

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
**EL MOVIMIENTO MUSICAL INDIE EN EL ECUADOR Y SUS PRÁCTICAS
COMUNICATIVAS DURANTE EL CONFINAMIENTO POR LA PANDEMIA
DEL COVID-19**

AUTORES:
PABLO GABRIEL CAMPOVERDE ROSERO
PAUL ANTONIO MONTALVO RENNELLA

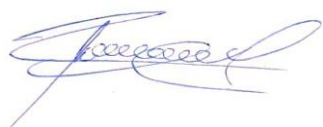
DIRECTOR:
JAIME RAMIRO MOREJÓN VALLEJO

Quito, marzo de 2021

Cesión de derechos de autor

Nosotros, Pablo Gabriel Campoverde Rosero con documento de identificación N°1724865181 y Paul Antonio Montalvo Rennella con documento de identificación N°1718815655, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de titulación intitulado: “El movimiento musical indie en el Ecuador y sus prácticas comunicativas durante el confinamiento por la pandemia del COVID-19,” mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciados en Comunicación Social , en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....
Pablo Gabriel Campoverde Rosero

Cédula: 1724865181

Fecha: 4/03/2021



Paul Antonio Montalvo Rennella

Cédula: 1718815655

Fecha: 4/03/2021

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A

Yo **Jaime Ramiro Morejón Vallejo** declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo, **El movimiento musical indie en el Ecuador y sus prácticas comunicativas durante el confinamiento por la pandemia del COVID-19** realizado por **Pablo Gabriel Campoverde Rosero y Paul Antonio Montalvo Rennella**, obteniendo un trabajo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, marzo de 2021



Jaime Ramiro Morejón Vallejo

Cédula de identidad 1720575339

Carta de autorización

Quito, 26 de febrero de 2021


Ph.D.

Narcisa Medranda Morales

DIRECTOR/A DE CARRERA DE COMUNICACIÓN

Presente.-

Por medio de este presente hago constatar que los estudiantes Pablo Gabriel Campoverde Rosero con CI: 1724865181 y Paul Antonio Montalvo Rennella con CI: 1718815655, tiene la autorización correspondiente para hacer uso de la información que requieran de la página en Facebook Esto Es Eso y de la entrevista realizada el 4 de noviembre del 2020 para el desarrollo de su artículo académico.



**Luis Alberto Villamarín cantautor y compositor ecuatoriano de la banda Esto Es Eso y
Fundador de Despierta Latinoamérica**

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada en primer lugar a mi familia por ser un fuerte pilar en mi formación personal y académica, en segundo lugar, quiero dedicar el presente artículo a cada músico y artista ecuatoriano que trabaja por sostener sus proyectos musicales.

Pablo Campoverde

A mis padres que estuvieron siempre en el trayecto de mi vida apoyándome en todo mi crecimiento personal, educativo y profesional, a lo igual que toda mi familia que con sus palabras de aliento, hicieron que a pesar de la adversidad pueda encontrar el camino para seguir adelante. Quiero recalcar que este logro no es solo mío, sino también de todos ellos quienes siempre han sido motivo de superación.

Paul Montalvo

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro tutor Ramiro Morejón por guiarnos en nuestro trabajo de titulación, por su sabiduría e interés en el desarrollo y conclusión del mismo. También a los músicos que contribuyeron con nuestro artículo en especial a Luis Villamarín, a Jordan Naranjo y a Alex Alvear, y por último queremos agradecer a nuestra Carrera de Comunicación Social por el proceso de formación vivido.

Índice

Introducción.....	1
Aproximación teórica.....	5
Metodología.....	15
Resultados	21
Conclusiones	50
Referencias bibliográficas	56

Índice de tablas

Tabla 1 Tipo de contenido.....	16
Tabla 2 Encuesta.....	17
Tabla 1.1. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante abril de 2020	25
Tabla 1.2 Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante abril de 2020.....	27
Tabla 1.3. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante mayo de 2020.....	28
Tabla 1.4. Tipo de contenido publicado en la página de Jordan Rock durante mayo de 2020....	30
Tabla 1.5. Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante mayo de 2020	32
Tabla 1.6. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante junio de 2020	34
Tabla 1.7. Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante junio de 2020.....	36

Índice de gráficos

Gráfico 1 Frecuencia de los conciertos presenciales antes del COVID-19	46
Gráfico 2 Frecuencia de los conciertos online.....	46
Gráfico 3 Uso preferencial de las redes sociales	47
Gráfico 4 Personal especializado en el manejo de las redes sociales.....	47
Gráfico 5 Disponibilidad de un Fanpage que administre la actividad de los artistas.....	47
Gráfico 6 Tipo de contenido realizado en las redes sociales de los encuestados.....	48
Gráfico 7: Disponibilidad de equipos e instrumentos de los encuestados.....	48
Gráfico 8 Personal especializado para el diseño estético del proyecto de los artistas	49
Gráfico 9 Porcentaje de participación de los artistas en medios de comunicación.....	49

Índice de Anexos

Anexos	60
Anexo 1 Carta de autorización por Jordan Naranjo.....	60
Anexo 2 Carta de autorización por Alex Alvear.....	61
Anexo 3. Netnografía: Datos tomados el 8, 9 y 10 de septiembre del 2020.....	62
Anexo 4: Sorteo de las publicaciones de la página de Esto Es Eso	69
Anexo 5: Sorteo de las publicaciones de la página de Esto Es Eso	69
Anexo 6: Sorteo de las publicaciones de la página de Jordan Rock.	70
Anexo 7: Sorteo de las publicaciones de la página de Jordan Rock.	70
Anexo 8: Sorteo de las publicaciones de la página de Alex Alvear.....	71
Anexo 9: Sorteo de las publicaciones de la página de Alex Alvear.....	71
Anexo 10: Entrevista con Luis Villamarín realizada el 4 de noviembre del 2020	72
Anexo 11: Entrevista con Jordan Naranjo realizada el 9 de noviembre del 2020	103
Anexo 12: Entrevista con Alex Alvear realizada el 11 de noviembre del 2020	120
Anexo 13: Datos por artistas independientes afectados por medio de una encuesta.	132

Resumen

El movimiento de música independiente tiene su origen revolucionario en la creación de sellos discográficos pequeños que competían con al mercado discográfico multinacional, por lo general eran músicos de jazz quienes provenían de los pequeños sellos. En el contexto ecuatoriano el movimiento independiente permanece emergente, donde predomina la autogestión con la finalidad de sostener diversos proyectos aprovechando alternativas económicas como el trueque, y de esta forma crecer en comunidad.

Desde el modelo de Shannon y su complejidad se conoce el término *feedback* donde un receptor responde a su emisor, esta realidad que se puede reflejar a través de la experiencia de la navegación en redes sociales. Actualmente la comunicación humana es compleja, sus prácticas comunicativas varían según su contexto social y económico.

La pandemia por el COVID-19 obligó al mundo entero a confinarse, afectando al sector económico y cultural dejando atrás las aglomeraciones por eventos masivos. Esta situación afectó directamente a músicos y artistas independientes que usaban el espacio público para expresar sus obras, por lo que encontraron en el espacio virtual el sitio por excelencia para manejar sus gestiones y producciones. Desde la experiencia de tres músicos independientes (Luis Villamarín, Jordan Naranjo y Alex Alvear) se hará una reflexión en base a las anécdotas que enfrentaron, sus limitaciones y oportunidades durante la pandemia.

Palabras clave: Movimiento indie - COVID-19 - emergente - *feedback*

Abstract

The independent music movement has its revolutionary origin in the creation of small record labels that competed with the multinational record market, usually jazz musician's who came from small labels. In the Ecuadorian context, the independent movement remains emerging, where self-management predominates in order to sustain various projects taking advantage of economic alternatives such as barter, and thus grow as a community.

From Shannon's model and its complexity is known the term feedback where a receiver responds to its sender, this reality that can be reflected through the experience of navigation in social networks. At human communication is complex, its communicative practices vary according to their social and economic context.

The COVID-19 pandemic forced the whole world to confine itself, affecting the economic and cultural sector, leaving behind the agglomerations for massive events. This situation directly affected independent musicians and artists who used the public space to express their works, so they found in the virtual space the site par excellence to manage their efforts and productions. From the experience of three independent musicians (Luis Villamarín, Jordan Naranjo and Alex Alvear) a reflection will be made based on the anecdotes they faced, their limitations and opportunities during the pandemic.

Keywords: Indie movement- COVID-19 – emergent - feedback

Introducción

En la situación que el país y el mundo entero enfrentan por el COVID-19, obligando a las personas a transformar su realidad dentro de casa para salvaguardar su salud, artistas, productores y otros colaboradores inmersos dentro del movimiento musical Indie ecuatoriano, también se adaptan o buscan nuevas alternativas para publicar sus contenidos comunicativos y producciones musicales a través de plataformas virtuales. Dentro de las bandas y artistas del movimiento musical indie hay un determinado grupo con posibilidades de producir su música en casa; sin embargo, existen otros músicos que no cuentan con los recursos necesarios para producir, tanto económicos como tecnológicos, incluso formación académica para hacerlo.

El movimiento musical indie en Ecuador tiene como característica fundamental la autogestión de su producción comunicativa y musical. Dentro de este colectivo no existe una visualización mediática, dado que, los medios tradicionales hacen su trabajo como tal, en función de que la sociedad se mantenga informada mientras que estos grupos no han entrado en el marco para tener un espacio dentro de estos medios ya que no cuentan con una rentabilidad económica. A razón de ello recurren a los espacios digitales y comunitarios, donde tienen más apertura, es por esta razón que las bandas o músicos indie toman las redes sociales para crear su espacio de información referente a su trabajo musical.

El término indie proviene de la rama “independiente” y se lo puede aplicar en muchas raíces del entretenimiento, el mismo que hace referencia a creadores que no dependen de los lineamientos de una compañía. Un artista indie no depende de ninguna disquera, ellos forman parte, como todos, del auge del Internet y la evolución tecnológica para la producción musical, crean estudios caseros, usan redes sociales como ayuda para crear su

propia audiencia sin necesitar de la ayuda de una disquera o medio tradicional que fomente su trabajo.

Es importante aclararnos entonces, ya que existen al menos tres ámbitos de lo que se conoce como indie: 1) lo que concierne a la “independencia” con la que se elaboran ciertos productos culturales como música o películas; 2) lo indie como un subgénero musical del rock, el pop o la electrónica y, por último 3) lo indie como una cultura o estilo juvenil. (Espinosa Zepeda, 2009, p. 354)

En el presente se analizan las prácticas comunicativas de tres músicos y sus agrupaciones en redes sociales, específicamente Facebook, desde el mes de abril hasta junio del 2020, durante la pandemia que se vive en el Ecuador. Uno de ellos es Luis Villamarín, quien tiene una trayectoria musical de 14 años con su banda “Esto Es Eso”, obteniendo mucho apoyo por parte de los ecuatorianos y otros medios de comunicación tradicionales. El canal Teleamazonas hizo uso de su canción más popular Light it up dentro del programa de farándula En corto, siendo un artista indie ejemplo que ha logrado tener presencia en estos espacios. “Esto Es Eso es completamente "Ecuaforniano", reúne sonidos de la guitarra ecuatoriana con hip-hop, pop, rock, blues y reggae donde el Luis Alberto Villamarín, crea "pasillo-hop": música nostálgica ecuatoriana combinada con ritmos urbanos” (last.fm, 2009).

Por otro lado, está el músico indie Jordan Naranjo, o mejor conocido como “Jordan Rock” en redes sociales, él es parte de la banda quiteña “3VOL”, que tiene una trayectoria musical de 11 años y ha participado dentro de múltiples festivales musicales dentro del país, también tiene otro proyecto paralelo de punk llamado Perro pulga. “La banda quiteña 3VOL es un power trío que se define como Rock y Metal Fusión, realizaron su primera presentación en el año 2009 con Zak Icaza (batería), Steven López (guitarra/voz), Jordan Naranjo (bajo/voz) en su alineación” (3VOL, s.f.).

Por último, tenemos al músico indie Alex Alvear quien forma parte de la banda “Wañukta Tonic”, desde el 2014. Desde que empezaron con las composiciones de sus canciones no

les tomó mucho tiempo llegar a tener la atención de los ecuatorianos, por su presencia en muchos festivales como Verano de las Artes en Quito, la Fiesta de la Música 2017, Músicas del Mundo y, sobre todo, por su participación en el programa de YouTube Epicentro Arte, lo que los llevó a tener mayor interés de parte de la audiencia. “Wañukta Tonic es una banda que se ha ganado mucho cariño, sus canciones salieron el año pasado con composiciones inéditas, así como reversiones de pasillos y temas tradicionales como “Pobre Corazón” o “Avecilla”, un tema presentado por Epicentro Arte” (Radio Cocoa, 2016).

Este texto, cuyo objeto de estudio se enlaza con la pregunta ¿De qué forma llevan sus prácticas comunicativas de su trabajo musical durante el confinamiento? tiene un carácter interpretativo de las estrategias comunicativas dentro del área cultural y específicamente desde la música y sus nuevas dinámicas de exposición. Además, abre camino a un objeto de estudio clave para impulsar la alfabetización mediática y el progreso de la producción musical, donde la tecnología cumple un rol importante en este avance de la comunicación en los medios digitales, el salto de los sistemas analógicos hacia los digitales es la representación de un recurso democrático que se adapta a lo que demanda la sociedad en esta situación de pandemia.

Por esta razón, se tiene como objetivo general, identificar las estrategias comunicativas de diferentes actores del movimiento musical indie durante el confinamiento por la pandemia del COVID-19, además de cumplir los siguientes objetivos específicos: analizar el contenido de las prácticas comunicativas desde las plataformas virtuales por parte de diversos actores del movimiento musical indie, identificar la situación del movimiento indie durante el confinamiento y realizar un estudio netnográfico con base al análisis de las estrategias más efectivas de difundir indie en los entornos digitales.

La música es una expresión cultural industrializada en los países de primer mundo; sin embargo, en Ecuador no existe una industria musical, por lo que los músicos se encargan de impulsar su desarrollo industrial de forma independiente, fomentando la autogestión.

“La industria musical en nuestro país es muy complicada principalmente porque los artistas no reciben una paga fija, y la música independiente se vuelve más difícil de difundir porque no es de gusto comercial” (Pazmiño Carrera & Pina León, 2016, p. 39).

Por otra parte, para evitar la propagación del virus, el Gobierno Nacional ordenó suspender todo evento masivo con aglomeración de personas, eso incluye conciertos y festivales culturales donde la música era el principal anfitrión; sin embargo, varios artistas han construido espacios virtuales para mantener la actividad musical y cumplir con las restricciones impuestas por el gobierno. En este sentido, la presente investigación busca esclarecer las estrategias comunicacionales establecidas por los músicos, Luis Villamarín de Esto es eso, Jordan Naranjo de 3VOL, y Alex Alvear de Wañukta Tonic en entornos digitales, específicamente en Facebook, como un aporte cultural y educativo a la sociedad. No solamente son los conciertos en vivo, sino también las formas que la gente pueda aprender desde casa y que no se pierda la bella costumbre de consumir la música nacional.

Aproximación teórica

Comunicación: Un acto primordial

Cuando se menciona que la comunicación es un acto primordial, con solo el reflexionar de aquella premisa, se lo relaciona con la cercanía de la cotidianidad al margen del uso de dispositivos electrónicos para la comunicación global. Para comprender el contexto actual, es fundamental tener conocimiento del surgimiento de las escuelas que enfocaron sus estudios desde los procesos de comunicación.

La escuela de Chicago posee un reconocimiento internacional en la comunicación ya que abarca a la sociedad de masas que ya convive con los mass media y las tecnologías, pues habla de la comunicación como un acto de funcionalismo comprensivo.

“El funcionalismo sociológico tiene como objeto privilegiado a la sociedad en su totalidad, es una teorización sobre la sociedad en general como un objeto de composición grande” (Galindo Castro, 2007, p. 269).

Hoy en día, desde la cultura y de forma particular los movimientos musicales usan a los medios de comunicación como un medio de articulación para poder llegar a los ciudadanos cumpliendo un rol funcionalista.

Galeano (1997) afirma: “verdaderamente no ha existido nunca una teoría de la comunicación. Lo que tenemos es un sinnúmero de resultados de investigaciones aglutinados bajo el indefinido nombre de Teoría de la Comunicación” (p.1).

Si bien la aguja hipodérmica es un modelo simple enfocado hacia un estímulo y una respuesta (E-R), algunos aportes del artículo de Galeano (1997) demostraban que la comunicación humana responde de forma compleja hacia aquellos estímulos, por ello manifiesta su modelo considerado lineal enfocado hacia un estímulo, organismo y

respuesta (E-O-R) presentando su interrogante: ¿Quién dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto?

“Casi contemporáneo a Laswell, en 1948 Shannon y Weaver presentan una teoría matemática de la comunicación, se trata de una teoría de la información pensada desde la función de la cibernética, refiriéndose al estudio del funcionamiento de las máquinas electrónicas” (Galeano, 1997, p.5).

El modelo de Shannon se explica mediante un sistema de cinco elementos: fuente, transmisor, canal, receptor y destino. También incluye al ruido como una perturbación que puede ser técnica o no técnica. A pesar de ser un modelo con más amplitud y complejidad sigue siendo un modelo lineal, aunque cabe mencionar que desde entonces dentro del vocabulario de la comunicación surgieron nuevos conceptos como: redundancia, entropía, *feedback*, *bit*, etc.

Años después, los estudios culturales críticos se encuentran en la Escuela de Birmingham, inician con la idea de que los mensajes de los medios de difusión son más polisémicos y tienen más posibles interpretaciones de lo que se puede presuponer. Por eso, hay que ver que los diversos grupos sociales desarrollan diferentes sistemas de interpretación de la cultura de masas, la música usa mensajes en cada letra que escriben y se las pueden interpretar de distintas formas, como lo mencionan los estudios culturales críticos.

A partir de la teoría de los problemas humanos se puede deducir que es imposible no comunicar dentro de la sociedad, las actividades cotidianas (educación, trabajo, ocio, etc.) presentan un modelo común que imposibilita la visibilización de los casos aislados donde se derivan otras dinámicas y por ende aparecen otros problemas, es importante comprender el panorama que presentan estas minorías para posibilitar la democratización del desarrollo.

“Gerhard Maletzke en 1963 elaboró un modelo con factores individuales al modelo de sistema social. Su modelo muestra más bien interacciones complejas entre las partes del proceso de comunicación” (Galeano, 1997, p.10).

La comunicación humana es compleja, en la actualidad el receptor es participe del *feedback*, es decir de la retroalimentación de la información, las condiciones de interacción de un mensaje permiten la formación de nuevos interlocutores. Las prácticas comunicativas son manifestaciones de las personas con respecto a la capacidad de la perspectiva unidireccional de la comunicación que guarda relación con la comunicación participativa, popular, alternativa o para el desarrollo y el cambio social, a partir del análisis y la sistematización.

El uso de la tecnología y desarrollo

La capacidad que las tecnologías han evidenciado en aspectos como la difundir de información han dado pie a la idea de incorporar estos recursos a los procesos de formación, producción informativa y musical, sobre todo en tiempos de pandemia debido al COVID-19, donde la sociedad debe adaptarse a una normalidad que implica el uso del Internet y de las tecnologías ya sea por trabajo o estudio.

Las personas deben incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación como una herramienta necesaria para realizar las actividades del día a día que antes de la pandemia se hacían de manera presencial. Es aquí donde el reto actual de la sociedad es que las personas establezcan mayor relación con la tecnología, motivando a procesos de alfabetización y acceso al Internet. “Las TIC facilitan múltiples aspectos de nuestra vida, esto incluye la difusión de información. el comportamiento social, las prácticas económicas y empresariales, el compromiso político, los medios de comunicación, la educación y la salud, el ocio y el entretenimiento” (Dubois & Cortés, 2005, p.6).

La incorporación del Internet modificó nuestras prácticas comunicativas, que ya no están determinadas por el tiempo y el espacio, incluso pueden ser permanentes.

Una de las razones que podemos asimilar es de cómo la enseñanza ha obtenido impacto desde la adquisición de las TIC para crear un ambiente de educación digitalizado con mayor enfoque al desarrollo de conocimientos con capacidad a distancia. “Actualmente no se habla de medios de comunicación, sino de difusión, fomentando el proceso interactivo involucrando a los medios tradicionales y a los espacios virtuales, donde se destacan las redes sociales con sus mecanismos tecnológicos de interacción entre personas” (Hütt, 2012, p.122-123).

En tiempos de COVID-19, las personas deben salvaguardar su salud, la pandemia obliga a tener que realizar sus actividades diarias dentro de casa por lo que recurren más al uso de las tecnologías y el Internet, ya que se convierten en los medios para facilitar no solamente la educación y otras áreas de primera instancia como el empleo y la compra de alimentos, sino que permite administrar diferentes áreas de la humanidad, ya sea un emprendimiento o un proyecto que necesita un proceso de difusión, puesto que, al afianzar una comunidad de seguidores, permite crear un ambiente que lleva a distintos tipos de interacción que generan diversas conversaciones fomentando de esta manera la práctica comunicativa.

Indie (Historia, abordaje en el Ecuador)

El movimiento de música indie se deriva de la intención de producir música de forma independiente, que se llevó a cabo en los años 20 por parte de discográficas pequeñas de blues y del jazz, que desafiaban a la producción de las discográficas multinacionales.

Su origen tiene lugar en los años 20 cuando las “multis” o “majors” (las grandes discográficas estadounidenses) fueron desafiadas por pequeñas discográficas “independientes”. Éstas, se especializaron en el mercado de blues y jazz. Finalmente debido a la crisis de finales de los años 20 desaparecieron o fueron absorbidas por una de las grandes. (todo INDIE, 2020)

Al finalizar la década, algunas discográficas independientes quedaron en bancarrota y otras fueron absorbidas por empresas más grandes a causa de la crisis económica por la caída de la bolsa. En la década de los 50, las discográficas independientes no eran capaces de competir con las grandes discográficas, sumado a que la Sociedad Americana de Compositores, Autores y Editores (ASCAP) permitió que se prohiba la difusión de música proveniente de sellos independientes en las radios, esto hizo que aparezcan “radios piratas” que emitían blues y jazz. “El concepto de música indie en un principio se limitaba a ser descrito como aquella que provenía de sellos discográficos pequeños, luego su concepto se trasladó hacía unos modos de producción particulares asociadas a la democratización musical” (Con2Bemoles Radio, 2017).

El Rockabilly toma popularidad en Estados Unidos y el resto de los continentes en los años 50 y a mediados de la década ya se interpretaba un derivado del Rock and Roll en Latinoamérica, y ya en la década de los 60, con el crecimiento de la industria musical que se posicionaba, aparecen los primeros festivales de rock. “En septiembre de 1969, en el desaparecido Anfiteatro Municipal Rio de la Plata se realiza el primer festival de Música beat y pop, con las actuaciones de bandas como: Almendra, La Barra de Chocolate, Los Mentales, entre otros” (Mapa del Rock, 2019).

En los años 70, en Argentina empezó un movimiento en evolución protagonizado por jóvenes músicos que se manifestaron por medio de la música ante situaciones difíciles en medio de conflictos políticos, resaltando entre ellos Charly García y Luis Alberto Spinetta, este movimiento se extendió por toda Latinoamérica.

En Ecuador y Latinoamérica en general, a partir de los 70 se formaron varias bandas con la influencia del rock británico y de las primeras bandas de rock en Latinoamérica. En el artículo “El Rock Quiteño 40 años bajo el volcán” del canal virtual de música

independiente (Plan Arteria, 2014) menciona que el 11 de marzo de 1972 se produjo el Primer Festival de Música Moderna en la Concha Acústica del sector La Villaflora. Ramiro “El Negro” Acosta y su banda La Tribu organizaron este festival inspirados en el Festival de Woodstock, en una época donde la mayoría de bandas provenían de distintos colegios religiosos de la ciudad. En este artículo se mencionan algunos hechos destacados dentro de la historia del rock ecuatoriano por mencionar algunos:

- En 1980, la banda Mozzarella produce “In Vitro” el primer disco Lp de la historia del rock ecuatoriano.
- En 1987 en la Concha Acústica de La Villaflora se realiza el concierto Rock por la Vida y por la Paz.
- En 1989 se realizó el concurso internacional Mtv Ecuador, donde participaron bandas principalmente de Quito y Guayaquil y en ese mismo año se transmitió el tema Sin ti (Chiro de amor) de la banda Clip. Fue el primer videoclip ecuatoriano de la cadena internacional.

A inicio de los 90 surgen bandas y artistas solistas con una apuesta comercial a la par de la corriente pop/rock y alcanzaron un despliegue internacional, donde destacaban: Tranzas, Tercer Mundo, Pamela Cortés, AU-D mientras que de forma menos visible empieza a formarse el movimiento underground que se conformaba por bandas de rock y metal. “La música independiente en Ecuador aún es emergente y ha tenido un serio desfase con sus equivalentes en otros países del mundo. Originalmente se configuró a través del trabajo comunitario y grupal colaborativo” (Arias, 2016, p. 1).

La industria musical es generalmente visualizada por la sociedad mediante productos y actos artísticos que consiste en mostrar expresiones e ideologías acompañadas con melodías que se distinguen por género y que mucha gente se complace al consumirlas.

Sin embargo, en Ecuador esta industria se fomenta de manera que la gente puede consumirla y apoyarla no con un nivel global sino nacional, es aquí donde entran los pequeños grupos o cantautores que viven su realidad aislada sin ningún apoyo de alguna industria musical, mediante este panorama se puede comprender las bases que conformaron el movimiento indie ecuatoriano.

Festivales independientes en Ecuador

La formación de bandas como Cruks en Karnak, Esto Es Eso, Mamá Vudú, Sal y Mileto, Basca, Bajo Sueños, etc. Fueron claves para el crecimiento del movimiento indie a finales de los 90 y en la primera década del 2000, donde cada vez los festivales independientes ocupaban un evidente protagonismo en la escena musical del país.

El sábado 12 de febrero de 1999 se realizó el emblemático festival “Rock desde el Volcán” dentro del cráter del volcán Pululahua, con la participación de bandas nacionales e internacionales. Según el blog personal de Riccardo Perotti (s.f.), creador del festival, algunas de las bandas locales que se presentaron fueron: Hittar Cuesta, Basca, Jaime Guevara , Cruks en Karnak, El Retorno de Exxon Valdez, La Grupa, Mama Vudu, Caceria de Lagartos, Sal y Mileto, mientras que en representación de las bandas internacionales las más destacadas fueron: Fabiana Cantilo (Argentina), Aterciopelados (Colombia), Mezcal (Perú), Pedro Aznar (Argentina), Babasonicos (Argentina), Los de Adentro (Colombia), La Ley (Chile), La Liga del Sueño (Perú), Vague (Inglaterra), Virus (Argentina), entre otras.

En el año 2003 se crea la primera edición del “Quito Fest”, con la presentación de Guardarraya, El Retorno de Exxon Valdez, Can Can, Mamá Vudú, Rocola Bacalao, Tanque, Kid Cósmico, Lablú, Mortero, Muscaria y Sudakaya. El festival expuso a

diversos artistas y grupos, logrando que cada año se presenten nuevas propuestas tanto nacionales como internacionales.

Hoy en día, en el país existen algunos festivales de música independiente por mencionar algunos: El Festivalff (Ambato), Rotofest (Cuenca), The Beerfest (Guayaquil), Funka Fest (Guayaquil), El Carpazo (Quito), etc. Algunos de estos eventos nacen con la iniciativa de eliminar la costumbre de la gratuidad de los conciertos musicales en el país y de difundir el trabajo de los músicos independientes ecuatorianos. Por poner un ejemplo: El Carpazo nació por la necesidad de tener espacios donde tocar. Rocola Bacalao y Sudakaya se juntaron después de haber toureado por Europa, y quisieron replicar la onda circense de uno de los festivales donde tocaron” (Radio Cocoa, 2016)

Con la tendencia del uso de plataformas virtuales y redes sociales nacen algunas organizaciones, con la finalidad de presentar artistas y grupos de música independiente desde un formato audiovisual, entre las más destacadas encontramos a Epicentro Arte en vivo, Radio Cocoa y Sesiones al Parque, que han puesto en escena a bandas indie como Los NIN que rescatan la lengua Kichwa y critican a la sociedad, Cementerio de Elefantes que con su cover Palomita Cuculí revive el San Juanito para las nuevas generaciones y Los Corrientes con su tema Soy Chiro presentan de forma satírica la pobreza del país.

“La música independiente se convirtió en un medio de comunicación legítimo y veraz; gracias a muchas bandas, la juventud se ha informado de realidades que nos han sido ocultas” (Maldonado & Obando, 2014, párr.5).

La música indie en Ecuador no se forma en un contexto comercial sino cultural y musical con una vocación de carácter amateur, ligada a la búsqueda de un sonido diferente a lo que habitualmente se escucha en las radios con artistas pertenecientes a grandes discográficas.

Indie, comunicación y tecnología: relación con la situación del COVID-19

En el Ecuador se vive una nueva normalidad a causa del COVID-19, las personas dependen mucho ahora de las nuevas tecnologías y del Internet para realizar distintas actividades que hacían antes de la pandemia como su trabajo, estudios, etc.

Según la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de Ecuador (Asetel) y la Asociación de Empresas Proveedoras de Internet, Valor Agregado, Portadores y Tecnologías de Información (Aeprovi), en Ecuador se observó un crecimiento del 30% en la demanda de servicios de internet durante los últimos meses. (El Universo, 2020)

Al tener la necesidad de generar ingresos desde casa, producto del confinamiento de los primeros meses y las limitaciones de movilidad posteriores, los músicos del movimiento indie buscan nuevas alternativas para difundir su trabajo y una de estas es la comunicación por el Internet, usando las nuevas tecnologías para hacer lo que más les gusta: la música; sin embargo, hay que considerar que existen músicos que no disponen de Internet en sus hogares.

