



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

2520
9736
ISSN

RAÍCES

Revista Nicaragüense de Antropología

EDICIÓN N°12

Julio|Diciembre 2022

Representación cultural
en la música andina
ecuatoriana

TRADICIONES
Y COSTUMBRES



Representación cultural en la música andina ecuatoriana

Recibido: 23-06-2022

Aceptado: 08-10-2022

Cultural representation in Ecuadorian Andean music



Copyright © 2022 UNAN-Managua
Todos los Derechos Reservados.

Luis Farinango

Investigador Independiente

Universidad Central del Ecuador (UCE), Ecuador

ID Orcid <https://orcid.org/0000-0002-4718-9686>

lefarinango@gmail.com

Resumen

La música es un elemento importante en la vida de los seres humanos. Está instalada en diversos ámbitos de la vida y por esa misma razón cumple diferentes usos y funciones. El videoclip se ha convertido en el mejor formato para promocionar a la música andina y las bandas. La presente investigación evidencia la producción de videoclips de música andina de manera sostenida en la provincia de Imbabura, estas producciones audiovisuales están cayendo en temas reiterativos y siguen reproduciendo conceptos ligados al amor romántico como estrategia para dar a conocer la canción andina. En ese marco, el objetivo general es identificar las representaciones, ideas y comportamientos del amor romántico en el videoclip de la música andina en el año 2021. La investigación es de tipo exploratorio. El método utilizado fue el análisis de la representación. El principal hallazgo es que estos video musicales se concentran en la ruptura del amor romántico y su sufrimiento.

Palabras Claves

Música Andina, amor romántico, videoclip, representación, canción de amor.

Abstract

The Music is an important element in the life of human beings. It is installed in various areas of life and for that same reason it fulfills different uses and functions. The video clip has become the best format to promote Andean music and bands. The present investigation evidences the production of Andean music video clips in a sustained manner in the province of Imbabura, these audiovisual productions are falling into repetitive themes and continue to reproduce concepts linked to romantic love as a strategy to publicize the Andean song. In this framework, the general objective is to identify the representations, ideas and behaviors of romantic love in the video clip of Andean music in the year 2021. The research is exploratory. The method used was representation analysis. The main finding is that these music videos focus on the breakdown of romantic love and its suffering.

Key Word

Andean music, romantic love, video clip, representation, love song

Introducción

En los últimos años hay un desarrollo sostenido de producción de videoclips de música andina en la población indígena del norte del Ecuador. Los diferentes grupos musicales han visto la promoción de la canción andina a través de un producto audiovisual. En ese sentido, se visibilizan grupos de música andina consolidados y otros nóveles que buscan protagonismo en el mercado.

Para ganar mercado la canción referida al amor romántico es la principal fórmula que utilizan estos grupos musicales para darse a conocer. Con esta práctica instalan y reproducen discursos sobre el amor y desamor de pareja. En ese marco, se busca rastrear, identificar e interpretar rasgos del amor romántico, y los sentimientos y comportamientos asociados a este.

Música Andina del Ecuador

Vamos a llamar música andina del Ecuador al conjunto de ritmos que son producidos en la región andina del Ecuador creados e interpretados por indígenas, mestizos y afroecuatorianos (Godoy, 2005). Si nos concentramos en la producción artística de los pueblos indígenas, Godoy (2005) menciona que la canción andina está relacionada al canto a la madre tierra. Estamos conscientes que esta denominación es bastante arbitraria y puede ser discutida y ampliada. Pero esta denominación responde a que los productores, artistas y el público los identifica con ese nombre (Farinango, 2012).

Dentro de la música andina de Ecuador se juntan ritmos como el sanjuanito, saltashpa y el fandango. Sin embargo, en la provincia de Imbabura el ritmo que más sobresale es el sanjuanito. Este ritmo a pesar de tener una tomada alegre encierra mucha tristeza que es propia de la psicología de la mayoría de los ecuatorianos (Godoy, 2005). Pero hay que indicar que el sanjuanito actual que se está produciendo no se trata de un sonido tradicional, sino que tiene una constante innovación, préstamos y adaptaciones (Godoy, 2005).

