entre artistas noveles y reconocidos.

La Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador fue aprobada en 2013 después de casi cinco años de debate y polémica, tal como lo describen los hechos de la historia reciente.

La cronología empezó en 2008 con la aprobación de la Constitución, que en su disposición transitoria primera otorgaba 360 días de plazo a la Asamblea Nacional para la aprobación de la mencionada Ley en el Registro Oficial.

Tanto Ecuador como Manabí tienen una industria fonográfica relativamente nueva y poco consolidada, en la que no existe especialización y en donde muchas veces el artista es también responsable de la producción, promoción y venta de su producto. En realidad es muy poco lo que se conoce de este negocio.

Metodología

En esta investigación se utilizó un estudio de caso con el propósito de analizar la incidencia del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación en la producción musical de Manabí transmitida por Radio Amiga durante el año 2016. Esta técnica ha sido seleccionada debido a que el objeto de estudio puede aislarse y dependen de un contexto particular. Además el abordaje de esta radio es un aspecto que implican un aspecto que implica la interacción de múltiples actores, cuestiones administrativas, económicas y técnicas muy propias de su realidad.

Según Suarez (2013), la producción musical es una cadena con seis eslabones: creación, producción, gestión, promoción, distribución y consumo. Cada eslabón encierra su propia complejidad, por lo que debe ser estudiado a profundidad en su propia especificidad. Esta investigación se centró en tres eslabones: creación, producción y promoción, pues son los que están directamente involucrados con el objetivo que se busca alcanzar.

Dadas esas condiciones, el tipo de estudio de caso que se aplicó es el holístico (Yin, 1994) y tuvo como característica ser instrumental, ya que la investigación lo está utilizando para obtener más comprensión de un fenómeno particular (las producciones musicales manabitas transmitidas por la radio) y no con el objetivo de comprender a la radio en sí misma.

Resumiendo, se realizó una investigación explicativa, que buscó describir cómo el Artículo 103 de la LOC ha influido en la producción musical de Manabí, centrándose específicamente en las transmisiones realizadas por Radio Amiga. Con el uso de esta estrategia de investigación, se pretendió contribuir a la construcción de nuevos conocimientos sobre la producción musical en la provincia de Manabí y específicamente cómo esta ha sido afectada por la Ley de Comunicación.

Para determinar una muestra del grupo de estudio se utilizó un muestreo no probabilístico, que tiene como característica que el investigador no elige una muestra al azar, sino siguiendo criterios subjetivos (Hernández, Fernández y Batista, 2014). La muestra se seleccionó a través de un muestreo por cuotas, que permite hacer comparaciones entre grupos para elegir a los más representativos y con mayor posibilidad de facilitar la información requerida.

Respecto al tamaño de la muestra de la entrevista, no hay criterios ni reglas establecidas (Benavides y Díaz, 2015). Por lo que se encuestaron a 25 personas y se realizó 1 entrevista semi estructuradas. La muestra no pretendió ser representativa pero sí significativa en cuanto a la calidad de los informantes

Resultados

Al comienzo de la aplicación del artículo 103, una de las quejas más frecuentes de las radios locales es que aseguraban que no existía producción nacional de calidad que se pueda pasar en sus programaciones. Sin embargo, autores como Reino y Ávila (2016), señalan que la Supercom debido a ello inició una campaña a nivel nacional y los conciertos que, luego de éstos, la entidad gubernamental creó unos catálogos de artistas que fueron entregados a las radios de acuerdo a la zona. La Ley de Comunicación, a través de su artículo 103 busca beneficiar justamente a los artistas que producen, porque son quienes pueden proporcionar material a las radios. ¿Qué opinan los músicos de esta Ley y su aplicación en emisoras como Radio Amiga? Para conocer su opinión, se realizó una encuesta a 25 cantantes y a continuación se muestran los resultados obtenidos:

Pregunta 1.

¿Qué tan de acuerdo está usted con el artículo 103 de la Ley de Comunicación, que establece que las radios deben transmitir al menos el 50% de música nacional en sus programaciones?