De acuerdo con las últimas estadísticas disponibles, la penetración de Internet en América Latina es 68,66%. Este valor revela de por sí el primer obstáculo para afrontar el COVID-19 mediante el uso de tecnologías digitales. La marginalización de 32% de la población en el uso de Internet excluye una porción importante de los habitantes de la posibilidad de acceder a servicios que pueden reemplazar algunas actividades que requieren habitualmente el contacto físico. (Katz, Jung, & Callorda, 2020, p. 17)

Los músicos indie también deben adaptarse a la nueva realidad; sin embargo, no cuentan con los recursos para hacerlo. Antes de la pandemia, su trabajo consistía en agruparse y tener reuniones con gestores culturales u otros músicos para buscar espacios donde difundir su trabajo y obtener recursos económicos.

Sabemos que para los músicos indie el apoyo de los mismos integrantes del movimiento es indispensable, puesto que lograr que en el Ecuador lleguen a tener un apoyo por alguna industria musical o un medio de comunicación nacional se hace sumamente complicado. Su participación cultural es lo que ha llevado a caracterizarse y posicionarse como un

movimiento masivo de músicos independiente que acoplan un estilo único y clasificado como amateur.

La comunicación y la música se enlazan haciendo uso de la tecnología como un canal importante que permite producir y visibilizar proyectos musicales en los medios digitales, ya que aumentan las posibilidades de difusión desde diversos formatos, por ello se puede decir que el siglo XXI no solamente debe considerarse como una sociedad ligada a la información, sino que también una sociedad de la formación digitalizada y de la interacción desde las practicas comunicativas; es decir, las expresiones de los artistas en sus redes sociales, específicamente Facebook, con el fin de llegar de manera directa a sus audiencias, sin necesidad de intermediarios, así como poder establecer diálogo con los mismos.

Metodología

El artículo académico se encuentra bajo el claustro de Teorías de la Comunicación, en el eje temático de Narrativa transmedia/crossmedia: en esta temática se puede realizar un análisis de las construcciones culturales en el ciberespacio a partir de teorías contemporáneas de la comunicación. Se analizan las TIC y la construcción de nuevas narrativas en diferentes plataformas y redes sociales acerca de las representaciones de toda índole. Lo que lleva al entendimiento y ejecución de las prácticas comunicativas por los artistas del movimiento musical indie durante la pandemia del COVID-19 dentro de las redes sociales y el tipo de contenido que utilizan.

Este artículo se basa en la investigación exploratoria debido a que permite “examinar o explorar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado nunca antes. Por lo tanto, sirve para familiarizarse con circunstancias relativamente desconocidas, poco estudiadas o novedosas” (Cazau, 2006, p. 26). El presente artículo académico es del tipo de investigación no experimental porque no se está manipulando el objeto, simplemente lo estamos observando y describiendo. El enfoque de este estudio es de carácter mixto: cuantitativo y cualitativo.

Mediante el enfoque cuantitativo por la “confiabilidad externa diseñando los ítems del cuestionario o entrevista de modo claro y ordenado de manera que no generen “respuestas patrón”” (Barrantes, 2010, p. 68). Se hace un estudio netnográfico o etnografía digital de las actividades de los actores del movimiento musical indie en la red social Facebook por lo que es necesario aplicar una matriz de observación y que contenga parámetros para reunir características como el tipo de contenido que es compartido por ellos, así mismo identificar el más manejado y el que generó mayor impacto entre sus seguidores, desde el mes de mayo hasta junio del 2020, “la netnografía se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales. El método

deviene de la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio” (Turpo Gebera & Osbaldo Washington, 2008), para observar el nivel de alcance comunicativo de los músicos durante la pandemia. Los indicadores que se tomarán son los siguientes:

Tabla 1 Tipo de contenido

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	
Visual	
Texto	

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Ya que, Facebook permite la publicación de diferentes tipos de contenidos, es de vital importancia analizar con cuál de ellos reciben más interacción por parte de los usuarios y de esta manera determinar cual posibilita una mayor visibilidad para el artista.

También, se recurre al enfoque cualitativo porque “todos los escenarios y personas son dignos de estudio. Ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial como para ser estudiado” (Taylor & Bodgan, 2009) por ello se realiza una entrevista semi estructurada que forma parte de una técnica de investigación, hacia los tres músicos mencionados anteriormente para realizar un estudio comparativo. La entrevista semi estructurada “presentan un mayor grado de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados” (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2003). Además, se realiza una revisión bibliografía para entender ¿Qué es la comunicación? ¿Qué es el indie? y sobre todo entender el uso alternativo de la tecnología, así como también a los artistas del movimiento musical indie que permita comprender sus prácticas comunicativas para la producción musical en la red social Facebook por la vinculación que establece con otras

plataformas, el nivel de interacción unilateral con sus usuarios y la popularidad que la distingue de otras redes. Del Alcazar (2021) afirma que “14,25 millones de usuarios con acceso a Internet de los cuales 14 millones están en propiedades de Facebook Inc y 10,5 en propiedades de Alphabet (Google)” siendo una cifra descomunal y que la hace la red social con mayor número de usuarios en Ecuador.

Para apoyar esta metodología se toma la técnica de la encuesta que “es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (Casas Anguita, Repullo Labrador, & Donado Campos, 2007, p. 143). Dentro de la encuesta se trabaja sobre un muestreo probabilístico, donde cualquier persona puede acceder o participar. Para la construcción de la encuesta hemos tomado en cuenta el siguiente cuestionario de opción múltiple y con una pregunta abierta:

Tabla 2 Encuesta

Preguntas	Opciones	Señale su respuesta
¿Cuál es tu edad?	Menor de 18 años	
	18-21	
	22-25	
	26-30	
	Mayor de 30 años	
¿En qué provincia o ciudad resides?	(Escriba su respuesta)	
¿Tienes formación académica en...?	Música	
	Marketing	
	Producción audiovisual	
	No tengo formación académica	
¿Qué género musical interpretas?	Rock/Alternativo	
	Metal	
	Folk	
	Punk	
	Pop	

	Indie	
	Fusión	
	Cumbia	
	Ska	
	Hip Hop/ Rap	
	Jazz	
	Funk	
	Experimental	
¿Te consideras un músico o artista independiente?	Si	
	No	
	Tal vez	
¿Dispones de equipos e instrumentos propios?	Si	
	No	
	Algunos	
	Solamente equipos	
	Solamente instrumentos	
	Los rento	
¿Cuántos conciertos realizabas antes de la pandemia?	Una vez al mes	
	Dos veces al mes	
	Más de dos veces al mes	
	Tres veces al año	
	Mas de tres veces al año	
¿Cuántos conciertos en línea has realizado durante la pandemia?	1	
	2	
	3	
	Más de 3	
	Ninguno	
¿Tienes pensado realizar conciertos presenciales en vista de la disminución de restricciones?	Si	
	No	
	Tal vez	
¿Qué redes sociales o plataformas virtuales usas?	Facebook	
	Instagram	
	YouTube	
	Tik Tok	
	Twitter	
	Spotify	
	SoundCloud	
¿Existe una persona encargada al manejo de sus redes sociales?	Si	
	No	

¿Tienes un perfil o Fanpage en redes sociales de tu proyecto musical?	Si	
	No	
¿Qué tipo de contenido realizas en tus redes sociales para difundir tu trabajo musical?	Contenido audiovisual	
	Contenido visual	
	Contenido textual	
	Contenido interactivo	
	Todas las anteriores	
¿Quién realiza sus fotos y diseños?	Yo	
	Otro miembro de mi grupo	
	Nuestro diseñador personal	
¿Con cuanta frecuencia publicas tu contenido?	1 vez por día	
	Más de una vez por día	
	3 veces por semana	
	Más de 3 veces por semana	
	Menos de 3 veces por semana	
	Cuando es un aviso importante	
¿Has grabado en un estudio profesional?	Sí	
	No	
¿Has participado en algún medio de comunicación?	Radio	
	Televisión	
	Medios de comunicación digitales	
	Prensa	
	Nunca	

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Esta encuesta permite hacer un análisis a diversos músicos pertenecientes al movimiento independiente, obteniendo información partiendo desde sus vivencias antes y después de la pandemia del COVID-19.

Mediante el paradigma interpretativo se puede determinar diversos contextos que se relacionan entre sí, por esta razón se contrastará la perspectiva de los tres casos de estudio obtenida desde la entrevista y el estudio netnográfico con la experiencia que nos brindarán las personas encuestadas, donde se pretende obtener información con respecto a su situación como músicos emergentes, sus enfrentamientos, sus oportunidades, sus prácticas comunicativas y su identidad como miembros del movimiento independiente ecuatoriano. “Estos planteamientos proceden fundamentalmente de la antropología, la etnografía, el interaccionismo simbólico, etc. Varias perspectivas y corrientes han contribuido al desarrollo de esta nueva era, cuyos presupuestos coinciden con lo llamado paradigma hermenéutico, interpretativo-simbólico o fenomenológico” (Pérez, 2004, p.26).

La fenomenología está ligada al plan de este estudio ya que se busca los aspectos esenciales y no esenciales dentro de las prácticas comunicativas que manejan los artistas del movimiento musical indie, el impacto que reside desde el origen de su contenido y el material. Por esta razón, la netnografía nos posibilita una mirada superficial de lo que se puede visualizar desde su actividad en las redes sociales y que complementará con las experiencias que en forma de anécdotas serán presentadas a través de las entrevistas.

Resultados

Luis Villamarín (Esto Es Eso)

Luis Villamarín, cantautor y compositor ecuatoriano, quien forma parte de la banda Esto Es Eso, tiene una trayectoria musical de 14 años (2006), es mayormente conocido por los ecuatorianos por su tema Light it up, incluso por los medios de comunicación nacionales, a cierto punto de llegar a tener la atención del canal internacional MTV.

Con influencias del hip hop estadounidense, Luis Villamarín y Max Epstein (miembros originales) crearon Esto Es Eso y lanzaron al mercado Ecuafornia, disco con el que obtuvieron gran aceptación nacional e internacional. En el 2008 fueron reconocidos por la revista Rolling Stones en español, y estuvieron nominados a los premios MTV a la música. La canción Light it up llegó al puesto 1 en el programa Los 10 más pedidos, de ese canal. (El Universo, 2010)

Esto Es Eso se ha ganado el cariño de los ecuatorianos, al ser una banda independiente y sin ningún apoyo de una disquera ha logrado la atención de los medios de comunicación como ningún otro indie.

Luis Villamarín no solamente se dedica a la producción musical, se lo conoce también como un comunicador dentro de la red social Facebook, quien es dueño de la página llamada Despierta Latinoamérica. Aquí es donde mayormente se puede visualizar su trabajo como músico y comunicador. Durante la pandemia, Luis Villamarín desde su página mantiene una actividad diaria de alrededor de 10 o más publicaciones sobre información actualizada nacional e internacional, así como también entrevistas en vivo y promociones de nuevo material musical destinado a ser transmitido por sus redes sociales.

Luis Villamarín además de contar con una página de Facebook como Despierta Latinoamérica¹ y Esto Es Eso², cuenta también con un canal de YouTube llamado Esto es Eso Banda³, donde promueve su trabajo musical actualizado, su más reciente

¹ Despierta Latinoamérica. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3qXFykK>

² Esto Es Eso. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3uzU4kD>

³ Esto es Eso Banda. (2017). Inicio [Canal de YouTube]. YouTube. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3ss49OJ>

proyecto musical es el videoclip Oh Mama Esto Es Eso 2020, que hasta el 18 de junio del 2020 contaba con 1.392 reproducciones⁴.

Luis Villamarín ha sido uno de los artistas con mayor actividad dentro de los medios digitales durante el tiempo del confinamiento, ya que cuenta con los recursos para la producción en casa y el acceso para publicar y transmitir en redes sociales.

Jordan Naranjo (3VOL)

Jordan Naranjo es un artista musical que pertenece a la banda quiteña 3VOL desde el año 2009 como bajista y vocalista, la agrupación conformada por tres artistas fusionan el rock con otros géneros y en especial ritmos ecuatorianos.

Jordan Naranjo junto con 3VOL ha participado de múltiples festivales musicales a nivel nacional como son Semana del Rock, Fiesta de la Música y Concha Acústica.

Realizan varias presentaciones promocionando la producción del mismo y son invitados a pertenecer al cartel FESTIVALFFF 2012 - Ambato. Luego se integran a la productora "Estruendosis" (Sal y Mileto, Ente, entre otros) y a finales del mismo año lanzan su primer vídeo clip oficial del sencillo "De mi vista locura" de la mano de Pogo Records y Kunsfotografie. (Amino, s.f.)

Sin duda una banda independiente que es reconocida por la audiencia y que lleva una trayectoria musical muy extensa. Durante la cuarenta debido al COVID-19, Jordan Naranjo sigue trabajando con sus compañeros de 3VOL, se mantiene comunicado con sus seguidores por medio de su página personal en Facebook denominada Jordan Rock⁵ quien con frecuencia publica covers y otras composiciones que ha hecho en el tiempo que ha tenido que pasar en casa. Su último proyecto es el cover What's The Use? de Mac Miller, que se lo puede ver dentro de su página principal del artista con más de 750 reproducciones hasta el 18 de junio del 2020.

⁴ Esto es esa Banda. (2017). Videoclip [Oh Mama Esto es Eso 2020]. YouTube. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <https://bit.ly/2ZRiisF>

⁵ Jordan Rock. (s.f.) Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/2OarkOF>

Alex Alvear (Wañukta Tonic)

Alex Alvear nació en Quito- Ecuador, es un compositor, arreglista, bajista y cantante con una carrera musical de más de 37 años. Reconocido por abundantes actuaciones en festivales de Jazz, Folklore y World Music a nivel nacional e internacional.

Además de numerosos reconocimientos obtenidos a nivel regional tales como varias nominaciones al Boston Music Awards, ganador de la categoría “Mejor Agrupación de World Music” del Boston Phoenix en 2002, nominado a “Lo Mejor de Boston” por el diario El Planeta en 2009, Alvear participó en discos nominados a los premios Grammy en 2005 con Paquito D’Rivera y en el 2009 con Gonzalo Grau y La Clave Secreta. (last.fm, 2013)

Un artista con gran talento y reconocimiento se ve involucrado dentro del movimiento musical indie nacional e internacional, un promotor que ha apoyado a la música independiente y que ha trabajado con varios artistas durante su carrera, creando nuevas composiciones mezclando distintos géneros de la música. Actualmente se encuentra dentro de la agrupación Wañukta Tonic.

“Esta propuesta, encabezada por el artista ecuatoriano Álex Alvear, explora una diversidad de géneros que incluyen rock, funk, jazz, blues y reggae, así como interpretaciones basadas en los ritmos de Ecuador” (El Comercio, 2017).

Durante la pandemia, Alex Alvear se mantiene activo con su comunidad por medio de las redes sociales. Cuenta con una página personal en Facebook llamada Alex Alvear⁶, quien frecuentemente hace saber a sus seguidores del trabajo con su banda Wañukta Tonic. Por lo visto no se alejó de su trabajo de producción musical, uno de sus proyectos más destacables es El caballito azul, cantado con niños y niñas (versión en cuarentena), que cuenta con más de 4,300 reproducciones en su canal de YouTube Alex Alvear Music⁷ hasta el 18 de junio del 2020.

⁶ Alex Alvear. (s.f.) Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/2O2Zqo0>

⁷Alex Alvear Music. (s.f.) Inicio [Canal de YouTube]. YouTube. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3knjwp7>

Alvear es un músico indie que mientras dure la cuarentena aprovecha de los recursos que tiene en posesión y con las redes sociales puede seguir transmitiendo su trabajo musical.

Análisis de las páginas y su contenido en Facebook de los artistas indie

Abril, primer mes del análisis

Durante el mes de abril, el contenido de Luis Villamarín y su página Esto Es Eso con 46.464 seguidores revisado del 8 al 10 de septiembre del 2020, revelaba una publicación del videoclip del tema Light it up producido en el 2005, el cual fue publicado el jueves 23 de abril del 2020 a las 4:35 de la tarde, logró obtener 1.921 reacciones y 910 compartidas hasta el 10 de septiembre del 2020, siendo el contenido con más impacto por la página de Esto Es Eso durante todo abril, el videoclip⁸ publicado lleva una descripción con lo siguiente:

Light it up! La canción insigne de Esto Es Eso, creada en el 2005, ante el primer momento de sosiego cuando el disco ya fue terminando. ¡Fue el último tema en grabarse de Ecuafornia, y el primer tema que salió oficialmente de E3!

Dirección. L. Villamarín

Producción. L. Villamarín, Regis Cornudet

Guitarra. Pablo Estrella

Beats. R. Cornudet (Esto Es Eso, 2020)

Luis Villamarín, durante todo el mes de abril del 2020, tiene un total de 94 publicaciones de las cuales el contenido audiovisual es el más publicado. Todo el contenido del mes de abril se clasificó de la siguiente manera:

⁸Esto Es Eso. (s.f.) Videos [Videoclip]. Facebook. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3i2f79L>

Tabla 1.1. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante abril de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	36 videos nativos
	4 videos publicados de YouTube
	24 transmisiones en vivo desde la página en Facebook Despierta Latinoamérica
	1 transmisión en vivo compartido desde el perfil personal en Facebook de Luis Villamarín.
	1 video de YouTube compartido de otra cuenta
	1 video compartido de la Fundación Alas de Colibrí con podcast de Luis Villamarín.
Visual	5 capturas de pantalla
	16 imágenes subidas
	5 fotos
Textual	1 publicación donde detalla una invitación a una transmisión en vivo por Instagram

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Los siguientes datos se reflejan una alta interactividad en respuesta del contenido publicado.

En la página Jordan Rock de Jordan Naranjo, que cuenta con 545 seguidores revisada del 8 al 10 de septiembre del 2020, se encontró que no ha hecho uso de esta cuenta durante

todo abril del 2020; sin embargo, se aprecia que la última modificación la hizo en enero de dicho año, donde habría cambiado su foto de perfil de página.

Por su parte, en la página personal de Alex Alvear con 7.015 seguidores la cual fue revisada del 8 al 10 de septiembre del 2020, se pudo encontrar una publicación de carácter visual, relacionada con una captura de pantalla de Instagram de una historia de *tatequietofest*⁹, indicando una cartelera para un concierto desde casa. La misma fue publicada el jueves 2 de abril del 2020 a las 1:02 de la tarde. Esta captura de pantalla logró obtener 67 reacciones y 9 compartidas en lo que se pudo realizar la toma de datos del 8 al 10 de septiembre del 2020, siendo la de más impacto en reacciones durante abril del 2020, en ella además se describe lo siguiente:

“El sábado estaré en el *@tatequietofest* desde mi casita tocando un poco para acompañarnos y entretenernos. Feliz de que mi anfitrión sea mi hermano frailejón *@rogerycaza*. El cartel está buenísimo así que conecten para saludarnos. Abrazos, familia!!!” (Alex Alvear, 2020).

Mientras que su publicación con más impacto en materia de contenido compartido es un video cover de la canción “Kikilla” del autor Manual Pilco Asqui¹⁰, interpretado por su nieta Mariela Condo, compartido desde el perfil personal de Willan Farinango en Facebook. Esta fue publicada el jueves 9 de abril del 2020 a las 10:13 de la mañana. Con 60 reacciones y 15 compartidas, en la misma describe Alvear:

“Belleza!! *@ Mariela Condo y Willan Farinango*” (Alex Alvear, 2020).

⁹ Alex Alvear. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/38CIVlj>

¹⁰ Alex Alvear. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3bwfFnd>

Una vez analizadas las publicaciones mencionadas en la página de Alex Alvear, el contenido más frecuentado es de carácter audiovisual. A continuación, una gráfica que muestra todo su contenido publicado en el mes de abril del 2020, alcanzando un total de 16 publicaciones, mismas que se las clasificó de la siguiente manera:

Tabla 1.2 Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante abril de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	3 videos de YouTube
	1 video compartido de otro usuario
	2 videos de YouTube de otro
	1 compartido de la página Wañukta Tonic/ YouTube “Alex Alvear”
Visual	4 compartidas de otros
	1 captura de pantalla
	1 imagen subida por él
Textual	1 cuestionario
	2 textos compartidos de otro usuario.

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Alex Alvear integra diferentes contenidos a través de su página de Facebook. Visibilizando el trabajo su propio trabajo y de otros artistas.

Mayo, segundo mes de análisis

Durante mayo del 2020, el contenido con más impacto por reacciones y compartidas de la página de Esto Es Eso fue un fragmento de 27 segundos del videoclip del tema Light

it up del 2005¹¹, que logró obtener 532 reacciones y 149 compartidas en el tiempo que se observó la cuenta entre el 8 al 10 de septiembre del 2020. En el mismo Luis Villamarín describe:

“Tengo una hija que me recuerda, en sus ojos a su mamá, tiene sangre en sus venas y veo mi tierra, y me da paz. #lighitup #itsamusicallife #ResistenciaFilosofica #estoeseo” (Esto Es Eso, 2020)

En este mes se visualiza que el contenido más publicado es el audiovisual. Las publicaciones de la página en mayo ascienden a un total de 87 publicaciones, cuya clasificación se expone a continuación

Tabla 1.3. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante mayo de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	2 videos en grupo
	1 video compartido de otro usuario
	2 videos de YouTube de Esto Es Eso "Pueblo S.O.S."
	1 video de YouTube Bluekush
	1 podcast en YouTube de Casa Robot el Podcast
	1 video promocional
	26 transmisiones en vivo programa Despertados

¹¹ Esto Es Eso. (s.f.) Videos [Videoclip]. Facebook. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3qbHuoG>

	2 transmisiones en vivo en el contexto de lanzamiento del cohete
	8 transmisiones en vivo compartido de Despierta Latinoamérica
	2 transmisiones en vivo del perfil de Luis Villamarín en Facebook
	1 transmisión en vivo de otro usuario
	15 fragmentos videoclip de la música de Esto Es Eso
	3 videos de él
Visual	1 foto de entrevista
	4 imágenes
	2 imagen compartida de otro
	12 afiches
Textual	1 estado compartido del Facebook de Luis Villamarín
	1 aviso de Despertados
	1 petición para el día de las Madres.

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo.

Los siguientes datos se reflejan una alta interactividad en respuesta del contenido publicado.

En cuanto a la página Jordan Rock, el contenido de mayor impacto en reacciones es un video en plano medio, con filtro sepia, en orientación vertical con una interpretación de unas líneas de bajo¹², el cual fue publicado el lunes 11 de mayo del 2020 a las 1:06 de la

¹² Jordan Rock. (s.f.) Videos [Video]. Facebook. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/2MXnvMq>

tarde, con lo que logró obtener 33 reacciones y 2 compartidas. En la publicación del video, el autor escribe:

“Cuarenteneado, creando lluvia de ideas para un disco en solitario. Solo yo y mi bajo ...”.

(Jordan Rock, 2020)

El miércoles 6 de mayo del 2020 a las 11:08 publicó un video¹³ de un concierto donde se aprecia a Jordan Naranjo interpretando la música del grupo 3VOL. Pone en la descripción:

“Zapateando en el 2017, echando repituchi del Quitofest (R.I.P)

CALDO DE CALAVERA 🐻

<https://spoti.fi/2SFdbZk>” (Jordan Rock, 2020).

Esta publicación cuenta con 29 reacciones, siendo la de mayor impacto en materia de contenido compartido con un total de 8. Naranjo durante el mes de mayo del 2020 se destaca por publicar contenido audiovisual. En total ha realizado 10 publicaciones las que se clasifican en:

Tabla 1.4. Tipo de contenido publicado en la página de Jordan Rock durante mayo de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	6 videos cover
Visual	1 foto de portada
	1 foto de perfil
	2 imágenes del artista

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

La actividad de Jordan Naranjo es menor a comparación de los demás casos de estudio.

¹³ Jordan Rock. (s.f.) Videos [Video]. Facebook. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3dMthM2>

Finalmente, en la página de Alex Alvear, el contenido que tiene más impacto por reacciones de sus seguidores es una publicación con cuatro fotografías nostálgicas de su debut con sus compañeros de la banda Los Alegres Panaderos¹⁴. Las cuatro fotografías fueron publicadas el viernes 29 de mayo a las 11:21 de la mañana, logrando un total 504 reacciones y 28 compartidas durante la recopilación de datos del 8 al 10 de septiembre del 2020, acompañada con la descripción:

La anécdota de hoy:

Estas fotos las hizo Juan Lorenzo Barragán cuando nos llamábamos "Los Alegres Panaderos", fueron tomadas en la panadería donde trabajaba mi compadre Hector Napolitano. Ese día teníamos nuestro primer show e hicimos un pocotón de pan de ajo y soya, salió delicioso y lo repartimos entre el respetable público que fue a nuestro debut, en el Teatro Prometeo. Éramos jóvenes y optimistas, así que hicimos demasiado pan, pensando que íbamos a repletar el teatro. Afortunadamente, el pan de soya aguanta largo, estuvimos comiendo las sobras durante meses. A mi derecha (izquierda para Uds) está el gran Juan Carlos González (ilustre compositor de hits como "Esta historia no es de risa") y los dos hombres a los lados de Napo son los propios panaderos. Esa sesión de fotos fue hermosa, me encanta recordarla. (Alex Alvear, 2020).

Por otro lado, la que generó más impacto en materia de compartidas es una publicación que se revisó entre el 8 al 10 de septiembre del 2020 con el enlace desde su cuenta de YouTube con un video cover de la canción Calle luna y calle sol¹⁵, un clásico de Willie Colón interpretado por Héctor Lavoe, con un total de 105 reacciones y 45 compartidas.

En la misma Alvear escribe:

“Descargando una versión del clásico de Willie Colón, inmortalizado por Héctor Lavoe, junto a mis hermanitos Raúl Molina y Mauricio Samaniego. Vacila Juan Fernando Andrade” (Alex Alvear, 2020).

Durante todo el mes de mayo, Alex Alvear ha generado un total 25 publicaciones en las que se clasifican de la siguiente manera:

¹⁴ Alex Alvear. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3qeLG7j>

¹⁵ Alex Alvear. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3qqSzmj>

Tabla 1.5. Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante mayo de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	2 videos nativos
	3 videos nativos compartidos de otros
	2 videos de YouTube de otro
	1 video compartido de otro desde YouTube
	1 video nativo compartido desde la página de Wañukta Tonic
Visual	3 compartidas de otros usuarios
	1 captura
	2 imágenes subidas
	5 imágenes subidas promoción de concierto
	2 fotografías
Textual	3 textos compartidos

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Alex Alvear integra diferentes contenidos a través de su página de Facebook. Visibilizando el trabajo su propio trabajo y de otros artistas.

Como indican los datos, Villamarín sigue siendo el artista con mayor actividad en su página de Esto Es Eso con un total 85 publicaciones en lo que se destaca más el contenido audiovisual en un total de 65. Jordan Naranjo si tuvo actividad en su página durante mayo, a diferencia de abril, con 10 publicaciones y en la mayoría de ellas con enfoque audiovisual, mientras que, en el caso de Alvear podemos observar un total de 25

publicaciones, un poco más que Naranjo y a diferencia de los otros artistas se destacó su contenido visual con un total de 13 publicaciones.

Cabe recalcar que el contenido publicado por Villamarín sigue a la cabeza en lo que se refiere al impacto que tiene en la gente con sus publicaciones y sobre todo cuando se trata de su canción más conocida a nivel nacional e internacional: Light it up.

Junio, último mes de análisis

En junio, cuarto mes de cuarentena, Luis Villamarín muestra una mayor actividad en su página en Facebook de Esto Es Eso a diferencia de abril y mayo, con un total de 116 publicaciones. La de mayor impacto en reacciones es una publicación que compartió el domingo 21 de junio a las 4:30 de la tarde desde el perfil personal en Facebook de Luis Villamarín, un meme¹⁶ con la frase: ECUATORIANO QUE SE RESPETE, HA ESCUCHADO ESTO ES ESO, mismo que tuvo 943 reacciones y 93 compartidas, fue revisado el 8 al 10 de septiembre del 2020. Con la descripción:

“Obviamente #itsamusicallife” (Esto Es Eso, 2020).

El martes 9 de junio del 2020 a las 6:35 de la mañana, compartió un artículo sobre la muerte del músico Pau Donés¹⁷. Esta publicación es la de más impacto en compartidas por sus seguidores, tiene un total de 583 reacciones y 149 compartidas, la misma fue revisada del 8 al 10 de septiembre del 2020. En ella describe:

“Tocamos juntos en Quito, y fue por su música que hubo inspiración años atrás. Una gran pérdida!” (Esto Es Eso, 2020).

En sus 116 publicaciones durante todo el mes de junio, Villamarín se enfoca más al contenido audiovisual nuevamente como describe en el siguiente cuadro:

¹⁶ Esto Es Eso. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3s8wIHn>

¹⁷ Esto Es Eso. (s.f.) Post [Publicación]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3oz6Nkp>

Tabla 1.6. Tipo de contenido publicado en la página de Esto Es Eso durante junio de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	55 videos nativos
	26 transmisiones en vivo
	1 video de promoción del videoclip "OH MAMA"
	3 videos compartidos en grupo
	3 transmisiones en vivo compartido desde la cuenta de Luis Villamarín
	2 transmisiones en vivo desde la página Despierta Latinoamérica
	1 transmisión en vivo de otro usuario
	1 video nativo compartido de otro
Visual	3 fotos de Luis Villamarín
	1 foto entrevista virtual
	7 imágenes subidas
	3 imágenes compartida de otro usuario
	2 afiches
	3 imágenes de promoción
Textual	1 palabras de condolencias por la muerte de Marmota
	1 articulo compartido sobre la muerte de Pau Donés

	1 artículo compartido sobre el video sin censura del tema “Jeremy” de Pearl Jam
	1 texto compartido de una página web
	1 estado

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Los siguientes datos se reflejan una alta interactividad en respuesta del contenido publicado.

