



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA COMUNICACIÓN**

Impacto de la Orquesta La Corporación en el Imaginario Colectivo en la Provincia
de Chimborazo en el periodo 2014 - 2023

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en
Ciencias de la Comunicación**

Autor:

Morán Sepa Renato Paolo

Tutor:

MSc. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Renato Paolo Morán Sepa con cédula de ciudadanía 060587165-6, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: Impacto de la Orquesta La Corporación en el Imaginario Colectivo en la Provincia de Chimborazo en el periodo 2014 - 2023, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 19 de junio de 2025.



Morán Sepa Renato Paolo

C.I: 060587165-6

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Ms.C. Antoni Neptali Vaca Cárdenas** catedrático adscrito a la **Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas**, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“IMPACTO DE LA ORQUESTA LA CORPORACIÓN EN EL IMAGINARIO COLECTIVO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2014 - 2023”**, bajo la autoría de **Morán Sepa Renato Paolo**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 17 días del mes de junio de 2025



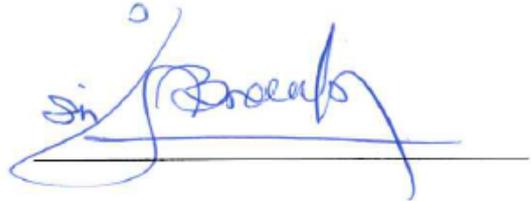
Msc. Antoni Neptali Vaca Cárdenas
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Impacto de la Orquesta La Corporación en el Imaginario Colectivo en la Provincia de Chimborazo en el periodo 2014 - 2023, presentado por Renato Paolo Morán Sepa, con cédula de identidad número 060587165-6, bajo la tutoría de MSc. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 02 de Julio de 2025.

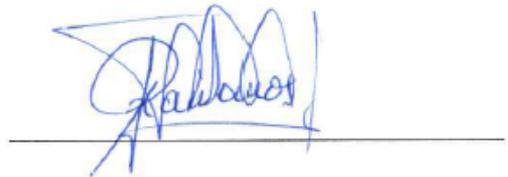
PhD. Julio Bravo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Carlos Larrea
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



MSc. Raúl Lomas
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **MORÁN SEPA RENATO PAOLO** con CC: **060587165-6**, de la Carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"IMPACTO DE LA ORQUESTA LA CORPORACIÓN EN EL IMAGINARIO COLECTIVO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2014 - 2023"**, cumple con el 6%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio COMPILATIO MAGISTER , porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 17 de junio de 2025



Msc. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas
TUTOR

DEDICATORIA

La culminación de esta tesis representa no solo un logro académico, sino también el resultado del esfuerzo constante, la perseverancia y el apoyo incondicional de personas que han sido fundamentales a lo largo de este camino. Cada página escrita lleva consigo un pedazo del cariño, la motivación y la compañía que he recibido. Por ello, deseo dedicar este trabajo con profunda gratitud y amor a quienes han estado a mi lado en este proceso.

Dedico esta tesis, en primer lugar, a mi mamá, por su amor inagotable, sus enseñanzas, su fortaleza y por ser siempre mi mayor inspiración.

A mi hijo, motor de mi vida, razón de mis luchas y alegrías, por darme la fuerza para seguir adelante cada día.

A mi hermana, por su apoyo constante y por ser un pilar importante en mi vida.

A mis sobrinos, cuya alegría y cariño han sido una fuente de motivación en los momentos más difíciles.

A mis amigos de la universidad, Itzayana, Valentina y Ángel, por su compañía, su amistad sincera y por compartir conmigo cada reto y logro durante esta etapa.

Y a Víctor Castelo, mi mejor amigo, por su lealtad, apoyo incondicional y por estar presente en cada momento importante de mi vida.

Gracias por ser parte de esta travesía académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por darme la vida, la salud, la sabiduría y la fortaleza necesarias para llegar hasta aquí. Su guía y presencia han sido luz en los momentos de incertidumbre y consuelo en los desafíos.

A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser el sustento emocional en cada etapa de este proceso. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

A mi tutor, por su orientación, paciencia y compromiso durante el desarrollo de este trabajo. Su experiencia y dedicación fueron clave para culminar esta etapa con éxito.