Cuadro 1

Alternativa	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	20	80%
Algo de acuerdo	3	12%
Algo en desacuerdo	1	4%
Muy en desacuerdo	1	4%
Total	25	100%

Fuente : elaboración propia del autor

Análisis

Según los criterios señalados por los encuestados, el 80% se muestra muy de acuerdo con que el artículo 103 de la Ley de Comunicación, que establece que las radios deben transmitir al menos el 50% de música nacional en sus programaciones, se aplique. Un 12% de los consultados está de acuerdo y el restante 8% no lo está. Esta respuesta da la idea que la iniciativa de esta normativa legal continúe y se aplique en las programaciones radiales.

Particularmente en esta pregunta los datos iniciales dan cuenta del desconocimiento que existe sobre la Ley Orgánica de Comunicación en general y particularmente sobre el Artículo 103. Casi la mitad de los encuestados está poco familiarizado con la ley, ninguna de las personas consultadas se encuentra extremadamente familiarizado con la norma. Se trata de una ley amplia, de comunicación en general y no todos los ciudadanos conocen a profundidad las leyes vigentes.

La cultura nacional, específicamente referida a la música, enfrenta una transición que det erminará el avance de la industria ecuatoriana, esto depende de varios factores, unos favorables y otros que en cierta forma no benefician directamente a todos los sectores, pero es importante que los medios de comunicación radiales, el gobierno, los artistas nacionales y la sociedad en general encuentren puntos de entendimiento mutuo en el cual todas las partes puedan verse reconocidas sin trasgredir algún derecho que les corresponde, el éxito o el fracaso del artículo 103 está en cada uno de los sectores involucrados.

Pregunta 2.

¿Cree que emisoras como radio Amiga de Portoviejo han aplicado el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación?

Cuadro 2

Alternativa	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	6	24%
Algo de acuerdo	10	40%
Algo en desacuerdo	4	16%
Muy en desacuerdo	5	20%
TOTAL	25	100%

Fuente: elaboración propia del autor

Análisis

De acuerdo con los aspectos señalados por los encuestados, tanto el 40% (de acuerdo) y el 24% (muy de acuerdo) son del criterio que el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación se ha aplicado en Radio Amiga, mientras que un 16% (algo en desacuerdo) y un 20% (muy en desacuerdo) sostienen lo contrario. La aplicación del artículo 103 es algo cuyo entendimiento no genera dudas.

En este sentido, la referida norma legal, tiene como finalidad dos objetivos principales; el primero, el propender la igualdad y equidad en la difusión de contenido musical producido, compuesto o ejecutado en el Ecuador, como respecto a la música extranjera, estableciéndose la obligatoriedad que tienen los medios de comunicación social de radiodifusión, de difundir en todos sus horarios, de forma secuencial y alternativa, piezas musicales nacionales o alternando segmentos de música nacional con segmentos de música internacional, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 75 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación; y, el segundo, es el garantizar el pago de los derechos de autor a los artistas nacionales a quienes legalmente les corresponda.

El sector gubernamental considera que los esfuerzos realizados por el Estado han sido mucho más directos y profundos que anteriores mandatos, pero asumen la responsabilidad de que el camino es largo por recorrer y aún se están dando los primeros pasos hacia la consecución de los objetivos planteados por lo cual se creó el artículo 103 para la radiodifusión de los temas nacionales en igualdad de condiciones que los extranjeros. Los artistas aducen que es importante la creación de políticas que garanticen sus derechos culturales pero a la vez creen que el gobierno de turno debería controlar y regular de forma directa a los medios de comunicación para que la aplicación de estas leyes sea eficaz y no se puedan dar incumplimientos que incluso llegan a considerar no éticos.

Pregunta 3.

¿Cuáles de los siguientes son los principales beneficios que ha generado el Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación en emisoras como Radio Amiga?

Cuadro 3.