Por su parte, Jordan Naranjo durante el mes de junio ha tenido un total de 2 publicaciones, donde se aprecia un contenido con mayor impacto en materia de reacciones y compartidas, misma que es un video cover que publicó en colaboración con otros músicos interpretando el tema “What the use?” de Mac Miller con Thundercat¹⁸, el lunes 15 de junio a las 8:26 de la mañana. Este contenido cuenta con 33 reacciones y 3 compartidas revisado el 8 al 10 de septiembre del 2020, haciendo un empate técnico con su publicación del 11 de mayo. En la misma describe:

“Gocen este groovie Collab con sabor a cuarentena.

Fills transcritos del mounstro Thundercat sobre éste temón de Mac Miller. Tripealo bajo man!

Nata Cuesta - Voz

Juan Carlos Soto - Batería

Ernesto López - Guitarra

Ésta pechera - Bass” (Jordan Rock, 2020).

Se detalla que sus 2 publicación son de formato audiovisual: 1 video musical y 1 cover.

La página de Alex Alvear consta de 28 publicaciones, siendo el mes de junio el que más contenido ha subido durante la cuarentena. Estas cifras se detallan a continuación:

¹⁸ Jordan Rock. (s.f.) Videos [Video]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/3oBYK6g>

Tabla 1.7. Tipo de contenido publicado en la página de Alex Alvear durante junio de 2020

Tipo de contenido	Publicación
Audiovisual	3 videos nativos
	5 videos compartidos YouTube
	1 video promocionando su concierto
	3 videos compartidos de otro sitio
Visual	3 fotografías
	1 imagen subida
	3 imágenes promoción de un concierto
	4 imágenes compartidas promocionando un concierto
Textual	1 invitación para acceder a una transmisión radial
	1 texto con enlace a Spotify
	2 artículos compartidos sobre Alex Alvear
	1 texto con enlace de podcast de Wañukta Tonic
	1 texto con enlace de la canción por el día del padre.

Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Alex Alvear integra diferentes contenidos a través de su página de Facebook. Visibilizando el trabajo su propio trabajo y de otros artistas.

Su contenido con más impacto por reacciones y compartidas por sus seguidores es la publicación del lunes 1 de junio del 2020 a la 1:10 de la tarde, siendo está un video interpretando su tema Caballito azul¹⁹, con la siguiente descripción:

“Que la voz de lxs niñxs nunca se apague” (Alex Alvear, 2020).

Esta publicación obtuvo un total de 356 reacciones y 38 compartidas, fue revisada del 8 al 10 de septiembre de 2020.

Con los datos tomados de junio de los tres artistas, nuevamente tenemos a Luis Villamarín como artista con mayor actividad en lo que es su página de Esto Es Eso en Facebook, teniendo un total de 116 publicaciones y con mayor auge en el contenido audiovisual con un total de 92 publicaciones.

Cabe resaltar que el contenido de mayor impacto tanto para abril y mayo se relaciona con su canción más popular y solamente en el mes de junio se observó que el mayor impacto de sus seguidores fue por un meme que decía: ECUATORIANO QUE SE RESPETA HA ESCUCHADO ESTO ES ESO. Dicha publicación tiene 943 reacciones y fue revisada del 8 al 10 de septiembre del 2020.

Alvear sigue siendo el segundo artista de los tres en tener más actividad en su página de Facebook, durante el mes de junio publicó más contenido audiovisual con un total de 12 publicaciones, y la de más impacto fue un video interpretando su tema Caballito azul, tuvo un total 356 reacciones y 38 compartidas.

En la página de Jordan Naranjo se observa una disminución en lo que es su actividad y práctica comunicativa dentro del mes de junio; sin embargo, resalta el hecho que en su video más destacado del mes, tuvo un trabajo consistente durante la cuarentena, así como también sus compañeros músicos que colaboraron en el cover del tema “What the Use?”

¹⁹ Alex Alvear. (s.f.) Videos [Video]. Facebook. Recuperado el 10 de septiembre de 2020 de <http://bit.ly/35ynjcy>

de Mac Miller, que desde casa y a la distancia lograron tener un éxito trabajando juntos y se evidencia en el impacto que tuvo en su publicación con 33 reacciones y 3 compartidas. Para completar el análisis netnográfico o etnografía digital y poder seleccionar el tipo de contenido publicado por los artistas, como primer paso se enumeraron las publicaciones de cada artista, para luego realizar un sorteo mediante el sitio web augeweb.com para aleatoriamente escoger dos publicaciones por artista y el resultado se expone a continuación:

La publicación #25 de la página de Esto Es Eso (Anexo 2), contiene un afiche que detalla el horario del podcast Despertados, la descripción maneja un lenguaje familiar seguido de un hashtag con la palabra #despertados, que se caracteriza por un lenguaje virtual en el cual pretende ser tendencia y busca crear etiquetas de los contenidos para identificarlos.

El afiche es un plano general donde el punto de interés se encuentra en el primer astronauta que se visualiza explorando en relación con los demás y los elementos del afiche, él se encuentra en un plano americano. La imagen maneja una luz fría y el color gris representa la seriedad, la sabiduría, la tenacidad y la tranquilidad. El contenido es reforzado con el blanco que representa la paz y la limpieza como virtud, y el color naranja transmite un ambiente de optimismo.

El logotipo del programa se encuentra a la cabeza del afiche, siguiendo la lectura a los días en los que el programa organiza sus charlas. Posteriormente lleva el nombre de la página en Facebook Despierta Latinoamérica y la hora en el que el podcast empieza.

La imagen se refuerza con una línea grafica de color azul que representa la frescura y la inteligencia.

La publicación #212 de la página de Esto Es Eso (Anexo 3) es un en vivo del programa Despertados, conducido por una mujer, tocando el tema de la soberanía alimentaria. Esta

transmisión en vivo lleva como descripción una fuente en negrillas, para resaltar el título “A LA TIERRA”.

La conductora usa un lenguaje comprensible, es fluida y demuestra un correcto manejo de la temática. Se visualiza a la conductora en plano medio corto y con una imagen de fondo que muestra una planta en proceso de germinación. Esta imagen hace una representación del tema que trata el podcast.

La publicación #1 de la página Jordan Rock (Anexo 4), utiliza en su descripción un lenguaje informal resaltando en primera persona su interpretación del estilo de sus líneas de bajo. En el video se puede destacar un filtro en la escala del color amarillo, donde el personaje Jordan se encuentra en un plano medio y el punto de interés el bajo.

La publicación #10 de la página de Jordan Rock (Anexo 5) lleva una descripción con un lenguaje informal detallando su colaboración con los músicos Ernesto López, Zak Icaza y Jordan Naranjo. Al principio y final del texto lleva un emoticón de un melón y Emoji de diablo. Un montaje de tres videos ubicados de forma asimétrica, dando un efecto psicodélico que va acorde con la música interpretada por los músicos. El filtro de cada clip hace contraste entre la luz fría y cálida.

La publicación #38 de la página Alex Alvear (Anexo 6), lleva una descripción usando un lenguaje familiar y virtual, describiendo lo visualizable dando crédito a las personas que han participado en el video; sin embargo, las etiquetas carecen de hipervínculo.

Es un plano general con luces cálidas generando un ambiente de armonía para la presentación del show.

La publicación #38 de la página Alex Alvear (Anexo 7) lleva una descripción usando un lenguaje informal. Es un afiche promocionando el concierto de Álvaro Bermeo donde se destaca un color verde que representa la juventud, la esperanza y la nueva vida.

Entrevistas sobre qué dicen los músicos sobre sus contenidos.

El miércoles 4 de noviembre del 2020 se realizó una entrevista a Luis Villamarín, músico, productor y activista social, conocido por ser el líder del grupo nacional Esto Es Eso. La entrevista abordó el tema de la pandemia durante los primeros meses de confinamiento donde se determinaron algunos detalles: El confinamiento por la pandemia del COVID-19, la producción musical y el contenido de la misma en sus redes sociales.

Sobre el proyecto “Despertados”, Luis afirmó que se presenta como un divulgador de información y conocimiento, poniendo énfasis en la coyuntura y el saber invisibilizado. Este proyecto es aquello a lo que enfocó su actividad durante el confinamiento más que a su trabajo musical, ya que, con Despertados, su intención es la difusión de información que los medios de comunicación no proyectan, que se mantiene oculta o en mayor medida distraída, y con ello nos comparte su visión de impactar en las personas un despertar y cambio del paradigma.

Luis explicó la importancia de establecer el proyecto Despertados en vinculación con la creación del trabajo musical de Esto Es Eso, lanzando de manera estratégica cuatro sencillos a la red y con respecto al contenido que toma para el podcast busca dar un sentido entre la temática de sus programas y sus canciones, comenta que uno de aquellos temas tuvo que salir de la red a causa del fuerte contenido de su letra, ya que consideraba que el mensaje fue confundido por su audiencia. Como extra, Luis compartió desde su experiencia la importancia de promocionar y de realizar conciertos virtuales privados, estos fueron realizados para eventos en universidades, dos matrimonios y un concierto que en el momento en que fue realizada la entrevista lo tenían planificado para el pasado 22 de noviembre del 2020 para transmitirlo y segmentarlo hacia las redes de New York.

Luis comentó que al ser alguien con una carrera musical vanguardista, recurre a la recopilación y divulgación de información que pueda transmitir para la gente que le interese y quiera obtener más conocimiento. Así mismo aclaró su postura con los movimientos de izquierda, el apego que tiene con los movimientos culturales desde la izquierda y su reflexión crítica sobre el impulso del quiebre de los paradigmas establecidos en la música nacional. Su banda Esto Es Eso tiene un apego con la comunidad, el pueblo latinoamericano y ecuatoriano.

Luis manejó más la red social Facebook por el alcance y la visualización de sus proyectos. Asimismo, considera que las redes sociales son un medio de comunicación con herramientas que la gente debe manejar con conocimiento.

Con respecto a la situación de los músicos en el Ecuador, Luis mencionó lo complejo de esta vocación y el actuar indiferente de las autoridades, medios de comunicación y estableció una fuerte crítica con respecto al actuar estratégico del músico frente a la realidad. Cuestiona el trabajo de difundir música nacional en la radio, criticando el papel de los presentadores radiales y el trato que ofrecen a los músicos y a su trabajo, piensa que en el Ecuador el escenario enfrenta demasiadas dificultades y todo parte desde la estructura social que lleva el país, que desde ese punto si una persona quiere ser músico debe tener en cuenta la jerarquía social y el status quo que no quiere que la voz de un artista se escuche y tenga fuerza, es por eso que el sistema trata de callar lo que le resulta un peligro para lo establecido, y en otra de sus críticas Luis señaló que los realties y concursos que buscan nuevos fenómenos musicales como Yo me llamo son realizados con el fin de replicar las dinámicas de artistas comerciales, quitando la identidad personal de los artistas convirtiéndolos en productos de un mercado musical en decadencia.

Por otro lado, el lunes 9 de noviembre del 2020, se entrevistó a Jordan Naranjo, músico, productor, licenciado en música, conocido por ser parte del grupo nacional 3VOL y

además trabaja para la comunidad en un centro de psicología infantil donde ofrece terapia musical a niños. La entrevista empezó con el antes y la llegada de la pandemia durante los primeros meses de confinamiento, comentó que estaba teniendo shows todas las semanas y tenía grabaciones, dictaba clases, en general sus trabajos vivían una época bastante productiva, la gestión de sus shows había mejorado expandiéndose por todo el país consiguiendo con ello popularidad. En pocas palabras, el 2020 empezó con promesas favorables hasta que el confinamiento obligó a que las dinámicas sociales cambien, por ello es que sus shows en vivo se paralizaron y con respecto al tema de dar clases consiguió una fuerte demanda por su modalidad on-line. La difusión de sus clases virtuales se benefició de algunas academias de música que sirven como mediadoras para poder ofrecer cursos en línea, así como nichos para quienes buscan un curso especializado en el desarrollo de músicos que apuntan hacia un perfil profesional.

Durante el confinamiento, Jordan Naranjo continuó su actividad musical desde las redes, de lo que se puede destacar su participación en un video cover del tema What's the used? de Mac Millers donde colabora con otros músicos consiguiendo 813 reproducciones hasta el 14 diciembre del 2020, este fue subido desde su página en Facebook y el lanzamiento de single Tronco de su banda 3VOL, donde Jordan respondió con más detalles sobre la producción del tema, y añadió que su grabación se la realizó antes de la pandemia. Jordan habló de la realidad de los músicos independientes, criticando el estatus socioeconómico y al panorama al que tuvieron que adaptarse debido a la pandemia y el confinamiento. Una nueva realidad que considera fue buena y productiva para los músicos que conforman la escena independiente.

Jordan maneja sus redes sociales, utiliza Facebook y en mayor medida Instagram, esto lo supo explicar mencionando que a través de ese medio pudo conseguir sus primeros alumnos desde el momento que se decretó el confinamiento en el país, es por eso que

valora el poder de las redes sociales como un medio de comunicación que conecta a las personas directamente con lo que puede un músico ofrecer ya sea en exponer su trabajo musical o cursos online. Además, enfatizó que la idea que tenga un músico debe saber enfocarla y visualizarla en las redes sociales, para que pueda tener un impacto en los usuarios de medios digitales.

Los medios virtuales y las redes sociales son un eje fundamental en los proyectos de Jordan, dando énfasis a un trabajo estratégico donde se juega el papel de innovar en el sentido de dar un valor agregado, evitando la saturación de contenido, focalizando el interés de su comunidad de seguidores o fans.

Jordan comentó que varios de los músicos que conforman el movimiento indie en el Ecuador han tomado la opción de dar clases en línea, ya que en la crisis sanitaria que atraviesa el país y el mundo en general es difícil generar ingresos solamente desde su trabajo musical, resaltando de que es indispensable adaptarse a la realidad. También presentó, desde su faceta como profesor, la reducción del mercado de los cursos on-line, puesto que existen talleres que incluso pueden ser gratuitos lo que desfavorece a los músicos que quieren ofrecer clases personalizadas hacia un perfil académico.

Finalmente, el miércoles 11 de noviembre del 2020 se entrevistó a Alex Alvear, músico, compositor, arreglista, bajista y cantante con una carrera musical de más de 31 años, conocido por ser parte del grupo nacional Wañukta Tonic. La entrevista abordó la relación que tiene en redes sociales y su trabajo musical, para él es importante el manejo de ellas; sin embargo, el control de la publicación de su producción musical está a cargo de su manager. Además, enfatizó que no está a gusto con las plataformas virtuales de música en especial de Spotify, las considera una estafa a la obra artística ya que el producto que está moviendo toda esta industria sería sus canciones y los artistas son los que menos ganan. Alex Alvear es usuario Twitter, Instagram, Facebook como las principales,

además trabaja con CD Baby que es un sello de distribución para poder agregar canciones en diferentes plataformas streaming.

Este músico ecuatoriano encuentra ventajas y desventajas con la libertad en poder publicar el contenido en la red; sin embargo, también lo considera un trabajo rutinario, arduo y agotador, para él no es su fuerte, es por eso que cuenta con la ayuda de su compañera y manager, Fabiola, quien de manera estratégica da un orden al contenido que se genera para poder publicarlo en diferentes momentos. Cuando inició el confinamiento, se encontró con demasiado tiempo libre que favoreció para la composición de nuevos temas y para buscar contenido interesante para poder catalogarlo y publicarlo en sus redes sociales, además de la creación de videos caseros que los realizó en compañía de su pareja desde su departamento ubicado en el centro de Quito.

Para Alvear, la pandemia y el confinamiento no le golpeó en sus planes para sus proyectos a comparación de otros músicos siendo de ejemplo el lanzamiento del nuevo Ep de Wañukta Tonic que consta de seis canciones, donde tres de ellas fueron publicadas previamente en forma de singles, clasificando los temas con mayor enfoque político. El lanzamiento del disco como tal tuvo lugar el 28 de noviembre de 2020 en el Teatro Sucre.

Alvear menciona que “Para elaborar un concierto online requiere de personal periodístico, de medios de promoción del concierto, las herramientas para visualizarlo y pensar estratégicamente en el marketing del concierto, ya que considero que para la audiencia podría tener un impacto negativo”.

Alex ha podido trabajar de varias maneras con otros músicos, comentó que además de ser una actividad divertida, también representa un factor beneficioso para el incremento de su comunidad de seguidores o fans.

Alex está comprometido con escenarios culturales no solamente de música, él encuentra una falta de interés y preocupación por los espacios culturales y por las personas que trabajan en ese sector que ha sido radicalmente golpeado por la pandemia. Él piensa que para los músicos ha sido más difícil. Al final de la entrevista compartió la situación de los músicos emergentes del país, partiendo desde la realidad de la música nacional como un camino difícil, con altos y bajos, recalcando que el objetivo no debe ser la fama y que lo que realmente dignifica es el buen trabajo y el gusto vocacional.

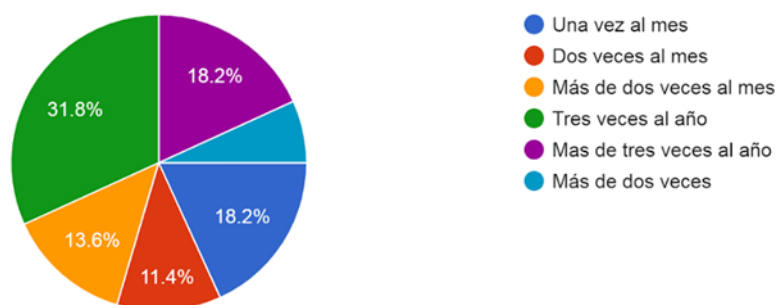
Encuestas Datos que demuestran la afectación de los artistas independientes

Para conocer otras prácticas comunicativas y el nivel de afectación de la pandemia en el entorno musical, se realizó una encuesta entre el 8 al 12 diciembre del 2020 a 44 personas que se dedican a la música y hacen de esta una práctica comunicativa dentro de lo que son las redes sociales para visualizar su proyecto musical y generar una comunidad. Para esto se tomó las preguntas más relevantes.

La mayoría de los encuestados residen en Quito (28), 15 respondieron que residen en Pichincha sin especificar y 1 en Latacunga.

Antes de la pandemia del COVID-19, 14 de los encuestados hacían al menos 3 conciertos al año, 8 más de tres veces al año, 8 una vez al mes, 6 más de dos veces al mes, 5 dos veces al mes y 3 más de dos veces.

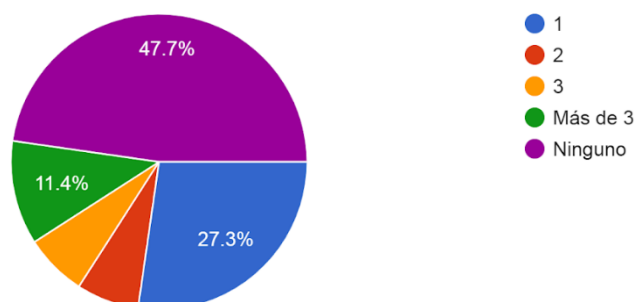
Gráfico 1 Frecuencia de los conciertos presenciales antes del COVID-19



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Además, se preguntó a los encuestados ¿Cuántos conciertos en línea has realizado durante la pandemia? Sus respuestas fueron de los 44, 21 de ellos no han hecho conciertos online, 12 de ellos han realizado 1 concierto, 5 de ellos más de 3 conciertos, 3 de ellos han realizado 3 y, por último, 3 de ellos han realizado 2.

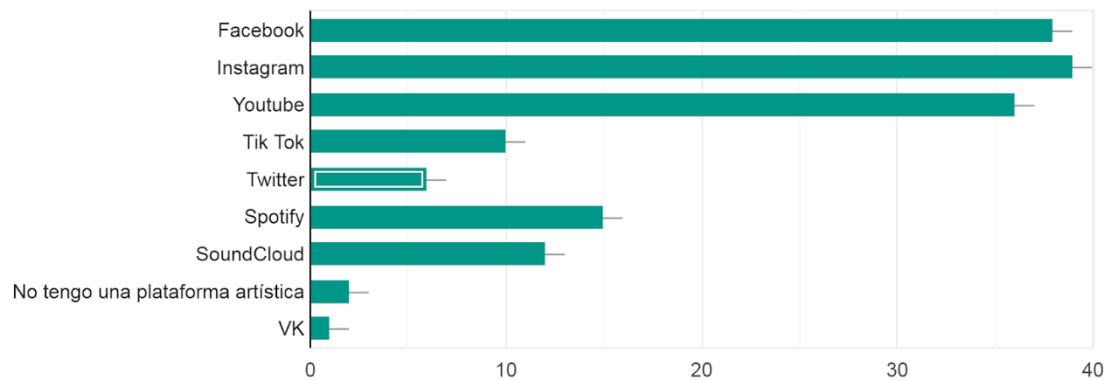
Gráfico 2 Frecuencia de los conciertos online



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

A los 44 encuestados se les preguntó ¿Qué redes sociales o plataformas virtuales usas? Y se indicó que podrían marcar más de una respuesta, lo cual se aprecia que la mayor parte de ellos usan la red social Instagram, que se lleva el 1er lugar como la plataforma con más uso por parte de los encuestados, en 2do lugar se encuentra Facebook, en 3ro YouTube, en 4to Spotify, en 5to SoundCloud, en 6to Tik Tok, 7to Twitter y 8to VK. Cabe recalcar que otra opción fue “no tengo ninguna plataforma artística” de la cual dos personas respondieron con esta.

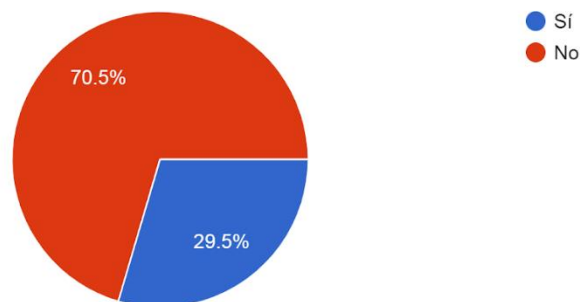
Gráfico 3 Uso preferencial de las redes sociales



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Sabiendo que muchos de los artistas usan como medio de comunicación las redes sociales para su trabajo musical, se preguntó a los encuestados ¿Existe una persona encargada al manejo de sus redes sociales? De las 44 personas, 31 de ellos respondieron que no y 13 que sí existe. Por lo cual la mayoría de ellos se encargan personalmente del manejo, publicación y contenido de sus redes sociales.

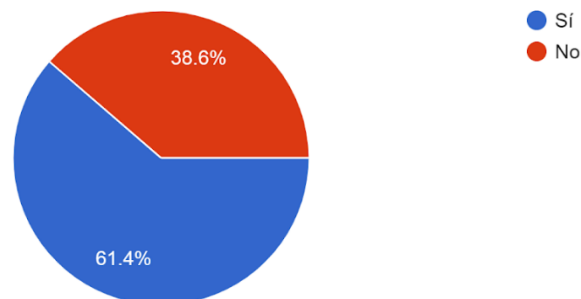
Gráfico 4 Personal especializado en el manejo de las redes sociales de los artistas.



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

En el contexto de la pregunta anterior ¿cuentas con un perfil o Fanpage en las redes sociales de tu proyecto musical?, 27 de ellos si disponen y 17 no.

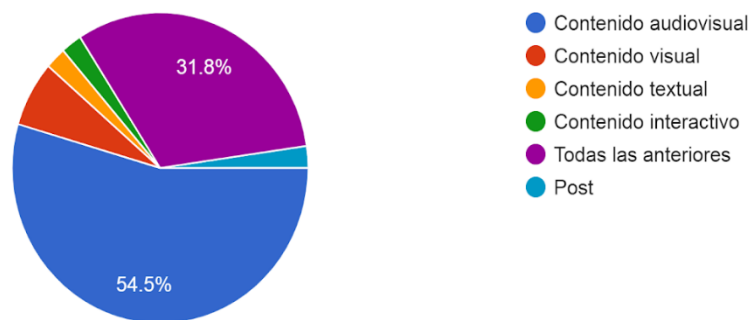
Gráfico 5 Disponibilidad de un Fanpage que administre la actividad de los artistas



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Como se había mencionado, el contenido de las redes sociales para los músicos es importante también es por eso que a los encuestados se les preguntó ¿Qué tipo de contenido realizas en tus redes sociales para difundir tu trabajo musical? Como resultado tenemos que 24 de ellos realizan contenido audiovisual para poder publicarlo, 14 manejan todo tipo de contenido para sus publicaciones, 3 prefieren el contenido visual, 1 el contenido textual, 1 el contenido interactivo y solamente 1 postea de forma indefinida.

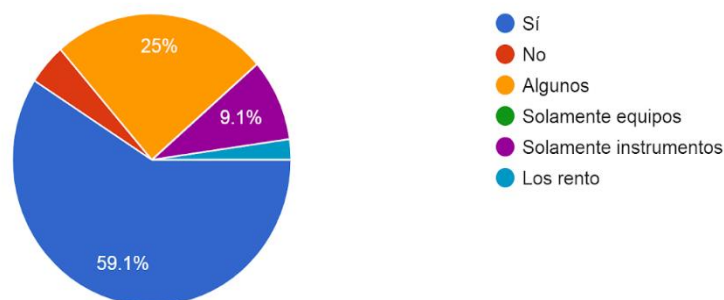
Gráfico 6 Tipo de contenido realizado en las redes sociales de los encuestados



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

La mayoría de los encuestados disponen de equipos e instrumentos propios a su disposición, son un total de 26 personas, 2 no tienen, 4 que solamente tienen los instrumentos, 1 los renta y 11 tiene algunos de estos dos.

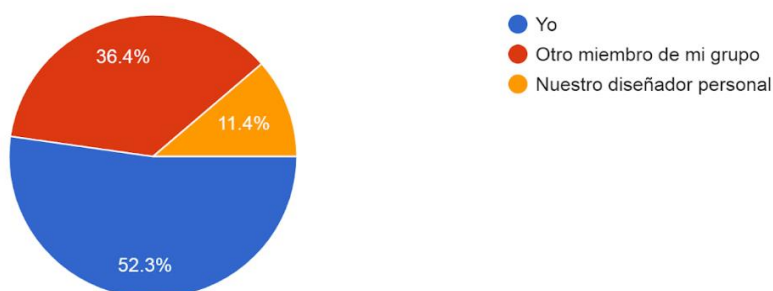
Gráfico 7: Disponibilidad de equipos e instrumentos de los encuestados



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

En esta sección hace referencia a la persona encargada de realizar las fotos y los diseños para generar una identidad estética, donde 23 de los entrevistados se encargan personalmente de ese rol, 16 aseguran que aquella función la cumple otro miembro de su mismo grupo y solo 5 personas señalan que disponen su diseñador gráfico personal.

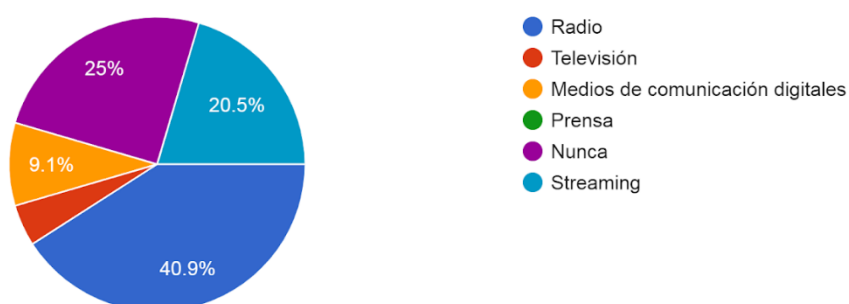
Gráfico 8 Personal especializado para el diseño estético del proyecto de los artistas



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Para finalizar la encuesta se realizó la pregunta ¿Has participado en algún medio de comunicación? Su respuesta fue 18 han participado en la radio, 9 haciendo streaming, 4 en medios de comunicación digitales, 2 en televisión y 11 no han participado nunca.

Gráfico 9 Porcentaje de participación de los artistas en medios de comunicación



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Desde la información obtenida por los encuestados se evidencian que las prácticas comunicativas que se realizan a través de las redes sociales con la intención de difundir sus proyectos, generan un ambiente interactivo con sus seguidores mediante la publicación de contenidos multimedia. Se puede valorar a través del porcentaje la actividad de los artistas y músicos independientes desde la pandemia por el COVID-19, sus esfuerzos y dificultades para poder sostener sus trabajos musicales.

Conclusiones

La industria musical, a finales del siglo XX e inicios del XXI, sufrió un cambio radical asentando las bases del modelo de distribución de música en la actualidad, reestructurando las prácticas comunicativas dejando atrás la producción y promoción de discos en físico, y la creación de plataformas como Napster que desde su lanzamiento en 1999 fue quien lo revolucionó, aunque en 2001 se vieron obligados a cerrar sus servicios debido a conflictos legales con la industria discográfica de América (RIAA). A pesar de ello, en la actualidad siguen operando; sin embargo, ya no poseen la popularidad de sus comienzos, ya que deben competir con SoundCloud, YouTube Music, Deezer, Spotify, etc. Del mismo modo, MySpace una red social que ofrece compartir fotos, música, videos, enlaces y que permitió a músicos y artistas indie dirigirse hacia su comunidad de fans, hoy sobreviven bajo la sombra del monopolio de Facebook.

