

Ley Orgánica de Comunicación en la programación de la radio comercial. Análisis de la Ley del 1x1 en el Ecuador

Organic Law of Communication in commercial radio programming. Analysis of the 1x1 Law in Ecuador

Lei Orgânica da Comunicação na programação de rádio comercial. Análise da Lei 1x1 no Equador

Marcia Ximena Vasco Garzón

Universidad de los Hemisferios (Ecuador)

marciav@uhemisferios.edu.ec

Fecha de recepción: 30 de agosto de 2017

Fecha de recepción evaluador: 20 de septiembre de 2017

Fecha de recepción corrección: 25 de octubre de 2017

Resumen

El presente artículo hace un análisis de las políticas públicas relacionadas a la transmisión obligatoria de música ecuatoriana a través de la radio comercial del Ecuador desde la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el año 2013. Se investiga acerca de la difusión masiva de la música y la radio comercial en el Ecuador. Expone las definiciones de “música ecuatoriana” según la LOC, el papel de la radio comercial en la difusión de música creada por ecuatorianos, las dificultades por las que atraviesan los músicos del país para dar a conocer su producción a través de la radio comercial y cómo ha beneficiado la Ley el nivel de satisfacción profesional de los músicos ecuatorianos.

Palabras clave: Políticas culturales, Ley Orgánica de Comunicación, Música ecuatoriana, Música nacional, Radio comercial.

Abstract

This article presents an analysis of public policy regarding the obligatory diffusion of Ecuadorian music on Ecuadorian commercial radio stations in accordance with communications laws passed in 2013. The research focuses on mass diffusion of the music, as well as commercial radio in Ecuador. In this article, the researcher aims to define “Ecuadorian music” according to national law, the role of commercial radio in Ecuadorian-created music, the difficulties experienced by local musicians in diffusing their product on local radio, and how the new laws have increased professional satisfaction among Ecuadorian musicians.

Keywords: Cultural policies, Ecuadorian Communication Laws, Ecuadorian music, National music, Commercial radio.

Resumo

Este artigo faz uma análise das políticas públicas relacionadas a transmissão obrigatória da música equatoriana a través das rádios comerciais do Equador desde a Lei Orgánica de Comunicação aprovada no ano de 2013. Se investiga sobre a difusão masiva da música e as rádios comerciais no Equador. Expõe as definições de música equatoriana segundo a LOC, o papel das rádios comerciais na difusão de música criada pelos equatorianos, as dificuldades que atravessam os músicos do país para que sua produção se torne conhecida a través das rádios comerciais e como a lei tem beneficiado o nível de satisfação profissional dos músicos equatorianos.

Palabras-chave: Políticas culturais, Lei Orgánica De Comunicação, Música equatoriana, Música nacional, Rádio comercial.

Introducción

El objetivo de esta investigación es analizar y evidenciar si con la aplicación de la Ley de Comunicación aprobada en el año 2013, se ha incrementado la producción y difusión de música ecuatoriana, así como responder a las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el contexto de las políticas públicas y normativa de la comunicación aplicadas a la música en el Ecuador?, ¿Qué géneros musicales están siendo transmitidos como “música ecuatoriana” en la radio comercial del Ecuador?, ¿Es el porcentaje de emisión de música ecuatoriana suficiente para cumplir con los parámetros establecidos por la Ley?, ¿Este incremento de las emisiones de “música ecuatoriana” ha significado una mejora en el nivel de satisfacción profesional de los músicos ecuatorianos?, ¿Debido a la difusión de estos productos musicales a través de la radio, los músicos ecuatorianos han encontrado

nuevos mercados para su música reflejados en mayor cantidad de conciertos, mayor venta de discos, más cantidad de presentaciones públicas, giras nacionales e internacionales?

La metodología fue de tipo cualitativo. Se hizo un estudio bibliográfico sobre la música como elemento comunicacional. Se investigó sobre la radio en el Ecuador, particularmente la comercial privada, su marco normativo y los organismos que la rigen, así como las políticas públicas relacionadas a la música en la comunicación. Finalmente, con un método de investigación basado en la opinión, mediante entrevistas y cuestionarios a músicos ecuatorianos, a directivos de radios comerciales, y a organismos reguladores, específicamente a la SUPERCOM, se proporciona datos sobre los métodos y procedimientos que se emplean para la supervisión de contenidos musicales.

En esta investigación, se analiza a la radio comercial en el Ecuador al ser la mayor protagonista de la difusión musical en general, y particularmente de las expresiones musicales juveniles. En la radio comercial, las presiones de los intereses financieros y de las corporaciones transnacionales, agravan la inequitativa distribución de los espacios y por ende de los ingresos y difusión de los músicos ecuatorianos.

Se exponen las dificultades por las que atraviesan los músicos ecuatorianos para dar a conocer su producción a través de la radio comercial que, como se ha dicho anteriormente, es la encargada de la difusión musical. Se trata de dar respuestas a las interrogantes sobre cuánta música nacional se transmite, teniendo en cuenta que, por lo que se puede evidenciar y obedeciendo a los parámetros que dicta la Ley Orgánica de Comunicación, se considera “música nacional” a cualquier género, formato, ritmo e incluso idioma, siempre y cuando sea ejecutado, creado o producido por un ecuatoriano.

Se analiza también en qué medida la aplicación de la nueva normativa ha beneficiado a los músicos y a la música del Ecuador, al evidenciarse problemáticas recurrentes como: el carácter netamente comercial de la radio, las escasas oportunidades de promoción de los productos musicales nacionales, los gustos y preferencias generalizados por la música extranjera, los aspectos socioculturales que generan rechazo hacia lo “nacional”.

Se analiza los beneficios que ha tenido la Ley en la vida de los artistas ecuatorianos, confirmándose o no la hipótesis de este trabajo de investigación que es: “Tanto los músicos ecuatorianos como la producción de música ecuatoriana se han visto beneficiados por la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el año 2013”.

Esta hipótesis fue planteada tomando en cuenta que los músicos ecuatorianos podrían ser favorecidos por políticas públicas que abrirían la oportunidad a este sector de la sociedad, que hasta la aprobación de la Ley, había tenido que competir con disqueras y multinacionales extranjeras, a que se les brinde espacios que hasta esos momentos

habían estado negados para ellos, respaldados por una normativa y por las instituciones de control y regulación que, en el caso de la comunicación en el Ecuador, son la CORDICOM y la SUPERCOM.

Marco teórico

Políticas públicas relacionadas con la música

Las políticas culturales podrían ser definidas como “las intervenciones públicas o privadas, por parte de sectores gubernamentales, de instituciones de la sociedad civil o de otros actores sociales con capacidad de acción suficiente, que explícitamente apuntan a introducir cambios en el plano cultural” (Margulis 2014, p. 15). Estas intervenciones implican un proceso de transformación y el movimiento de mecanismos de cambio para modificar algún aspecto de la cultura vigente.

Las políticas culturales no son tarea exclusiva del Estado. Sindicatos, movimientos sociales, Iglesias, grandes empresas, medios de comunicación, en fin, muchos otros entes de la actividad cultural pueden emprender en políticas culturales, aunque muchas veces se llamen de otra manera.

A partir de una definición amplia de las políticas culturales, se pensaría en acciones deliberadas del sector público, privado o de ambos, encaminadas a actuar sobre los códigos de la cultura, es decir a intervenir en los sistemas de significación históricamente constituidos y compartidos por grandes grupos que sustentan formas arraigadas de percibir, apreciar, relacionarse, actuar, y que orientan las prácticas (Margulis 2014, p. 20).