Alternativa	Frecuencia	%
Hay más producción musical, aunque solo en Quito y Guayaquil	4	16%
Hay más producción musical en Manabí	5	20%
Los oyentes tienen la posibilidad de disfrutar de la música ecuatoriana	14	56%
El Art. 103 no ha traído beneficios	2	8%
TOTAL	25	100%

Fuente: elaboración propia del autor

Análisis

De acuerdo con los aspectos señalados por los encuestados sobre los principales beneficios que ha generado el Artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación en emisoras como Radio Amiga, el

16% (equivalente a cuatro personas) son del criterio que hay más producción musical, aunque solo en Quito y Guayaquil; un 20% (correspondiente a cinco personas) señalaron que hay más producción musical en Manabí; mientras que un 56% (es decir catorce personas) cree que uno de los beneficios es que los oyentes tienen la posibilidad de disfrutar de la música ecuatoriana. Finalmente el 8% (apenas dos personas) creen que el Art. 103 no ha traído beneficios.

La mayoría de los consultados cree que el principal beneficio de la Ley es que “los artistas ya no tienen que pagar para que su música suene en las radios”. Es decir, según la mayoría de los artistas consultados en esta investigación, eliminar la payola es una de las incidencias que ha tenido la LOC en la industria musical. Otros encuestados ve como uno de los principales beneficios el hecho de que los oyentes tienen la posibilidad de disfrutar de la música ecuatoriana, es decir, para ellos es importante que el público disfrute del producto local.

Desde el 2013 la Ley Orgánica de Comunicación se presenta, dentro del marco de políticas estatales ecuatorianas, como una alternativa a la problemática presentada sobre los medios y la difusión de obras musicales, que engloba específicamente en el artículo 103, la obligación por parte de las estaciones de radiodifusión de emitir producciones nacionales en sus espacios diarios, al menos en un 50% dejando el restante a los artistas foráneos. El Reglamento General de la LOC en su artículo 75 establece la difusión equitativa de los contenidos musicales ecuatorianos mediante segmentos secuenciales de temas nacionales o alternando con canciones extranjeras. Asimismo propone que estas temáticas incluyan a los autores, ejecutantes e intérpretes de todo alcance, es decir reconocidos y emergentes.

Pregunta 4.

¿Cree que la Ley Orgánica de Comunicación ha incidido en el incremento de la producción musical en Manabí?

Cuadro No. 4

Alternativa	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	4	16%
Algo de acuerdo	8	32%
Algo en desacuerdo	10	40%
Muy en desacuerdo	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: elaboración propia del autor

De acuerdo con la incidencia del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación en el incremento de la producción musical en Manabí, las opciones Muy de acuerdo y Algo de acuerdo tienen un porcentaje del 48% (16% y 32%, respectivamente), mientras que las alternativas Algo en desacuerdo y Muy en desacuerdo obtuvieron un 52% (40% y 12%, respectivamente).

Una de las problemáticas latentes y dignas de reclamos por parte del sector artístico nacional es la escasez de oportunidades que brindan ciertos medios de comunicación a los músicos nacionales aduciendo baja calidad en sus obras o debido a que no cumplen con normas básicas de producción según el criterio manejado, discurso que ha logrado situarse en la colectividad ecuatoriana. La calidad de las producciones nacionales ha venido en crecimiento desde hace más de una década; en la actualidad se puede decir que no existe ninguna diferencia entre producciones foráneas y locales.

En este sentido, el panorama de la música nacional se asume dentro de un espacio de entendimiento social, es decir, que la ciudadanía debe dejar a un lado las visiones y constructos que impiden la difusión del arte ecuatoriano y erradicar el dominio cultural de otras industrias extranjeras.

La participación del artista nacional a nivel regional se reduce a escasas difusiones por parte de las emisoras internacionales debido a que las empresas dominantes en la industria musical en conjunto

con sus discográficas acaparan el mercado sonoro ya que generan ganancias significativas para la empresa radiodifusora. En cuanto a las políticas de estado, se considera que el artículo 103 de la LOC necesita ser aplicado.

Pregunta 5.

¿Cuál de los siguientes aspectos identifica como consecuencia de la aplicación del Art. 103 de la Ley de Comunicación en emisoras como Radio Amiga de Portoviejo?