Además, hay que entender que las culturas están vivas en constante movimiento y acción, y aquello también se traduce en la producción musical. Es decir, tradicionalmente dentro de la música andina los ritmos eran el sanjuanito, saltashpa o el fandango como se había mencionado, pero la nueva generación de músicos e intérpretes fusionan elementos rítmicos foráneos. Es así que se pueden identificar fusiones de la música andina con la tecnocumbia, el rock, la electrónica, el hip hop y el reguetón.

Funciones de la música y el videoclip



La música es un elemento importante en la vida de los seres humanos. Está instalada en diversos ámbitos de la vida y por esa misma razón cumple diferentes usos y funciones. A pensar de que la música tiene mensajes polisémicos (Godoy), en diferentes espacios de la vida se pueden observar funciones básicas como exteriorización de los sentimiento, el auto reconocimiento individual (identidad) y colectivo (pertenencia cultural), donde actúan de manera conjunta la mente y el cuerpo (Frith, 1996; Hesmondhalgh, 2015).

Según Frith hay cuatro funciones de la música: la primera, como elemento para el desarrollo y fortalecimiento de la identidad; la segunda, exteriorizar sentimientos; tercera, ubicarnos en un tiempo y espacio determinado, y con ello también formar una memoria colectiva; y cuarta, sentido de posesión de la obra o la interpretación musical (Frith, 2008).

Para Merriam (2008) hay 10 funciones de la música, sin embargo, para fines de este trabajo las funciones de entretenimiento, representación simbólica, refuerzo de las normas sociales, y refuerzo de las instituciones sociales y ritos religiosos son las que más se relacionan con la música andina. La función de entretenimiento hace referencia al ocio y placer que causa la música (sobre todo las sociedades occidentales). La función de representación simbólica cumple con mostrar y materializar las ideas, pensamientos y discursos. La función de refuerzos de las normas sociales manifiesta las conductas que son aprobadas y condenadas en un contexto social. Y la función de refuerzo de las instituciones sociales y ritos religiosos, las conductas hacia las instituciones u organizaciones que dictan pautas de conducta, por ejemplo, la Iglesia Católica.

Este listado de funciones que nos ofrecen los autores (Frith, 2008; Merriam, 2008) permite enmarcar la canción andina para su posterior análisis e interpretación. Partimos de la idea que las funciones más visibles son el entretenimiento, la exteriorización de sentimientos, la representación simbólica y el refuerzo a la instituciones sociales y ritos religiosos. En este sentido, podemos traer a colación las palabras Hesmondhalgh (2015), quien sostiene que la música es un recurso que permite el fortalecimiento colectivo, pero que del mismo modo es “vulnerable a los cambios sistémicos tales como el creciente consumismo, la mercantilización y la competitividad” (p. 31). Y la música andina no es ajeno a esta problemática.

Todo lo mencionado son categorías que se han aplicado para analizar sobre el ámbito de la música por sí sola, pero en la actualidad el consumo de la música también pasa por ver. Es decir, hay consumo de música viendo videos musicales. Ese es el ámbito de la música andina en el norte de Ecuador, las bandas musicales realizan su producción musical, pero, casi a la par, producen un videoclip. El videoclip se ha convertido en el mejor formato para promocionar a la música andina y las bandas. Entonces, estas categorías que fueron pensadas para analizar solo la música ahora las vamos a aplicar para analizar el video musical de los grupos andinos.

Debemos entender al videoclip musical como un formato audiovisual que permite la combinación de elementos visuales, auditivos y textuales para crear algún significado en particular. Y como menciona Rodríguez el videoclip busca “excitar los sentidos y provocar emociones” (2014, p.188). Esta función asociada a la canción romántica crea un detonante poderoso para apelar a las emociones de los espectadores.

Si se observa la relación entre la parte visual y auditiva, según Goodwin, se pueden identificar 3 funciones: la ilustración, amplificación y la disyunción. La primera, la letra de la canción y lo que sucede en lo visual hay coincidencia. La segunda, se concentra en una idea o tema para reiterarlo muchas veces. Y tercera, cuando no hay relación entre la canción y lo visual (Goodwin, 1992).