¿Cómo han funcionado las políticas públicas relacionadas a la difusión de un mayor porcentaje de música ecuatoriana, entendiéndose por música de cualquier género interpretada, producida o compuesta por ecuatorianos?

Se siguen escuchando y leyendo declaraciones sobre la potencialidad del arte y las industrias culturales para atraer inversiones, generar empleos, dinamizar el turismo y elevar el Producto Interno Bruto. Sin embargo, en Ecuador ha habido recortes presupuestales en proyectos dirigidos a impulsar el desarrollo cultural, lo que ha provocado despidos y un empobrecimiento del sector musical. Al registrarse estos cambios, es interesante averiguar qué piensan los jóvenes y cómo incurren en nuevos comportamientos, “formas de agruparse y comunicarse distintas de las políticas estatales o empresariales” (García y Urtegado, Maritza 2012, p. 13)

En Ecuador, así como en el resto del continente, los jóvenes artistas se organizan para realizar propuestas y agruparse en redes distintas a las que prevalecen en las

industrias culturales. Tienen grandes dificultades para conseguir un empleo formal y se evidencia un descontento con los modos hegemónicos de organizar la cultura, además de tener un interés por buscar nuevos caminos más creativos, compatibles con las innovaciones culturales y tecnológicas (García y Urtegacoords, Maritza 2012, p. 14).

Vemos cómo han surgido movimientos alternativos en Latinoamérica que valdría la pena investigar si existen en nuestro país: los jóvenes crean empresas innovadoras en áreas como la informática, servicios digitalizados, entretenimiento audiovisual y sobre todo en las industrias creativas. También se inscriben de modos no tradicionales en el mercado de trabajo y son los mayores consumidores de música, videos y tecnologías avanzadas. Pero, por otro lado, son los jóvenes los que tienen mayores porcentajes de desempleo y empleo informal. El informe de la Organización Iberoamericana de la Juventud revela que en América Latina “los jóvenes son el sector más vulnerable a los trabajos irregulares, con el sueldo más castigado” (García y Urtegacoords, Maritza 2012, p. 28), a pesar de que sean los jóvenes quienes tienen mayores logros académicos.

Por estas razones, nos interesaría conocer las estrategias y tácticas que los jóvenes músicos del Ecuador están encontrando para realizar sus producciones y que lleguen a ser difundidos en los distintos medios de comunicación, especialmente en la radio comercial.

Históricamente, se identifica a la industria discográfica como el modelo dominante de negocio. Sin embargo, durante las últimas décadas esto ha cambiado. Las discográficas y los programadores de radio deciden qué debe tocarse y qué debe emitirse. Los consumidores, qué música se debe comprar y “como resultado de todas estas decisiones, aparentemente individuales, aparece un determinado patrón de éxito, gusto y estilo que puede ser explicado sociológicamente (Frith 2001, p. 414-415)

La crisis de la industria discográfica por la disminución de las ventas de discos físicos es inversamente proporcional al consumo de la música. Esto se debe a la digitalización de la música y su distribución, al impacto de la incorporación de las nuevas tecnologías en el proceso creativo, entre otras razones. Se pueden encontrar algunas características en la reconfiguración de la producción musical y el impacto de las transformaciones digitales en la industria discográfica mundial.

En el caso ecuatoriano, se debe investigar cómo funciona la cadena de producción. Si los músicos ecuatorianos están aprovechando las ventajas que ofrecen las nuevas redes y tecnologías digitales dados sus reducidos costos de almacenamiento, distribución y comercialización. Debido a estos avances, las disqueras cada vez buscan menos vender discos y han apuntado a las industrias del entretenimiento, como las presentaciones en vivo (García y Urtegacoords, Maritza 2012, p. 143). La colaboración y cooperación son medios por los cuales se generan y se distribuyen las ideas creativas, con escasas reglas

establecidas y que continuamente se están modificando en función de nuevas estrategias creativas y de cambio.

La distribución de los productos terminados a medios de comunicación como la radio de los músicos ecuatorianos, dependerá seguramente de iniciativas propias. Se puede ver que los artistas ecuatorianos ya no viven de la venta de sus discos y la “meritocracia” otorga a los músicos el prestigio y la reputación necesarios para mayores posibilidades de trabajo y de difusión de su música. También están las prácticas no documentadas pero conocidas en los medios, donde el intérprete de una pieza musical paga, ya sea con dádivas o con dinero, para que su canción se difunda. A esta práctica se la conoce como “payola”. De esto no presentaremos evidencias por tratarse de prácticas ilegales, ocultas y frecuentes en algunas radios, pero que están contempladas en la LOC.

Organismos como la UNESCO, en la Convención de Protección y Promoción de las Expresiones Culturales aprobada para la Educación, la Ciencia y la Cultura, y ratificada por el Ecuador, determina que son derechos y obligaciones de los Estados, la reafirmación de su derecho a formular y aplicar políticas culturales y adoptar medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales así como procurar incentivar a las personas a crear, producir, difundir y distribuir sus propias expresiones culturales y al reconocimiento de la importante contribución de los artistas.

La música forma parte de los elementos simbólicos que constituyen la identidad de un pueblo y de su patrimonio cultural intangible. La protección de la música tradicional, así como la circulación de nuevas expresiones musicales, es obligación del Estado, incluida en el Plan Nacional de Desarrollo en sus objetivos 2, 4, 5 y 9 de manera implícita y se ha visto reflejado en la Ley Orgánica de Comunicación de manera explícita al hacer obligatoria la transmisión de música ecuatoriana en la radio del Ecuador en un porcentaje de equidad con respecto a las expresiones musicales extranjeras.

El espacio público, en este caso mediático y simbólico, con la aplicación de esta Ley, será el lugar desde el cual se pueda construir una cultura de “convivencia democrática, intercultural y creativa entre sujetos libres que se reconocen y respetan recíprocamente como iguales”, otorgando a las personas del Ecuador, el derecho al ejercicio digno y sostenido de actividades artísticas como la música y a participar en la vida cultural de su país. El Estado estaría abriendo espacios para cumplir con su compromiso de promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad musical, así como la construcción de una identidad nacional a través de su música (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-Senplades 2013, p. 182)

La difusión masiva de la música

La era de las telecomunicaciones en el Ecuador empieza en 1871, cuando el Congreso Nacional decreta que se establezca el servicio telegráfico en el país, en la segunda presidencia de Gabriel García Moreno, delegando al Poder Ejecutivo su implementación y nace de la necesidad de mayor velocidad en la entrega de información (Usbeck 2014, p. 14-19).

En el gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra, mediante Decreto Supremo No. 1175 se crea el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones IETEL, como entidad de derecho público, personería jurídica, patrimonio y recursos propios, con capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones, adscrita al Ministerio de Obras Públicas. Este organismo se creó con el fin de “planificar, desarrollar, establecer, explotar, mantener, controlar y regular todos los sistemas de telecomunicaciones nacionales e internacionales, exceptuando los de las Fuerzas Armadas y la Policía” (Usbeck 2014, p. 51).

El 10 de agosto de 1992, finalizando la presidencia del Dr. Rodrigo Borja Cevallos, el Congreso aprobó la Ley Especial de Telecomunicaciones, dando paso a una reestructuración del sector. Se crea la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) como un nuevo organismos para la regulación y el control (Usbeck 2014, p. 67).