Cuadro No. 5

Alternativa	Frecuencia	%
Las radios pautan más música nacional, pero solo de artistas con trayectoria	12	48%
No existe suficiente calidad ni cantidad de música manabita para transmitir	8	32%
Los costos de producir una canción se han incrementado	2	8%
Ninguno	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: elaboración propia del autor

Análisis

Respecto a las consecuencias de la aplicación del Art. 103 de la Ley de Comunicación en emisoras como Radio Amiga de Portoviejo, un 48% de los encuestados (es decir, 12 personas) señalaron que con ello las radios pautan más música nacional, pero solo de artistas con trayectoria; un 32% (equivalente a 8 personas) señalaron como beneficio el hecho de que no existe suficiente calidad ni cantidad de música manabita para transmitir. Sobre esta misma pregunta, un 8% (apenas 2 personas) cree que los costos de producir una canción se han incrementado. Y, finalmente, un 12% (correspondiente a 3 personas) cree que no habido ningún beneficio con la puesta en rigor de la Ley Orgánica de Comunicación.

La ley es beneficiosa para los que realizan producciones musicales en el Ecuador ya que los medios de comunicación radiales deben, más allá de una política que los obligue, difundir la música nacional como una forma de que la sociedad ecuatoriana conozca las nuevas propuestas que también representan a los distintos sectores de la población, por ello es necesario que la ciudadanía pueda identificarse con la cultura nacional. En cuanto al panorama ideal para beneficio de la industria musical ecuatoriana, el Estado debe controlar el cumplimiento de la ley en conjunto con la correcta distribución de espacios para los artistas, además la Supercom como ente regulador debe garantizar los derechos de músicos en las distintas situaciones que aquellos lo ameriten.

Por ello es pertinente tomar en cuenta que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), entidad que dentro de sus funciones regula la aplicación de la LOC, aprobó en el año 2014 un reglamento en el que se resolvía el seguimiento a las radios nacionales, garantizando según esta entidad el cumplimiento del artículo 103 de la LOC.

Resultados de la entrevista a directora de radio amiga

En su informe de Rendición de Cuentas correspondiente al año 2016, Radio Amiga informa que “ha alcanzado de forma progresiva el cumplimiento de lo establecido en la Disposición Transitoria Sexta, párrafo segundo, así como en el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, en relación a los contenidos musicales”. El informe no entrega cifras que demuestren el cumplimiento ni menciona las estrategias que les ha permitido cumplir con la norma.

Con aquello coincide Daniela Álvarez, Directora de Programación de Radio Amiga, quien durante una entrevista indicó que efectivamente cumplen con la Ley. Puntualmente indicó: “El Art. 103 indica que en cada uno de nuestros programas debemos tener música nacional y extranjera. Si el programa dura 3 horas, debemos tener 1,5 horas de música extranjera y 1,5 horas de música nacional. Como medio de comunicación tenemos que regirnos a lo que digan las leyes del Ecuador. Nosotros cumplimos la Ley”.

La entrevistada además señaló que lo más difícil de cumplir la norma ha sido conseguir la cantidad de canciones necesarias, por lo que le toca repetir muchas veces la misma música. Según explicó, Radio Amiga se especializa en música romántica y no hay suficiente producción de música local sobre ese género. Según sus palabras, tiene problemas para escoger artistas y canciones, por ejemplo, en ocasiones pone a Tercer Mundo y a Mirella Cesa en la mañana, en la tarde y en la noche, lo que hace que su programación se vuelve monótona. Explica que no puede mezclar géneros porque tiene que respetar la esencia romántica de la radio, colocando baladas pop, baladas en español, pop urbano; y que simplemente no puede pautar merengues, cumbias u otros ritmos porque no van acorde con la identidad de la Radio.

En cuanto a la estrategia que utilizan para cumplir con la Ley, la Directora menciona que tienen segmentada la programación y que cada uno de los locutores sabe que debe incluir un bloque de música nacional y un bloque de música extranjera; o que la mitad del programa debe ser nacional y la otra internacional. Los locutores de la radio no alternan canción por canción, sino alternan bloques o segmentos musicales, lo hacen durante toda la programación musical que va desde las 09h00 hasta las 12h00.

Al preguntársele sobre la incidencia que ha tenido la Ley en el surgimiento de nueva producción musical manabita, Álvarez dijo categóricamente que “Sí, la Ley ha incidido. El detalle es que no todas las producciones son buenas, no todos los temas que se producen son de calidad, pero sí, hay más producción musical ahora de la que había antes de la Ley”.