Dentro del panorama que enfrenta el mundo a partir de la pandemia por el COVID-19, es necesario una alfabetización mediática e informacional de la sociedad, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2017) “en el Ecuador la población entre 15 y 49 años, tiene un aproximado del 11.5% de analfabetismo digital que representa un porcentaje alto”, pero con el pasar de los años está disminuyendo. Al existir diversos canales de difusión como los medios de comunicación tradicionales o los canales de información en las redes deben dominar el uso de las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) es un acto de responsabilidad, es importante capacitarnos y adaptarnos a las adecuaciones e implementaciones que actualizan las diversas plataformas digitales, para poder manejar adecuadamente la intención y el efecto en la publicación y divulgación de contenidos. Varios artistas contemporáneos han encontrado en las redes sociales un canal que les permite publicar contenido multimedial e interactivo, como es el caso de Luis Villamarín que al ser usuario de Facebook puede administrar dos proyectos estableciendo una

conexión entre ellos, tal como se le puede visualizar en la **Tabla 1, Tabla 3 y Tabla 6**. Desde el testimonio de Alex Alvear, otro músico independiente del Ecuador, se pueden destacar varios puntos, entre ellos: la importancia de proyectarse hacia una comunidad que comparte una identidad cultural y el sostener la segmentación para orientar el contenido a estos grupos que están dentro del medio, lo que desde su perspectiva le resulta complejo por lo que cuenta con la administración de una persona especializada en el manejo de los portales virtuales de información y difusión. En la misma línea, Jordan Naranjo, a pesar de poseer una cuenta en Facebook, pudo señalar que el apego más efectivo lo logró con su comunidad de seguidores en Instagram debido a su alcance nacional e internacional y a la cantidad de personas con las que pudo tener contacto en respuesta a sus clases de bajo o con respecto a la publicación de contenidos musicales.

Los medios tradicionales, a pesar de que ampliaron o extendieron su espacio hacia las redes sociales en su intento de sobrevivir, dan importancia a la música Mainstream; es decir, lo que está de moda o la música popular, cerrando el paso a propuestas alternativas que se mantienen en la lucha por ser visibles siendo la realidad de gran parte de grupos de músicos independientes.

Para los proyectos musicales indie, la autogestión comprende buscar alternativas de intercambio de servicios para poder sostenerse y ampliar su audiencia, los músicos independientes más que enfocarse en una rentabilidad económica, se enfocan en su rentabilidad social, la misma que trabaja en conjunto y es de carácter colectivo, por ende, su interés es mover nuevas masas e identificar sus medios favorables para provocar enganche.

Es por eso que recomendamos a las bandas emergentes del movimiento musical indie del país a implementar nuevas formas de producir y promocionar los proyectos, ya que en el caso de lanzar un producto como un videoclip, un disco, o la promoción de un evento se

debe elaborar un plan que promueva la conversación entre los artistas y su comunidad así se establece una práctica comunicativa más efectiva, ya que la modalidad virtual a reemplazo la modalidad presencial por lo que la convivencia en Internet es la práctica más eficiente. Proponemos:

- Implementar prácticas de financiamiento alternativo como el trueque o intercambio de servicios como una red de autogestión que beneficie a diferentes actores del movimiento musical indie y a sus proyectos,
- Reconocer los recursos tecnológicos adecuados para montar un concierto presencial o en línea,
- Las bandas deben priorizar la práctica comunicativa en base a un aprendizaje continuo para sostener una relación entre lo que se quiere emitir y su posible efecto,
- Planificar toda actividad y contenido pensando en el peor escenario posible para poder prevenir algún inconveniente y por último crear contenidos que genere una conversación tanto con la comunidad como con otros proyectos que se enlacen a otras plataformas virtuales para mejorar la experiencia interactiva.

A través del análisis cualitativo, en la presente investigación se pudo determinar la necesidad que tienen los músicos independientes ecuatorianos de implementar estrategias de atracción a públicos objetivos, para formar comunidades que se interesen por el consumo de diversos contenidos, ya sea el lanzamiento de un disco, single, videoclip o promoción del Merchandising, por lo que es importante trabajar en la interacción social del cómo el contenido llega a más usuarios.

Las redes sociales hoy en día cumplen un rol primordial en la vida de artistas y músicos, son portales de comunicación global, que facilitan diversas acciones para la interacción

social, en este caso los administradores en redes o community manager, crean contenido con un efecto, una práctica comunicativa de autogestión y administración en las redes sociales que al ser analizado y evaluado por el algoritmo interviene siempre a la respuesta que tiene la audiencia al publicar un contenido. Este algoritmo de redes sociales complica o apoya al administrador del contenido por sus funciones como categorizar el contenido y evaluar el impacto en la red de usuarios, entre otras que derivan la respuesta que obtiene el contenido de la publicación.

Es importante que cada proyecto musical independiente además de digitalizarse y ser un usuario de las redes sociales, también, sostenga un vínculo con las plataformas virtuales especializadas en la distribución de música, ya que en la forma en la que se produce música se ha ligado al uso constante de las redes, la tecnología, la autogestión y la calidad de interacción de las audiencias en los entornos digitales.

Es necesario que el contenido de una publicación, además de ser atractivo, genere una conversación con una audiencia segmentada y ya que el algoritmo de Facebook no permite un alcance deseado, se debe obligatoriamente pautar de forma estratégica aprovechando las opciones más rentables de las redes sociales para incrementar la comunidad de seguidores.

No todos los artistas y músicos indie cuentan con una formación académica en música, ya que su enfoque se prioriza en la producción de sus proyectos musicales desde sus propios medios, ejerciendo un aprendizaje empírico, por lo que, al emerger dentro del ámbito musical, deben sobrevivir dentro de la economía y buscan con ello alternativas que les permitan a sus proyectos tener rentabilidad. El indie ecuatoriano siempre se encuentra en estado emergente, por eso existen productores audiovisuales, diseñadores gráficos, comunicadores, licenciados en marketing, que desde la autogestión priorizan un trabajo colectivo y mediático, por lo que es necesario fomentar la creación de cursos o

colectivos que en forma de semilleros brinden capacitación en producción de contenidos y manejo de redes sociales o, a su vez, la creación de una plataforma virtual que difunda a miembros menos visibles del movimiento de música independiente del país.

El movimiento indie debe encaminarse por las dinámicas de producción más no por el género musical, por lo cual lo ideal es que debe romper las barreras entre estilos e identidades culturales. Es importante reestructurar el enfoque de las producciones de bandas y artistas convocados a festivales nacionales que en la actualidad se transmitirán de forma online ya que no todas las bandas poseen un Presskit adecuado que demandan los gestores culturales. Es importante luego de definir la identidad del proyecto musical plasmarlo en un documento que presente su contenido trabajado y, a su vez, que detalle la información, características del concepto de la banda y el contacto, la presentación de este documento puede presentarse en diferentes formatos sean textuales, visuales o audiovisuales, su alcance dependerá de su grado de interactividad.

Las colaboraciones entre artistas indie permitieron que sus respectivas comunidades puedan interactuar fortaleciendo a la escena independiente por el alcance generan sus productos audiovisuales citando a Alex Alvear con respecto a sus colaboraciones con otros artistas en el **anexo 10**, “es una manera también que te ayudan ampliar tu horizonte en cuanto a público y publicidad y es divertidísimo entonces es una gana y gana por todo lado”. Por ello hay que destacar la importancia de una interacción mediática entre diversos proyectos musicales que podrán favorecerse mutuamente. Es recomendable generar un intercambio de seguidores ya que, al poseer una cuenta adicional con una comunidad establecida, se puede compartir experiencias entre ambas cuentas vinculando temáticas similares fragmentando el egocentrismo en las redes.

En Quito, el movimiento musical indie en el margen del confinamiento por el COVID-19 se encontraron nuevas propuestas y alternativas, trasladando a su comunidad a una experiencia ligada a lo virtual llenando el vacío de los conciertos presenciales. Estas prácticas comunicativas favorecieron a un gran grupo que se privilegió de este sistema que se posicionó dentro de la nueva normalidad priorizando a la interacción comunicativa que ofrecen las plataformas virtuales como se visualiza en el **Grafico 6** donde las encuestados señalaron la variedad de contenido que pueden publicar desde las redes sociales. Es recomendable el actuar en comunidad para vincular un grupo de propuestas que beneficie a varios actores que se encuentren en la misma posición por el impacto que generó el confinamiento y de esta manera retomar los proyectos que por diversos motivos tuvieron que paralizar su producción.

Referencias bibliográficas

Amino. (s.f.). Obtenido de https://aminoapps.com/c/metal-amino/page/item/3VOL/N4q2_m6gcWInmGVp8PVEQnGJL1bvVJbkaE

m6gcWInmGVp8PVEQnGJL1bvVJbkaE

Arias, R. (2016). Perspectivas de la Difusión de Música Independiente: caso Plan Arteria. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12370/1/UPS-QT09947.pdf>

Barrantes, R. (2010). Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo. San José, C.R: EUNED.

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2007). La encuesta como técnica de investigación. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Cazau, P. (2006). INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN. 26. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>

Con2Bemoles Radio. (2017). ¿Sabías qué es el Indie? (C. Gallego, Ed.) Obtenido de <https://con2bemolesradio.com/el-indie/>

Díaz-Bravo, Laura, & Torruco-García, Uri, & Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en Educación Médica, 162-167. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3497/349733228009>

Del Alcazar, J.P. (2021). Ecuador Estado Digital Ene/21. Mentinno –Innovation & Lifetime Value Partners. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/>

Dubois, A., & Cortés, J. J. (2005). Nuevas Tecnologías de la Comunicación. LANKOPI, S.A. Obtenido de <http://openbiblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55696.pdf>

El Comercio. (2017). El Comercio. (P. Castillo, Editor) Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/wanuktatonic-ep-lanzamiento-alianzafrancesa-alexalveal.html>

El Universo. (2010). El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/03/18/1/1378/esto-eso-un-grupo-le-pone-nuevo-estilo-pasillo.html>

El Universo. (2020). En Ecuador ha aumentado la demanda de internet y el consumo de contenido debido al aislamiento. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/06/29/nota/7888932/ecuador-ha-aumentado-demanda-internet-consumo-contenido-debido/>

Espinosa Zepeda, H. (2009). ¿La transgresión se consume? Un acercamiento a lo "Indie" a través de imágenes. *Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud*, 321-354.

Galindo Castro, J. (2007). *Anagrama Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. 269. Medellín, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4915/491549030009.pdf>

Hütt Herrera, Harold (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 91(2),121-128. ISSN: 1021-1209. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=729/72923962008>

INEC. (2017). Instituto nacional de estadística y censos. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-analfabetismo-digital-en-ecuador-se-reduce-en-10-puntos-desde-el-2012/>

Katz, R., Jung, J., & Callorda, F. (2020). El estado de la digitalización de América Latina. Coordinador de la Agenda Digital CAF. Obtenido de https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/El_estado_de_la_digitalizacion_de_America_Latina_frente_a_la_pandemia_del_covid-19.pdf?sequence=1

Last.fm. (2013). Obtenido de <https://www.last.fm/es/music/Alex+Alvear/+wiki>

Last.fm. (2009). Obtenido de <https://www.last.fm/es/music/Esto+es+Eso/+wiki>

Maldonado, A., & Obando, L. (2014). Realización de documental investigativo sobre la música independiente de Quito y sus procesos socio-culturales como una mediación social. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6934/6/UPS-QT05531.pdf>

Mapa del Rock. (2019). Mapa del Rock. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de <https://mapadelrock.com.ar/hito/festival-pinap/>

Pazmiño Carrera, A. C., & Pina León, A. M. (14 de Diciembre de 2016). Campaña publicitaria para la banda musical ecuatoriana KROMA. 39. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5917/1/129210.pdf>

PÉREZ SERRANO, Gloria, 2004 (4), Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. I Métodos, Madrid, España: La Muralla, p. 26. Obtenido de http://concreactraul.weebly.com/uploads/2/2/9/5/22958232/investigacin_cualitativa.pdf

Perotti, R. (s.f.). Riccardo Perotti. Obtenido de <http://www.riccardoperotti.com/pululahua/index2.html>

Plan Arteria. (2014). Plan Arteria. Obtenido de <https://planarteria.com/2014/04/el-rock-quiteno-40-anos-bajo-el-volcan/>

Radio Cocoa. (2016). Radio Cocoa. (G. Robles, Editor) Obtenido de <https://radiococoa.com/RC/wanuktatonic/>

Radio Cocoa. (2016). 21 datos curiosos de El Carpazo. (M. S. Vivero, Ed.) Obtenido de <https://radiococoa.com/RC/los-21-datos-curiosos-de-el-carpazo/>

Taylor, S., & Bodgan, R. (2009). Introducción a los métodos cualitativos. 9. Barcelona, España: Paidós Básica. Obtenido de <https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/taylor-s-j-bogdan-r-metodologia-cualitativa.pdf>

todo INDIE. (2020). Música indie Rock ¿Cuándo surge? Obtenido de <https://todoindie.com/musica-indie-como-durgio/>

Turpo Gebera & Osbaldo Washington (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. EDUCAR,81-93. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3421/342130831006>

3VOL. (s.f.). Obtenido de <https://3VOLbanda.weebly.com/>

Anexos

Anexo 1 Carta de autorización por Jordan Naranjo

Carta de autorización

Quito, 26 de febrero de 2021

Ph.D.

Narcisa Medranda Morales

DIRECTOR/A DE CARRERA DE COMUNICACIÓN

Presente.-

Por medio de este presente hago constatar que los estudiantes Pablo Gabriel Campoverde Rosero con CI: 1724865181 y Paul Antonio Montalvo Rennella con CI: 1718815655, tiene la autorización correspondiente para hacer uso de la información que requieran de la página en Facebook Jordan Naranjo y de la entrevista realizada el 9 de noviembre del 2020 para el desarrollo de su artículo académico.



Jordan Naranjo cantautor y compositor ecuatoriano de la banda 3VOL

Anexo 2 Carta de autorización por Alex Alvear

Carta de autorización

Quito, 26 de febrero de 2021

Ph.D.

Narcisa Medranda Morales

DIRECTOR/A DE CARRERA DE COMUNICACIÓN

Presente.-

Por medio de este presente hago constatar que los estudiantes Pablo Gabriel Campoverde Rosero con CI: 1724865181 y Paul Antonio Montalvo Rennella con CI: 1718815655, tienen la autorización correspondiente para hacer uso de la información que requieran de la página en Facebook Alex Alvear y de la entrevista realizada el 11 de noviembre del 2020 para el desarrollo de su artículo académico.



Alex Alvear cantautor y compositor ecuatoriano de la banda Wañukta Tonic

Anexo 3. Netnografía: Datos tomados el 8, 9 y 10 de septiembre del 2020

	Abril			Mayo			Junio		
	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto
Luis Villamarín/ Esto Es Eso	36 videos nativos	5 capturas de pantalla	1 publicación donde detalla una invitación a una transmisión en vivo por Instagram.	2 videos en grupo	1 foto de entrevista	1 estado compartido del Facebook de Luis Villamarín	55 videos nativos	3 fotos de Luis Villamarín	1 palabras de condolencias por la muerte de Marmota
	4 videos publicados de YouTube	5 fotos		1 video compartido de otro usuario	4 imágenes	1 aviso de Despertados	26 transmisiones en vivo	1 foto entrevista a virtual	1 artículo compartido sobre la muerte de Pau Donés
	24 transmisiones en vivo desde la página en Facebook Despierta Latinoamérica	16 imágenes subidas		2 videos de YouTube de Esto Es Eso "Pueblo S.O.S."	2 imagen compartida de otro		1 video de promoción del videoclip "OH MAMA"	7 imágenes subidas	1 artículo compartido sobre el video sin censura del tema "Jeremy" de Pearl Jam

Luis Villamarín/ Esto Es Eso	1 transmisión en vivo compartido desde el perfil personal en Facebook de Luis Villamarín.			1 video de YouTube Bluekush	12 afiches		3 videos compartidos en grupo	2 afiches	1 texto compartido de una página web
	1 video de YouTube compartido de otra cuenta			1 podcast en YouTube de Casa Robot el Podcast			3 transmisiones en vivo compartido desde la cuenta de Luis Villamarín	3 imágenes de promoción	1 estado
	1 video compartido de la Fundación Alas de Colibrí con podcast de Luis Villamarín.			1 video promocional			2 transmisiones en vivo desde la página Despierta Latinoamérica	3 imágenes compartida de otro usuario	
				26 transmisiones en vivo programa Despertados			1 transmisión en vivo de otro usuario		
				2 transmisiones en vivo en el contexto de			1 video nativo compartido de otro		

				lanzamiento del cohete					
Luis Villamarín/ Esto Es Eso				8 transmisiones en vivo compartido de Despierta Latinoamérica					
				2 transmisiones en vivo del perfil de Luis Villamarín en Facebook					
				1 transmisión en vivo de otro usuario					
				15 fragmentos videoclip de la música de Esto Es Eso					
				3 videos de él					

Contenido con más reacciones	1921 reacciones Recuperado: http://bit.ly/3i2f79L			532 reacciones Recuperado: http://bit.ly/3qbHuoG			943 reacciones Recuperado: http://bit.ly/3s8wlHn		
	910 compartidas Recuperado: http://bit.ly/3i2f79L			149 compartidas Recuperado: http://bit.ly/3qbHuoG			148 compartidas Recuperado: http://bit.ly/3oz6Nkp		
Jordan Naranjo/ Jordan Rock	Abril			Mayo			Junio		
	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto
	-	-	-	6 videos cover	1 foto de portada		1 video musical		
	-	-	-		1 foto de perfil		1 cover		
	-	-	-		2 imágenes del artista				

Contenido con más reacciones	-			33 Recuperado: http://bit.ly/2MXnvMq			33 Recuperado: http://bit.ly/3oBYK6g		
	-			9 Recuperado: http://bit.ly/3dMthM2			3 Recuperado: http://bit.ly/3oBYK6g		
Contenido más compartido	-			9 Recuperado: http://bit.ly/3dMthM2			3 Recuperado: http://bit.ly/3oBYK6g		
	-			9 Recuperado: http://bit.ly/3dMthM2			3 Recuperado: http://bit.ly/3oBYK6g		
Alex Alvear/ Alex Alvear	Abril			Mayo			Junio		
	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto	Audiovisuales	Visuales	Texto
	3 videos de YouTube	4 compartidas de otros	1 cuestionario	2 videos nativos	3 compartidas de otros usuarios	3 textos compartido	3 videos nativos	3 fotografías	1 invitación para acceder a una transmisión radial
	1 video compartido de otro usuario	1 captura de pantalla	2 textos compartidos de otro usuario.	3 videos nativos compartidos de otros	1 captura		5 videos compartidos YouTube	1 imagen subida	1 texto con enlace a Spotify

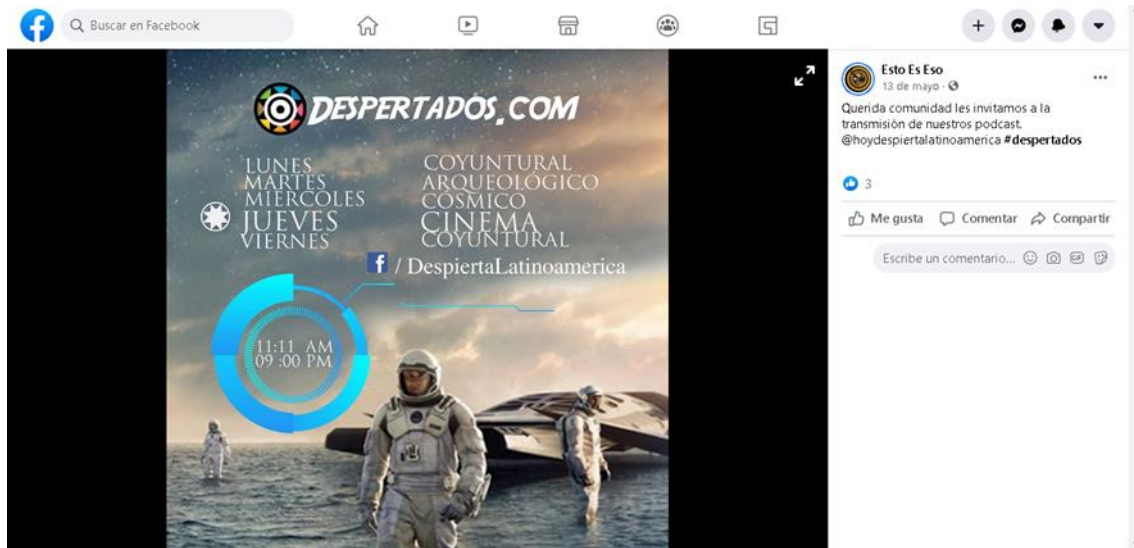
	2 videos de YouTube de otro	1 imagen subida por el		1 video compartido de otro desde YouTube	2 imágenes subidas		1 video promocionando su concierto	3 imágenes promoción de un concierto	2 artículos compartidos sobre Alex Alvear
Alex Alvear/ Alex Alvear	1 compartido de la página Wañukta Tonic/ YouTube “Alex Alvear”			1 video nativo compartido desde la página de Wañukta Tonic	5 imágenes subidas promoción de concierto		3 videos compartidos de otro sitio	4 imágenes compartidas promocionando un concierto	1 texto con enlace de podcast de Wañukta Tonic
					2 fotografías				1 texto con enlace de la canción por el día del padre.
									1 invitación para acceder a una transmisión radial

<p style="text-align: center;">Contenido con más reacciones</p>	<p style="text-align: center;">67 Recuperado: http://bit.ly/38CIVlj</p>	<p style="text-align: center;">504 Recuperado: http://bit.ly/3qeLG7j</p>	<p style="text-align: center;">356 Recuperado: http://bit.ly/35ynjcY</p>
<p style="text-align: center;">Contenido más compartido</p>	<p style="text-align: center;">15 Recuperado: http://bit.ly/3bwfFnd</p>	<p style="text-align: center;">45 Recuperado: http://bit.ly/3qqSzmj</p>	<p style="text-align: center;">38 Recuperado: http://bit.ly/35ynjcY</p>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 4: Sorteo de las publicaciones de la página de Esto Es Eso

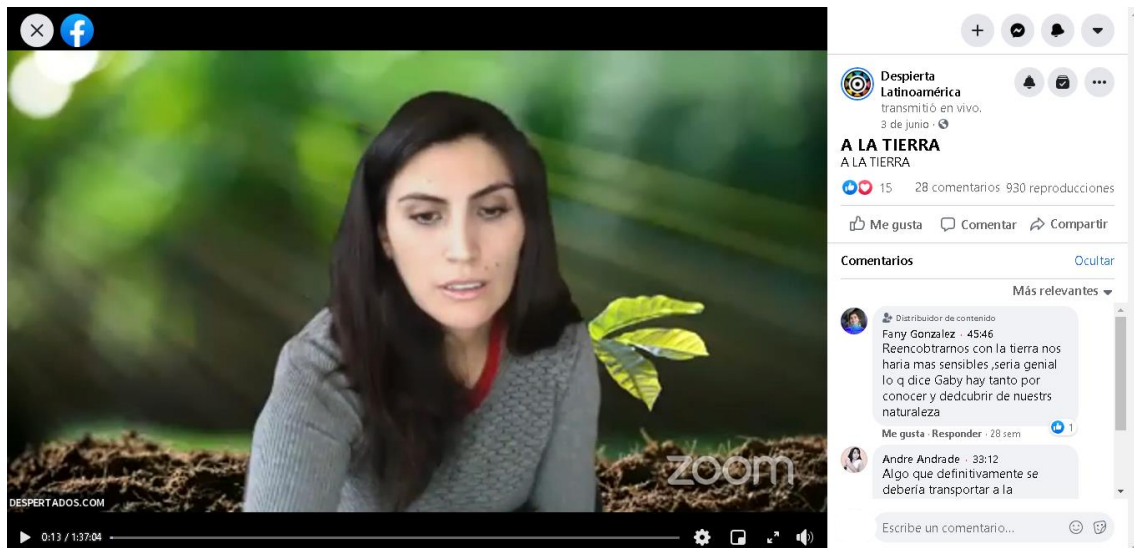
Publicación #25 Esto Es Eso



Esto Es Eso (2020). Cronograma de programación de Despertados.com. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/3h0hwkE>

Anexo 5: Sorteo de las publicaciones de la página de Esto Es Eso

Publicación #212 Esto Es Eso



Despierta Latinoamérica (2020). En vivo del programa Despertados tema: A LA TIERRA compartido desde la página en Facebook de Esto Es Eso. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/3oUCpAK>

Anexo 6: Sorteo de las publicaciones de la página de Jordan Rock.

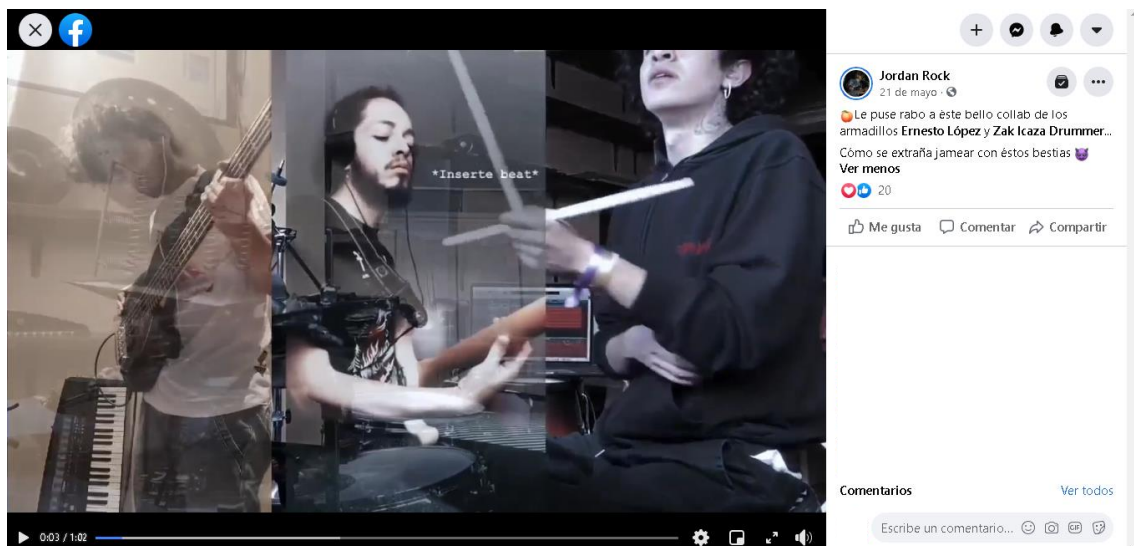
Publicación #1 Jordan Rock



Jordan Rock (2020). Video de Jordan Naranjo interpretando unas notas en bajo. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/3mpZ5XL>

Anexo 7: Sorteo de las publicaciones de la página de Jordan Rock.

Publicación #10 Jordan Rock



Jordan Rock (2020). Video cover. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/2WrBknO>

Anexo 8: Sorteo de las publicaciones de la página de Alex Alvear.

Publicación #38 Alex Alvear



Alex Alvear (2020). Fragmento de un show interpretando la canción “Ausencia” por Alex Alvear y su hijo. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/3gX6WuV>

Anexo 9: Sorteo de las publicaciones de la página de Alex Alvear.

Publicación #27 Alex Alvear



Alex Alvear (2020). Publicidad del concierto online de Alvaro Bermeo compartido desde la página en Facebook de Alex Alvear. [Captura de pantalla]. Recuperado de: <http://bit.ly/3oYQ7Td>

Anexo 10: Entrevista con Luis Villamarín realizada el 4 de noviembre del 2020

Pablo Campoverde: Hola Luis ¿qué tal? buenas noches

Luis Villamarín: Hola hermano ¿cómo estás? buenas noches

Pablo Campoverde: Muy bien, nos encontramos muy bien, ¿Qué tal? Ya ahora si te podemos ver, es un honor tenerte aquí en esta entrevista.

Luis Villamarín: De una, gracias Paul.

Pablo Campoverde: En primer lugar, queremos agradecerte por esta entrevista, mi nombre es Pablo Campoverde y estoy en compañía de mi colega Paul Montalvo. Estamos realizando una investigación sobre el movimiento musical indie en el Ecuador y sus estrategias comunicativas durante la pandemia por el COVID-19. Cabe recalcar que nos referimos al indie como forma de producción más no como género.

Luis Villamarín: Ya pues.

Paul Montalvo: Nuestro estudio, como decía Pablo, nuestro estudio se enfoca más en observar cómo estos grupos del movimiento musical indie tiende a tener una participación masiva dentro de las plataformas virtuales de comunicación.

Luis Villamarín: Ya.

Paul Montalvo: Debido al confinamiento por el COVID-19, durante los meses de mayo, abril y junio es donde estamos realizando este estudio. Es por eso que nosotros te invitamos a ti, para que seas parte de este estudio y nos cuentes de qué forma tuviste que adaptarte a una nueva realidad para seguir trabajando en tu producción musical y como le has enfocado eso a tu actividad en las plataformas virtuales de comunicación redes sociales.