A mis docentes de la carrera, quienes, con su conocimiento, vocación y exigencia académica, no solo contribuyeron a mi formación profesional, sino también a mi crecimiento personal.

A cada uno de ustedes, gracias por dejar una huella imborrable en mi trayectoria.

A todos, mi sincero agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR3

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I.....	16
1. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. OBJETIVOS.....	18
1.2.1. GENERAL	18
1.2.2. ESPECÍFICOS	18
CAPÍTULO II.....	19
2. MARCO TEÓRICO	19
2.1. ESTADO DEL ARTE	19
2.1.1. COMUNICACIÓN.....	19
2.1.2. TEORÍA ANTROPOLÓGICA CULTURAL DE LA COMUNICACIÓN	19
2.1.3. MÚSICA.....	19
2.1.4. ORQUESTAS.....	20
2.1.5. LA MÚSICA Y LA COMUNICACIÓN	20
2.1.6. PROVINCIA DE CHIMBORAZO	20

2.1.7. IMAGINARIO COLECTIVO	21
2.1.8. IMPACTO DEL IMAGINARIO COLECTIVO EN LA SOCIEDAD	21
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.2.1. COMUNICACIÓN.....	22
2.2.2. TEORÍA ANTROPOLÓGICA CULTURAL	23
2.2.3. CULTURA	24
2.2.4. IMAGINARIO COLECTIVO	24
2.2.5. COSTUMBRE.....	25
2.2.6. TRADICIONES	25
2.2.7. PROVINCIA DE CHIMBORAZO	26
2.2.8. MÚSICA.....	26
2.2.9. ORQUESTAS.....	27
2.2.10. ORQUESTA “LA CORPORACIÓN”	27
2.2.11. ANÁLISIS DE CONTENIDO	28
2.2.12. ENTREVISTAS	28
CAPÍTULO III	29
3. METODOLOGÍA.....	29
3.1. VARIABLES.....	29
3.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: LA ORQUESTA “LA CORPORACIÓN”	29
3.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE: IMAGINARIO COLECTIVO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	29
3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	30
3.2.1. METODOLOGÍA MIXTA	30
3.3. SEGÚN LA FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.3.1. INVESTIGACIÓN APLICADA	31
3.4. SEGÚN SU ALCANCE.....	31
3.4.1. MÉTODO DESCRIPTIVO	31

3.5. SEGÚN SU DISEÑO	31
3.5.1. MÉTODO NO EXPERIMENTAL.....	31
3.6. MÉTODO DE CAMPO	31
3.6.1. MÉTODO DOCUMENTAL	31
3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
3.7.1. ENCUESTAS	32
3.7.2. ENTREVISTA	32
3.7.3. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	32
3.8. INSTRUMENTOS	32
3.8.1. CUESTIONARIO.....	32
3.8.2. GUÍA ESTRUCTURA DE PREGUNTAS	32
3.9. POBLACIÓN	32
3.10. MUESTRA	33
CAPÍTULO IV	34
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
4.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	34
4.2. ANÁLISIS DE ENCUESTA.....	50
4.3. MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	51
4.3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS	60
4.3.2. DISCUSIÓN.....	61
CAPÍTULO V	63
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1. CONCLUSIONES.....	63
5.2. RECOMENDACIONES	64
CAPÍTULO VI	65
6. PROPUESTA	65
6.1. ANTECEDENTES	65