Álvarez destaca a algunas producciones musicales surgidas desde 2015 como Janán Velasco quien ha promocionado su canción “Dile a él”, compuesta por Fernando Cargua y producida en Landetta Records, es decir, es una producción 100% manabita. Además menciona a Play On, un duo de Montecristi que tiene una canción que “me parece espectacular, se llama Sentirte Más, es hermosísima, fue lanzada en 2016, pero la banda no tiene más canciones, solo esa”. Mencionó también la producción de Adrián Abarka, con la canción “Ahora me voy” producida en el año 2016, “la pongo mucho, es muy buena” dijo. “Te estoy nombrando tres temas nuevos que se me vienen rápido a la cabeza y que han salido después de la Ley, que son 100% manabitas porque han sido escritos también por manabitas y que nosotros transmitimos con mucho gusto en la radio porque son muy buenos”.

Un punto importante es saber cómo se organiza internamente la Radio para conseguir música nacional y luego decidir qué canción incluir y cuál no. Al respecto, la Directora de Programación indica que son abiertos a recibir propuestas de los músicos, “Nosotros tenemos un gran gancho con la comunidad y con las amistades, de allí nos valemos para conseguir canciones nuevas. A todos los que nos piden

promocionar, damos paso. Recibimos a muchos artistas nuevos que buscan promoción, incluimos a aquellos que están en la línea editorial de la Radio”.

Una vez que cuentan con las canciones, lo primero que hacen es asegurarse que esté en formato MP3 que es el que necesitan para reproducción, luego se fijan en que la grabación tenga un buen estándar de calidad, que suene bien; el tercer filtro es el contenido, se fijan en que la letra no sea ofensiva y que no atente contra los derechos de ningún grupo, especialmente los más vulnerables. “Si la letra no tiene nada que objetar, entonces la ponemos. De allí, si la persona que nos envió la canción es de aquí de Manabí, programamos una entrevista para la siguiente semana o algo así. Si es de Guayaquil, les pedimos que en su gira por la provincia incluyan entrevistas con los medios de Ediasa” indica la directora de Radio Amiga.

Discusión

El espacio de la música y las políticas culturales

La legislación de las políticas culturales mencionadas en la Ley Orgánica de Comunicación pretende promover y salvaguardar las expresiones musicales ecuatorianas, pero sobre todo a los músicos ecuatorianos. La relevancia científica de este texto se centra en hacer un análisis de la efectividad, aplicabilidad y cumplimiento de políticas públicas relacionadas a la música en la radio comercial del Ecuador.

Según Maldonado (2016), para la aplicación del artículo 103 de la LOC debe considerarse que el ecuatoriano es muy susceptible en cuanto a las tendencias y, específicamente hablando, a la alineación musical de otros países. El porcentaje de música extranjera que se pasa en las radios es el influyente, o sea, las tendencias musicales no las definen los artistas ecuatorianos, las definen los artistas de afuera.

En este sentido, el artículo 103 intenta ubicar de manera equitativa todas las propuestas musicales de los artistas nacionales e internacionales, además, buscar que el contenido que tengan que ofrecer los artistas nacionales, que evidentemente están marcados por las tendencias musicales internacionales, tengan su propio espacio y la misma oportunidad que lo extranjero en la programación diaria de las radios. Literalmente este artículo señala:

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley. Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

De acuerdo con la normativa, la difusión de contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en el Ecuador, deberá incluir de manera equitativa a autores, ejecutantes e intérpretes noveles y reconocidos.

Radio Amiga 90.1 es una de las radios más escuchadas en Manabí y pertenece al grupo empresarial Ediasa. La radio nació en 1980 con el nombre de Radio Estéreo 90, al principio difundía únicamente música instrumental. Una década más tarde, cambió su nombre a Radio Líder y su centro de interés fue el pop rock en inglés y español, con una programación dirigida a los jóvenes. Finalmente, en el 2009, cambió su nombre por Radio Amiga, su público se encontraba conformado por mujeres a quienes se les brindaba consejos para mejorar el estilo de vida.