La Constitución Política de 1998 incluyó a las telecomunicaciones entre los servicios públicos que debía prestar el Estado (art. 249). Para modernizar el Estado, en 1999 se da inicio a la Agenda Nacional de Conectividad dirigida a brindar capacidad de comunicación dentro del país y con su entorno subregional y global mediante tecnologías de información y comunicación. Como objetivo principal está la evolución del país hacia una “sociedad de la información y el conocimiento” garantizando el derecho al acceso universal, justo y democrático a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) permitiendo el desarrollo integral de los ecuatorianos (Usbeck 2014, p. 73).

El 13 de agosto de 2009, mediante Decreto Ejecutivo No. 8, firmado por el presidente Rafael Correa Delgado, se crea el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información MINTEL. Asumió la cartera de este nuevo ministerio el ingeniero Jorge Glas quien fuera el primer Ministro de Telecomunicaciones del Ecuador. Este ministerio tuvo a su cargo responsabilidades críticas como la fase final de las negociaciones con los operadores para los nuevos servicios celulares, la reestructuración de los organismos de Regulación y Control, entre muchas otras.

La radio comercial en el Ecuador

Para definir o enunciar las características de “radio comercial”, es necesario conocer un poco de la historia del medio en nuestro país.

Aunque la radio hizo su aparición en el mundo a finales del siglo XIX, no fue sino hasta 1920 cuando las primeras transmisiones radiofónicas para entretenimiento tienen lugar. Su aparición en el Ecuador se remonta al año 1926 cuando de manera particular, Francisco Andrade Arbaiza instala en el barrio Las Peñas de Guayaquil un transmisor construido por él mismo y cuya señal llegaba incluso a otros países a través de onda corta. Se llamó radio París (HC2FA) (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 11-12)

Según Yaguana y Delgado, se estima que no llegaba a 20 el número de personas que disponían de una radio en esos años. En la década entre 1929 y 1939 surgieron oficialmente las primeras emisoras de radio en el país bajo el mandato presidencial de Isidro Ayora. En medio de una crisis económica y de acciones como la restricción de la libertad de expresión tras la clausura de periódicos, Ayora decretó el “Reglamento de Instalaciones Radioeléctricas privadas” donde regulaba la radiofonía y radiotelegrafía del país (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, 14). Radios como El Prado (Chimborazo), Ecuadoradio (Guayas) y HCJB la Voz de los Andes (Pichincha) comenzaron sus transmisiones, entre otras.

Radio El Prado se estableció como una estación no comercial y su programación era básicamente musical, cultural y con el paso del tiempo se comenzaron a difundir noticias y retransmisiones deportivas. Los programas musicales incluían música nacional e internacional ejecutadas por bandas militares o por artistas de piano, clarinete, guitarra, bandolín, arpa, violín, dulzainas y marimba, en formatos de solistas, dúos o conjuntos, que se complementaban con recitaciones. A pesar de no haber sido una radio comercial, objeto de esta investigación, es de gran interés musical ya que Radio El Prado marcó un hito en Ecuador siendo la primera empresa de grabación de discos de aluminio, grabando a artistas como Carlota Jaramillo, Lucía Gortaire, Plutarco y Rubén Uquillas entre otros (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, 16).

Ecuadoradio se podría considerar como la primera radio comercial del Ecuador. En 1930 en Guayaquil, Álvaro San Félix narra que fue Juan Behr, guayaquileño de 22 años que estudió radiotécnica por correspondencia, quien construyó un equipo para lanzar al aire su Ecuador Radio (HC2JBS). Behr redactaba él mismo los avisos comerciales del almacén de su padre y los emitía de 18 a 23 horas, tres días a la semana, convirtiéndose así en el primer “speaker” comercial del país. La programación de esta radio estaba compuesta básicamente por música fusionada con anuncios de juguetes europeos y de

discos que vendía su padre (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 18).

Radio Quinta Piedad (HC2RL) fue instalada en la hacienda del mismo nombre, construida a inicios de 1900 por Alejo Lascano. Fue adquirida posteriormente por el químico alemán Roberto Leví, quien el 28 de febrero de 1933 instaló ahí la emisora. Su programación era transmitida esporádicamente uno o dos días a la semana y únicamente por las noches. En ella se podía disfrutar de música selecta, óperas, conciertos y conferencias. Algunos conciertos estuvieron a cargo de destacados valores de la música nacional e internacional. Pero sobre todo, lo que hay que recalcar es su carácter comercial ya que incluía el perifoneo de algunos productos que distribuía Levi, especialmente de químicos y farmacéuticos (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 19).

Radio Ortiz (HC2ROZ) fundada por Rigoberto Ortiz Bermeo el 5 de abril de 1935, se convirtió en la séptima emisora guayaquileña que apareció en la década de los 30. Se instalaron en una de las cúpulas del Palacio Municipal gratuitamente, después en la calle Esmeraldas y finalmente al edificio Calero frente al correo que por ser más central facilitaba la recepción de anuncios pagados. La propaganda pagada era escasa, pero con el tiempo fue suficiente para pagar los sueldos de cuatro empleados: un técnico, el locutor, un conserje y el director (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 24)

Radio Ondas del Pacífico (HC2AW) estaba considerada eminentemente comercial. Inaugura su programación el 8 de julio de 1936, fundada por Alfonso Wilmont Mancheno. Tenía una cobertura regional y laboraba 19 horas diarias.

Se puede concluir que, en la primera década de emisiones radiofónicas en Ecuador, las emisoras presentaban una programación irregular, básicamente de música en vivo ejecutada en grandes salas de audición, muchas veces improvisadas, con equipos confeccionados en muchos casos de forma casera, por lo que sus propietarios fueron en su mayoría conocedores de la electrónica más que de producción radiofónica.

Musicalmente, se puede decir que por estas primeras emisoras de radio desfilaron decenas de solistas, dúos y tríos, entre aficionados y profesionales que por medio de este medio se dieron a conocer. Debe rescatarse que tal vez sin proponérselo, a través de la radio, fueron aceptados cantantes negros e indios en teatros y salones después de triunfar en sus micrófonos. Algunas tuvieron sus propias empresas de grabación. Es decir que, musicalmente hablando, el papel de la radio en la producción radiofónica al inicio de su aparición en nuestro país fue muy importante.

Desde el punto de vista comercial, la programación también estaba constituida por anuncios de venta entre espacios destinados a la música. En ellos se perifoneaban productos desde insumos para el hogar hasta comunicaciones personales. Pero por lo investigado, muy pocas tenían un carácter comercial y los ingresos generados en muchos casos era insipiente. A finales de la década de los 30 estos anuncios generaban cierto valor para la subsistencia de la emisora. Pero su importancia comercial se vería posteriormente y se convertiría en el real sentido económico de la radio.

En los años 40, la publicidad comercial se hacía presente de forma continua, “incluso algunos programas tenían el nombre del producto, tal es el caso de la novela Camay, o la novela Colgate Palmolive, los cuales se transmitían por emisoras guayaquileñas” (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 33).

En los años 50, la radiodifusión comercial se fue transformando en un excelente negocio y, por lo tanto, se multiplicaron el número de emisoras teniendo como género principal al radioteatro. Pero a finales de esta misma década, la época dorada de la producción radiofónica terminó debido al alto grado de competencia que existía por captar publicidad.