6.2. MARCO TEÓRICO	66
6.2.1. REDES SOCIALES	66
6.2.2. GUIÓN	66
6.2.3. PLANIFICACIÓN	66
6.2.4. COMUNICACIÓN.....	67
6.2.5. SOCIEDAD DIGITAL.....	67
6.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	68
6.3.1. ANTECEDENTES	68
6.4. ANÁLISIS FODA	68
6.4.1. ANÁLISIS EXTERNO	68
6.4.2. ANÁLISIS INTERNO	68
6.5. NOMBRE DE LA MARCA.....	69
6.6. IMAGEN DE MARCA	69
6.7. MISIÓN	69
6.8. VISIÓN.....	70
6.9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	70
6.10. PLAN DE ACCIÓN GENERAL DEL PROYECTO	71
6.11. PLAN SEMANAL DE ACCIÓN DE CONTENIDOS	72
6.12. SEGUIMIENTO Y MONITOREO	73
BIBLIOGRAFÍA	74
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	29
Tabla 2: Personas a Entrevistar	33
Tabla 3: Muestra.....	33
Tabla 4: Edad.....	34
Tabla 5: Género	36
Tabla 6: Cantón	37
Tabla 7: Tipo de Música.....	38
Tabla 8: Instrumento	41
Tabla 9: Interacciones.....	43
Tabla 10: Solistas	44
Tabla 11: Frecuencia de conciertos	46
Tabla 12: Relevancia	47
Tabla 13: Referente	48
Tabla 14: Análisis de entrevistas.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultados de la pregunta sobre la edad de los encuestados.....	34
Gráfico 2: Resultados de la pregunta sobre la identidad de género de los encuestados.....	36
Gráfico 3: Resultados de la pregunta sobre el cantón al que pertenecen las personas encuestadas	37
Gráfico 4: Resultados de la pregunta sobre el tipo de música que los ciudadanos prefieren escuchar.	39
Gráfico 5: Resultados de la pregunta sobre instrumento visual más importantes para los chimboracenses.....	40
Gráfico 6: Resultados de la pregunta sobre el instrumento preferido durante las presentaciones de la orquesta	42
Gráfico 7: Resultados de la pregunta sobre la importancia de la interacción de la orquesta con su público.....	43
Gráfico 8: Resultados de la pregunta sobre la presencia de los solistas en las presentaciones	45
Gráfico 9: Resultados de la pregunta sobre la frecuencia de asistencias a presentaciones de la orquesta.....	46
Gráfico 10: Resultados de la pregunta sobre la relevancia de la orquesta “La Corporación” para los chimboracenses	47
Gráfico 11: Resultados de la pregunta acerca de la referencia de la orquesta “La Corporación” en Chimborazo	49

RESUMEN

El objetivo de la investigación es analizar la percepción de los chimboracenses sobre la orquesta “La Corporación”, el estudio ha puesto de manifiesto la importancia de conocer términos como el imaginario colectivo, la cultura, la representación musical y las prácticas culturales que pueden tener presencia en la actualidad.

La metodología utilizada en este trabajo de investigación se sustentó a través de un enfoque mixto de técnicas cualitativas y cuantitativas, para obtener una visión integral sobre el fenómeno estudiado, el componente cualitativo en la realización de entrevistas semiestructuradas a músicos y personas con experiencia sobre orquestas, que permitió recoger relatos significativos del impacto sociocultural, en el componente cuantitativo se aplicaron encuestas con el fin de medir el reconocimiento la valoración y la presencia de la orquesta en la comunidad.

Los resultados obtenidos reverán que la orquesta mantiene una presencia significativa en el imaginario colectivo de la provincia siendo reconocida como un referente cultural en gran parte de la población donde se identificaron también oportunidades de mejora respecto a la visibilidad en redes sociales y el aprecio generalizado por la relevancia y trayectoria de la orquesta.

Palabras claves: Orquesta, imaginario colectivo, presencia, referente.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the perception of Chimborazo residents regarding the orchestra “La Corporación.” The study highlights the importance of understanding concepts such as collective imagination, culture, musical representation, and cultural practices that may have a presence in the present day. The methodology used in this research was based on a mixed approach, combining qualitative and quantitative techniques to provide a comprehensive view of the studied phenomenon. The qualitative component involved conducting semi-structured interviews with musicians and individuals with experience in orchestras, which allowed the collection of meaningful narratives about the sociocultural impact. The quantitative component consisted of surveys aimed at measuring the recognition, appreciation, and presence of the orchestra within the community. The results indicate that the orchestra maintains a significant presence in the collective imagination of the province, being recognized as a cultural benchmark by a large part of the population. The study also identified areas for improvement regarding visibility on social media and the general appreciation of the orchestra’s relevance and trajectory.

Keywords: Orchestra, collective imagination, presence, benchmark.



Firmado electrónicamente por:
HUGO ALONSO SOLIS
VITERI

Validar únicamente con FirmaEC

Reviewed by:

Mgs. Hugo Solis V.