Ecuador no es el único país en incorporar una normativa específica para impulsar la difusión musical nacional. Según Gehrke, Lizarazo, Noboa, Olmos y Pieper (2016), existen al menos 16 países con sistemas de cuotas de música en las emisiones radiales para proteger y difundir la industria musical local. El fundamento de este tipo de mecanismos es que el espacio radial es un recurso escaso, de importancia para una nación, por lo que los gobiernos tienen la facultad y deber de velar por su correcto funcionamiento.

La comunicación y los medios de comunicación: La radio como un exponente fundamental

Para Fernández (2014), la radio constituye todo un desafío en la sociedad actual, pues comunicar es

llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

Según Becerra (2015), los medios de comunicación tienen la gran oportunidad de reorientar sus contenidos, ser dinámicos y sobre todo participativos para interactuar con las audiencias. De esta forma, la industria cultural fomentada a partir de la radio llega a una buena parte de la población ávida de alternativas de comunicación.

A criterio de los compositores e intérpretes Martínez, Flies y Sacoto (2013), el principal problema de crecimiento de la industria ecuatoriana es la falta de canales de difusión para sus productos. Estos autores señalan que las radios del país difunden gran cantidad de música extranjera, ignorando las preferencias del público que según una encuesta realizada por ellos, prefiere escuchar música ecuatoriana en un 58%. Indican también que lo que más suena en las radios es pop y el reggaetón. El rock suena muy poco, mientras que la música tradicional suena principalmente en las radios de AM.

El formato musical de las radios

Para hablar del formato musical, es pertinente señalar que el formato es aquel sistema conceptual que crea la programación que tendrá una cadena radial. Así mismo, el formato, generalmente posee un público objetivo o target homogéneo debido a la reiteración de contenido que transmite la emisora. Sobre este particular Usbeck (2014) manifiesta que el formato musical corresponde a un formato cerrado puesto que utiliza la repetición de la fórmula para crear un mensaje musical reiterativo. Este tipo de formatos musicales incluyen en su programación la continuidad informativa, especialmente aquellos que apuntan a un target adulto y joven adulto.

Desde la perspectiva de Cuenca (2014), la democratización de la cultura debe abarcar los contenidos que todo formato musical en radio debe tener como son: la especialización musical, la información horaria y meteorológica, los jingles e indicativos de emisión, los concursos, la participación del oyente, y, en una radio comercial, el pautaaje de publicidad.

La radio de formato abierto, señala Parsons (2007), tiene como estrategia de programación definir las franjas horarias que se destinan a la fórmula, entiéndase ésta como el conjunto de contenido informativo, musical de entretenimiento. Entonces, este formato, puede afectar en mayor grado al formato musical y pone como ejemplo los formatos musicales de la radio comercial española, estas emisoras tienen programas de entretenimientos denominados despertador o morning shows para así organizar su jornada matutina.

En cuanto a las audiencias, autores como Fernández (2014) aseguran que los nuevos usuarios y consumidores de la radio se reconocen actualmente por un estatus distinto, porque son activos y demandan de la radio la construcción de programas más creativos.

En esta línea, se puede predecir, a partir de las franjas horarias, cuáles son los programas con mayor número de oyentes o, cuál es el horario donde disminuye el número de radioescuchas. En este contexto, Baltar (2015), manifiesta que las franjas horarias, precisamente, son las que proporcionan dicha información a las programadoras de las radios, ya que éstas se relacionan con los hábitos de los radioescuchas y coinciden con los periodos de tiempos en los que el consumo de las cadenas radiales aumenta o disminuye. Se clasifican en: mañana, sobremesa, tarde, noche y madrugada.

Morales y Parra (2005) consideran que las grandes empresas de radio, aseguran el prime-time (horario en el que la radio obtiene el mayor número de oyentes) ubicando a los presentadores más mediáticos en su programación con mayor audiencia y, por el contrario, sitúan a los espacios de corta duración en las primeras horas de la tarde o el mediodía.