En la década de los 60, ya existían en el país cerca de 200 estaciones de radio y su proliferación de manera no planificada produjo una reducción de los recursos financieros ya que la limitada actividad comercial del medio no pudo cubrir la demanda de auspicio publicitario. Y para empeorar las cosas, la radio se vio amenazada por la aparición de la televisión. Publicitariamente, este nuevo medio se convirtió en una fuerte amenaza, donde los anunciantes veían una mayor oportunidad de promocionar sus productos. Debido a esto, muchas emisoras de radio desaparecieron (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 36-37)

Para los años de 1970, la radio deja de ser el escenario de artistas y actores. La mayoría tenían un fin netamente comercial o ideológico: 86% comercial, 7,4% religioso, 3,7% cultural y 2,9% cultural-comercial. En 1990, según CIESPAL, existían 342 emisoras. Desde 1994 el boom por poseer una emisora de radio o un canal de televisión es evidente y “la radio se estructura como un negocio que vinculada a diversas empresas, sobre todo bancarias” y su papel fue parcializado, informando a la conveniencia de sus propietarios (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 43).

Según Yaguana y Delgado, en su análisis de los informes de CIESPAL se evidencia que la programación en la radio actual no varía mucho con la de la década de los 90. Es decir, la preferencia por la programación musical, informativa y deportiva. Musicalmente hablando, la radio no está orientada hacia un solo género en su mayoría, ya que el público es muy diverso en nuestro país. Y en cuanto a la publicidad, los ingresos económicos van a la baja. En su libro *85 años de radiodifusión en Ecuador* publicado en

el año 2014, Yaguana y Delgado lo atribuyen al número considerable de estaciones de radio, que hasta ese año eran 1027 comerciales privadas, 134 del sector público y 14 comunitarias (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 44). Esto ha ocasionado una sobreoferta de publicidad, sobre todo en las provincias, donde se trata de captar ingresos bajando los precios. Esta competencia desleal ha ocasionado un “empantanamiento del sistema radiofónico” (Yaguana Romero, Hernán y Delgado López, Washington 2014, p. 47).

Concluyendo, se podría entonces definir a la radio comercial como aquella que ha sido adquirida de manera privada y que se sustenta a través de la venta de espacios publicitarios que, si bien se rige por la Ley Orgánica de Comunicación, también lo hace por el mercado y sus variables.

Políticas relacionadas a la música en la Ley Orgánica de Comunicación

La vigente Constitución Política de la República del Ecuador se aprobó el 24 de julio de 2008 en Ciudad Alfaro y consagró los derechos de la comunicación e información. Para la materialización de dichos derechos, era necesaria la aprobación de una Ley orgánica, razón por la cual, se dispuso en la Primera Disposición Transitoria de la Constitución que en el plazo máximo de 365 días se aprobara la Ley Orgánica de Comunicación. El proceso sería más largo y conflictivo de lo previsto. El primer debate se desarrolló el 5 de enero de 2010 y para el 14 de junio de ese mismo año, estuvo listo el informe para segundo debate.

El 7 de mayo del 2011 se realizó la consulta popular y referéndum en el Ecuador. La pregunta 9 se refería a la comunicación y se consultaba al pueblo ecuatoriano lo siguiente: “¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido por la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree el Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores?”. Ganó el sí, alcanzando un 51,68% de los votos. (*Ecuadorinmediato.com* 2017)

El segundo debate relacionado a la de la Ley Orgánica de Comunicación se inició el 8 de junio de 2011 y se extendió hasta el 27 de julio del mismo año. La Ley fue debatida durante los dos años siguientes, en los cuales la Comisión de Comunicación realizó alrededor de 70 reuniones y tuvo contacto con medios de comunicación, periodistas, organizaciones no gubernamentales e instituciones del Estado y con varios grupos ciudadanos. Finalmente se sancionó la Ley Orgánica de Comunicación y el 21 de junio

de 2013, el presidente Rafael Correa firmó la aprobación de la Ley que fue publicada en el Registro Oficial No. 22, el 25 de junio de 2013 (*Ecuadorinmediato.com* 2017).

Por otro lado, la Declaración Universal de Derechos Humanos determina en su artículo 27, numerales 1 y 2 que toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y que tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones literarias o artísticas de que sea autora (Asamblea General, s. f., 8). Igualmente, la Convención de Protección y Promoción de las Expresiones Culturales aprobada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), reafirma el derecho soberano de un país a formular, aplicar políticas culturales y adoptar medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; que se procurará incentivar a las personas y a los grupos de su territorio para crear, producir, difundir y distribuir sus propias expresiones culturales y al reconocimiento de la importante contribución de los artistas. Por último, la Constitución afirma que, la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público.

En base a estas disposiciones de carácter universal y local, el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 propone 12 objetivos nacionales, entre los cuales están el 2, 4, 5 y 9 que se articulan con los contenidos de la Ley de Comunicación relacionados con la música ecuatoriana.

Los objetivos mencionados evidencian la necesidad de crear políticas públicas para apoyar la difusión de expresiones culturales ecuatorianas como la música en medios de comunicación masivos. Buscan auspiciar la igualdad, la inclusión, la equidad social, valorar las diversidades entre ellas las culturales y artísticas, generando incentivos a través de acciones afirmativas que promuevan el respeto y reconocimiento de la diversidad mediante la difusión de su música.

Se menciona además la necesidad de incentivar la generación de conocimiento en relación al arte y que el uso del espacio mediático debe contribuir al proceso de su aprendizaje, promoviendo la valoración del patrimonio cultural inmaterial y el patrimonio musical del Ecuador. Además, aparte de fortalecer y crear espacios de difusión y práctica de las diferentes disciplinas artísticas, se apoya el desarrollo de talentos en la música, promoviendo su participación a nivel nacional e internacional.

A través de estos objetivos se busca también el fortalecimiento de la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, promoviendo la construcción de una identidad nacional, en este caso, en la diversidad musical; así como fortalecer la identidad plurinacional e intercultural mediante la preservación y revitalización del patrimonio musical y de las diversas memorias

colectivas e individuales; fomentar la apropiación de espacios públicos y la libre expresión para la democratización y el control social de los espacios mediáticos como la radio, planteando estrategias y políticas culturales para la revitalización de la música ecuatoriana.

Además, se plantea que se considere como trabajo digno a la actividad musical, un aporte para la economía y un medio de realización personal, incentivando los talentos de las personas para la consecución de una vida plena. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-Senplades 2013, p. 84-349).Ello

Según el Plan Nacional de Desarrollo, es fundamental la construcción colectiva del espacio público, como lugar de encuentro común. La radio, que es el medio que será analizado en esta investigación, debe facilitar y promover este espacio para fomentar los derechos culturales nacionales que, en el caso de muchos países de Latinoamérica, se han visto y se siguen viendo dominados por mercados concentrados en manos privadas que marcan valores y estilos de vida hegemónicos por la cultura global y extranjerizante.

En la Ley Orgánica de Comunicación se establece como “principio de acción afirmativa” que se adoptarán medidas de política pública “destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación a grupos humanos que se consideren, fundamentalmente, en situación de desigualdad real respecto de la generalidad de los ciudadanos” (Asamblea Nacional del Ecuador 2015, p. 4). El artículo relacionado a la difusión de música del Ecuador es claramente un intento de brindar una solución al problema relacionado a los limitados espacios que se han brindado a los músicos ecuatorianos en los medios de comunicación, que se han visto históricamente en situación de desigualdad con respecto a los músicos extranjeros.