ENGLISH PROFESSOR

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La música es un elemento de expresión humana, en donde se comprenden emociones, se transmiten historias, identidad y cultura a través de diferentes ritmos y melodías, en el Ecuador la música es un reflejo cultural en donde los géneros y estilos convierten a la música como un patrimonio artístico del país (Aguirre, 2012).

Uno de los grupos que ha moldeado significativamente a la música es “La Corporación” es una orquesta fundada para celebrar la música nacional e internacional, esta orquesta ha ganado reconocimiento en el Ecuador y se ha convertido en un símbolo de música popular principalmente en la región de los Andes (Sandoval, 2009).

Esta investigación se centra en analizar el impacto comunicacional de “La Corporación” en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo durante el período 2014-2023, a través de su música, la orquesta no solo entretiene, sino que también transmite símbolos, valores y significados culturales que contribuyen a la construcción de la identidad local.

Para comprender de mejor manera el impacto de la orquesta “La Corporación” se realizó una revisión de la literatura, para poder analizar el contexto cultural histórico principalmente de Chimborazo, en donde se encontraron los elementos que componen el imaginario colectivo y se enfoca el papel de la música en la configuración de la identidad local (González, 2018).

En este trabajo de investigación se desarrollará con la teoría de la comunicación antropológica cultural, esta se enfoca al estudio de la comunicación desde un punto de vista que integra dimensiones culturales y antropológicas, que considera que la comunicación no es solamente el intercambio de información, sino que es un proceso mediante el cual se pueden transmitir símbolos, creencias, valores, prácticas culturales en la sociedad, estos utilizan a su vez las visiones que tienen acerca del mundo para dar sentido a los mensajes (Amador, 2008).

La investigación utilizó una metodología mixta que combinó enfoques cuantitativos y cualitativos, se realizaron encuestas entre los residentes de la provincia de Chimborazo para comprender el reconocimiento, influencia e importancia de esta orquesta en sus vidas cotidianas.

Se llevaron a cabo entrevistas a personas importantes que están involucradas a la industria del entretenimiento local, estas entrevistas proporcionaron perspectivas sobre la evolución de la orquesta “La Corporación” y su relevancia en la música e interacción social de la provincia.

Se realizó un grupo focal con los miembros claves y fundadores de la orquesta “La Corporación” para profundizar su trayectoria desde sus inicios a su posición actual, la puesta en escena con 13 integrantes, en dichas entrevistas se revelaron anécdotas, desafíos e hitos importantes que se han enfrentado para mantenerse relevantes principalmente en la influencia y reconocimiento.

“La Corporación” es una orquesta que tiene presencia entre los Chimboracenses especialmente en la ciudad de Riobamba que son sinónimo de celebración y tradición en

donde la identidad local ha hecho que se refuerce un papel como embajadores culturales y musicales de la provincia de Chimborazo.

A pesar de la recepción que existe en el reconocimiento existen áreas que se deben mejorar debido a que “La Corporación” tiene potencial para poder expandirse a nivel internacional, la innovación tiene que ir de la mano con la perfección de los conocimientos obtenidos para comprender el papel que desempeña en las comunidades del Ecuador.

La hegemonía cultural en la comunicación interpone valores y formas de comunicación en las minorías, esto quiere decir que se analiza las dinámicas de poder y se ahogan la comprensión intercultural para fomentar la comunicación equitativa en un mundo globalizado.

La orquesta “La Corporación” transmite cultura en cada presentación, su calidad interpretativa y la interacción con el público genera un ambiente festivo, pero también transmiten las tradiciones del Ecuador. Sus géneros musicales forman parte de la identidad nacional a través de la música tropical siendo un pilar en la música ecuatoriana y ha mantenido su calidad artística excepcional donde ha dejado un legado invaluable en la cultura del país, su éxito está marcado por su trayectoria y su influencia de la música popular.

1.1. Planteamiento del Problema

La Orquesta “La Corporación” se ha logrado posicionar y en la actualidad tiene presencia significativa en la vida cultural de la provincia de Chimborazo desde su formación, desde su creación en el año 2005, la orquesta no solo ha ofrecido entretenimiento musical, sino que también ha desempeñado un papel importante en la configuración del imaginario colectivo de la región (Solórzano, 2016).