El videoclip no se trata de un formato nuevo, pero con el internet su utilización se ha vuelto a actualizar, sobre todo, para las bandas más pequeñas, que muestran su producción a través de plataformas como YouTube.

El amor y desamor, la dicotomía exitosa en el mercado musical

El amor es un concepto difícil de categorizar, y el término es bastante general. Por motivos de la investigación se hablará del término del amor romántico desde el ámbito de la sociología. Una idea que para muchos de nosotros puede parecer bastante natural, pero que alrededor de ella se instalan elementos sociales y culturales de la época donde vive el ser humano.



Según Illouz (2009) el tema del estudio del amor romántico casi siempre se lo ha relegado al ámbito privado, considerando que este tema solo tiene raíces biológicas. Esta autora nos menciona que poco a poco esta consideración está cambiando, porque si bien es cierto que el amor son reacciones químicas corporales pero la cultura se encarga de regularlos. Por esa razón, en los discursos y comportamientos relacionados al amor romántico se observan valores del capitalismo. Siendo aún más específicos, se podría decir que “los marcos culturales nombran y definen las emociones, señalan los límites de su intensidad, especifican las normas y los valores asignados a ellas, y ofrecen símbolos y escenarios culturales para que adquieran un carácter de comunicatividad social” (Illouz, 2009, p.21).

Por su parte, Gioia (2016) nos menciona que en la actualidad la canción de amor está concentrado en el amor carnal, explora los deseos eróticos y su conjunto de emociones, por ejemplo, las ansias de poseer un amor platónico, síntomas de dolor físico cuando el amor termina y las consecuencias que llegan con esta. Esta misma línea de reflexión se trae la clasificación identificada en la investigación de Guarinos (2012), esta autora explica que se podrían identificar diferentes estados del amor romántico en los productos musicales como: amor de pareja correspondido, desamor, el abandono y amores mesiánicos o sumisos.

Con todo lo dicho, en el video musical se materializan aquellas representaciones cotidianas, que se expresan en patrones, arquetipos sociales y comportamientos. Como nos advierte Schechner (2012) los actos representados nunca son espontáneos, pues siempre obedecen a patrones previos. Es así que, lo que vemos en pantalla es un juego de representación y sostenimiento de estructuras. En otras palabras, podemos decir que “la cultura brinda símbolos, artefactos, historias e imágenes (o “instantáneas” simbólicas) que sirven para recapitular y comunicar los sentimientos románticos” (Illouz, 2009, p.22). Los discursos y los comportamientos que vemos en el video musical están para recordar, reforzar y actualizar ideas y valores de una colectividad: en este caso del amor romántico.

En ese sentido, la representación sobre el amor y el desamor en videoclip también podría permitirnos identificar algunos arquetipos que refuerzan ciertas ideas o tópicos sobre las personas que intervienen en ella. Así, el creador audiovisual se ampara en ideas preconcebidas y de fácil identificación para narrar una historia e interpelar al espectador.

Materiales y métodos

Esta investigación es de tipo exploratorio. Según Hernández et al. (2014) es un estudio exploratorio cuando se conoce poco sobre el problema estudiado y lo que busca es identificar conceptos para una investigación mucho más profunda. Este tipo de estudios “generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes y contextos y situaciones de estudios, relaciones potenciales entre variable; o establecen el “tono” de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas” (Hernández et al., 2014, p.91)

Se utilizará un diseño concentrado en un análisis de la representación. Para este análisis de la representación vamos a seguir como referencia los planteamientos de Casetti y Di Chio (1998), con algunas variantes que nos permiten analizar los principales elementos del producto audiovisual. El esquema y los niveles de análisis que se van a seguir son:

Nivel de la representación: este punto tiene otros subniveles como el de contenidos, que hace referencia a la identificación de informantes, indicios, temas y motivos que se pueden observar en el video musical. El subnivel de modalidad se concentra en aspectos técnicos como los puntos de vista, el dentro y fuera de campo, los movimientos de cámara, los recorridos y los encuadres más frecuentes que se puedan observar en el video musical. El subnivel de nexos se refiere a cómo se muestra todo el producto audiovisual, es decir hay procesos de condensación, articulación y/o fragmentación. Si bien la explicación hay clara diferencia entre los subniveles, pero en el acercamiento al video musical estos tres elementos están traslapados. Entonces, estos subniveles nos ayudarán a buscar las características del amor romántico según los autores más arriba mencionados (Illouz, 2009; Gioia, 2016).