La música ecuatoriana según la Ley Orgánica de Comunicación

En el reglamento de la CORDICOM se define a los contenidos musicales de la siguiente manera: “Es un producto cultural expresado por la sucesión de una o varias series simultáneas de sonidos, escrituras, voces y silencios concertados, modulados y rimados, ordenados en tiempo y espacio que pueden producir sentidos y sensibilidades en quien los percibe, con la intención de relacionar a las personas mediante un tipo de comunicación específica” (El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación 2016, p. 5)

En el Artículo 8 (Contenidos musicales nacionales) de la resolución No. CORDICOM-PLE-2014-034 se establece que son contenidos musicales de producción nacional los siguientes: 1. Contenidos musicales compuestos por autores ecuatorianos, independientemente de que la obra sea interpretada o ejecutada por artistas ecuatorianos o extranjeros. 2. Los contenidos musicales interpretados o ejecutados por ciudadanos

ecuatorianos, independientemente de que la obra sea compuesta por un autor ecuatoriano o extranjero. 3. Las obras producidas por ecuatorianos con autonomía de quien ejecute, componga o interprete la misma, de acuerdo a lo determinado en la normativa vigente sobre derechos de autor y derechos conexos. 4. Los ciudadanos extranjeros residentes en el Ecuador serán considerados en la aplicación de los casos anteriores siempre que su obra, producción, interpretación o ejecución se realice en territorio ecuatoriano (CORDICOM-PLE-2014-034).

Estos criterios deberán ser tomados en cuenta por las estaciones de radiodifusión sonora “para garantizar un acceso democrático, plural y diverso de autores, intérpretes y ejecutantes nacionales, de todos los géneros musicales, a la programación radial, de acuerdo con la identidad musical prevalente de cada radio” (El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación 2016, p. 7)

Con el fin de regular y monitorear los avances en información y comunicación, se crearon dos instituciones a partir de la aprobación de la LOC: la CORDICOM y la SUPERCOM

Entre las resoluciones más importantes relacionadas a la música ecuatoriana, emitidas por la CORDICOM, está la No. CORDICOM-PLE-2014-034. En esta, se establecen como consideraciones: que las personas tienen el derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, que la producción de los artistas ecuatorianos se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, valoración del trabajo y eficiencia económica y social, como lo estipula el artículo 320 de la Constitución de la República. Además, se establecen las características, facultades y atribuciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, así como los porcentajes de música ecuatoriana que los medios deben cumplir en su programación y sus plazos. En la misma resolución, se dicta el “reglamento para la aplicación del artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación sobre contenidos musicales” con las definiciones de los diferentes tipos de autor e intérprete, contenidos musicales, radios temáticas o especializadas, contenidos musicales nacionales, entre otras. Es decir, esta resolución dicta los parámetros para la democratización de espacios de emisión de la música ecuatoriana, la define e indica cómo aplicar el artículo 103.

El propósito de esta nueva normativa es fijar los mecanismos para la aplicación del porcentaje de contenidos musicales que sean producidos, compuestos, interpretados o ejecutados en el Ecuador, según lo dispuesto en el artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación. Esta normativa será de aplicación obligatoria para todas las estaciones de radiodifusión sonora que difundan contenidos musicales que, en el caso de la radio comercial, son la mayoría.

El reglamento privilegia la creatividad, las prácticas artísticas y las expresiones culturales, los saberes ancestrales y, en general, todas las formas de ser, estar, saber y hacer de las diversas comunidades en el contexto actual y en el marco de su pasado y futuro. Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas como la música y otras expresiones estéticas, así como difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.

El artículo 103 de la Ley Orgánica de Comunicación, establece que “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” (Asamblea Nacional del Ecuador 2015, p. 30), quedando exentas las estaciones de carácter temático o especializado, aclarando que esta excepción no se aplicará a las estaciones de radiodifusión cuya especialidad o temática se refiera a contenidos musicales. Las Radios Temáticas o Especializadas son aquellas cuyo contenido de programación no es musical en un 90% y se excluye de este cálculo la transmisión de cuñas radiales de todo tipo. A este artículo (103) se lo conoce como del “1 por 1”.

En el artículo 75 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación se dispone que la difusión de estos contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en el Ecuador, podrán realizarse de forma secuencial y alternativa de piezas musicales, o alternando segmentos de música nacional con segmentos de música internacional. En la resolución No. CORDICOM-PLE-2014-034, esto se especifica aún más en la reforma al reglamento y se dispone que para la difusión de estos contenidos musicales, se lo puede hacer a) Alternando programas de contenido musical nacional, con programas de contenido musical extranjero, b) Dentro de cada programa o c) Difundiendo un número igual de piezas musicales nacionales y extranjeras, indistintamente del programa o segmento en que se transmitan (El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación 2016, p. 12)

La difusión de contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en Ecuador, deberá incluir de manera equitativa a autores, ejecutantes e intérpretes noveles y reconocidos, como consta en la resolución No. CORDICOM-PLE-2014-034, capítulo III, artículo 8 sobre contenidos musicales nacionales. En esta misma resolución, como “definiciones”, se dice del autor, intérprete o ejecutante novel: que es aquel cuyos contenidos musicales no han sido difundidos en medios de comunicación social y del autor, intérprete o ejecutante reconocido que es aquel cuyos contenidos musicales han sido difundidos en los medios de comunicación social (El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación 2016, p. 5).

Hay que destacar que, al establecerse originalmente en la Ley que los contenidos musicales compuestos o ejecutados en Ecuador podrían ser transmitidos en todos los horarios, permitía la posibilidad de que los medios ubiquen a la música ecuatoriana en horarios sin mayor sintonía y por lo tanto poco comerciales para las radios, y de todas maneras cumplan con su cuota, incidiendo directamente en la difusión y conocimiento del trabajo de los músicos ecuatorianos. El CORDICOM en su resolución No. CORDICOM-PLE-2014-034 publica como reforma al reglamento para la aplicación del artículo 103 de la LOC, que “la difusión de contenidos musicales producidos, compuestos o ejecutados en Ecuador por parte de las estaciones de radiodifusión sonora que emiten programas musicales, siempre y cuando se cumpla con el equilibrio y equidad...podrá efectuarse en el horario de 5h00 a 24h00”(El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación 2016, p. 11)

La Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), por otro lado, es un organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa. Cuenta con atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación, según el artículo 55 de la misma Ley. Entre sus atribuciones están: fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación, pudiendo realizar comunicaciones y amonestaciones escritas a los administrados para llamar su atención sobre prácticas que deben ser mejoradas o corregidas (SUPERCOM 2014, 5:2)

Según el Estatuto Orgánico de Procesos de la Superintendencia de Información y Comunicación, para garantizar el acceso y ejercicio de los derechos a la información y comunicación, tiene entre sus “procesos agregadores de valor”, el proceso de “vigilancia y control de medios de comunicación social” con una “Intendencia Nacional de Vigilancia y Control de Medios de Comunicación Social” y su respectivo intendente. La misión de este organismo es “gestionar la vigilancia, monitoreo, seguimiento y control de los medios de comunicación social de radio, televisión (audiovisuales) e impresos; y atender de forma eficiente, oportuna, las denuncias, reclamos y quejas presentados por la ciudadanía, en cumplimiento de la misión institucional” (SUPERCOM 2014, 5:5)

Esta Intendencia, tiene bajo su control a la “Dirección Nacional de Vigilancia y Control de Radio” con un Director Nacional. Entre sus atribuciones y responsabilidades relacionadas al monitoreo de la música ecuatoriana en la radio está gestionar los procesos y subprocesos de vigilancia, monitoreo, seguimiento y control de los medios de comunicación de radio públicos, privados y comunitarios, diseñar instrumentos para la vigilancia y control de la radio, así como vigilar y controlar el cumplimiento de difusión de programación radial a favor de los principios de interculturalidad, plurinacionalidad,

grupos de atención prioritaria; (Estatuto Orgánico Procesos Superintendencia Información Comunicación) (SUPERCOM 2014, 5:11)

La SUPERCOM, presenta en su página web, informes de monitoreo de medios, sobre todo en lo relacionado a contenidos violentos, sexistas, discriminatorios, y con respecto a la violación del derecho a la honra, buen nombre y la reputación de las personas. No se evidencia ningún análisis sobre la transmisión de música ecuatoriana en los medios de comunicación y específicamente en la radio hasta finalizada esta investigación.