Luis Villamarín: A ver qué les cuento, chicos este. Cuando empezó lo del COVID-19 he. La verdad que yo intente pensar en el peor de los escenarios rápidamente entonces, me puse en ese peor de los escenarios de forma mental y entendí que es lo que más o menos tenía que hacer, para que, si llegara en ese peor de los escenarios, estar lo mejor protegido posible no. Entonces empecé a ejecutar diferentes fines de acción en lo que yo puedo hacer en comunicación para poder justamente asegurar un par de detalles, para cuando se acabe toda esta temporada basta pues, no. Porque se va a acabar, en algún momento esto tendrá que terminar, la cosa es incierto ¿cuándo no? Super incierto que alguien diría en un año. No sé, no lo sé. No tengo ni idea, es muy incierto entonces he. Frente a esa incertidumbre de no saber cuándo va a terminar, pero saber que va a terminar porque es también muy posible que nos quedemos así para siempre. Empecé a hacer un par de acciones que han estado coordinándose entre los emprendimientos que yo manejo, entonces yo tengo un emprendimiento musical que la gente conoce mucho que se llama Esto Es Eso, y también tenía otros emprendimientos que ya eran bastante fuertes pero que nunca había ido estado al frente de eso en el sentido de que. Me parecía que era muy grande el concepto todavía para cualquier persona por querer ponerse adelante de ese concepto bueno no, porque el concepto es demasiado grande. Sin embargo, viene con la pandemia y toda la cantidad de información que me llegaba por justamente por la articulación por uno de los emprendimientos que es Despierta Latinoamérica. Muchísima gente me escribía me mandaba información, total me daba cuenta que hay un montón de información que a no pasarse por el medio público y tampoco pasarse por los otros medios en el sentido de que si no tienes medio privado medio público tienes los otros medios ecuatorianos que generalmente están haciendo el chiste no, porque es así. Como el chiste de la chacoteada y no son temas chistosos pues estos de acá, no son temas chistosos para nada más bien son temas que la gente tiene que concentrarse para entender más. Pues dije

mmm bueno no sin que sea la persona más experta del mundo, pero si con un poco de intuición, con un poco de claro no, me puse a leer bastante antes de hacer el primer Despertados pues la verdad te juro, me puse a leer una semana si quiera antes de hacer el primer programa me puse a estar mejor enterado de las historias, de historias de Europa, de historia de. No sé de Medio Oriente, de estar un poco más claro, porque si te. Lastimosamente los latinoamericanos somos unas enormes ignorancias gigantes no, y bueno pues de eso de ser unas enormes ignorancias hace que, que vivamos en el mundo conitos tal cual, te digo Latinoamérica vive en el mundo conitos y más aún en el país que yo vivo, Ecuador. Pucha, no somos conscientes en absoluto de la historia mundial para nada, somos extremadamente cómodos con nuestra posición del país privilegiado pues no, tenemos este clima fantástico. Cae una pandemia y sacamos poco a poco la mano, sacamos el verde osea, es muy fácil comer he. Somos países ventajadísimos, pero por esa misma comodidad nos hemos vuelto un país extremadamente ignorante, y con poca. Y con poca hambre de conocimiento de información, con poca hambre de no sé, de estar preparados mundialmente de lo que pasa en el río de la globalización intelectual, para nada no. Super separados, extremadamente separados.

Luis Villamarín: Entonces, ahí dije bueno aquí puedo hacer mezclar un poco lo uno con lo otro no, entonces la idea ya empezó a nacer, no le puse Despierta ya, sino pues porque él “Despierta” ya estaba muy verreado pues digamos pues no. Vos pones Despierta y sale en 100.000 páginas Despierta, nosotros éramos una página Despierta que no es mala, es una buena página Despierta Latinoamérica, en una red potente. En la pandemia crecimos prácticamente triplicamos nuestra cantidad de seguidores y duplicamos nuestra cantidad de fans en Despierta entonces ha sido como un detalle, super interesante de nuestras cifras, llegamos a. En una mejor temporada. En una mejor semana. Que digo en unas dos semanas llegamos a 24.000.000 de personas a la semana.

Pablo Campoverde: ¡Genial!

Luis Villamarín: Fue una cosa super grande, super grande, super grande. Entonces le cambie el nombre de Despierta a Despertados fíjate. Despertados es una página web que estoy creándola todavía, el 11 de noviembre la vamos a soltar, prácticamente lo que hemos hecho en Despertados es. Estoy intentado darle una explicación hasta simbólica de lo que queremos hacer en el sentido de que el implemento de Despertados es cambiar el paradigma, vale. Y este cambiar el paradigma Despertados es, es el motivo de la razón de ser ahora esta página que se inaugura el 11 de noviembre. Entonces con esto que te comento, en este peor de los escenarios cuando nosotros saquemos Despertados no está completamente perfecta cuando salga el 11:11, ya veo nos va afectar bastante sin embargo el proceso ya está iniciado y básicamente lo que es la página es un tipo de puente de preselección de contenido en 16 puntos que consideramos claves que pueden ser fundamentales para el cambio del paradigma en Despertados. Esos 16 puntos tienen que ver con la cruz andina que de hecho es el logo de Despertador, no sé si has podido verlo pues entonces que nuestro logo es la cruz andina modernizada pues no. Pero los 8 puntos de la cruz andina merecen 16 puntos que se crucen, 8 puntos internos y 8 puntos externos. Hemos cogido estos 16 puntos y bueno pues, van hacer los puntos en los cuales nosotros estamos. Estamos poniéndolos en los puntos que pudieran ayudar a cambiar el paradigma de nuestra sociedad estamos en un tiempo de cambio, pasa que los cambios de las sociedades no se dan en un año o en dos, no. Los cambios de las sociedades se dan en siglos de acuerdo, y nuestra sociedad a partir del 2019 los movimientos que se vieron en todo el país, en todo el planeta no, que muchos empezaron por Ecuador. Bueno pues esos movimientos fueron el inicio del despertar de diferentes personas de todo el mundo que vieron con mayor tenacidad, status quo, etc. Pasa que con la pandemia extraordinariamente bien puesta la pandemia los movimientos han tenido que frenarse no,

en el Ecuador ha sido peor. Tremendo no como la gente ha cogido cuidar su salud que cualquier otra cosa, ¿no se si me entienden?, nos ha importado un pito, dicen se lleven todo, claro también porque las élites están a favor de estas personas, nuestro pobre país lastimosamente tiene estos tremendos traumas psicosociales, profundos, que no nos permiten levantarnos, levantar la cabeza ante las élites no, que nos tienen super super controlados. Entonces Despertados fíjate, que con estos 16 puntos de nuestro puente vamos a sacar este proyecto en el cual todos los contextos, todo lo que se está haciendo va terminar siendo parte de un libro que estoy escribiendo, que se llama el Paradigma de Despertados por este servidor. Bueno pues, todo esto que sea un libro y espero que luego de toda esta pandemia cuando toque, cuando todo esto termine, comenzar a viajar conversando un poco sobre el despertar, hablando un poco sobre mi libro, hablando sobre lo que estoy aprendiendo con casi cientos de personas que estamos haciendo entrevistas, porque una, después de Despertados. Es muy bonito el concepto en la forma de que lo hemos hecho en el sentido de que estamos entrevistando a diferentes grupos de personas en los cuales les hacemos las mismas preguntas y obtenemos un tipo de fotografía psicosocial de todo el panorama del 2020 sabes, entonces se va ir dentro de toda esta programación en este puente de información que te digo que es Despertados pues nuestras pequeñas. Aportes de estas personas que van a generar esta fotografía mental con nuestros contenidos descritos para el libro serán parte de los contenidos de Despertados. Esperamos que. muy bien, no estoy muy seguro porque las cosas que hago, hago divertidas entonces, seguramente la gente va a meterse, va aprender. No he querido meterme con la política nacional del Ecuador, porque entiendo que es extremadamente agresiva, es mala, es dañina, es perversa, es malvada, y a un tipo como yo lo pueden destruir como un bicho pues no. Puesto que son poderosos y bueno, básicamente no he querido atacarlos directamente, tengo familia y, bien que podría sabes, los dejaría callados

a todos y a todo inmediatamente sin embargo siento que no es mi papel en este universo, en este mundo, no soy una persona que gira hacia el conflicto sino si a que las personas entiendan que han sido engañadas durante toda su vida y que es mejor y necesario un cambio del paradigma. En los textos que estamos escribiendo, porque lo estoy escribiendo justo este libro, se está escribiendo mientras estoy hablando con ustedes. El día de hoy escribía que el paradigma el cual nosotros estamos actualmente obedece al que nosotros entendemos como cierto, que es el respeto a las burguesías, el respeto a las monarquías, a los establish establecidos algo que se conoce como el status quo muchísimos años no. Este estatus quo ha formado este paradigma en el cual nosotros, “sine qua non” en el mes de diciembre, tendremos que aguantarnos la fucking navidad una vez más, sabes tenemos que aguantarnos una, tendremos que explicarles a nuestras madres sabes que todos. Tendremos que inventarnos familias felices en navidad, loco las familias no son felices, las familias son una fucking mierda, un puto lío horrible en el que las personas no logran sincerarse sin embargo, en navidad se obligan a la familia a tener este idilio sabes, en estos rituales en familia super extraños con triángulos gigantes en la sala de todas las casas llenas de lucecitas, no cierto. Y el status quo fomenta estos comportamientos. Después te digo para nuestra generación, yo dudo mucho que nuestra generación logre librarse del estatus quo, es muy complicado. Pero, por ejemplo, hoy hablando con mi mamá pues estábamos hablando de muchísimas cosas con mi mami, una persona, super culta que me ha enseñado muchísimas cosas que se. Entonces le dije: “Oye mami y este año ¿qué vas hacer en navidad?”, entonces me dice: “no ñaño, ya no voy hacer la fucking navidad”. Bueno sin el “fucking” pero me dijo que ya no va hacer navidad y le digo: ¿por qué? y me decía “¿por qué?”. Luego le digo: “Tienes razón, es una manera la cual nos manipulan” y me dice: “si, antes de irme voy a controlar esa manipulación eterna”. A todas nuestras mamás les encanta la navidad y todos nos gusta también, sin embargo, este

sincretismo religioso nos cuesta mucho más de lo que nos da, nos obliga a estar dormidos, nos obliga a considerar que el 2021 ya llega. ¿Qué 2021? eso no existe. No existen tales cosas como los años sabes, son convenciones, convenciones para poder medir cosechas dale. Eso es lo que son los años no. Pero realmente el tiempo es hídrico no es una cuestión lineal, todo el tiempo está aquí etc, sabes. Y nuestra manera de comprender las cosas y nuestra actual visión del mundo está definitivamente agarrado de estos sincretismos religiosos, tales como la navidad, tales también como todas las fechas se van dando en el año no. Imagínate que en plena pandemia o con esto del COVID-19 mismo, tuvimos aquello que es conocido el Miércoles de Ceniza en el noticiero de Quito y de Cuenca, y de todo el país. Tuvimos la cuestión de Domingo de Ramos, con la virgen volando no sé si ustedes si vieron pero, en Guayaquil hicieron eso.

Pablo Campoverde: Si.

Luis Villamarín: Un helicóptero, volaron con el olivo y todos vimos eso y dijimos, ¿Por qué se le televisa eso no? ¿Por qué diablos ponen en la televisión eso? ¿por qué es tan importante esta página de verdad? ¿Por qué? Bueno es porque el status quo le interesa justamente poder encerrarte en estos pequeños ciclos no cierto. Para que vuelvas a repetir, que pienses que realmente el 2021, es otro año. Pensamiento macabro yo digo. Es un pensamiento macabro para las sociedades. Entonces yo te digo, como yo lo vi yo me puse en el peor de los escenarios cuando esto paso y el peor de los escenarios es que la gente siga engañándose sabes, sigue engañándose eternamente hasta que. Bueno pues básicamente el problema del planeta les explote en la cara, y les exploto solo que no nos damos cuenta. No somos capaces de entender, de ver que nuestro mundo cambió, y que para Ecuador cambiaron las cosas para siempre.

Paul Montalvo: Así es.

Luis Villamarín: Que para el mundo cambiaron las cosas para siempre, la gente sigue haciendo como si no pasa nada.

Paul Montalvo: Claro.

Luis Villamarín: Por eso personalmente, este proyecto Despertados se articula con una estrategia de vida ya, en el que claro no espero poder conferenciar al respecto de esto de despertar, espero también viajar, a ser un artista audiovisual que pueda utilizar con todo lo que puedo hacer con mi música y también con la información que puedo manejar. . Ayudando a una sociedad que pucha. Te juro loco que estamos frente a una falta de líderes, con una falta de personas que nos den info correcta, sana, una buena no, lo que tenemos son payasos. Tenemos payasos de los políticos y tenemos los payasos que hablan de políticos te juro es un desastre. Una pendejada. No sirve para nada. Desde mi punto de vista, no he querido ser parte de ninguna de los dos, he tenido no te creas que dicen: “Oye loco vos deberías lanzarte para. ¡Vos deberías Luis!”

Luis Villamarín: Y de ley, y de ley, yo debería sabes, me iría muy bien pero, a riesgo de que me insulten a mí, a mi madre, a mi familia, jamás loco jamás me permitiría, a mi banda Esto es Eso, eso jamás lo permitiría, a Fernando y que le digan de todo en las redes, yo no podría.

Pablo Campoverde: Exacto.

Luis Villamarín: Yo no podría loco, yo no podría si no es. No es el mundo que yo podría vivir no. Me encantaría que la gente me diga: “Luis, tú sé presidente del Ecuador”, pero porque la gente me lo pida, porque muchísima gente me lo pida. Y algo así no, pero por algún otro tipo de manera lo que he hecho con Fernando, exponiéndose al insulto público más, de los que más agresivo he visto en mi vida pues no. Entonces en ello no veo y

tampoco veo que está bien hablar de los políticos porque hablar de los políticos es darles pie a estos políticos.

Pablo Campoverde: Así es.

Paul Montalvo: Así es.

Luis Villamarín: Porque Hablar de Jacobo Bucarán es darle pie a Jacobo Bucarán no, hablar de no sé de. Lenin Moreno es darle pie a Lenin Moreno son personas que ni siquiera deberían ser nombrados por la gente de bien no, deberían ser de gente, de personas anuladas, personas que no se hablen. Personas que se odian porque son tan absurdas que tú dices: “¿Para qué voy hablar de ellas?”, no tiene sentido para qué vamos a esforzar a poner neuronas en esto que no funciona. Entonces de eso habla Despertados sabes, entonces también claro, con también estoy combinando con Esto es Eso para que con esta música de Esto es Eso estoy sacando temas de manera y forma estratégica música de estas cosas porque también ya hablamos de manera estratégica de estas cosas que hacemos. Y, por otro lado, la página que ya se plantea ya te digo el 12 de noviembre, se plantea salir etc. Estos siguiendo los temas, los editoriales, luego buscaré más editorialistas, pero los argumentos son conceptos de quien te habla, en el concepto de un libro también, también con la idea de esta. Espero poder conferenciar de esto, también me estoy preparando para poder hablar a la gente ya más abiertamente de que es el pensamiento despierto, el despertar o lo que es estar des- per- ta-do, es un tiempo pasado pues no, pues ya te despertaste por estar despertado no.

Pablo Campoverde: Claro sería correcto hablar de “despertados” que en presente. Osea algo que me parece sorprendente de lo que tú me acabas de decir, es que tú te hiciste el peor de los panoramas por así decirlo.

Luis Villamarín: Aja.

Pablo Campoverde: Precisamente, esa es la clave yo creo, que para una buena planificación. Entonces, también tenemos entendido de que la pandemia, eso ya se nos viene advirtiendo años, se nos viene advirtiendo la naturaleza, tanto del ser humano tenía que colapsar en algún punto y nosotros teníamos que haber estado preparados, y. Aquí está la solución, yo veo que, con Despertados, prácticamente, tú nos hablas de cosas prácticamente que la gente no quiere darse cuenta, no abren los ojos en realidad. Y es una buena forma y útil de usar las redes sociales. Algo que yo quisiera saber es: tu aparato de Facebook, ¿qué otras redes sociales tú usas?

Luis Villamarín: Bueno pues usamos Instagram. Usamos YouTube, Twitter, me he metido pero la verdad que, como me meto en el Twitter el Pensamiento Despierto, es un pensamiento extremadamente poderoso y la ahora. Como te digo no quiero generar enemigos loco, no quiero, no quiero empezar a pelearme con periodistas no sé, con. Osea, te digo creo que es una pérdida de tiempo, pienso que es creo una pérdida intelectual estar ahí de dándose. Entonces Twitter no me gusta mucho porque es más conflictivo. Entonces el Facebook me gusta porque está todo ahí, el Instagram me gusta, pero el Facebook esta todavía más grande que Instagram. Facebook para Latinoamérica se vuelve algo muy interesante. Ciertamente que por estar en Ecuador. Nuestra página nos movemos a nivel latinoamericano no, Facebook está posicionando bastante bien, me ha llamado mucho la atención como el Facebook te permite hacer un sin número de cosas interesantísimas más cuando quieres. Explorar lo que quieras hacer. Cuando tú quieres la gente hacer tú dices; publican una cosa, ponen datos, publicas una foto, pero el Facebook te da hoy por hoy decenas de herramientas de comunicación super interesantes que, sin la gente bueno, pues ya que te interesan las bandas, y las bandas fueran un poquito más conscientes bueno pues

lo usarían más. Pero tampoco hay un seguimiento de información, tampoco no hay nadie que te verifique a la gente aquí en Ecuador, no hay nadie que te esté diciendo un poco de tecnificación sabes, a nadie le quedaría mal un cursito de redes sociales, a nadie le quedaría mal. Sin embargo no es información que se da, no es algo que se comenta, dejando de lado a las personas a su propio ímpetu no, la gente que quiere aprender es gente que va a aprender, va a ser, pero ya te digo ese sentimiento que mejor han trabajado las elites sabes, para hacernos daño sabes, a las clases autoras, a los músicos, nos han dado en el alma sabes. Nos han dado en el alma. que tus pones la radio en Ecuador y son una burla pues no. Y perdón, yo he sonado un montón en la radio, más bien gracias Esto es Eso ha sonado muchísimo en la radio. Yo, gracias, agradezco y bueno genial, pero eso que mal que en el Ecuador yo he visto muchísimas bandas talentosas, de las modernas, de las nuevas. Una infinidad de música extraordinaria y esa no suena en la radio.

Pablo Campoverde: Exacto.

Luis Villamarín: Eso es, eso es golpear en el corazón de los músicos sabes, porque un músico osea es una persona que primero obviamente es sensible, es una persona que no es un ingeniero civil que le dices: “Loco tu puente está mal” entonces el ingeniero civil dice: “No, ¿cómo está mal? Estas son las cosas, este es el concreto, este es el cemento” y se va técnicamente porque está bien su puente y ¿esta malo? No sabrás. Pero los músicos son distintos porque bueno primero, le metiste tristeza a una canción sabes, pucha es un sentimiento de fuero interno ya desde el principio es arriesgado llevar una canción a alguien sabes. ¿Ustedes son músicos quizás?

Paul Montalvo: El Pablo.

Pablo Campoverde: Yo soy músico.

Luis Villamarín: Ya entonces vos sabes que es hacer una canción y vos le presentas a tu mejor amigo y dices: “Putá hice un tema loco”

Luis Villamarín: Ya entonces ese momentito, vos te esperas te juro que tu mejor amigo no coja el teléfono, nadie les hable, quieres verle hasta la cara que pone cuando pones la canción. ¿Si o no, Pablo?

Pablo Campoverde: Exacto, uno quiere verse reflejado en la otra persona.

Luis Villamarín: Osea quieres cachar que paso, ahora imagínate lo que es irse a una radio, que no le conoces al pana de la radio pues, en primer lugar, no sabes quién es no, y el de la radio te dice: “Hola ¿cómo estás Pablo? que gusto. Me traes la música de tu nueva banda, que bueno, que rico, me traes un disco”.

Y si tuviste plata pues bien no, porque caro es hacer un disco con estas economías críticas aún más difícil. Entonces cogen el disco y el 45% de las radios si te ponen el mismo día que vas a dejar tu disco, si te ponen esa vez, y de ahí cogen el disco y (Silbido). A la cuenta del olvido ¿dale? Vos podrías llamarles a tus padres: “Papi llámale a pedir a la radio” pero loco cuanto tiempo puede durar eso, ¿cuánto tiempo dura el ímpetu? Poco, poco.

Pablo Campoverde: Claro.

Luis Villamarín: Porque vos ya hiciste la canción no, tú ya te preparaste en el estudio, tú ya hiciste todo, ya puta. Digamos que tú ya tienes la mente a un nivel profesional que es difícil, pero digamos que ya tienes un nivel profesional, esa canción te costó billete entonces ¿cachas? y sí que la hiciste vos solito te costó horas y horas de aprendizaje, tu mensaje de 10 años para hacer que tu huevada suene, ¿es cierto? es lo que me pasa a mí, yo después de 10 años recién me gusta como yo mezclo los temas, pero después de 10

años de estar en mezcla, mezcla y mezcla, y mezcla, osea. Te digo loco no es así no más, entonces vas con el tema le muestras al de la radio y puede ser que el tipo sea una persona dura con la gente sabes, que sea un tipo que está un mal día y es la persona que te recibe. Entonces tú vas con tu corazón y así como puta. ¡Mi disco, mi tema! Le muestras a este man y coge y. El no entiende, lo que pasa es que este man no tiene una preparación, él no está preparado para eso sabes, alguien debería prepararle, una persona que diga: “oye loco sabes que viene un huevon con la música”, ese man psicológicamente está en una posición extremadamente delicada, tienes que portarte dócil con él, y tienes que ser susceptible y amigable una infinidad de cosas que me imagino que puede haber psicológicamente, para atender un músico que esté llevando un disco sabes.

Luis Villamarín: Y bueno pues, eso no pasa loco, y me imagino Pablo y todos los músicos del Ecuador, yo personalmente no voy a dejar una canción en un radio loco, no me acuerdo, ya fue hace unos cuantos años no me acuerdo. Pero claro mandamos por email, la gente ya me conoce, pone los temas, no sé cómo terminará llegando, no sé, pero termina llegando mi música a la radio, terminó llegando.

Paul Montalvo: Luis discúlpame.

Luis Villamarín: Dime.

Paul Montalvo: En ese sentido ¿tú utilizas las redes sociales como medio de comunicación propio y priorizado a tu trabajo?

Luis Villamarín: Como dijiste perdona, que estoy haciendo con mis redes sociales ¿para?

Paul Montalvo: ¿Para ser un medio de comunicación propio y priorizado a tu trabajo musical?

Luis Villamarín: No está priorizado a mi trabajo musical, está priorizando lo que el concepto de lo que es mi página Despertados. Osea para que, claro no con Esto es Eso, si me pasa que lo uno no sale de lo otro sabes, Esto es Eso no te podría decir yo que es una banda más grande del Ecuador no, pero es más grande porque la gente más reconoce.

Paul Montalvo: Así es.

Luis Villamarín: Entonces es un valor extremadamente valioso dale, y es que yo anclo Esto es Eso con temas bueno, desde que la primera canción que yo saque, nunca fue una canción fácil, ni tampoco fue una canción, sabes. Fue una canción que fue más bien profunda de corte filosófico. “Light it up”, “la vida te ha dado cosas buenas y malas” desde un principio empecé hablando filosóficamente, dije “chicos conmigo vamos a pensar” no, entonces desde un principio siempre a través de las letras de Esto es Eso, y eso es noticia no, que a través de las letras de Esto es Eso la gente encuentra contenidos que la hacen usar la “Ted”, entonces es, bueno lógicamente le estoy radicalizando ya he entendido también cual es mi cometido Esto es Eso va existir, va a ser una banda que esté pegada a la comunidad, al pueblo latinoamericano y ecuatoriano que donde pertenezco no, pero es un estar con el pueblo y el estar con el pueblo ahora me obliga ser Despertados también por que la sociedad está como está, por cómo te digo faltan líderes, y no quiero ser líder del Ecuador ojo no, pero si quiero que vean como debe ser su líder la verdad y no busquen líderes porque si sabes. Deben haber personas que busquen y que el Ecuador logre osea, que sepa que hay personas correctas, pero claro no, es imposible que una persona con cierta empatía de que por cierta familia quiera meterse en política. Hoy por hoy nadie quiere ser arrastrado por estas clases horribles que lo que hacen es trabajar por las elites, y trabajan para las elites todas las clases políticas de izquierda y derecha , todos son lo mismo, pero del criterio de quien te habla, todas esas personas deberán salir,

deberán ser juzgada y lo que yo entiendo y lo que yo veo, el cambio de paradigma como para un país como Ecuador, tal vez no se genere y no se logre en esta generación pero que sí podemos forjarlo una generación que viene y cambiar esa generación para que eso pase no. Aquí la gente yo te digo, está por la navidad mucha gente ya quiere la navidad y está feliz como en los partidos de fútbol. En la navidad la gente va a comprar plásticos para sus niños, plásticos en juguetes, es así de estúpida nuestra sociedad, y al comprar plástico para los juguetes sencillamente tenemos que analizarle tenemos que pensarlo el plástico del niño, del juguete para tres años es basura. Es basura que tendrá que ir a nuestros contenedores debajo de nuestra agua haciendo más plástico, haciendo que nosotros tomemos agua con plástico. Y así sabes, así es, te digo que es muy difícil que esta generación logre cambiar por ese cambio de paradigma porque no todos, no todo el mundo va tener que aceptar tan rápido un pensamiento tan radicalmente. Que gira a todo no, sin embargo, creo que sí pude ver un primer inicio, es anclar mi espacio de escritor de productor con Esto es Eso y al mismo tiempo sentar esta. Este otro lado, un lado más investigativo, declarativo, argumentativo, político, político- social activo, sin embargo, crítico y satelital yo diría, porque no creo que... Yo no creo que el mundo y el país está preparado todavía para que lo que nosotros proponemos desde ya. Osea tendrá que ser mucha gente que debe instruirse, que aprender, el nivel de conocimiento del que te estoy comentando. No tiene nada que ver con la información que yo pude haber generado para nada, es una información que existe desde hace milenios en la historia del planeta y es la gente que debe empezar a ver y a entender esa historia de milenios en el planeta y ponerle en su contexto en la historia de hoy. Sabes esos milenios en la historia de hoy, acuérdate que te decía que el Ecuador por su clima somos super vagos, que nunca estamos conscientes de la historia del mundo mundial, Bueno pues es eso justamente, ese es el problema por eso y te digo las bandas de aquí en Ecuador y todos y todos, adolecemos de

ese problema, bueno hasta hoy porque con Esto es Eso hemos cambiado esa nota a partir del tema de Despertados ya a partir de ese sistema, ya me pongo en una crítica de lo que es la historia de la humanidad y también exponemos con claridad los puntos que nosotros pedimos que revises para que puedan ser analizados dentro de un concepto de despertar, te pedimos que investigues sobre el hogar de Alejandro Magno, te pedimos que investigues sobre la Caída de Alejandría, que investigues sobre La ley de Dios paralelo pagano de Locke, te pedimos que lo investigues no, son puntos claros que es un punto de inflexión en la historia de la música y de la historia de lo que está aconteciendo no. Despertados va a existir nosotros lo vamos a mover y. Ya es un primer paso sabes, ya es un primer paso del cambio del paradigma, yo te digo me encanta la idea de poder hacer esto y la página está pensada para que pueda autoabastecerse contenidos por medio de los usuarios y mejor con contenidos de otros usuarios de la web también. Entonces va a ser una página de automejora y también interesante en la cual, bueno pues, no te explico todo pero va a ser super interesante en ese sentido y. Bueno pues empezar no y ya te digo, en el peor de los casos o en panoramas que creo que es en el caso de este mundo de ciegos.

La gente que va a la navidad, gente de 2021 y gente de 2022 y 2023 bueno pues, en este mundo espero poder ayudar a la gente que pueda ver de otro lado, un lado más informado, un lado con más conciencia, claro esperando que nuestra generación sea suficientemente prudente de poder enseñar a los más chicos, a todos sus hijos, a tus hijos, a los hijos de tus hijos, la nueva información que debería funcionar dentro del nuevo paradigma. Una de las cosas que estábamos nosotros mencionando es que. Fíjate no, Elon Musk ¿se ubican, no cierto, muchachos? Bueno pues Elon Musk, en el 2017, en una conferencia específica que el mayor temor que él tiene es que la sociedad no puede. La sociedad no prevé lo que le pasa o sea hasta que lo tengan en la cara tanto así, que está poco consciente de los peligros de la inteligencia artificial y que no va hacer suficientemente consciente

de lo que va los peligros de la inteligencia artificial hasta que no haya unos robots que los estén matando en la calle. Y así como nosotros no podemos ver lo que está diciendo Musk, nos está gritando en la cara no ¿cierto?, así como nosotros no podemos verlo, no pueden verlo ni tus papás, ni tus mamás, ninguno de tus amigos, no podemos ver que hay una inteligencia artificial que peligra ahora mismo que nos podría hacer peligras a nuestra vida no podemos verlo, es imposible para nosotros y está haciendo denunciado hace dos años por la persona que nos va llevar siempre a Marte sabes, a vivir una colonia de multimillonarios en Marte igualito a 2012 sabes, igualito.

Paul Montalvo: Así es.

Luis Villamarín: Porque ¿quién va a tener la plata para irse a Marte?, la gente más rica del mundo. Bueno pues, así como nosotros no podemos ver cómo es esta incapacidad de ver la inteligencia artificial, el riesgo, así mismo como los romanos sabes, como Julio Cesar, esos manes jamás pensaron que Roma iba a caer y durante 500 años los romanos siguieron asentando, pensaron que podían manejarlo, etc. Hasta que vinieron los Bárbaros del Norte y los destrozaron como a bebés, sabes. Y no lo pudieron ver hasta que fue demasiado tarde igual el pueblo judío cuando fue lo del holocausto, la gente en Alemania pensaba: “No, no pasa nada”, y no eran conscientes de lo que pasaba solo pasaban en las casas, sabes. Entonces las sociedades somos incapaces de ver lo que nos pasa aun cuando esta debajo de nuestras narices, es una incapacidad que tenemos, seguramente relacionada con la información educativa de que tenemos desde jóvenes, quizás sea tal vez esto de las cosas que consumimos, tal vez como las cosas como el azúcar, la sal que son productos que nos generan diferentes químicos en el cerebro que nos adormecen, etc, etc, etc.

Pablo Campoverde: Exacto.