- Espacios: In/Off, estático/dinámico, orgánicos/inorgánicos. Esto hace referencia a los espacios que transitan los protagonistas del video musical, y si aquel espacio está relacionado con la categoría de amor romántico.
- Tiempos: las tipologías de tiempo que se pueden analizar son colocación-devenir, orden, duración y frecuencia (Casetti y Di Chio, 1998).

Los videoclips seleccionados son éxitos musicales del año 2021 en la provincia de Imbabura (en sierra norte del Ecuador). Todos los videos musicales están alojados en la plataforma de YouTube y es de acceso público. Los 5 videoclips fueron escogidos a través de un muestreo a propósito, que según Luzuriaga (2006) menciona que este tipo de muestreo es cuando el investigador escoge sus unidades de análisis cuando cumplen ciertas características o requisitos.

Tabla 1. Música andina.

N.	Nombre de la canción	Artista	Año
1	Wakay	Ñucanchi Ñañ	2021
2	Mix de cumbias	Decisión Latinos	2021
3	Despechado	Alexo Cora	2021
4	Ama Llakiyaychuk	Yuyay	2021
5	Ñawiki	Mushuk Ñan	2021

Fuente: Elaboración propia

Análisis y discusión de Resultados

● Video musical n.1

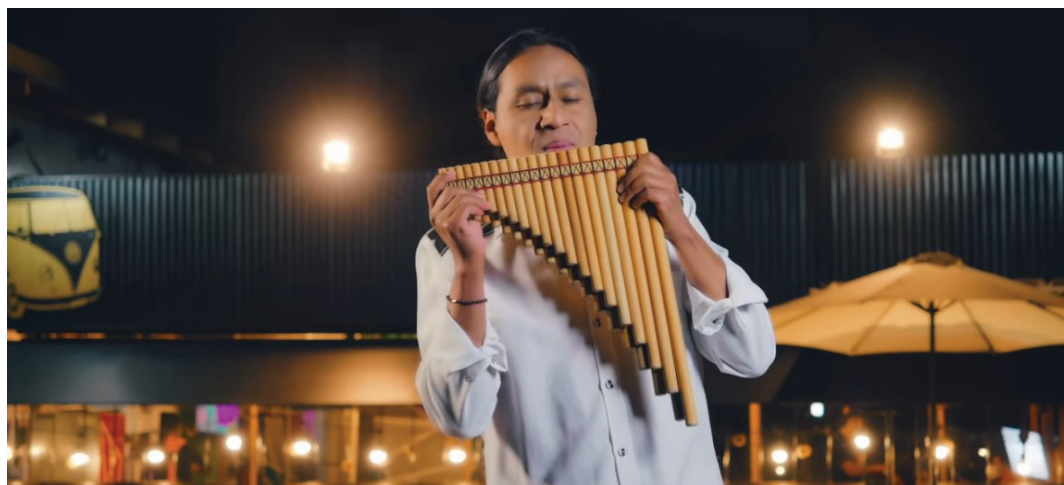


Ilustración 1. Fotograma de la canción Wakay de la agrupación musical Ñucanchi Ñan.

El videoclip narra la historia de una traición de amor. El personaje masculino es quien lleva a cabo la traición, pero en la historia aparece como la víctima que sufre y se arrepiente. En cambio, el personaje femenino, producto de la traición decide salir con otro sujeto como acto de venganza y finalmente decide casarse con ese nuevo chico.

En el video se observa que él traiciona a su pareja y que aquello es la razón del sufrimiento; pero en la letra de canción no existe esa referencia y, en la canción sola habla de abandono sin la explicación de una razón. Entonces, ahí se evidencia una ambigüedad. Mirando solamente la parte visual el tema en cuestión es la búsqueda de un perdón luego de una traición por parte del personaje masculino; y si solamente colocamos atención a la parte musical, es la búsqueda de razones para la explicación de un amor que se ha marchado. Siguiendo con las ideas de Goodwin hay cierta disyunción, porque ambos elementos son dispares.