Este estudio busca investigar cómo la orquesta ha influido en la percepción cultural, la identidad comunitaria y las dinámicas sociales de Chimborazo durante este periodo debido a que Chimborazo, una provincia con una rica diversidad cultural y tradiciones arraigadas, en particular su música ha experimentado cambios significativos en los últimos años. En gran parte impulsados por fenómenos socioculturales y artísticos, la orquesta “La Corporación”, a través de sus presentaciones y participación en eventos comunitarios, ha contribuido a este cambio.

La investigación del impacto de esta orquesta se justifica por la necesidad de comprender mejor cómo las expresiones artísticas y musicales pueden influir en la identidad colectiva y en la cohesión social de una comunidad.

A pesar de su trayectoria y reconocimiento a nivel nacional, la orquesta enfrenta actualmente un desafío para adoptarse a las nuevas formas y dinámicas de comunicación, también el consumo cultural está impuesto por el entorno digital, marcada por el uso de las redes sociales, plataformas de video y formatos digitales que se vuelven innovadores e indispensables en la actualidad (Rebollo-Bueno, 2019).

Por esta razón es importante fortalecer la presencia en estos espacios, no sólo como canales de difusión, sino también medios con los que se pueden interactuar con sus públicos y generar propuestas artísticas en función de los intereses de la audiencia.

¿Cómo ha influido la Orquesta “La Corporación” en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo entre los años 2014 y 2023?

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Explorar el impacto cultural de la orquesta “La Corporación” en la configuración del imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo durante el período comprendido entre los años 2013 y 2024, con el fin de fortalecer su posicionamiento a través de estrategias comunicacionales.

1.2.2. Específicos

- Revisar la literatura relacionada con las categorías de imaginario colectivo y música popular regional como base conceptual del estudio.
- Identificar la influencia que ha ejercido la orquesta “La Corporación” en la construcción del imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo entre 2014 y 2023, a partir de testimonios, entrevistas y registros culturales.
- Diseñar una propuesta de plan de comunicación estratégica que permita ampliar la presencia y conexión de la orquesta “La Corporación” con nuevas audiencias mediante el uso de redes sociales y formatos digitales innovadores.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Arte

2.1.1. Comunicación

La comunicación es un proceso esencial de la interacción humana porque permite la transferencia de ideas, sentimientos y conocimientos entre individuos y grupos. Es un intercambio dinámico que puede tener lugar verbal o no verbal a través de diferentes medios y contextos, la eficacia de la comunicación depende tanto del emisor como del receptor, quienes deben tener un código o un lenguaje comunes para interpretar correctamente el mensaje (Gómez, 2016).

Desde un punto de vista cultural y social, la comunicación es también un reflejo de la identidad y los valores de la sociedad, diferentes grupos de personas han desarrollado formas especiales de comunicación, incluidos gestos, símbolos y códigos especiales, la comunicación intercultural se vuelve central en el mundo globalizado por su entendimiento, (Jiménez, 1998).

2.1.2. Teoría Antropológica Cultural de la Comunicación

La teoría de la comunicación antropológica cultural estudia los mensajes de significados que van moldeando los contextos históricos y sociales, se basan en los enfoques de análisis de símbolos y signos principalmente la comunicación que incluye el lenguaje, gestos interpretación de imágenes y objetos, que tiene la capacidad de comprender y son importantes para que exista una cohesión social (Ortner, 2023).

La hegemonía cultural en la comunicación interpone valores y formas de comunicación en las minorías esto quiere decir que se analiza las dinámicas de poder y se ahogan la comprensión intercultural para fomentar la comunicación equitativa en un mundo globalizado. (Harris, Bordo, Revuelta y Velasco, 1990).

2.1.3. Música

La música es una forma universal de expresión artística que ha acompañado a la humanidad desde sus inicios, la música no es sólo una disposición de sonidos de forma armoniosa, también es un medio emocional y cultural que conecta a las personas (Quintiliano, 2016).

Cada género musical, ritmo y melodía tiene la capacidad de transmitir sentimientos, historias y experiencias, que en muchos casos pueden superar las barreras del lenguaje hablado, a lo largo de la historia, la música ha sido parte integral de rituales, celebraciones, expresiones culturales y movimientos sociales, dando cohesión a las comunidades e identidad nacional (Frith, 2001).