Luis Villamarín: Y bueno pues, frente a esa condición, yo te digo nuestra entera generación no es consciente de lo que le está pasando, es nuestra premisa como nosotros salimos y lo que estamos sugiriendo es, lo que estamos haciendo una sociedad. Yo quiero esa sociedad en la que pueda luchar por su propia vida, como soy consciente de aquello este proyecto Despertados lo que busca es el cambio de ese paradigma sabes, y este inicio es aquí pues no. A esa fue la estrategia, imagínate loco que le pusimos paralela a Esto es Eso por esta nota de pandemia, como te digo me di cuenta que va a ser un escenario super difícil y eso o sea creo que la gente en el Ecuador va a necesitar alguien que hable. Y bueno pues espero estar listo para eso sea y. Que toda la gente lo acepte también, más aún que la gente vea que nuestro trabajo es honesto, que es un trabajo bien hecho, Histórico, respaldado, todas las cosas que nosotros decimos en Despertados es históricamente respaldado, me voy también por toda la historia fíjate.

Pablo Campoverde: Luis, queremos preguntarte ¿tu red social en Facebook tú la manejas, o existe otra persona a cargo?

Luis Villamarín: Somos dos personas las que trabajamos, yo genero los contenidos y la otra está publicando

Pablo Campoverde: ¿Y el uso que das a Facebook a parte del trabajo a que más va enfocado?

Luis Villamarín: El uso del Facebook netamente solo trabajo, todas las cuestiones que usan en red 2.0 es solo para el trabajo, yo al menos tengo cero vida social.

Paul Montalvo: Y dentro de los primeros meses que estuvimos en confinamiento, ¿cómo organizaste tu tiempo para adaptarte a esa nueva realidad?, ¿cómo trabajaste virtualmente dentro de las redes sociales para generar contenido, tu contenido en “Despertados”?

Luis Villamarín: Me sirvió ponerme detalles interesantes, al principio marcamos la idea de las 1111 para empezar todas las mañanas, y eso nos ayudó a penetrar en el mercado, y también fue como un reto intelectual y personal para hacerlo a las 1111, me parecía que tenía que poner harta información para poder hablar de eso, entonces fue un reto para mí y6 esto permitió generar más estabilidad y de ahí ya les íbamos explicando a la gente lo que estábamos haciendo, hasta que finalmente la gente ya está esperando el 1111 de noviembre de este año para lo que sacamos ir otra vez reiniciando los programas, que ya no quiero hacerlo todos los días porque me toma mucho tiempo de reconocerse, pero que estamos estableciendo una manera para articular los programas y que se mantengan en vivo, mi manera de organizarme, me encanta trabajar, la producción audiovisual es genial me encanta, me permite estar enfocado, además de que me gusta lo que estoy haciendo, merece la pena luchar por algo así, tiene corazón y las cosas que tienen corazón pueden tener resultados imposibles de predecir.

Paúl Montalvo: ¿Luis y sobre el proyecto de Despertados te lo visualizaste durante el confinamiento?

Luis Villamarín: No ósea yo con Despierta pensaba hacer unas rutas las expediciones, tenía planeado una expedición a Perú para poder hacer la ruta “Despierta Perú”, yo no podía hablar sobre “despertar” aún no estaba muy preparado, porque es mucha información, por ejemplo, del plano espiritual es algo que yo prácticamente no sé, estoy comenzando a estudiar súper de forma para comprender cómo se puede entender el espíritu a través de las diferentes doctrinas o pensamiento de la humanidad, pero también lo espiritual es una parte importante del despertar porque a la final dentro de esta agua con carne y agua hay alguien, estamos aquí dentro nos afligimos, soñamos entonces es evidente que hay algo dentro, entonces investigar sobre este tema es súper interesante.

Paúl Montalvo: Pero por lo visto, nosotros hicimos un estudio estos meses y nos dimos cuenta que dedicaste más tiempo a Despertados que a tu trabajo musical, ¿hubo algo que te intervino en la pandemia?

Luis Villamarín: En los tiempos en los que son la música son importantes pero el contenido divulgativo es lo que las personas quieren saber más, hoy por hoy la gente quiere estar más enterada del contenido que lanzamos en Despertados aún más que las canciones no, aún si las canciones hablan de eso, la quiere estar enterada por la información es más básicamente por los momentos que vivimos y ya te digo hay mucha oscuridad en este mundo, aquí los programas políticos, o la gente que habla de las cosas que son interesantes, deberían ser aportativas, o hablan de la política del Ecuador o hablan de los políticos que hacen política al Ecuador y todo eso está viciado, todo eso está sucio, muy sucio, entonces despertados, plantea no hablar de esas personas, pero si hacerte pensar o hacerte llegar información divulgativa, información que te va a dar herramientas de comprensión ya no solo como un ecuatorianito viendo las cosas chiquititas como nos encanta ver aquí, sino como un ciudadano ilustrado con información del planeta en el cual estás viviendo en un pequeño país, estás siendo explotado por transnacionales, quienes trabajan durante milenios en estrategias y planificaciones de un “status quo” extraordinariamente bien planteada a nivel mundial y bueno pues “tienes que despertar”, tienes que darte ese tiempo, entonces ahora mismo era darle un poco más de tiempo a despertados y ahora que sale el 1111 en Despertados creo que finalmente ya se ejecuta y la gente puede ver lo que estoy haciendo y etc. Los contenidos no se los esperan, nosotros estamos haciendo una nota muy extraña lo que vamos hacer y también me he visto los programas de este tipo que viaja por el mundo, entonces quiero ser competitivo, quiero mejorar lo ya habido en la red, entonces estoy en esas veras, siento que va a ser interesante y con “Esto es Eso” nunca ha parado, es esta pandemia sacamos cuatro canciones una

saqué de la red, sacamos “Las piedras guías” que es el tema que sacamos primero y casi la gente no escuchó, ese lo saqué en marzo, “Frecuencia”, Oh Mama” y Despertados, cuatro temas en este año, de las cuales saqué una a la red, ya no está “Las piedras guías” saqué porque la información de la canción es demasiado pesada, la gente estaba perdiéndose un poco.

Paúl Montalvo: En el sentido de que le has enfocado más a ser comunicador, pero claro ya nos dijiste porque te enfocaste en eso, pero porque no tuviste tu tiempo para seguir trabajando más en tu producción musical?

Luis Villamarín: Bueno es que no ha pasado eso, más bien he estado produciendo muchísima música, y eso te digo en este año hemos sacado cuatro canciones en menos de 8 meses, entonces hemos sacado cada dos veces una canción, de las cuales se hicieron 3 videos, se hizo gira de medios nacionales e internacional de dos de esas canciones, Despertados la una canción y está anclado a otro proyecto que está jalando a “Esto es Eso” y ando en eso ahora, y como te digo quizá la gente sintió que claro como decía más “Despertados”, pero sin embargo “Esto es Eso” está trabajando constantemente.

Pablo Campoverde: Van a la par por así decirlo.

Luis Villamarín: Van a la par y si es cierto que equilibró las dos cosas, quizás si le he dado un poco más de prioridad a “Despertados” por el momento coyuntural más que todo porque la nota está grave, siento que la gente en el Ecuador se siente orgullosa de que “Esto es Eso” sea de Ecuador.

Pablo Campoverde: Por supuesto que sí.

Paúl Montalvo: Nosotros también.

Luis Villamarín: Y siento que la gente va a estar muy orgullosa de que despertados.com sea también de Ecuador, ajá porque ya te digo, yo nunca he sido nacionalista, creo que es un error cerrarnos en nuestras fronteras es un error macabro y en medida de ello, pienso que despertados va atacar de una forma ecuménica el pensamiento de la gente, porque nuestros conceptos son ecuménicos, son amplios, entonces ese concepto nace desde este país, desde el Ecuador, “la tierra del ki”, ki es la mitad “Kito”, es “mitad sagrada”, este país no se tuvo que haber llamado Ecuador, se tuvo que haber llamado “Kito” porque somos la tierra del centro del mundo, de allí los nombres Quito, Cochasquí, “Ki” por todos lados, Alausí todo es “ki” porque nuestros antiguos sabían que éramos la mitad del mundo, por eso somos “la tierra del ki”, es información que la gente no sabe, es información que la gente no conoce, de eso habla “Despertados”, ese tipo de detalles que van hacer que la gente tenga más conciencia y que pueda estar mejor enterada, igual los países latinoamericanos te digo son producto de una estrategia de manipulación desde los tiempos de Simón Bolívar, lo que nosotros tenemos es un cambio de jefes nada más.

Pablo Campoverde: Una independencia más simbólica, claro y volviendo al tema de las redes sociales, con respecto a la gente que te visualiza, ¿cómo esperas que sea la gente que mira “Despertados”? y ¿cuál fue tu intención para qué la gente al ver despertados se “despierte” o nazca algo nuevo de ellos?

Luis Villamarín: Estoy contento si empiezan a informarles a los hijos del cambio de paradigma, empiezan a compartir el contenido de “Despertados”, empiecen hacer las contribuciones en la página eso va a estar genial, empiecen a ver las expediciones, se enteren de las películas que estamos produciendo, todo ese tipo de cosas te vas a enterar en despertados.com, pues vamos a dar herramientas de un montón de cosas para que te enteres, y sabes el otro día hablando con mi mamá le decía no quiero pecar de Salvador

del mundo porque esa no es mi idea, este mundo tampoco se merece que nadie se sacrifique por él, porque la gente o tiene los mejores sentimientos, pero si me gustaría iniciar algo que nunca se detenga, así como “Esto es Eso”, esto aquí no se detiene.

Pablo Campoverde: Es como dejar un efecto.

Luis Villamarín: Es como el caer de una piedra en un charco y dar su efecto, eso es lo que quiero hacer, y si es que esta idea me permite hablar de esto a la gente del proceso de aprendizaje que he tenido, es gigante y como ves hablando mismo yo siento que estoy en armonía con mucha información que ahora tiene que ser expulsada y ahora tiene que ser dialogada y divulgada, entonces espero justamente tener la oportunidad de referirme y hablar de esto, espero en la ONU, espero en ese tipo de cosas, espero poder hablar en foros internacionales, pero prepararme que el libro sea lo suficientemente fuerte para que pueda tener un impacto con más gente, el libro es muy fuerte en realidad, pero como es escrito por mí, lo hago de una manera en la que lo puedas asimilar casi como si fuera una canción, pero sabes es más tu mente y mi mente conversando, en una conversación muy franca de lo que pasa en el planeta. Entonces creo que todo va a tener ese resultado estratégico a la larga de unos seis o siete meses si me entrevistas te diré mira ya terminamos el libro, vamos hacer el lanzamiento acá, vamos a moverlo de esta manera, pusimos en inglés, podemos decir todas las cosas que se puedan dar, el libro también se presenta como audiolibro, es interesante a través de podcast, y a través de video-libro, a través de la publicaciones de vídeo de Despertados, entonces toda una idea que sabes encierra, encierra todo, va a funcionar.

Pablo Campoverde: es decir, ¿tú tienes algún vínculo con el ámbito cultural justamente en la temporada de confinamiento? Y ¿buscas algún propósito y tal vez al manejarte con tus redes sociales con eso?

Luis Villamarín: En el plano cultural, bueno todo es cultura, la cultural la cual informo es una cultura muy ignorante, está en ignorancia, entonces esa es la cultura que a mí me ha tocado vivir, ahora los movimientos culturales, he estado muy pegado a movimientos de izquierda, que me escriben mucho y me dicen loco cántame una canción, los brothers están súper dolidos, y se les entiende pues no, yo personalmente la izquierda es donde yo encuentro más lógica y digo si no es mejor la izquierda en el sentido de que está mejor la equidad social, sin embargo ya estudiando un poco la historia te das cuenta que tanto izquierda y derecha fueron ideologías creadas por la familia Rothschild, que articuló y trabajo alrededor de Robespierre para formar en él una figura única que sea él la persona que dicte la constitución de Francia y con ello la Revolución Francesa, los Jacobinos, los Jerobinos, las cámaras, la izquierda la derecha, todo fue un planteamiento nuevamente de división por parte de personas con muchísima información, con muchísimo conocimiento y terminaron haciendo eso no. Yo te digo con movimientos culturales trabajo con todos los que sean humanos que sean sociales, lo que te podría decir es que mi aporte en el sentido de la música en el Ecuador, está ya dado, nosotros somos creadores del sonido moderno de la música nacional y me va bien cambiando paradigmas verás, porque en la anterior ocasión del paradigma anterior de la música nacional no podías hacer eso, no se podía mezclar música nacional con música contemporánea, porque ya habían hecho algunos intentos y no quedaban muy bien, quedaba feo, y bueno nosotros si lo cambiamos y lo cambiamos para bien, entonces ya tenemos música que es de nosotros, entonces el cambio cultural por parte de “Esto es Eso” y de mi aporte personal está hecho, está dado, ha sido creado hace mucho tiempo y la historia sabrá nombrar quien es quien en ese lado, y ahora con esto de “Despertados” me gustaría justamente ayudar a la sociedad en cambio, porque antes de “Despertados” la gente pensaban que las cosas son como son y punto, que las Iglesias en Cuenca y en Quito son por decenas y punto, que el colegio se llama

Sebastián de Benalcázar y punto, que las calles más importantes se llamen 6 de Diciembre y punto es que es así, bueno pues ahora vas a pensar, entonces vas a romper porque lo acepto esto, uno de los especiales que estamos haciendo es “la falsa política y la negación humana” les recomiendo eso cuando ya salgan, y la negación humana es algo tremendo mis locos, nosotros negamos lo evidente, negamos que estamos siendo maltratados, lo negamos también de la paz de estar más tranquilos y en nuestras casas, pero negamos que estamos siendo esclavizados, ahora el mundo mismo está siendo esclavizado, increíble y la gente no lo acepta, la gente lo niega, la gente quiere ir a votar y en las elecciones te van a poner unos candidatos, que primero no conoces, segundo no te representan, tercero pertenecen a partidos políticos que sabes que son mafias, entonces tú eliges a personas que por ese instante tienes que confiar, en ese segundo, en el segundo que vas a votar eres obligado a confiar en una persona que en realidad tú no confías y vas y como tienes que cumplir votas, en el instante en que votas vuelves a desconfiar y el círculo es otra vez y otra vez, entonces el cambio de paradigma es que ya no hagas las cosas así, ya te digo en nuestra generación está muy difícil romper esto, porque ya te digo de aquí le veo al Pablo al Paúl y digo ellos tal vez pueden ir ahí con sus amigos, unos pueden decir si pero mi mamá ya me invitó a la Navidad, sin embargo el principio del paradigma tiene que ser por personas más informadas, mejor instruidas, que a sus hijos no les den la misma información que nos dieron a nosotros, nosotros que somos los que crecimos con la Navidad, con el fútbol, con las elecciones de nuestro país, creyendo de que elegimos a alguien cuando en realidad estas personas no nos representan, ellos trabajan para sus propios amigos, sus propios intereses, ya los sabemos y bueno esa es la base de esta idea, pero eso te digo sin meterse a pelear con ellos porque son horrorosos y tampoco quiero ser el payaso de ellos, no quiero que vengan a ser entrevistados en mi programa para darles pie, tampoco quiero hacer eso.

Pablo Campoverde: Claro no hay que dar pie a esos comportamientos, otro asunto, con el tema de Despertados ¿alguna vez lograron ser tendencia con el propósito del uso del hashtag?, y si esto fue así, ¿cuál fue su propósito?

Luis Villamarín: Bueno siempre ponemos hashtag, sin embargo lo que te puedo decir es que las reproducciones de los videos generalmente lo que mejor hacemos cuando se lanza un video, estos videos se ponen en listas de reproducción y ellas alcanzan muchísimas vistas, muchísimas reproducciones de todos los contenidos en los estados de reproducción, los hashtag con los que hemos estado posicionando el concepto que por el momento son #1111, #2020, que es el día que se inaugura la página y a partir de eso empezamos con nuevos hashtags, pero hemos estado trabajando muy bien con el contenido y la reproducción yo veo.

Pablo Campoverde: Y cuando hablamos de los temas de discusión, ¿cómo se maneja eso?, ¿alguna vez ustedes se sientan y lo dialogan o simplemente es un contenido que sale espontáneamente?

Luis Villamarín: Bueno hay una planificación par “Despertados” y del 1111 es una planificación por los temas que van a ser divulgados y hasta la fecha de lo que sigo haciendo hasta la fecha próxima del 1111 lo que hemos estado haciendo es por la coyuntura, ósea viendo la coyuntura, lo que está pasando, estamos determinando lo que está pasando en el mundo y respondiendo a estas acciones que se dan en el programa y sigo respondiendo a estas acciones que se dan en el programa, básicamente sigo respondiendo a lo que es la coyuntura.

Pablo Campoverde: Otro tema que a nosotros nos ha impactado bastante es que dentro del marco del movimiento indie en el Ecuador, nos dimos cuenta de que los conciertos por el mes de junio ya estuvieron reactivandose, ustedes ¿cómo manejaron ese tema de la

promoción enfocándose netamente a “Esto es Eso”? ¿cómo promocionaron sus conciertos virtuales?

Luis Villamarín: Sabes que hemos tenido mucha suerte, dimos varios conciertos privados, entonces súper fresco imagino que solo nos contrataban, estábamos aquí en el estudio y dábamos el concierto desde aquí, eso estuvo precioso loco, lo disfruté muchísimo porque di conciertos para universidades, dos matrimonios, muy interesante loco, muy muy chévere así que por ese lado genial y los conciertos que hicimos nosotros en esta temporada que hemos hecho dos, bueno pues básicamente utilizamos las redes, mandé publicidad por Facebook que se ancla también con el Instagram, fueron buenos los dos conciertos, ganamos buen dinero, funcionó bastante bien, quizá eso nos dio el pie por ejemplo porque ahora nos contrató un programa igual de redes en New York, nos contrató para dar un concierto el 22 de noviembre, entonces ellos van a soltar el concierto para que los vea todo el mundo, es súper interesante, y yo te diré que la mejor promoción es no quedarte, ósea nunca dejar de estar haciendo, esa es la mejor promoción, nosotros nunca dejamos de hacer, ya sea por “Despertados” o por “Esto es Eso”, la gente nos tiene en la mente, nos dice están haciendo algo ellos y esto hace que todavía esté en el colectivo o en esta ensoñación de la gente de lo que es su artista o yo que sé, y eso funciona eso te digo, te pone en nombre, te pone en conciertos, ahora vamos a tocar en el Teatro León en Riobamba donde va a ser un concierto en vivo con la Sinfónica y eso también justamente por movimiento de redes, ya te digo nunca habernos quedado callados, ya les digo si con “Esto es Eso” les pareció bajito pero sacamos cuatro canciones fíjate es full, sabes lo que pasa es que “Despertados” ha sido una bombota pues.

Pablo Campoverde: ¿Hay algo tal vez un aporte que tú nos puedas dar como consejo a las bandas emergentes, que a lo mejor no tienen los medios necesarios como para poder

montar un concierto en una plataforma virtual? y de la misma forma ¿qué consejo das a los entes públicos para que tomen acciones con respecto al crecimiento de músicos jóvenes emergentes? Esto con el motivo de que no se pierdan y no sigan nadando en un mar sin poderse sostener.

Luis Villamarín: Esto es una pregunta muy difícil porque Ecuador no es un país fácil, Ecuador es un país que ha fomentado que la gente corrupta sea la que maneja el país y eso lastimosamente es un germen que ataca a todo nivel en la estructura social de nuestro país, en el cual también está la música, también está el cine, el teatro, la música no es la única expresión, hay varias también, pero en la música lo que pasa es que lo que decíamos hace un rato, los músicos están golpeados en el corazón, porque tu sales a la radio de tu país y lo mínimo que esperas es escuchar mínimo unos veinte temas ecuatorianos, si vos te vas de aquí unas dos horas manejando por lo menos debes escucharte unas diez canciones y todos sabemos que eso no es, a no ser que pongas una radio especializada en música nacional “chicha” que ahí me imagino vos Pablo no has de tocar ¿cierto?

Pablo Campoverde: Si he cantado chicha.

Luis Villamarín: ¿Pero es la música que vos prefieres, tocas, haces, tu banda es de chicha?

Pablo Campoverde: La verdad no.

Luis Villamarín: Entonces para todos los músicos indie, alternativos, sensibles que les gusta Björk, yo que sé Pink Floyd es decir las bandas que nos gustan a todos, es cruel, extremadamente cruel, porque yo cada vez que escucho “Esto es Eso” en la radio digo alguien me está odiando de ley, porque un músico dirá porque carajos suena “Esto es Eso” y no sueno yo, te juro, es que eso pasa y pasa porque hay un grupo pequeñísimo de

proyectos musicales en el Ecuador que se nos permitió estar dentro de lo que puede sonar, entonces de aquí puede sonar de Ecuador “Crux en karnak”, puede sonar aparentemente muchísimo “Tranzas”, y los “Tranzas” es una nota que yo considero súper aburrida, con el debido respeto a mis amigos, pero aburrido a morir, han escuchado esa canción “Estás aquí cada vez que puedo recordar tu forma de mirar” te acuerdas de esa canción, esa suena en la radio, ya no está tocando el señor ya es un abuelito y esas son las canciones de música nacional que suena, entre los cuales gracias a mi trabajo, gracias al sufrimiento que he tenido “Esto es Eso” logró entrar y ahí nos tienen y sonamos, pero y ahora los nuevos músicos, como vamos hacer para que todas esas mil millones de nuevas bandas que hay todas buenísimas, yo he escuchado las nuevas bandas que hay y son espectaculares, ya no son las bandas con las que yo escuché, cuando yo me avisé y dije “Esto es Eso” debe ser lo que mejor suene de acá y lo logré, ahora “Esto es Eso” si te pones a tocar con otras bandas yo veo que hay un buen nivel, me sigue pareciendo más chévere lo mío debo reconocerte pero he visto un extraordinario nivel musical y en cuanto a los técnicos en si somos extremadamente profesionales en cuanto a los técnicos, que el amplificador, que la consola, todos somos insoportables en la escena nacional ecuatoriana, porque somos muy buenos, en realidad eso mismo ha subido muchísimo nivel, musical, profesional, técnico, sonoro, en todo lo que tú quieras, pero a la larga vos vas a la radio y quieres escuchar tu canción en la radio, y bueno eso es porque han destrozado el corazón de los músicos ecuatorianos, porque es peligroso que un músico tenga voz y voto, sabes yo soy un músico peligroso para el statemean porque puedo hablar, digo lo que pienso y a mí no me van a callar, hasta que me callen, pero entonces somos peligrosos personas como yo, entonces yo como voy a ir a través de la música la gente dijo quién es este man y claro ahora a través de la música la gente me para más bola, pero es como que me logré meter en el sistema, ni se dieron cuenta y ya estaba

dentro, al “status quo” no les gusta personas así en ese sentido porque pueden ser peligrosas, las bandas, los músicos, las personas geniales, personas inteligentes, personas preparadas con un pensamiento crítico, que están estudiados, obviamente si les das un micrófono se van a expresar y se van a expresar con formas que tal vez no le guste al “status quo” ya que no quiere más voces que puedan tener más voz propia, y por eso fomenta este tipo de programas “Yo me llamo”, porque claro “Yo me llamo Ricardo Arjona” qué tipo de voz puede decir yo estoy en contra y en desacuerdo con tal cosa, cuando ni siquiera es él, entonces respondiendo tu pregunta Pablo, a los músicos yo les puedo decir que lo mejor que podemos hacer como músicos es romper el “status quo” y el paradigma de nuestro país, ya que unos a otros nos hacemos daño por tratar de salir de la olla del cangrejo, y tal vez alguien diga cómo vamos a salirnos del “status quo” puedo tomar cien años, y si tal vez sí, pero algún rato tus guaguas, tus nietos van a poder escuchar que suene música de su país y suene porque es bueno y porque es hermoso y la gente quiere escuchar, pero mientras no cambie el “status quo”, aunque yo creo que ese pensamiento mal comunado de las personas de las radios vaya a cambiar y te acuerdas de lo que te dije del músico que llega con su disco a la radio, ese chico de la radio que se recibe debe ser una persona muy especial, muy preparada y tecnificada por un estado que valora la cultura de su país y justamente conseguir eso es lo que habría que hacer, no puedo decirte sigue adelante con la música, esta nota es la más complicada del mundo, yo estoy agradecido porque la música de “Esto es Eso” escuchan más personas de las que yo conozco y llego a gente que no sé dónde están, eso me alegra al corazón y es muy genial y estoy muy agradecido y me gustaría que todos los músicos de mi país pudieran vivir la dicha que yo siento cuando uno hace una canción, por ese lado es hermoso hacer música, pero siento que el músico y el artista del Ecuador debe estar consciente de cómo están las cosas no hay un camino, no hay para donde darle y mientras más veamos la nota

con realidad y no neguemos nuestra realidad va a poder ser mejor, vamos a poder cambiar las cosas.

Pablo Campoverde: Como una vez tú mismo dijiste hay que ver el peor escenario.

Luis Villamarín: Y sabes de dónde saqué eso, es que osea uno mismo, siempre desde el peor de los pensamientos trato de estructurar esto, siempre he sido así cuando me pasa algo, entonces el peor de los pensamientos es que esto siga se vuelva una crisis hecatombita en el Ecuador, que haya caos, que haya farándula estúpida, bueno cuando eso pase, vamos a estar con una información sólida, con muchísimo respeto, con muchísima gente siguiéndonos, con muchas neuronas esparcidas en todas esas acciones y me va a encantar que llegue porque el Ecuador tendrá al menos a una persona o tendría un movimiento que no le haga caer en la oscuridad absoluta sino que le dé una esperanza de futuro y de cambio, porque la política ha secuestrado a nuestro país, esto está secuestrado es gente que está ahí y no quiere soltar la teta, y si uno de ustedes Paúl Montalvo o Pablo Campoverde va y dice bueno saben que pido permiso yo vengo aquí con muy buenas ideas, etc. Bueno pues a Paúl Montalvo le van a sacar la cuenta de que se quedó debiendo en la tienda de algún lugar en el mundo, te va a salir un enemigo que vos no conocías que tenías y va hablar pestes de vos, va a salir una novia tuya a decir que le pegaste, osea van a pasar varias cosas negativas que por eso nadie decente se mete en la política.

Pablo Campoverde: Luis para que no se nos corte el tiempo de la reunión vamos a finalizar con la entrevista, queremos agradecerte de nuevo por esta conversación, nos contaste sobre esta realidad que, aunque cruda hay que aprender a tomarla y aceptarla. Y con eso nos despedimos queremos agradecerte por acceder esta entrevista.

Paul Montalvo: Así es Luis, muchas gracias por la entrevista, por la información y todo lo que nos has contado esta noche. Tu aporte nos ayuda bastante en este tema que estamos haciendo.

Luis Villamarín: A ustedes mis hermanos, un gusto y honor también fue para mí. Gracias.

Paul Montalvo: A ti Luis, muchas gracias y hasta pronto una buena noche.

Luis Villamarín: igualmente Paul, nos vemos.

Pablo Campoverde: Buenas noches Luis, gracias hasta la próxima.

Luis Villamarín: También para ti pablo, adiós.

Anexo 11: Entrevista con Jordan Naranjo realizada el 9 de noviembre del 2020

Pablo Campoverde: ¿Qué tal Jordan? ¿Nos escuchas?

Jordan Naranjo: Que dice mi bro, que dice hermanos.

Pablo Campoverde: Todo bien bro, Es un honor volver a poder hablar contigo mijo.

Jordan Naranjo: Que bacan, que bacan compadres que gustazo.

Paul Montalvo: Un gusto también.

Pablo Campoverde: ¿Qué tal? me cuentas que estos días has estado un poco ocupado no, dando clases y eso.

Jordan Naranjo: Si loco, si si si he estado un poco que a full con unos ensayos y unos shows y. Por suerte, y con unas grabaciones igual, si por suerte ahí a full a full. Pero nada ahí camellando loco.

Pablo Campoverde: Pero que genial que te mantengas activo.

Jordan Naranjo: Sí loco por suerte si se puede.

Pablo Campoverde: Aja.

Paul Montalvo: Que bien.

Pablo Campoverde: Loco en primer lugar te agradecemos full por esta entrevista y aquí en compañía de mi pana Paul Montalvo, estamos realizando esta investigación que, si te conté no, que es acerca del movimiento musical indie en el Ecuador y sus estrategias comunicativas y durante la pandemia. Queremos recalcar que esto que cuando nos referimos al indie no es como género en sí, sino como una forma de producción

Jordan Naranjo: Bacan, aja.

Pablo Campoverde: Y entonces vamos para entrar un poquito en ese asunto, vamos a hacer un pequeño banco de preguntas. ¿Te parece?

Jordan Naranjo: Perfecto, bacan.

Pablo Campoverde: Entonces comencemos con las preguntas.

Pablo Campoverde: Antes del COVID-19, ¿cómo fue tu panorama o tu estado como músico, como era tu actividad antes del cambio al confinamiento por el COVID-19?