Organizaciones para la gestión de la música

Una de las organizaciones ecuatorianas, entre las pocas que se ha ocupado de políticas relacionadas a la música, es SAYCE, Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador, que en su nuevo logo solo expone “Sociedad de Autores del Ecuador”. En su página web se define como “una sociedad de gestión colectiva, cuyo objetivo primordial es proteger y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización de las obras musicales de autores nacionales y extranjeros, constituimos una entidad jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente en el ámbito nacional e internacional” (SAYCE 2017, 1).

Forman parte de la Confederación Internacional de Sociedades y Autores y Compositores, CISAC, organismo mundial para la protección de derechos de autor y de otros organismos regionales afines. Los autores y compositores ecuatorianos son “socios” y se afilian voluntariamente. También pueden afiliarse autores extranjeros mediante convenios de representación recíproca con sociedades afines a las que pertenecen. Entre los beneficios de ser un socio de SAYCE están: servicio médico, seguro de vida, fondo mortuario, mausoleo, asesoría jurídica gratuita, trámite y recaudación de los derechos autorales por comunicación pública de obras, auspicios para proyectos culturales que permitan difundir y promocionar las obras nacionales, así como la creatividad de los autores socios de SAYCE.

Según la Enciclopedia de la Música Ecuatoriana de Pablo Guerrero, SAYCE fue fundada por su principal promotor, el compositor Gerardo Guevara, con la asesoría legal del Dr. Marco Proaño Maya. Fue constituida mediante Acuerdo Ministerial No. 1291 el 30 de marzo de 1973 y obtuvo la personería jurídica bajo Acuerdo del Ministerio de Bienestar Social y Cultura No. 755, el 28 de enero de 1977 (Guerrero 2004, p. 1310).

En el Acta Constitutiva de la fundación de SAYCE se describe la situación del Derecho de Autor en el Ecuador como injusta, con el “desconocimiento permanente de la personalidad y de los derechos de los creadores intelectuales que han sufrido injusticia

y explotación”. El abuso de los usuarios y la indiferencia de los autores y compositores “han sido los signos persistentes de la realidad autoral ecuatoriana” (Guerrero 2004, p. 1311).

Por otro lado, quienes consumen la música de los afiliados de SAYCE son personas que “en su local o actividad empresarial y comercial utilice música, como parte principal o complemento de su negocio, ya sea a través de radio, televisión o cualquier medio electrónico (conocido o por conocerse), así como todos los espectáculos públicos a nivel nacional, es considerado un usuario de la música y como tal debe obtener la licencia respectiva” (SAYCE 2017).

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), es otro de los organismos que ha regulado a la música en el Ecuador. Es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones como la música.

El IEPI es “el organismo administrativo competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenciones internacionales”(IEPI 2017)

En Ecuador, antes de la creación del IEPI existían diferentes entidades gubernamentales que, mediante áreas especializadas, administraban los derechos de propiedad intelectual. Por ejemplo, los derechos de autor estaban bajo la responsabilidad del Ministerio de Educación, la propiedad industrial se regulaba a través del Ministerio de Industrias y las obtenciones vegetales a través del Ministerio de Agricultura (IEPI 2017).

El 19 de mayo de 1998 se creó un solo organismo que agrupó a todas las áreas relacionadas a la propiedad intelectual y se publicó en el Registro Oficial No. 320 la instauración del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI, que además se incluyó en la nueva Ley de Propiedad Intelectual. En el año 1999 empezó a operar el instituto como tal. “De ahí en adelante se han dado varias transformaciones que apuntan a conformar una entidad sólida, adaptable a los cambios del mundo y que sin perder su esencia busca la excelencia en defensa de los derechos de propiedad intelectual” (IEPI 2017)

La propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio. La propiedad intelectual otorga al autor, creador e inventor, el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y por consiguiente, ser beneficiario del mismo. Se enfoca en tres áreas distintas: la propiedad industrial, los derechos de autor y las obtenciones vegetales (IEPI 2017)

La música entraría dentro de los derechos de autor. En su página web, se define a los derechos de autor como el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras. Las composiciones musicales están dentro de las obras protegidas además de las novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria.

Dura la vida del creador o compositor más 70 años después de su muerte. “El plazo de vigencia de la protección se da sin perjuicio de derechos morales que se protegen indefinidamente” y estos derechos pueden ser ejercidos por el autor o por sus herederos (IEPI 2017)

El uso de una obra sin la autorización expresa de su autor es considerado ilegal y puede ser castigado con multas o prisión. La obra está protegida con el simple hecho de su creación, sin embargo, se recomienda a los autores a registrarla en la Unidad de Registro del IEPI, para que el autor se beneficie de la presunción de autoría que la Ley reconoce a su favor.

Por lo tanto, estas políticas públicas están destinadas a promover el respeto a la creación intelectual, “a través de la educación, difusión y observancia de la normativa jurídica vigente basada en el reconocimiento del Derecho de Autor y Derechos Conexos en todas sus manifestaciones, con una gestión de calidad en el registro de obras y otras creaciones intelectuales, y vigilando el correcto funcionamiento de las sociedades de gestión colectiva” (IEPI 2017)

El IEPI fue el organismo que rigió los derechos de autor y la propiedad intelectual hasta la aprobación del denominado “Código Ingenios” del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación aprobado y posteriormente publicado en el Registro Oficial el 9 de diciembre de 2016.

Conclusiones

Por lo expuesto en este artículo, se puede observar que sí se ha contemplado a la música dentro de las políticas públicas y las políticas culturales en Ecuador. Las nuevas generaciones de músicos se han encontrado con un marco legal con el que los músicos de décadas pasadas no contaban.

Mediante la Ley Orgánica de Comunicación se ha abierto un espacio público “obligatorio” que antes no existía, buscando una democratización de las expresiones musicales y una igualdad de oportunidades para los músicos ecuatorianos, otorgándoles espacios para participar en la vida cultural del país. Para esto, existen organismos

encargados de vigilar que los derechos de los músicos y compositores se respeten, además de que se vean beneficiados por sus creaciones artísticas reflejados en ingresos económicos y reconocimiento público.

Una parte importante de esta investigación fueron las entrevistas basadas en la opinión de sectores importantes relacionados a la música de nuestro país, como directores de radios comerciales, músicos profesionales, musicólogos e investigadores musicales, así como al organismo regulador de las transmisiones de música ecuatoriana a través de la radio que es la SUPERCOM.