Radio amiga 90.1 de la ciudad de Portoviejo

Una de las radios más escuchadas en Manabí es Radio Amiga, del grupo empresarial Ediasa. La radio surgió originalmente en 1980 como Radio Estéreo 90, para ser un aporte cultural, emitiendo únicamente música instrumental. Una década más tarde, el número de estaciones en FM copaba prácticamente todo el dial asignado para la provincia, así que las radios empezaron a especializar su contenido musical como estrategia de sobrevivencia. Por ello, en 1995, Estéreo 90 cambió su nombre a Radio Líder y se enfocó principalmente en el pop rock en inglés y español, con una programación dirigida a los jóvenes.

Posteriormente, en el 2009, volvió a cambiar su nombre por Radio Amiga, con un público principal conformado por mujeres para quienes la radio emite música romántica y consejos para mejorar el estilo de vida.

Radio Amiga, tiene como razón social el nombre La Voz de Manabí, VODEMA, SA. Es un medio privado cuyo representante legal es Félix Varas, su cobertura es de alcance regional -local según clasificación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom).

Conclusiones

Se ha incrementado la producción musical en la provincia de Manabí, aunque ésta ha beneficiado a los artistas con trayectoria, antes que a los noveles. A esta conclusión se llega luego de la triangulación realizada entre las percepciones de los artistas, del propietario del estudio de grabación más importante de la provincia y las declaraciones de la Directora de Radio Amiga.

El Art. 103 de la Ley de Comunicación y su reglamento, en efecto, han incidido en la producción musical de artistas ecuatorianos, pero exclusivamente de aquellos que son más conocidos". Los medios cumplen con la Ley al transmitir música de artistas reconocidos, pero dejan de lado los noveles, consecuentemente hace falta un mecanismo que garantice el acceso a los medios en igualdad de condiciones.

Las producciones que se han realizado son insuficientes en cantidad para cubrir la demanda de las radios. Adicionalmente, no todas tienen la calidad que las radios requieren.

Referencias Bibliográficas

- Asamblea de la República del Ecuador (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Asamblea de la República del Ecuador.
- Baltar, M. (2015). La música en la radio: usos, abusos y desusos. *Estudios de teoría literaria*, 4(7), 169-172. Recuperado de <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/etl/article/view/1104/1165>
- Becerra, M. (2015). *Medios Públicos: el desafío de superar la orfandad*. Recuperado de <https://martinbecerra.wordpress.com/2015/02/25/medios-publicos-el-desafio-de-superar-la-orfandad/>
- Benavides, M. y Díaz, J. (2014). *Metodología de la Investigación*. Jalisco, México: Umbral Editorial.
- Cuenca, M. (2014). La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales. *Quadernsanimacio.net*, (19), 1-16.
- Fernández, B. (2014). La radio ante el desafío de las nuevas audiencias. *Razón y Palabra*, (87), 1-5. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/01_Fernandez_V87.pdf
- Gehrke, M, Lizarazo, N, Noboa, P, Olmos, D, Pieper, O. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador Sistema informativo y actores implicados*. Ecuador: Deutsche Welle Recuperado de <https://m.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F, México: Mc Graw Hill Education.
- Maldonado, C. (2016). *Análisis de la ley del IXI en la producción musical de artistas ecuatorianos*. (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- Morales, E., & Neira Parra, L. (2005). Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación profesional del comunicador. Venezuela: La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. *Espacio Abierto*, 14(3), 459-471. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12214308>
- Parsons, W. (2007). *Políticas públicas: una introducción a la teoría y la práctica del análisis de políticas públicas*. México DF, México: Flacso.
- Reino, J, y Ávila, C. (2016). *Preferencias de los radioescuchas cuencanos sobre la música ecuatoriana para una programación competitiva*. (Tesis de Maestría). Universidad del Azuay, Cuenca.
- Suarez, N. (2013). *Formas de producción en la industria de la música en Bogotá*. Estudios de grabación. Bogotá, Colombia: EAN.
- Usbeck, C. (2014). *Ecuador y las comunicaciones, una historia compartida*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.
- Yin, R. (1994). *Investigación sobre estudio de casos. Diseño y métodos*. 2nd ed. Londres: Sage publicaciones.

Contribución de los Autores

Autor	Contribución
Jhinson Moreira Vélez	Concepción y diseño, redacción del artículo y revisión del artículo Adquisición de datos, análisis e interpretación