Jordan Naranjo: Bueno osea, antes del confinamiento, del encerrón fue. Estaba una bestia en realidad como que personalmente me estaba. Estaba teniendo shows todas las semanas tenía grabaciones, estaba en clases, estaba con mis camellos a todo bien como que en realidad era una época bastante productifera. El 2020 empezó embaladazo en cuestión de producciones y en cuestión como de energéticamente se sentía cheverazo,

como que justo hasta por eso cuando llegó el encerrón fue focazo, como el bajón de shows de todo porque al inicio del 2020, en general como que al inicio de los años no hay tanto shows y eso es algo que los músicos si se cacha, que hasta diciembre hay full shows es como que hay full camello a la gente que se dedica al performance en tocar en bodas y al tocar en eventos sociales y programas y festivales, full cosas, nos resultó una bestia porque hay bastante trabajo por todo lado, pero enero es siempre como un bajón creo, empieza a subir y se empieza a ver más cosas. Pero 2020 fue como locazo en enero yo estaba full de tocar, y empezó el encerrón, empezó la pandemia, empezó toda esta nota y. Claro fue como que hubo un momento, hubo un no sé cómo un par de semanas que en mis trabajos no se sabía que hacer. Yo trabajo dando clases también, doy clases de bajo y también trabajo en un centro de psicología infantil donde doy terapias de música y no se sabía que iba a pasar cachas, porque son cosas como que si se necesita el contacto entonces. En muchas cosas paso que, como que, solo hubo un parón hasta cachar cómo iba a ser la cosa. Entonces fue un parón de trabajar, y por suerte como que eso también me impulsó a sacar mis cursos online, mis cursos por Zoom y eso me ayudo bastante como a mantenerme. Y de hecho hubo un subidón de ese lado como que bajaron los shows pero, subieron full los cursos online y las clases online y eso también, como que ayudó bastante como que a la industria en general porque hay que decirlo, todos los músicos la mayoría de músicos que ahora conforman la escena han vivido de dar clases también, entonces creo que es una realidad de los músicos de acá y una regla de los músicos es que siempre hay que estar, aparte de compartir y dar clases también. Creo que de esa manera nos hemos podido sustentar creo que con la mayoría de música porque de ahí, los shows que no sé, ponle dos shows al mes, ya sacabas para la renta frescazo, pero te tocaba dar full clases para sacar para la renta. Entonces sobre todo hubo una saturación, de cosas como que full gente sacaba programas justo vacacionales donde había danza, había

música, había no sé qué, todo por 50 centavos. Entonces era como: “¡hijueputa! Cómo compites contra eso, cachas”, Osea entonces nuestro mercado se va reduciendo, va siendo más específico la gente que le interesa full la música, la gente que quiere en realidad aprender un instrumento o que ve la música como una carrera, es como una inversión personal más que una mamá que dice “ay yo quiero que mi hijo aprenda música”, se va ir por lo barato porque solo quiere pasar el rato, entonces nuestro nicho se va haciendo más pequeño porque hay más opciones más baratas, entonces fue focazo porque todo esto fue el abrupto, fue evolucionando con toda la pandemia pero, por suerte se abrieron estos nichos, estos puestos de trabajo como online y en realidad creo que ahí sí la gente más astutas, los músicos más astutos y que supieron manejar más las redes, más como sus. Su comunicación digámoslo así más que a sus redes, lograron tener hasta mejores ingresos porque de hecho a mí me sucedió, en un punto del encerrón tenía más plata de lo que ganaba antes cachas. Fue focazo, porque yo me puse full pilas en conseguir alumnos, cosa que no me hubiera hecho si es que no hubiera estado en el encerrón entonces, fue algo así. Algo así pasó, como que este fue el antes y el después. .

Pablo Campoverde: Wau, pero tu tenías como que algún tipo de expectativa porque, hemos conversado con algunas personas y nos dicen que, cada vez que todos los que somos multimedios se volvían parte de la realidad del trabajo, el trabajo freelance por ejemplo, como que ya estado asentado antes de lo que es la pandemia. Y ahora que llego el mundo de la pandemia como que fue mutando a todos los sectores empresariales incluso a la música, y eso es como que focazo, como tú dices que no es igual con estas aperturas de estos nichos pienso que digamos es algo bueno, una tentativa buena para alguien, como tú dices no como un músico que solamente quiere llegar como al pasatiempo no que alguien que lo ve como de forma más profesional.

Jordan Naranjo: Claro.

Pablo Campoverde: Y eso es algo chévere y, ¿tú manejas tus redes sociales o hay otra persona que lo hace?

Jordan Naranjo: Sí, yo mismo manejo mis redes sociales.

Paul Montalvo: ¿Cuántas y cuáles son las redes sociales que tienes en uso?

Jordan Naranjo: Tengo Facebook, tengo mi Fanpage de Facebook. Tengo mi Instagram y eso no más loco, solo eso nomás.

Paul Montalvo: ¿No hiciste tal vez una página web para tus cursos o como manejas la promoción de los mismo? ¿Cómo haces es que haces tus clases online?

Jordan Naranjo: No, esta subido mis cursos a algunas páginas de algunas. Eso también sucedió que empezaron a ver cómo les dije esto de la saturación, entonces empezaron a sacar academias cachas, empezaron a existir mediadores, porque básicamente son mediadores, porque a mí me empezaron a contactar de algunas escuelas de música, para que suba mi perfil, y que como que sea parte de su catálogo de profesores y en que Internet, en su página web me pinchan ahí y de ahí contratan mi servicio y toda la huevada y todo. Pero al fin y al cabo ganó menos como que yo ganaría como contacto directo entonces es más justamente por la apertura de esto de la promoción que hacen estos manes cachas. Y justamente por eso es como que yo no he lanzado nada mío, he lanzado solo mis cursos, solo mis cursos de Zoom que empecé a hacer como que al inicio de la pandemia que justo eran de curso de bajo, de armonía de bajo, de slap y cosas de bajo. Pero no mediante de una plataforma como oficial mía, solo en Instagram. Fue así como que en historias de Instagram y fue como que se llenó y tuvo 20, 20 alumnos en cada curso y así, de lunes, viernes y sábado, todo por un mes. Era una bestia entonces.

Paul Montalvo: Osea el medio de comunicación que te sirvió a ti fue Instagram para la información de tus cursos.

Jordan Naranjo: Si, técnicamente todos mis alumnos salieron de Instagram, chuta toditos. Cada día salían un par en Facebook, pero solo un par, osea no mucho todo fue Instagram, entonces por ese lado fue una bestia. Y son alumnos de full lados como de Tulcán, Loja, un man de Bogotá, había un man que era argentino, pero no estaba en Argentina que ha esto por suerte acá y... Full gente, full gente, había full gente que no conocía, había gente que no solo eran bajistas, eran bateristas, cantantes, estaba una bestia entonces. Como que por ese lado me pude sostener cachas, como que por ese lado estuvo frescazo, y como que por eso tuve más ingresos. Como que a los músicos lo que les pasó fue que, con la mayoría que yo he conversado, nos puso a pensar en cómo hacer, cómo voy a sacar plata de esto, porque también hay el otro lado como que era llorar full que es facilito caer en ese lado cachas, como que decir: “Y ahora, nosotros somos músicos hemos estado pateados y ahora más, y este gobierno ni sé qué, y no vamos a tener ingresos”. Osea full cosas cachas, es facilito ponerse a decir eso, pero es en realidad es. Práctico hacer algo cachas, como que en realidad tener una idea y full gente que conozco se puso a tener ideas ya sea en la música o en lo que sea, pero la gente se mantuvo a flote haciendo música es full admirable, porque tuvieron full ideas buenas y supieron cómo enfocarlas en las redes, por eso justo es como que, si fuera en las redes, todos empezaron a subir cosas en sus redes cachas, osea los que menos ahora suben cosas ahora suben full cosas para poder. Básicamente te toca no sé, estar un poco más en el mapa hasta para poder ganar algo de plata cachas, si es que tu industria se fue a la verch, como es la nuestra.

Pablo Campoverde: Claro. Oye, pero bacán, me parece full bacán que tu estés como que siento parte de esto no, de reactivarse con todo lo que es el aspecto musical, porque igual

yo pienso que el hecho de hacer clases es como algo para que la gente siga en pie y gusto por la música y que no se pierda. Al final es como un arte muy humano no.

Jordan Naranjo: Claro totalmente, sí. Y más allá justo de eso es que la mayoría de todos nosotros que pertenecemos a la escena independiente de acá, estamos en las mismas dando clases, buscando y haciendo y sacando cosas, el Mauro Samaniego ponte es punk está sacando sus cursos de producción, sus combos de full cosas. Entonces todo cachas, es como una realidad que estamos todos y todos los músicos, todos, todos, todos osea, que. No se me ocurre que alguien no esté haciendo esto cachas, así como sacando sus cosas, sacando su música, sacando osea, trabajando serio osea, que este metido en la escena todos han estado trabajando durazo, y dando full clases que eso es full bacán. Eso es bacán porque justo eso demuestra como justo este no sé, este lado de que va a dar continuidad a la escena en general también como que existe ese interés que va a seguir dando más, va a seguirse alimentando y eso es más chévere porque ahora hay muchos más músicos, no sé si has cachado que hay mucho más músicos y full músicos académicos que pueden impartir clases independientemente si están en una academia o no está en una academia o forman parte de una escuela o no entonces, es bacán porque la educación se ha expandido bastantísimo en esta época online. Y justo por eso se ha esto generando este gran nicho y todos hemos como un poco no sé. Como que comido de él cachas, porque como te digo todos, todos, todos, todos están metidos en eso y creo que es el algo importante porque, de decir porque ningún proyecto acá o no sé, de ley muy pocos viven de su propio proyecto cachas osea, no ni uno osea, me atrevo a decir que ninguno, entonces todos tenemos que tener este backup de justo hacer clases, de tener grabacioncitas que no implica justo lo que la gente ve, lo que la gente consume que es. Que es ya el show en vivo o las grabaciones en estudio, sino que nos toca buscar de otros lados para poder meter en el proyecto cachas, que es lo que la gente consume y la gente

llega a ver de nosotros como artistas. Entonces que todos estemos dando clases, y que todos estemos en la misma es no sé cómo la materia prima que poner en nuestros proyectos cachas entonces es como que, eso da base a que nosotros tengamos que poder seguir produciendo, todas las bandas cachas, justo el Mauro Samaniego hablando de él, tiene su camello de dar clases de toda esta nota de su curso que ha sacado de canto, de full cosas, y en un tiempo. Justo ha producido de su trabajo, de su proyecto solista cachas entonces es como alimenta justo a la cultura del país de una manera indirecta cachas, entonces es focazo porque ahorita, en todos encerados y buscan clases es como que medio alimentar este nicho que creo que ha estado olvidadazo aquí en el país como el nicho online de esta sociedad, como que nada era online y ahora todo es online entonces es como un progreso también es como que algo medio necesario para que justo la industria un poco evolucione, un poco genere ingresos desde otros lados también cachas. Entonces más o menos por ahí he visto como algo positivo, y algo como que medio nos ha unido a todos como músicos en ese aspecto cachas como de buscar y de generar estos nichos de docencia más. Eso es focazo.

Pablo Campoverde: Claro. Oye, pero que digamos estos nichos a partir de que meses de la pandemia fue que empezaron a abrirse, porque yo me doy cuenta que vi que mucha gente se estuvo manteniendo actividad no, incluso por esta unión de los videos donde tú estás colaborando con otros músicos, y vino esta dinámica por ejemplo de producirse, y digamos dividir las pantallas y todo eso. Fue como que una forma nueva de también expresarnos ¿no?

Jordan Naranjo: Si, pero hablando esto que justo cuando empezó esto de abrir a dar clases, a mí fue de una. A mí fue de una que pasó creo que habrá sido una semana y después saque de una como que mis clases y mis cosas, saqué no sé full videitos míos

tocando, haciendo full historias de mi tocando y así como que la gente se puso a ponerse full pilas y, y, nada igual como todos nos bajamos full de precio entonces fue focazo ahí tuve un pico de alumnos ahí bajándome de precio, fue como que ahí todo una bestia por ese lado, pero desde el inicio, de hecho justo como que estos colaps de los que tú dices fue como que empezamos como hacer este colaps. Yo no hice muchos, yo hice uno creo, hice. Ah hice un par creo y, claro era como focazo porque era que también surgió esta cosa como de inspiración artística, esta cosa super loca no porque es una profesión en la que no sé cómo un contador, me imagino que, si es que no puede ir hacer su trabajo de contador, el man no está desesperado de decir: “Putá, quiero hacer unos libritos, quiero llenar ahí, puta. unos estaditos de cuenta” desesperado ni cagando, osea el man yo no creo que sucederá o si sucede eso que raro, que extraño.

Jordan Naranjo: Osea no sé cómo un médico trabaje así, un man que esté desesperado por tener muestras, por sacar sangre, porque no puede hacerlo cachas, osea no. En la música es focazo porque si te causan esa necesidad de ensota, que te paguen te causa una necesidad y dice: “puta, así véngase de una”, entonces todos los colaps era una cosa que era puro desfogue focazo, porque un músico le puedes cerrar como que su industria, pero no el puedes cerrar su fábrica que es su cabeza cachas. Y es como que eso va a seguir funcionando y el locazo porque, de hecho, justo cerrando la industria como que cerrando todo esa. Creo que full cabezas empezaron a fluir, de hecho, a nosotros nos pasó como banda 3VOL, fue focazo a mi como músico, fue una introspección focaza y claro como que todos estos colaps era eso no como que, estemos ayudando a siempre darnos la mano en redes. Eso es focazo cómo evolucionó tanto y ahorita nada es tã real, sino que todo está enlazado en lo que se ve en las redes, y si no estás en las redes es como decir que no estas activo, como les decía en una industria como que en la que necesitas estar evidentemente visibles cachas, así como. Visible y activo constantemente porque la gente

es tan volátil y hay música de todo lado que, si no estás conectado constantemente con una audiencia, es full difícil cachas. Y claro como nosotros hemos ido un poco más allá de como banda nosotros, por suerte 3VOL nosotros creo que como banda se ha manejado full bacan, por ese lado de que somos individuos y la gente nos tripea como no sé, hay full gente que le sigue más al Zack el vocalista, hay gente que le sigue full al Steven entonces, también full gente como que me sigue un montón a mí y está pendiente de lo que estoy haciendo entonces, este tipo de colaps me ayuda que yo siga activo con mi gente y con la gente que está siguiendo mi trabajo cachas. más como que tenga un rito de alguna cosa.

Eso te decía justo para poder estar a flote cacha, para poder estar conectado de alguna manera con otros músicos. Últimamente no he hecho muchos de eso, pero, igual hubo una saturación cachas, es como que. De hecho, justo por eso no hice porque caché que hubo full saturación, cachamos que hubo full saturación, tu bajas así explorabas ahí por Facebook y encontrabas full, full covers, full gente tocando o a mí me parecía un montón. Entonces como que yo ya medio ya no quería hacer eso, entonces justo así empiezas como que ha pensar en ideas, fluían ideas y decías: “a ver ¿cómo hago? ¿cómo innovo esto?” quiero hacer esto, quiero hacer otra cosa” entonces, como que. Eso fue en la pandemia cachas, ir innovando sobre en la marcha, en las herramientas que se tenía cachas, porque aquí igual es como que existe tantas herramientas para por ejemplo dar unos shows, como que haya buenos shows online. Si se demoró cachas, como que los primeros eran como así hijuemadre cagadazo porque no existe una conexión tan densa aquí entonces, fue toda una transición hasta que funcionen las cosas en cuanto a tocar, porque en eso si se demoró en cuanto a tocar y que haya un rédito por tocar, osea un rédito económico, un rédito justo de audiencia, si se demoró. Full.

Pablo Campoverde: También vimos que ustedes como 3VOL sacaron el tema “Tronco” ¿no? Así en esta pandemia. Se grabaron ya antes o este tema grabaron justo cuando empezó el tema del confinamiento.

Jordan Naranjo: No, eso por suerte lo grabamos en febrero, a inicios de febrero lo grabamos y ya lo teníamos ahí, pero estaba crudo, solo estaba grabado no estaba producido, no estaba mezclado ni remásterizado, ni nada. No había la parte visual, no había nada. Y por suerte teníamos eso cachas.

Pablo Campoverde: Osea la producción en si ya fue ¿en el confinamiento?

Jordan Naranjo: Aja. La mezcla y aja el máster, claro la producción visual.

Paul Montalvo: ¿Eso lo hicieron con el equipo que tenían a la mano o lo pagaron para hacerlo?

Jordan Naranjo: Nosotros no hicimos, osea nosotros y ahí toco. ya tocó pagar, nos tocó pagar ahí, por suerte nos salió fresco lo de la mezcla. Eso era como que en realidad uno de los paquetes como que nos regalaron del estudio, porque vino un man acá que hizo un máster que se llama Nacho Molino que es un cheverazo, vino y nos grabó y la mezcla nos la daban gratis por ese lado frescazo, solo pagamos el máster que eso es lo que a nosotros nos financiamos con Juan Pablo Rivas, y ya obviamente ahí agregadora, como lanzar en Spotify ya todas esas cosas que siempre corren con cuenta de la banda y obviamente la parte visual que era como la portada y todo lo que vino después, que era todo el videoclip y toda la campaña no, porque atrás del tema de nosotros, no está solamente el tema cachas, sino que es toda una parafernalia que se forma si se puede decir así cachas, así como una cosa que una banda debe de formar yo cacho que hay que hacerlo, así como que toca hacerlo para que haya una expectativa.

Pablo Campoverde: Claro

Paul Montalvo: Claro

Jordan Naranjo: Y eso fue lo bacán porque “Tronco” se lanzó en tres meses cachas, fue tres meses de lanzamiento en general porque se lanzó en la metro entonces hubo una campaña expectativa que se iba a lanzar en la Metro entonces la gente así direccionada en la Metro, full gente oyó, full gente y era así como por un mes solo iba a sonar en la Metro, entonces la gente que quería escuchar el nuevo tema, tenía que llamar a la Metro entonces, empezó a pasar eso cachas. Y los de la Metro decían: “Putá, hace años que nos llamaban a pedir por un tema” y era del puctas cachas, porque es una cosa full vintage

Pablo Campoverde: Así es.

Jordan Naranjo: Y claro de llamar a dedicar entonces, un cage de risa nosotros inconscientemente hicimos eso, porque inconscientemente fue entonces hicimos ese primer lanzamiento para después ya la subida a plataforma Spotify, iTunes y todas esas cosas y fue. Claro hicimos toda una expectativa par todo el lanzamiento en plataformas con un previews de Spotify, videitos, cositas, todo un mes de expectativa de eso y todo un mes de expectativa del concierto del autocine también cierto, que se canceló y que después si pudimos hacer, y también con expectativa del videoclip que íbamos a proyectar ahí cacha. Entonces eran tres etapas radio, plataformas con audio y después el videoclip, y en el videoclip justo se genera una expectativa al nuevo disco que estamos por grabar entonces, fue un rompecabezas cachas, fue un rompecabezas para también que a nosotros nos surgió en la cabeza que para decir que: “Putá, ¿cómo les mantenemos enganchados si no hay shows en vivo?” si no hay shows en vivo, es tan difícil conectar con la audiencia y pensando en la producción. En la producción, simplemente en la producción que es tu herramienta que se tiene ahorita cachas, la producción es lo que te ayuda a conectar con

la gente, la producción ya sea de un videoclip, de lo visual, de todo esto de la producción que tengas hasta postear en tu Instagram, hasta para tus historias. Todo eso, todo lo que se posteé, expectativas, todo eso es en realidad tus herramientas para seguir conectando, porque ya no es ya el show en vivo y no va a ser en un buen tiempo, y hay que pensarlo así como. Full músicos lo piensan como: “Ya cuando toquemos en vivo, este proyectito cuando toquemos en vivo, y cuando toquemos en vivo”, yo creo que en realidad ya no hay que pensar en eso sino en el como yo conecto con mi público o con más público, sin tocar en vivo ahora que ya todo es así como sin tener un contacto directo ¿Cómo lo hago?. Entonces tiene que haber una cosa de producción muy bacán.

Pablo Campoverde: Claro.

Paul Montalvo: Así es.

Jordan Naranjo: No me refiero como equipos cachas, sino a ideas.

Pablo Campoverde: Como estrategias.

Jordan Naranjo: Exacto, justo como estrategias. Como. una estrategia en saber dónde voy a golpear, como ser innovador full, porque de eso se ha tratado esta pandemia como de que el más innovador es el que se la saca.

Pablo Campoverde: Ósea toda esta cuestión del lanzamiento y la promoción de lo que fue “Tronco” igual es como que ustedes tenían planeado algún tipo de efecto, con respecto a lo que me dices igual lo que iban a realizar el autoconcierto. Prácticamente esto ya vino con una intención ¿Cómo puedes decir que superando tus expectativas fue como se mantuvieron? ¿Qué opinas con esto?

Jordan Naranjo: Fue locazo porque todo se dio en un muy bueno. Muy chévere por suerte cachas, porque todo se fue dando bacán, respecto al tema de Tronco, respecto al tema a lo de la banda, lo que paso con la banda porque justo nosotros lanzamos “Tronco” es un tema que osea no es un tema que sea tan distinto para nosotros de lo que hemos hecho toda la vida, pero full si nos ha dicho como que si es full distinto, pero se siente igual como 3VOL y como un cambio de etapa en general no sé, y eso del regreso del Zack igual. Entonces, tuvimos estas ganas porque fueron ganas de lanzar los ponchos, nosotros hemos utilizado ponchos desde el 2015 para tocar en vivo eso ha sido como nuestro gancho visual y la gente nos ha empezado a conocer así y la gente iba en ponchos. Entonces con este cambio no sé cómo que de humanidad en general, nosotros con el lanzamiento de Tronco decidimos cambiarnos con los trajes, nos pusimos unos trajes espaciales entonces utilizamos la pandemia para eso, para hacer la transición. Para dejar atrás todo eso y empezar a hacer el nuevo disco, osea la nueva etapa, es un nuevo disco, nueva cosa, es full distinto igual sigue siendo 3VOL es justo un concepto. Es conceptual es una cosa que tiene una historia que tiene por delante y atrás.

Paul Montalvo: Osea que ¿han encontrado más inspiración durante esta pandemia durante los meses de confinamiento?

Jordan Naranjo: ¡Total, total! Totalmente, exactamente loco, exactamente de hecho nuestro justo. Nuestro álbum trata un poco de eso y es una cosa full loca, pero se va ir cachando, si van cachando lo que lanzamos.

Es una cosa full dura , es una historia que engloba a todos y a todo nuestros álbumes y es como que se hace un universo, como un multiverso de todos nuestros personajes nuestros tres discos que hemos sacado entonces va englobar a todo eso y se trata de una historia que nosotros lanzamos en un tema que se llama La Lluvia Espacial que lanzamos en el

2017, este tema habla de una destrucción alíen y la portada era justo un alíen, un ovni que está en una lluvia espacial absorbiéndonos a nosotros tres cachas, entonces el concepto sale de ahí justo en el videoclip de Tronco acaba con esta portada llevándose a nosotros tres en medio del el fin del mundo y se supone que de eso trata que pasa después cuando nos llevan y es por eso que nosotros nos cambiamos de traje, entonces es una historia cachas, es como una. A eso nos hemos dedicado toda esta pandemia como banda a tratar de meter este nuevo concepto y esta de largo, está para largo. Y ahora hemos acabo Tronco que es la primera etapa que es donde recién aparece los trajes espaciales en el videoclip y donde aparece esta conexión con la lluvia espacial y este tema antiguo de donde nos llevan entonces, como que recién hemos hecho como que la cabecita de la historia porque es un álbum que tiene una historia por atrás, y si nos inspiró bastante la pandemia porque sino no nos hemos sentado a escribir toda la historia que está increíble y que seguramente nos vamos a demorar hasta próximo año tal vez, o medios del próximo año tal vez, y contar el inicio de todo esto para lanzar el álbum. El inicio de todo esto tiene 4 símbolos ahora estamos por el primero entonces faltan tres con este mismo proceso cachas, que es justo una expectativa y lanzar expectativa, y lanzar o tratar de hacer que dure cachas, para tener un plan y tener material para seguir conectando con la gente, justamente reemplazando este contacto directo que existe al tocar en vivo que nunca va hacer reemplazable cachas, más bien justamente es este otro lado que, esta otra estrategia.

Pablo Campoverde: Claro, oye ¿y cómo está tu proyecto con Perro Pulga? Eso también queremos saber un poquito.

Paul Montalvo: Teníamos entendido que lo tenías antes de la pandemia y estábamos preparándolo para o terminarlo dentro del confinamiento.

Jordan Naranjo: Si si si que verchis.

Jordan Naranjo: Con Perro pulga ya hace un año justo cuando fue el paro nacional nosotros grabamos, justo en el paro justo en la huevada, justo estábamos grabando con batas y bajos y claro ya es más de un año de la grabación, justamente como que la producción como que se ha dilatado un poco, porque medio no ha habido mucha comunicación justo Perro pulga sufre de eso de muy poca comunicación, porque todos tienen sus cosas cachas, yo tengo 3VOL, el Hombre pez es el Hombre pez, produce full cosas el Mateo Terán que es el cantante tiene nuevo álbum en su carrera como solista igual, y el Bastián Napolitano ni se diga entonces, estamos como que siempre full dispersos creo que el momento de más conexión fue cuando grabamos el álbum entonces se ha quedado ahí grabado pero lo logramos lanzar un tema que fue “Se me acabo el papel” que justo igual fue pepa porque lo lanzamos al inicio de la pandemia cuando se acababa el papel.

Pablo Campoverde: En todo lado.

Jordan Naranjo: Si, entonces la gente se sacaba la puta por el papel entonces era una bestia pego durazo, en realidad ese fue el primer tema trabado que lanzamos y muy independiente mente así como que no hicimos una expectativa de la banda, muy poco la verdad del tema, no hubo un plan muy por detrás porque justamente es un proyecto nuevo creo que por ese lado es mucho más difícil porque Perro Pulga no ha rodado lo suficiente como para que la gente diga: “Hijueputa estos manes quiero escuchar su tema” porque justo no hemos tocado tanto ni siquiera en Quito, que creo que hemos tocado tres veces. Entonces es como que no existe una audiencia fiel todavía sino son nuestros panas como gente que nos siguen como músicos independientemente de un proyecto cachas, como te decía hay un proyecto como te decía al Bastián le aman o le ama al Hombre pez, entonces como que así siguen así el proyecto, pero es una cosa bastante secundaria todavía cachas.

Entonces como que medio eso ha retrasado el lanzamiento como que no ha habido una presión también en que. En realidad tener una audiencia te presiona también cachas, como que sientes así un calor sin como que dices: “Hijueputa” a veces uno no quiere ni abrir el Instagram ni nada de la banda a veces no me da ni ganas, pero toca hacerlo porque es como que la gente está ahí y te está etiquetando como que quiere tener contacto cachas, y es como no sé, es densazo tener una base ya de gente que como que está pendiente cachas, como que siempre está pendiente de la música que es hermosa también, y creo que eso también te motiva y aparte de que te motiva te empuja full a seguir generando y seguir generando. Entonces como que Perro pulga somos una banda recontra nueva no hemos sentido también esa presión, pero ya tuvimos una conversación recién en lanzar el material, falta tres temas de lanzar entonces si tenemos un tema más que va a salir ya creo que en diciembre, y ya de ahí botamos el álbum y el tema creo y seguramente vamos hacer un concierto online pero justo, así como que hay un proyecto que se a dilatado bastante por una falta de comunicación porque justo es como. Es justo un proyecto que era hecho para que nosotros nos veamos.

Pablo Campoverde: Claro, yo he visto que has ejercido tu carrera en 3VOL y tus clases, me parece que se cumple este rol, es como que tu encierras este factor de que un músico debería encontrar inspiración y seguir trabajando a pesar de las adversidades. Y ya para ir cerrando, te agradecemos porque todo lo que tú nos dijiste nos salió preciso y no solo como que generar la entrevista, sino como hemos mantenido ese diálogo, esa problemática, y tu nos cuentas algo que desde tu perspectiva el movimiento independiente tiene que seguir avanzando y tiene que tener esta continuidad como tú dices.

Jordan Naranjo: Que arrecho loco esa es, muchas gracias igual loco ahí por considerar para su entrevista loco, arrechazo para conversar un ratin.

Paul Montalvo: Muchas gracias Jordan de verdad, todo un honor poder conversar contigo acerca de este tema, y todo lo que nos has dicho nos ayuda bastante para nuestra investigación, hasta puntos que antes no veíamos. Así que muchas gracias por la entrevista. Y de todo corazón te deseo éxitos en tus proyectos porque eres una persona trabajadora que no ha dejado que las dificultades entren por la puerta y no se pueda seguir trabajando en tus proyectos, en tus clases.

Pablo Campoverde: Si, igual yo estaré esperando el lanzamiento de tus proyectos de 3VOL y Perro pulga, y muchos éxitos también.

Jordan Campoverde: Gracias hermanos igualmente y gracias igual.

Paul Montalvo: A ti Jordan, hasta una próxima vez nos vemos.

Pablo Campoverde: Nos vemos, cuídate hasta la próxima.

Jordan Naranjo: Igualmente hermanos, hasta la próxima.

Anexo 12: Entrevista con Alex Alvear realizada el 11 de noviembre del 2020

Alex Alvear: Ahora sí ¿qué dice?

Pablo Campoverde: Que bueno verte, Buenas Noches Alex, en primer lugar, te agradecemos por esta entrevista, estoy aquí en compañía de mi amigo y colega Paúl Montalvo y como te había mencionado estamos realizando una investigación sobre “El movimiento musical indie en el Ecuador y sus estrategias comunicativas durante la pandemia por el “COVID-19”, cabe recalcar que nos referimos al “indie” como forma de producción más no como género, para ello hemos realizado un pequeño banco de preguntas. En primer lugar, queremos preguntarte, ¿cuál es tu relación de acuerdo con el trabajo musical y las redes sociales o medios de comunicación digital?