Es evidente que la aprobación y aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, la creación de sus organismos de regulación y control y de todos los mecanismos para poder aplicar la parte de la normativa que es mandatoria sobre la difusión de música nacional en los medios del país ha sido un proceso complejo y conflictivo. Se ha debido conciliar los intereses de los distintos actores sociales, culturales, económicos y hasta étnicos para encontrar metas que beneficien, sino a todos, a la mayoría de ecuatorianos.

En lo que se relaciona a la música de nuestro país y a escasos cuatro años de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, los alcances y logros de su aplicación todavía no son evidentes. Vemos que es muy difícil superar las barreras del mercado, de la globalización, de los gustos y preferencias en un mundo en el que cada vez se unifican más.

Las radios comerciales tienen un negocio que intentan sea lucrativo. Velan por sus intereses y por mantener sintonía. En su manera de ver su actividad, y tal vez en la manera que funciona esta actividad a nivel mundial, no está dentro de sus tareas el buscar a músicos ni a su música. Los artistas deben acudir a las radios para promocionarse y no siempre encuentran la apertura ni las oportunidades.

Por otro lado, los músicos acuden a los medios buscando que se cumpla la normativa y se encuentran con que su música es desvalorizada, que hay poca apertura a distintos géneros que no sean el pop, las baladas y el rock. Que no se aceptan nuevas expresiones artísticas que no sean las de siempre, e incluso que no se aceptan idiomas diversos en los que se está escribiendo música en nuestro país.

La normativa impuso una obligación a un sector que no está dispuesto a cumplir. Obliga a los medios a transmitir música que tal vez no va con el estilo de su radio, o que tal vez no cumple con los estándares de calidad que buscan, o que están en géneros más artísticos que comerciales, a gusto de sus creadores y no de un público que busca lo que el mundo les está ofreciendo. Por lo tanto, la única sugerencia que tienen los medios de comunicación comerciales con respecto a la ley es que se elimine. En su opinión, es una ley que de a poco se va debilitando

Según los radiodifusores entrevistados, la Ley de Comunicación, sería una “ley de medios” más que de comunicación, no tiene por qué beneficiar a ningún sector. Debería basarse en el beneficio de la ciudadanía. En su opinión, la Ley del 1x1 y la normativa que se dictó después de eso, justamente hacen lo contrario. Priorizan a los músicos por encima de la gente. Es decir, se obliga a la gente a escuchar música por el simple hecho de ser ecuatoriana y no existe ninguna señal ni estadística que demuestre que sus preferencias hayan cambiado desde la aplicación del 1x1. Es decir que se puede imponer la transmisión a los medios, pero a la gente no se le puede imponer sus gustos. El proteccionismo cultural en tiempos donde las nuevas tecnologías están prácticamente al alcance de todos, se vuelve casi imposible.

Es decir, que los nuevos productos musicales ecuatorianos y los artistas noveles, no han encontrado el apoyo necesario para exponer su música. Han pensado, equivocadamente, que por ser una obligación de los medios transmitir música de ecuatorianos, tendrían el derecho a ser difundidos por un medio que no se solidariza con el arte o la cultura, sino con el mercado. Esto está en su naturaleza y es lo que lo define.

En lo que se refiere a la música del Ecuador, se está pidiendo proteccionismo a un medio privado, cuando debería venir del Estado, si esa fue la intención de la Ley. Los medios, por su parte, argumentan que los gustos y preferencias no se pueden decretar ni imponer y que por lo tanto, el gusto por la música ecuatoriana dependerá del mercado y de la demanda nacional.

Están de acuerdo que Ecuador necesitaba una ley de comunicación, pero no imponiendo criterios vertidos por un grupo de artistas que creyeron que poniendo un 1x1 se iba a hacer un gran negocio, que la gente iba a consumir mucho más lo ecuatoriano. Pero se olvidaron de que en la actualidad, el promedio de personas escuchan la radio máximo 45 minutos al día. Que el 75% de la gente tiene banda ancha en su casa y que consume la música de otras maneras. A través de Smart phones y dispositivos tecnológicos, tienen acceso a internet tanto en segmentos urbanos y rurales, con una penetración altísima

Todos, además, concuerdan en que lo que hace falta en el país es un apoyo real a la industria musical. Mayor apoyo por parte del Estado tanto a la educación musical, como a crear una base y una empresa musical desde el país que genere músicos y productos musicales de calidad, a precios asequibles, donde la “meritocracia” también se aplique a este sector artístico. ¿Dónde se ha evidenciado el negocio? En los artistas que sí hicieron industria, que son los conocidos como chicheros o tecnocumbieros. Ellos sí tienen una industria estructurada y no dependieron nunca de la ley del 1x1. Es necesario crear estructura que le permita a la línea del pop, la balada, el rock urbano y demás géneros de producción nacional, ir hacia adelante, sin proteccionismo.

Pero sobre todo, por lo evidenciado en el análisis del currículo de nivel escolar, el problema de fondo está en la educación. Lamentablemente, esto sucede a nivel mundial, no solamente en nuestro país. La educación no da importancia al arte en general, se lo toma como un pasatiempo, y es mal visto desde el punto de vista profesional. Los jóvenes que deciden seguir esta vocación, se ven con la necesidad de luchar contra el prejuicio y el temor de los padres de un futuro incierto y precario. Llegan a los niveles superiores y los que han logrado ingresar a carreras de música luchando contra la familia y la sociedad, se encuentran con que su nivel musical en muchos casos es insuficiente. Muy pocos han podido tener una educación en conservatorios o institutos de música paralelamente al colegio y en el sistema escolar, no existe la opción de la música como especialidad. Por lo tanto, el nivel superior hace lo que puede con lo que recibe y esto se ve reflejado posteriormente en los resultados a nivel profesional. Los que lo logran, lo hacen por talento y méritos propios, pero sobre todo, porque han sabido venderse y proveer al mercado de lo que necesita.

Hay una amplia gama de géneros musicales que están siendo transmitidos como “música ecuatoriana” en la radio comercial. Desde los más comunes y escuchados como el pop, la balada, el rock hasta fusiones de todo tipo. Para los músicos ecuatorianos, está muy claro que su música lo es también. La Ley ha sido explícita en ese sentido. Incluye todo lo producido, compuesto y creado en Ecuador o por un ecuatoriano. Incluso por un extranjero en territorio ecuatoriano. Lo menos común en la radio comercial, es la música tradicional o patrimonial ecuatoriana, a menos que sea en espacios de programas especializados que algunas tienen.

En la opinión de las radiodifusores de estaciones comerciales que fueron entrevistados, el monitoreo de la SUPERCOM es incipiente. No hay un monitoreo de todas las estaciones de radio, todo el tiempo como debería ocurrir, sino que se realiza aleatoriamente, a gusto de las autoridades. Esto ha ocasionado la percepción de que ha habido una persecución a medios de comunicación en algunos casos. No hay una herramienta de monitoreo donde los medios puedan comprobar el cumplimiento de la norma, cuando eso es lo primero que debió haberse instalado. Los primeros años de su gestión, la SUPERCOM se dedicó a hacer conciertos y finalmente instaló una plataforma donde se albergan títulos, canciones, artistas, etc y es de acceso público.