El concepto de amor romántico que se puede observar es mucho más ligero, es decir, aparentemente no era un amor fuerte. Además, hay referencias al amor erótico de Gioia (2016) en varias escenas y el énfasis está en mostrar las emociones y los sentimientos relacionados al abandono, y la venganza. Además, en este video se observa una trasgresión a ritos religiosos católicos, porque el personaje femenino luego de la desilusión amorosa decide casarse con otro hombre, demostrando así el acto del casamiento no responde a un genuino amor.

Desde las ideas de Merriam, se observa que hay un refuerzo de las normas sociales y también hay la exposición de las conductas aprobadas y condenadas. En ese sentido, el video musical es una advertencia para cuidar un buen amor antes que este se vaya con otra persona. Lo transgresor será la utilización de ritualidad católica para consumir un amor que no existe.

El manejo del tiempo es una tipología orden es de tipo lineal, es decir la historia tiene un principio y un fin. El tiempo de tipología frecuencia, es decir, lo que más se reitera en la video musical son: el dolor del muchacho por la equivocación de haber cometido infidelidad, búsqueda de un perdón y la inseguridad de la muchacha cuando se casa con otro hombre.

Con respecto a los espacios no hay mucho que añadir.

● Video musical n.2



Ilustración 2. Fotograma de la canción Mix de Cumbias de la agrupación musical Decisión Latinos.

● Video musical n.2

El personaje femenino decide abandonar a su pareja porque este no le ofrece las comodidades que ella merecía, “el dinero no te va hacer feliz” dice literalmente uno de los personajes del video musical. El personaje masculino se queda hundido en la tristeza, pero poco a poco sale de ese estado cuando encuentra un nuevo amor.

En cambio, el personaje femenino pasa de un estado de bienestar hacia otro de traición cuando se entera de que su nueva pareja en realidad está casada. Así, el personaje masculino comienza con una condición negativa y va mejorando hacia una condición positiva. El personaje femenino inicia con una condición positiva y lentamente se sumerge una condición negativa. Con este desarrollo se podría relacionar incluso con la idea de karma.

A nivel de contenidos, la idea de amor que sobresale es la de que el amor sin dinero no funciona, la idea de que los hombres sí que pueden tener distintas parejas, que el destino castiga con la misma moneda a las personas que traicionan, que las decisiones de ir en busca de amor y dinero al final llevan a la soledad, que las mujeres son ingenuas, que el actuar bien al final se recompensa. En ese sentido, se puede mencionar que este videoclip tiene muchos elementos moralizantes respecto al amor de pareja. Es decir, se trata incluso de una canción que contiene una advertencia.

Si hablamos desde las categorías de Merriam el videoclip refuerza las normas sociales al amor romántico, es decir se manifiestan discursos y conductas aprobadas o conocidas en el contexto social.

La letra de la canción no concuerda con la historia que se narra a excepción de algunos estribillos. En la primera parte parece que la canción apoya el punto de vista del personaje masculino que queda abandonado. En la segunda parte algunos estribillos ayudan a reforzar los sentimientos de arrepentimiento del personaje femenino que desea volver con su antiguo amor.

Con respecto a la tipología de tiempo orden, que hace referencia al ordenamiento del tiempo en el interior del video musical es un tiempo lineal, es decir, los acontecimientos suceden en línea recta. Y se identifica un tiempo de frecuencia, que hace referencia a las situaciones que el video reitera una y otra vez. En este caso, las imágenes que tienen frecuencia son: el rostro de tristeza del muchacho abandonado, en la tristeza y arrepentimiento de la muchacha y los momentos de la chica con su nueva pareja. Los espacios que se muestran son espacios cotidianos.

● Video musical n.3



Ilustración 3. Fotograma de la canción Despechado del artista Alexo Cora.

Esta canción cuenta la historia de una ilusión de un muchacho por una mujer casada. El video está desde el punto de vista del muchacho, ya que él observa desde lejos las traiciones y maltratos que sufre la mujer de la cual está enamorado.