Alex Alvear: Yo personalmente no soy muy fan ni muy ducho en esto, pero si reconozco la importancia crucial que tiene el manejo de redes en estos tiempos y tengo la fortuna que mi compañera y mi manager, ella es muy capaz en estas cosas, entonces ella me ayuda a crear contenido, se encarga de todas las campañas publicitarias, de pautar las cosas, entonces estoy muy bendecido porque no me tengo que manchar las manos, por así decirlo porque si es muy hinchada de las redes, pero tener a alguien que lo sabe hacer bien y que le gusta, ella se divierte mucho, entonces yo estoy feliz por ese lado, pero para tocar en el punto, si hoy en día la vaina es redes, redes es todo, si no estás en redes mueres, si es muy lamentable es muy tenaz, por ejemplo yo ya he rodado un buen rato, y antes cuando tú querías que te consideren para un festival o para tocar en un club inclusive la gente te pedía que les des tu música “déjame escuchar tu música y con eso veo si te contrato o no”, ahora es cuántos likes tienes, cuanta gente te sigue en Instagram en Facebook, o sea inclusive para festivales o para promotores internacionales eso tiene un peso muy grande, yo por eso odio Spotify porque me parece que como tantas otras plataformas son una estafa a la obra artística, el que está en el último peldaño de la pirámide es el artista, es el producto que está moviendo toda esta industria y somos los que menos ganamos, entonces si le tengo mucho fastidio, pero si no estoy en Spotify la gente no me escucha y hay otros ahí está Deezer, bueno estoy hablando de estas plataformas si tú no estás en ellas no existes, entonces es una vaina que o sea tienes que acostarte con el diablo básicamente.

Pablo Campoverde: ¿Y cuántas son las redes sociales que tú mantienes en uso?

Alex Alvear: Twitter, Instagram, Facebook, creo que esas son las principales y como estamos trabajando con CD Baby como agregador, ellos nos ponen en todas las

plataformas posibles hay, entonces estamos en todo lado básicamente, pero claro lo jodido es hacer bulla cuando ya estás metido ahí, y que puedas sobresalir.

Paúl Montalvo: y Alex ¿desde cuándo has empezado a usar las redes para tu trabajo musical?

Alex Alvear: Básicamente, yo creo que cuando yo estaba en Estados Unidos, ósea yo soy de la vieja escuela, yo me iba con un balde con pega y a pegar en los postes, y a pegar flyers en las lavanderías, en todo lado, en los supermercados esa es mi escuela, y de repente aparece esta manera de comunicarse y me parece muy bacán, tiene sus cosas súper positivas, porque de repente ahora las redes son mi portal de noticias y donde puedo compartir trabajo, puedo compartir obras, puedo incluso promocionar a otros colegas y promocionarme a mí mismo, y más importantemente poder promocionar eventos o actividades que estoy haciendo y no se está gastando un papel, no se está talando un árbol que eso está chévere, me gusta, el problema es que como hay tanta distorsión, tanto ruido en esta vaina si le podemos visualizar como música, hay tanto ruido que para que tú puedas sobresalir dentro de todo este bagaje de ruido interminable, que la gente te pare bola, entonces hay que ser muy celosos con los fans y estarles dándoles cosas para que no pierdan el interés, ósea ahora estamos hablando de un público que tiene un nivel de captación muy volátil, entonces tienes que estar siempre ahí, y es agotador, pero bueno esas son las reglas del juego.

Pablo Campoverde: claro, más que todo las redes sociales al fin y al cabo generan en los músicos una expectativa de cómo debe ser la relación con los fans, yo he investigado un poco sobre estrategias acerca de cómo se relacionan las redes para crecer el movimiento musical, y una de ellas explica que los músicos deben mantenerse al margen de su comunidad de fans, y bueno es una forma de trabajo activo, a pesar de que uno

cuando abre Facebook le tiran demasiada información, se aborda información tenas, y por ejemplo nosotros visualizando tu página de Facebook de Alex Alvear, hemos visto algunos detalles muy impresionantes, como por ejemplo a mí me interesó bastante la fotografía de los “Panaderos”.

Alex Alvear: Claro, esa foto la tomó un pana porque en esa época éramos todos panas y los panas nos acolitábamos en todo, entonces el Juan Lorenzo Barragán nos tomaba las fotos y muchas de esas fotos son emblemáticas del disco “Promesas Temporales”, esas fotos de los panaderos, él y “Bolo” Franco que es otro fotógrafo guayaco, ellos se dedicaban a guardar esas imágenes de ese periodo, en esa época no habían ni celulares ni nada y de no haber sido por estos manes nosotros no existíamos en esas fotos.

Pablo Campoverde: Claro y de ahí va ese apego con los fans, porque por ejemplo yo con Paul viendo estábamos viendo esas imágenes y decíamos parece que la calidad está impecable, una nitidez increíble, parece que llevara un filtro inclusive, con esto uno se da cuenta de ese apego que se tiene con el artista y me parece algo genial esto en las redes sociales.

Alex Alvear: Si en ese sentido tú te puedes expresar y abrirte mucho más de lo que pues hacer en una entrevista o como una tocada en vivo, son momentos y flashes bien esporádicos, entonces con esto puedes ver al artista tras bastidores, al artista jodiendo, cagándose de risa o tomando posturas que no necesariamente tenga que ver con su postura musical o artística, entonces es chévere en ese sentido el nivel de intimidad que puedes crear cuando compartes cosas tuyas que son bien personales, pero la cosa es claro cuando esa ya se vuela tu motor, estas chuta siempre viendo las fotos más cómo haces, es volverse en un influencer y eso ya es medio como el orto no, gracias a Fabiola mi manager y compañera, ella tiene un buen ojo sabe bien, porque uno puede ser muy cargoso, puede

empezar a caerle mal a la gente de tanta insistencia, entonces ella como sabe los “times” y esas cosas que son muy importantes también.

Paúl Montalvo: Y Alex dentro de los primeros meses de pandemia, ¿tuviste que organizarte con tu manager para publicar tu trabajo realizado o eventos organizados en vista de que toda la vida se volvió virtual?

Alex Alvear: Claro, por un lado hubo más tiempo en las manos, entonces de repente hubo tiempo de meterse y escarbar archivos y buscar cosas por ahí, íbamos encontrando cosas chéveres, y vas catalogando estos archivos, hacer esas cosas que a veces uno no tiene tiempo de hacer, entonces cuando estás en este proceso salen estas joyitas que tenías y entonces las puedes compartir y si en ese caso podemos decir que no fue tanto como una estrategia, fue bien espontáneo tratando de dar algo chévere para que la gente se ría, o para que la gente vea algo bacán, pero no era un estrategia publicitaria, vivíamos en tiempo que incluso hasta ahora nadie sabe qué carajos está pasando, es complicado, pero sí cosas que se hicieron ya a raíz del encierro, por ejemplo yo ya tuve más tiempo para mí para la música, entonces pude componer más cosas, entonces hicimos varios videitos caseros, con el celular de la “Suca”, y son cosas que uno hace por necesidad y por ganas de compartir la gente está doliente, la gente está triqueada, asustada, emputada, entonces poder compartir por lo menos algo se lo hace con esa intención, ahora pueda que se haga viral esa no es la intención, aunque si ayuda, por ejemplo esos videitos caseros que hicimos creo que hemos conseguido 3mil, 4mil views, que no es tampoco mucho, pero ese no es el interés más que compartir cosas, los temas nuevos que salieron en la pandemia, no tanto como estrategia aunque claro tiene un crédito, en este caso no estaba haciendo reguetón o yo no estaba saliendo sin camiseta, pero todo era bien crudo y casero.

Paúl Montalvo: y para el contenido de estas cosas, ¿tú tenías un equipo para hacerlo?

Alex Alvear: No la “Suca” y yo, estábamos encerrados los dos en nuestro departamento en una casa vieja en el centro, entonces existe eco y parece que estuviésemos en una locación, ahí vivimos, entonces era explotar lo que tenías a tu disposición y hacer algo artístico con eso, por suerte la “Suca” estudió cine, ella tiene muy buen ojo, ella hizo las ediciones yo hice la música nada más.

Pablo Campoverde: y con respecto a Wañukta Tonic ¿cuál era tu panorama antes de la pandemia?, porque si bien recuerdo hace un año hubo una serie de conciertos, Antes de la pandemia, recuerdo que uno fue en el Teatro Capitol y otro fue en la Universidad Católica. **Alex Alvear:** En la Católica en la Politécnica tocamos también, si ósea el año anterior el 2019 fue bastante activo también, ósea viajamos internacionalmente también, pero en nuestra idea nosotros no somos de los grupos que tenían planificadas giras todo el 2020, sino más bien nos íbamos a concentrar en el nuevo disco, y en tratar de sonar, porque tenemos un nuevo “Ep”, que lo hemos estado sacando como singles y ahora el 28 de noviembre lo lanzamos en el “Sucre” con un concierto, pero en el caso nuestro por fortuna y tristemente porque no teníamos miles de fechas pero no perdimos tanto trabajo como otra gente que tengo panas que tenían ya giras y fechas nacionales e internacionales y se les jodió todo, y si como digo estábamos tratando más bien de enfocarnos en el lanzamiento del disco, primera vez que trabajamos con este sistema milenial, de en vez de lanzar un disco como era normalmente en otras épocas ahora lanzar los singles, en buscar lanzar videos, solamente lanzamos un video porque no tenemos billete, una estrategia completamente distinta, porque por primera vez tenemos un equipo si se puede llamar así, tenemos un artista visual que se llama Adrián Balseca que es un monstruo, un increíble artista visual, Darío Granja que es periodista musical, él se encarga de trabajar los contenidos, y las estrategias de redes y de cómo mirar se han encargado entre Darío y Fabiola, entonces primera vez que tengo un equipo en todos mis 40 años de carrera, yo

siempre he sido solito haciendo todo a las bravas, entonces yo creo que amerita la situación en la que vivimos ahora, necesitas este otro tipo de herramientas, conocimientos y saberes que uno normalmente no la tendría.

Pablo Campoverde: Otro dato importante, que creemos es muy pertinente hablar, con respecto al manejo de la promoción en las redes sociales en el concierto que por tu cumpleaños, ¿cómo funcionó?, ya que nos dimos cuenta por las muchas publicaciones que promocionaban esta fecha muy especial para ti.

Alex Alvear: Bueno, se trabaja por muchos lados, primero se trata de conseguir gente en el medio periodístico, en las radios, en estos canales de internet, tratar de conseguir visibilidad a través de estas fuentes que son muy importantes para llegar, también pagamos mucho dinero en redes para que se promocióne bien por ese lado, y bueno el camello que se hace de saber cuándo hacerse como un calendario y decir bueno este día voy a sacar esta gráfica con esta información, este día vamos hacer un videíto, que son cosas que no se me ocurrirían jamás y que ahora me doy cuenta que hay que pensar así, osea no puedes estar haciendo cosas o lanzar 20 videos y vos con tu selfie hablándole al celular, veinte videos segundos la gente te termina agarrando fastidio, entonces hay que ser estratégico y pensar bien esas cosas y creo que fue una muy buena campaña claro, Fabiola que lo pensó bien, y aun así no nos fue ni la mitad de lo que pensamos que nos iba a ir y tiene que ver mucho con la saturación también de estas cuestiones de los conciertos en vivo al principio era una novedad y la gente como se vacilaba chévere, pero ahora lo hacen todas las semana hay varios y hay muchos gratis que la gente hace gratis, entonces ya la competencia es enorme, entonces por más que para mí yo dije chuta este concierto es especialísimo porque estoy cumpliendo casi 40 años de trayectoria, estoy haciendo un concierto con algunos invitados, este vamos a tocar música de Promesas, de

Mango Blue, Ecuatorial, Wañukta de todo esto, yo si pensé íbamos a tener más acogida, pero no me quejo, ojo no fue bastante bien a comparación de otros, pero te sacas la madre y es un equipo de producción, de sonido de video de todo, a la hora del café ya cuando se reparte la torta es difícil no lo puedes mantener esto a cada rato, pero yo creo que sí se hizo una buena campaña, estuvimos muy presentes y bueno hay que estar consciente, no puedes pensar que se va a postear una vaina y que ya todo el mundo se va a enterar, hay que ser estratégico y jodiendo en los momentos claves y creando contenidos interesantes también.

Pablo Campoverde: Y con respecto a las colaboraciones porque vimos que realizaron algunos “colabs”, como por ejemplo a mí la que más me encantó fue la colaboración con Mauro Samaniego que sacaron la canción de Calle Luna Calle Sol, me pareció espectacular.

Alex Alvear: Si osea lo de colaborar primero es una cosa hermosa, porque a mí me encanta esto, si tengo la oportunidad de hacer algo con otros músicos siempre es chévere es un reto y es divertido, tiene todo desde el lado artístico es todo positivo y lindo, pero también inconscientemente es un movida estratégica y luego me di cuenta, porque yo hice cosas con Fabrikante, con “Taita Machine”, con “Mauro Samaniego” y “Raúl Molina” con “Gonzalo Bravo” y con panas en Estados Unidos y en Europa También, con “Curi Cachimuel” he hecho mucho de estas colaboraciones con “Matico Pro” también, y hay cosas no han salido todavía pero está todo chévere, y a mí me encanta trabajar con artistas que no necesariamente hacen lo que yo hago, entonces musical y artísticamente es bacansísimo porque te metes en otro vuelo en otra manera de crear, pero lo que me di cuenta es que, me di cuenta es que también es beneficioso porque el público de “Fabrikante” por ejemplo no necesariamente el público mío, pero al hacer una

colaboración mi público que no lo conocía vacila y va a decir que bacán lo que está haciendo este man y el público de “Fabrikante” que tal vez no me conocía, tuvo una ventanita a ver quién es este man y si tienen la curiosidad me van a seguir, entonces es una manera también que te ayudan ampliar tu horizonte en cuanto a público y publicidad y es divertidísimo entonces es un gana y gana por todo lado.

Pablo Campoverde: Claro, incluso habíamos visto que tenías una colaboración con “Álvaro Bermeo”.

Alex Alvear: Claro, sí y sé que me estoy olvidando más, y claro con “Álvaro” trabajamos en un proyecto de él que se llama Escuela Quiteña y nos fuimos a un lugar hermoso en Cayambe a grabar y bueno todavía no sale todo el material, pero es un proyecto donde Álvaro se enfoca en su carrera solista, y en este caso enfocándose en música ecuatoriana que me parece bacán. **Pablo Campoverde:** ¿Cuál ha sido tu vínculo con el ámbito cultural durante el confinamiento y con qué propósito se ha manifestado en redes sociales?

Alex Alvear: Si hay cosas que han ido pasando como la creación del “Frente Musical” que es una organización de gestores de músicos, que estamos tratando de encontrar una visibilidad y una presencia del sector musical, tanto desde el lado de la gestión pero más importantemente desde el lado de visibilizar las causas de los músicos, los músicos para los políticos no existimos y no porque no existimos físicamente pero no existimos como una fuerza que puede ejercer presión, entonces esto es tratar de unificar al sector y trabajar en cosas muy puntuales que son necesarias para nosotros que si no las peleamos y no generamos conciencia de eso nadie va hacer nada por nosotros, miren los cineastas están organizados y hasta consiguieron una ley, los teatreros están bien organizados, los músicos somos un desastre entonces como tratar de darle un lugar a la música dentro del

espectro cultural, entonces eso ha sido chévere, esto ya estaba pasando desde fines del años pasado y se consolidó durante la pandemia, y de ahí bueno es lo único significativo en lo único que yo he podido participar, en lo de las colaboraciones y todo, pero bueno todo mundo putea en las redes y yo si he puteando mucho con lo que ha pasado en la cultura, ha sido deplorable y si es un momento bastante difícil y triste al ver que nadie se la juega por la cultura ósea los funcionarios, es una vaina que si da mucho despecho y claro si hay que quejarse cuando se puede.

Pablo Campoverde: Y más que todo hay mucho que decir, al menos en la situación política, económica y sanitaria que estamos pienso que es muy importante y me parece algo muy bacán y algo digno de admirar todo lo que tú estás haciendo porque significa bastante, para mí es un ejemplo a seguir porque yo también no solo me estoy dedicando no solo a la música sino que al ámbito de la comunicación y entonces para mi es algo gratificante ver que en el Ecuador no solamente existe una persona que hace referencia sino que mueve, porque para mí Alex Alvear y Wañukta Tonic es una propuesta que además de ser vigente está muy ligado a la lucha social, por ejemplo a mí una canción que me encanta de Wañukta Tonic es “Manifiesto Zombi”.

Alex Alvear: Esa está en el nuevo disco, lo que pasa es que no la escogimos para los tres singles que sacamos porque deliberadamente queríamos que tenga este enfoque súper político más que marketing obviamente que no va a servir de nada pero por el momento histórico que estamos viviendo, Artículo 57, Basta y Choros hijos de la gran puta” son temas que hay que estarlos escuchando ahora, ahora es cuando tienen que escucharse, entonces los otros tres temas del “Ep” están, Manifiesto Zombi, hay un tema instrumental que es una re-versión de Churay para los Yarina de mi disco Ecuatorial pero ahora lo rockeamos, y un pasillo que es muy tostado nada que ver con las canciones del resto del

disco que la letra la hicimos con Hugo Hidrobo entonces es una tostadera de tema, ninguno de los tres temas tienen relación con los del principio con el disco aunque Manifiesto zombi es crítico es medio satírico sigue hablando un poco de varias cosas de la comodidad de la pantalla del clic, con esa realidad que nos invade ahora.

Pablo Campoverde: Precisamente a eso me refiero con tu música puedes hacer una sátira, hacer reflexionar, te voy a contar una anécdota, en el concierto del teatro Capital, cuando interpretaron el tema “Puñales” a pesar de la vergüenza me ganaron las ganas de llorar justo al terminar la canción, y por eso Wañukta fue un despertar de sensaciones.

Alex Alvear: Que bacán, bueno es que es canción también te saca la puta, la letra nomás loco y la melodía es tan hermosa y desgarradora, que chévere que eso te haya pasado, varia gente me ha comentado eso sobre todo jóvenes, que de alguna manera con estas nuevas versiones se conectan con estas canciones con este feeling, me parece increíble eso.

Pablo Campoverde: Bueno y para finalizar ¿qué consejo brindas a las nuevas generaciones de bandas y músicos emergentes que buscan posicionarse dentro del movimiento indie en el Ecuador?

Alex Alvear: Primero que se preparen y que se ajusten los cinturones porque el trayecto no es nada suave ni nada fácil, que no se motive por el éxito de ser famoso y todo, porque no les va a pasar a muchos, a muchos de los que están siguiendo esta carrera no les va a pasar, pero yo creo que hay que tener muy claro y si es que este no es el caso es un buen momento para buscar otro oficio, pero debe ser una actividad comprometida, honesta y dedicada a cómo te vas a proyectar como ser humano en este mundo en este Universo, ósea cuál es tu camino en esta vida, si tu camino es ser famoso te vas a joder no va a ser así, si tu camino es hacer buen trabajo, hacer buena música y primero darte algo a ti

hermoso y luego darle algo hermoso al mundo, va por ahí, pero las garantías no están ahí porque es un camino tenaz, ósea yo ya voy casi 40 años con esto y todavía no logro y ósea tampoco me importa, pero si cachas, si me gano un premio y me reconocen por ahí tampoco me voy a quejar pero no estoy sufriendo por eso ni esperando que me den un Grammy, te levantas el día siguiente y sigues con las cosas que debes hacer pero con mucho amor y te tiene que gustar, si te hincha las pelotas y si lo estás sufriendo mucho, hay que cambiar de oficio nada más, porque esto es un oficio muy ingrato, muy difícil y lleno de picos y bayas no, porque de repente te está yendo increíble, sacaste el mejor disco del mundo que tu pudiste haber hecho, o tocaste el mejor concierto de toda tu vida, al día siguiente que, otra vez y empiezas desde cero otra vez, entonces no hay una vaina que todo va en línea recta, siempre emociones intensas y bien distintas las unas de las otras, entonces hay que aguantar y tener esta fuerza, para poder afrontar ese estilo de vida esas emociones y poder mantener el norte claro no, es jodido pero es hermoso también.

Pablo Campoverde: Justamente lo que tú dices, la música como experiencia personal te puedo decir que hay veces que me ha hecho llorar y reír, pero es una constante lucha y como tú dices, tomo tus palabras, el fin no es ser famoso el fin es saber que decir y más que todo alegrarse con lo que se hace.

Alex Alvear: Ser feliz, en esta vida vienes para ser feliz, hacer lo que te gusta, cuanta gente hay que no tiene otra opción que hacer unas cosas horribles, y personas otras que por comodidad se mete hacer trabajos que no les llenan en nada y ganan montones de plata y son seres miserables, y es porque no nos enseñan a desarrollarnos a nuestro potencial personal y que el éxito no está en el dinero ni la fama, sino en estar feliz en sentirte bien con lo que haces.

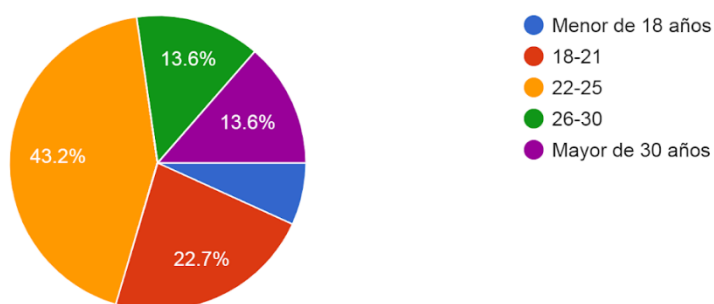
Pablo Campoverde: Gracias Alex bueno con esto nos despedimos y te agradecemos mucho, disfrute todo el tiempo de la entrevista fue una conversación demasiado genial, es la primera vez que literalmente podemos sentarnos y dialogar, aunque sea detrás de una pantalla sobre temas importantes, porque para mí la música es lo más importante en mi vida, y que genial poder conocer a una persona que aparte es una exponente muy importante de la música ecuatoriana, me lo puede recalcar que también.

Alex Alvear: Estas cosas no me las inventé, los locos que estamos bien en esto estamos por eso, no hay vuelta que verle. Gracias a ustedes por invitarme a esta entrevista.

Anexo 13: Datos por artistas independientes afectados por medio de una encuesta. Realizadas del 8 al 12 diciembre del 2020

La encuesta se realizó a 44 personas que se dedican a la música y hacen de esta una práctica comunicativa dentro de lo que son las redes sociales para visualizar su proyecto musical y generar una comunidad. Dentro de las 44 personas que fueron encuestadas fueron: 19 de 22 a 25 años, 10 de 18 a 21 años, 6 de 26 a 30 años, 6 mayores de 30 años y 3 menores de 18 años de edad.

Gráfico 1 Los rangos de edad de las personas encuestadas



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

La mayoría de los encuestados residen en Quito y da un total de 28, 15 respondieron que residen en Pichincha sin especificar y 1 en Latacunga. Se preguntó a los encuestados si tienen o no formación académica y si la tienen que especifique cuál. El resultado fue: 14

en música, 8 en producción audiovisual, 5 no tienen una formación académica, 4 en marketing, 1 de pedagogía de idiomas, 1 en Matemáticas, 1 en Psicología, 1 en Biología, 1 en Derecho, 1 en Comunicación, 1 en Música, Marketing, Periodismo y Comunicación, 1 Bachiller, 2 en Ingeniería en sistemas y 2 Ingeniería sin especificar.

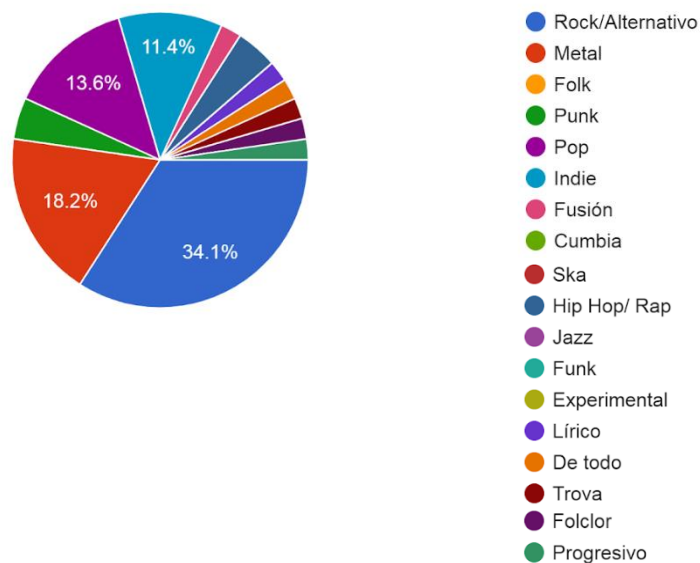
Gráfico 2 Formación académica de los encuestados



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

A los 44 encuestados se les preguntó ¿Qué género musical interpretas?, respondieron: 15 interpretan Rock/Alternativo, 8 Metal, 6 Pop, 5 indie, 2 Punk, 2 Hip-hop/Rap, 1 Fusión, 1 Lírico, 1 Folk, 1 Progresivo, 1 Trova y 2 interpretan de todo.

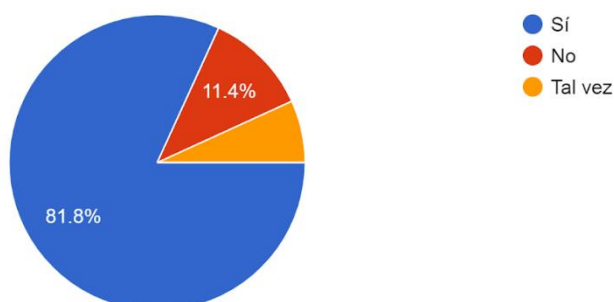
Gráfico 3 Géneros musicales que los encuestados interpretan



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Los encuestados en la pregunta “¿Te consideras un músico o artista independiente?” 36 respondieron que sí, 5 que no y 3 tal vez.

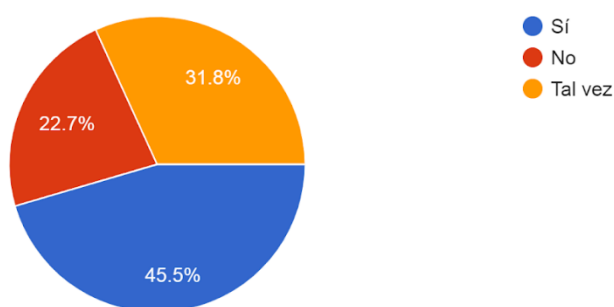
Gráfico 4 Conciencia sobre la identidad de un artista independiente



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Tomando en cuenta las medidas dictadas por el gobierno ecuatoriano para la restricción de movilidad se les preguntó a los encuestados ¿Tienes pensado realizar conciertos presenciales en vista de la disminución de restricciones?, respondieron que: 20 lo harán, 14 tal vez lo hagan y 10 que no lo iban a hacer.

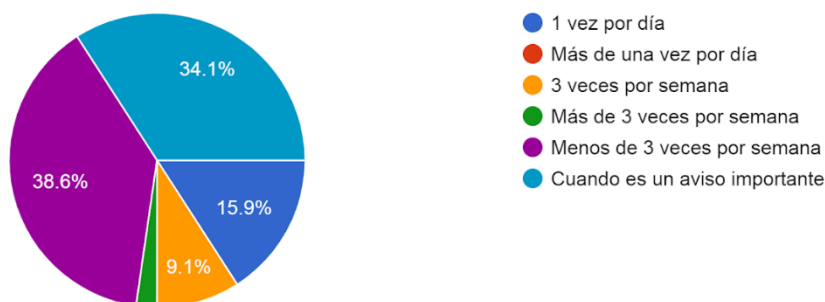
Gráfico 5 Criterio sobre la reapertura de los conciertos presenciales



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

En la misma línea del manejo de las redes, se preguntó sobre la frecuencia de la publicación de contenido obteniendo los siguientes datos: 17 publican menos de tres veces por semana, 15 publican solamente en situaciones importantes, 7 una vez por día, 4 publican tres veces por semana, y solamente una persona postea más de tres veces por semana.

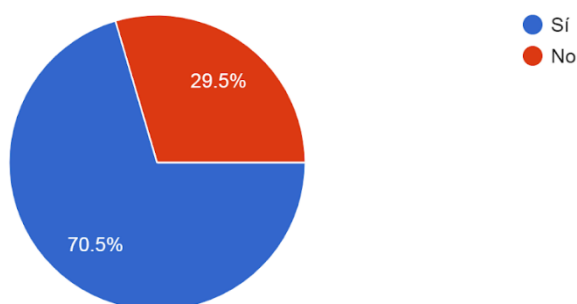
Gráfico 6 Frecuencia de posteos



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

También se les preguntó a los encuestados ¿Has grabado en un estudio profesional?, y muchos respondieron que sí siendo un total de 31 y 13 que no lo han hecho.

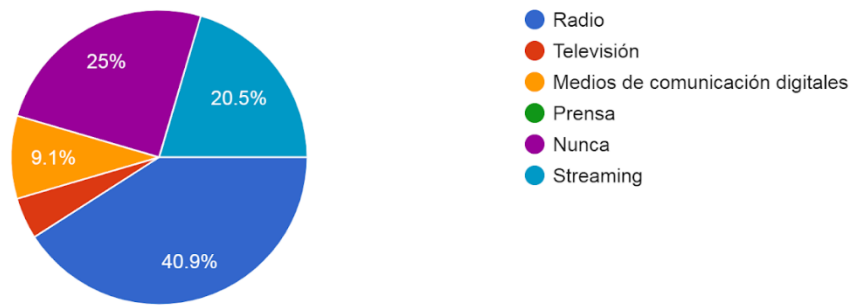
Gráfico 7 Capacidad de inversión en producción audiovisual profesional



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo

Para finalizar la encuesta se realizó la pregunta ¿has participado en algún medio de comunicación? en el contexto que los encuestados puedan respondernos hasta donde han podido llegar a sus proyectos musicales han impacto en interés por parte de los medios. Su respuesta fue 18 han participado en la radio, 9 haciendo streaming, 4 en medios de comunicación digitales, 2 en televisión y 11 no han participado nunca.

Gráfico 8 Porcentaje de participación de los artistas en medios de comunicación.



Elaborado por: Pablo Campoverde, Paul Montalvo