La SUPERCOM en el cuestionario enviado, responde que se realiza un monitoreo aleatorio a los medios de comunicación con el fin de determinar posibles infracciones, entre ellas las de no cumplimiento del 1x1. En caso de que se establezca una infracción, los medios son notificados del inicio de un procedimiento administrativo y dentro de éste, conoce el motivo que da inicio al proceso, es decir, conoce en qué porcentaje habría incumplido. En la audiencia tendrá la posibilidad de presentar las pruebas que considere para su defensa.

La mayoría de los músicos entrevistados han señalado que la Ley ha sido positiva. Se evidencia que los artistas que ya tenían una trayectoria musical que venía de antes de la aprobación de la Ley, continuaron teniendo la misma acogida por parte de los medios y del público. Algunos incluso se vieron sobre expuestos y su música transmitida de manera repetitiva para que puedan cumplir con las cuotas requeridas. Los artistas noveles encontraron una apertura por parte de los medios privados que antes no existía. Sin embargo, esto no se reflejó ni en la transmisión de su música, ni en consecuencias lógicas de esta exposición, como mayores ingresos económicos, conciertos o giras. A muchos les ha obligado a regirse bajo las reglas del mercado, tratando de cuadrar en una demanda que tal vez no refleja sus preferencias artísticas y han tenido que sacrificar el arte por los ingresos y la exposición.

Se evidencia que las prácticas de producción y distribución de la música siguen siendo parecidas a lo que fueron siempre. Son proyectos cortos, con esfuerzos individuales, de auto gestión y auto financiación. Generalmente actividades que no entran dentro de la economía formal del país, sin estabilidad laboral en el sentido tradicional y por lo tanto sin seguridad social ni beneficios de ley.

Los músicos ecuatorianos realizan diversas actividades dentro de la cadena de producción, siendo ellos mismos los que componen, interpretan, producen y venden sus productos musicales. La mayoría tienen sus propios estudios de grabación o entran en cooperación con quienes los tienen. Trabajan con canjes, autogestión y ayuda solidaria de su gremio. Sí se han visto beneficiados por organismos que rigen los derechos de autor como SAYCE y el IEPI, tanto en la protección de sus obras, como en las regalías por la transmisión de sus productos musicales.

Muchos tienen conocimientos musicales de alto nivel, pero no son suficientes las competencias académicas tradicionales y es necesaria la autogestión de la producción, distribución y consumo de su música. A esto se suma que después de lograr un producto musical de calidad con mucho trabajo y a un costo económico muy elevado, no logran venderlo ni entran en la lógica del mercado comercial nacional.

La mayoría de los músicos nacionales tiene presentaciones públicas de manera regular y en cantidad. Sin embargo, no se sabe si por esfuerzo propio o por exposición a los medios de comunicación. Todos viven de la música, algunos también ejercen la pedagogía musical, pero no en su mayoría. Sin embargo, las producciones anuales no son tan numerosas y es lógico, tomando en cuenta el costo y recursos que esto representa.

Muy pocos venden discos. Son las redes sociales las encargadas de transmitir sus producciones musicales. Este ya no es un mercado representativo en la actualidad. El Internet difunde casi toda la producción nacional e internacional. Se ven muy pocos músicos ecuatorianos en los mercados extranjeros, a pesar de que sí existen. Sin embargo,

la radio comercial está bombardeada por música de Estados Unidos y en menor cantidad de Colombia, República Dominicana y de otros países de Latinoamérica.

La mayoría de los musicólogos e investigadores en el ámbito académico opinan que la Ley no ha beneficiado a la música ecuatoriana porque ha sido considerada sólo desde el punto de vista territorial y no desde lo cultural y por lo tanto, no permite que se establezca un referente identitario de “lo ecuatoriano”. Tampoco permite un referente estético, de estructura y forma musical o un referente rítmico, al ser considerado todo como ecuatoriano. En este sentido, la Ley estaría provocando un alejamiento de los rasgos identitarios musicalmente hablando.

Desde la academia, se establece que debería haber una reforma a la ley. La Ley de Comunicación no debería estar solamente supeditada a temas de la comunicación como servicio público, sino también a discutir todos estos otros temas relacionados a la identidad. Difundir la ley a nivel de los círculos musicales, intelectuales, artísticos para su análisis y discusión.

Por todas estas consideraciones, ¿se podría confirmar la hipótesis de que “tanto los músicos ecuatorianos como la producción de música ecuatoriana se han visto beneficiados por la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el año 2013”?

Los músicos ecuatorianos han sentido una mayor apertura a su música por parte de la radio comercial del Ecuador, pero esto no se ha visto reflejado en un mejor nivel de vida ni de satisfacción personal. La producción de música ecuatoriana no ha incrementado debido a la Ley ya que no hay una industria de base y por lo tanto, los músicos no tienen los recursos económicos ni la tecnología para producir más y con mayor calidad. Los esfuerzos son personales. El talento hay y seguirá habiendo, independientemente de la Ley, que si bien demuestra una intención de apoyar al sector musical, no puede aplicarse completamente al no haber una industria musical fuerte en nuestro país. Pero sobre todo, los gustos y tendencias no se pueden decretar, imponer ni obligar. Mucho menos en un mundo globalizado con acceso total a la información.

Bibliografía

Asamblea General. s. f. «Declaración Universal de Derechos Humanos».

Asamblea Nacional del Ecuador, Ecuador. 2015. «Ley Orgánica de Comunicación». Ecuador.

Ecuadorinmediato.com. 2017. «Hoy se cumple un año de la Ley de Comunicación», 15 de febrero de 2017, 4501 edición.

- El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. 2016. «Resolución No. CORDICOM-PLE_2014-034». PÁGINA WEB DE LA CORDICOM.
- García, Néstor, y Maritza Urtegasoords, Maritza. 2012. *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Guerrero, Pablo. 2004. «Enciclopedia de la Música Ecuatoriana». *Enciclopedia de la Música Ecuatoriana*. Quito: CONMUSICA.
- IEPI. 2017. «¿Qué es el IEPI?» [Www.propiedadintelectual.gob. 2017](http://www.propiedadintelectual.gob.2017).
- SAYCE. 2017. «¿Quiénes somos?» [Www.sayce.com.ec. 2017](http://www.sayce.com.ec.2017).
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-Senplades. 2013. «Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017».
- SUPERCOM. 2014. *Estatuto Orgánico de Procesos de la Superintendencia de Información y Comunicación*. Vol. 5.
- Usbeck, Carlos. 2014. *Ecuador y las comunicaciones, una historia compartida*. Tercera edición. Quito.
- Yaguana Romero, Hernán, y Delgado López, Washington. 2014. *85 años de la radiodifusión en Ecuador*. Quito: Editorial «Quipus» - CIESPAL.

Entrevistas

- Álvarez, Roberto. 2017. Entrevista personal.
- Guncay, William. 2017. Entrevista personal
- Lovato, Gustavo. 2017. Entrevista personal.
- Mullo, Juan. 2017. Entrevista personal
- Rosero, Álvaro. 2017. Entrevista personal.
- Vicuña, Gustavo. 2017. Entrevista personal.
- Campos, Jorge. 2017. Entrevista personal.
- Espinosa, Nicolás. 2017. Entrevista personal.
- Espinosa, Sergio. 2017. Entrevista personal.
- Valdivieso, Diego. 2017. Entrevista personal.

Clavijo, Karina. 2017. Entrevista personal.

Sacoto, Sergio. 2017. Entrevista personal.

Perotti, Ricardo. 2017. Entrevista personal.