A nivel de contenidos audiovisuales se pueden observar una joven pareja que tiene problemas de convivencia, se observa que el hombre que se permite tener otras parejas y vicios como el alcohol; mientras que observa que conviviente se la presenta como abnegada. Este reclama sobre la traición que sufre. Sin embargo, el personaje femenino se encierra en su sufrimiento, evidenciado que pesar de la relación nefasta esta no se desea romper la idea de pareja.

Además de eso se observan maltratos, violencia y consumo de alcohol. El hombre se lo representa como alegre, vividor, que puede disfrutar de otras parejas; mientras que la mujer es tristeza, locura, sujeto de engaño. No se observa qué sentimientos y comportamientos pueden existir para que la pareja siga junta a pesar de todos los problemas que representan.

Entre el elemento visual y la canción hay una relación de amplificación, es decir, reiteran ciertas ideas sobre el amor romántico en varias ocasiones. A partir de esta idea también se puede mencionar que ambos elementos refuerzan el punto de vista del muchacho que está enamorado de la mujer casada. Por estos elementos quiere persuadir a la audiencia ese dolor de impotencia, rabia y desesperanza al estar en ese tipo de relaciones.

Con respecto al tiempo se trata de un presente cercano. Con respecto a los espacios que se asocian al desamor y a la desilusión son principalmente bares, los espacios asociados al amor una iglesia católica.

● Video musical n.4



Ilustración 4. Fotograma de la canción Ama Llakiyachuk del grupo musical Yuyay.

Esta video musical narra la historia de una pareja que aparentemente están bien en su relación de amor. Sin embargo, esta aparente armonía se rompe cuando la muchacha sospecha de una infidelidad.

Se observa un amor de juventud, en la primera parte del video musical se observa un entendimiento mutuo porque hay risas y complicidades. Pero aquello se rompe cuando el muchacho decide tener otra aventura y ella lo descubre. Aquella situación provoca en ella se encuentre en la incertidumbre de perdonar o separarse de su pareja. Al final termina por perdonarlo. Las asociaciones que se puede hacer a partir de estos comportamientos son: hombre, libre para poseer una segunda relación y mentiroso; mujer engañada e insegura.

En referencia a los espacios no se observan sitios adecuados para tal fin. Con respecto al tiempo es tipología orden – circular, es decir, el inicio y fin ocurren en el mismo lugar. La mujer está sentada en una habitación y luego ella se sumerge en los recuerdos, al final la chica le ofrece la última oportunidad en ese mismo espacio. En la tipología de tiempo frecuencia, se observa que dentro del video musical la imagen que se reitera por varias ocasiones es la tristeza de la mujer indecisa y el engaño constante de su enamorado.

En términos de Goodwin la relación entre la letra de la canción y la parte visual no hay correspondencia. La canción se refiere al miedo a perder el cariño de una mujer desde el punto de vista masculino; en cambio, en lo visual se muestra las penurias y las inseguridades de la muchacha engañada. Incluso en la canción hay una suerte de reconocimiento de los defectos del hombre, pero a pesar de eso él no va a olvidar y dejar de amar a la muchacha. Hay una disyuntiva entre estos dos elementos.

● Video musical n.5



Ilustración 5. Fotograma de la canción Ñawiku del grupo musical Mushuk Ñan.

Este video musical se diferencia de las anteriores porque aquí se narra una historia el estado de felicidad que posee el personaje masculino con su pareja y familia. Ambas partes constituyentes del video musical, lo visual y la canción, están a tono con el tema del amor romántico. Esto desde la perspectiva de Goodwin se trataría de una amplificación del tema central que es el amor romántico.

Con respecto a los contenidos que se pueden observar sobre el amor romántico son las sorpresas para la pareja, la petición matrimonio, besos en los labios y la convivencia con la familia. En otras palabras, se representa un amor correspondido que se consolida con el paso del tiempo.

Con respecto al tratamiento del tiempo se puede observar que saltos de tiempo largos, pues primero inicia con la petición de matrimonio, la conformación de una familia y la luego el envejecimiento de la pareja. Aquello se vuelve mucho más evidente al final del video donde se reitera el tiempo y el amor romántico. Con esto tipo de representación se hace alusión a un amor para toda la vida. Se apela a un amor más tradicional.

Con lo dicho este video musical cumple la función de expresar el sentimiento de amor del hombre hacia la mujer y también el refuerzo de normas sociales e instituciones que se observan el matrimonio y la familia.

Conclusiones

Este acercamiento exploratorio y descriptivo permite tener una primera idea sobre los contenidos audiovisuales que están produciendo las bandas de música andina en el norte del Ecuador. Sin duda alguna, las elecciones de las unidades de estudio no responden a una muestra representativa, pero se puede ir utilizando este esquema para realizar estudios meso y macro con más videos musicales.

La temática del amor romántico es el tópico que más réditos económicos trae, y la música andina no está al margen de esta lógica. Dentro de esta categoría de amor romántico se pueden observar diferentes discursos y conductas como: el amor platónico, la traición amorosa y la partida del ser amado.

Dentro de este concepto de amor romántico hay diferentes roles entre hombres y mujeres. Hombres se los representa como sujetos que pueden varios amoríos, sujetos que nunca cargan con alguna culpa o remordimientos, divertidos; en cambio, las mujeres se las representa como inseguras, materialistas, sumisas y tradicionales.

En los videoclips analizados no hay referencias sobre algún tipo de amor relacionado a la cultura andina. El amor romántico se concentra en las emociones de tristeza y sufrimiento.

Referencias

Casetti, F., & Di Chio, F. (1998). *Cómo analizar un film*. España: Paidós.

Farinango, L. (2012). *Procesos de hibridación de la identidad indígena reflejado en la música andina: caso de estudio la agrupación musical los Nin de la ciudad de Otavalo* (tesis de maestría). Flacso Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7368?locale=en>

Frith, S. (1996). *Música e identidad*. En S. Hall, & P. Gay, *Cuestiones de identidad cultural*. Argentina: Amorrortu.

Frith, S. (2008). *Hacia una estética de la música popular*. En F. Cruces, & E. al, *Culturas musicales* (págs. 413-435). España: Trotta.

Gioia, T. (2016). *Canciones de amor. La historia jamás contada*. . España: Turner.

Godoy, M. (2005). *Breve historia de la música del Ecuador*. Quito: Corporación Editorial Nacional.

Goodwin, A. (1992). *Dancing in the distraction factory: music television and popular culture*. University of Minnesota Press.

Guarinos, V. (2012). *Estereotipos y nuevos perfiles de mujer en la canción de consumo. De la mujer romántica a la mujer fálica. Cuestiones de género: de la igualdad a la diferencia*, 297-314. Obtenido de <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/article/view/915>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. USA: McGraw Hill Education.

Hesmondhalgh, D. (2015). *Por qué es importante la música*. Argentina: Paidós.

Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. España: Katz.

Luzuriaga, J. (2006). Métodos y técnicas de investigación. Quito: CODEU.

Merriam, A. (2008). Usos y funciones . En F. Cruces, & E. al, Culturas musicales (págs. 275-296). España: Trotta.

Rodríguez, J. (2014). Diseño de un modelo crítico-estilístico para el análisis de la producción videográfica musical de Andy Warhol como industria cultural (tesis de doctorado). España: Universidad de Huelva. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/9809>

Schechner, R. (2012). Estudios de la representación. Fondo de Cultura Económica.

Luis Farinango

Doctor en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Magíster en Comunicación y Opinión Pública por la Facultad de Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sede Ecuador. Licenciado en Comunicación Social (FACSO) por la Universidad Central del Ecuador (UCE). Ha trabajado como docente en las siguientes universidades: Universidad de las Américas (UDLA), Escuela Politécnica Nacional (EPN), Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) y la Universidad Central del Ecuador (pregrado y posgrado). Fue colaborador en Radio la Calle y Becario en FLACSO Ecuador. Las Líneas de investigación son: Comunicación Organizacional, Opinión Pública, Comunicación Audiovisual, Educomunicación, Narrativas Transmedia, Publicidad, Etnomusicología y antropología visual.