Como grupo musical organizado, la orquesta representa el pináculo de la colaboración artística y técnica, son capaces de interpretar piezas muy complejas que

combinan diferentes instrumentos y voces en una interpretación colectiva que hace que el todo sea mayor que la suma de sus partes (Adorno y Bielsa, 2002).

2.1.4. Orquestas

Las orquestas ecuatorianas tienen una rica historia que refleja la diversidad cultural del país y el amor por la música en todas sus formas a lo largo de los años, Ecuador ha desarrollado una escena orquestal que abarca tanto la música clásica como la popular, lo que convierte a las orquestas en un elemento importante de la identidad cultural del Ecuador (Escribal, 2017).

Una de las más importantes es la Orquesta Nacional del Ecuador (OSNE), fundada en 1949. Además del repertorio tradicional europeo, sus conciertos promovieron la difusión de obras de compositores ecuatorianos y latinoamericanos, OSNE desempeña un papel clave en la educación musical en Ecuador, brindando oportunidades de capacitación y desarrollo para músicos jóvenes y brindando acceso a la música sinfónica al público de todo el país (Quezada y Alvarado, 2022).

2.1.5. La música y la comunicación

La música es una forma de comunicación no verbal que transmite sentimientos, ideas y cultura sin palabras, compositores, intérpretes y oyentes interactúan a través de la música de forma simbólica, donde el ritmo, la melodía y la armonía tienen un significado especial y pueden interpretarse de manera diferente según el contexto cultural o personal (Villodre, 2012).

La música se comunica a través de símbolos, tanto en partituras escritas como en la interacción de los músicos durante la improvisación, en este sentido, es un lenguaje universal capaz de unir a personas de diferentes orígenes y lugares, La música es un poderoso canal para transmitir mensajes sociales y políticos, a lo largo de la historia se ha utilizado como herramienta de protesta, concienciación social y cambio, desde canciones de resistencia a la libertad hasta baladas sobre el amor y la pérdida, la música tiene el poder de movilizar emociones colectivas y crear acciones concretas. (Darias, 2018).

2.1.6. Provincia de Chimborazo

La provincia de Chimborazo es una región montañosa del centro de Ecuador conocida por su rica historia, diversidad cultural y geografía impresionante, incluido el Volcán Chimborazo, el punto más alto de Ecuador y el punto más cercano al sol, ubicado en el centro de la Tierra.

La provincia de Chimborazo tiene una topografía variada, incluyendo montañas, valles y pantanos, y el clima varía con la altitud, desde temperaturas frías y pantanos en las tierras altas hasta un clima agrícola templado en las zonas bajas. Chimborazo tiene una rica historia que se remonta a las civilizaciones precolombinas, fue hogar de muchas culturas indígenas antes de la llegada de los incas y se convirtió en un lugar estratégico y una importante zona de producción agrícola con la colonización española (Guevara y Aguagallo, 2020).

La provincia de Chimborazo es rica en tradiciones culturales, muchas de las cuales han influido en las comunidades indígenas de la región, los festivales, la música, la danza y la artesanía son una parte importante de la vida cultural, y las fiestas religiosas y celebraciones tradicionales como la fiesta del Inti Raymi son eventos destacados en la provincia.

2.1.7. Imaginario Colectivo

El imaginario colectivo de Chimborazo está profundamente influenciado por su herencia indígena y su relación con la naturaleza, lo que hace de Chimborazo no sólo un hito geográfico, sino también un ícono cultural y espiritual (Jácome y García, 2015).

Los autores Torres y Bell (2017). Esta transformación implica tiempo, es incluyente y se centra en la conservación y rescate cultural de las tradiciones y principios indígenas que aportan a la riqueza pluricultural del país y que se constituyen como patrimonio (s.p)

Las leyendas y mitos locales, así como las costumbres y creencias tradicionales, son parte integral del imaginario de la región, desde su fundación, la Orquesta “La Corporación” ha jugado un papel importante en la vida cultural de la provincia de Chimborazo y es parte integral de diversos eventos culturales, sociales y festivos, donde el imaginario colectivo invoca la representación de la comunidad, permitiéndole mejorar su visión del mundo y su identidad.

Elementos del Imaginario Colectivo del Chimborazo identifica elementos claves que conforman el imaginario colectivo de la provincia, como el volcán Chimborazo, las fiestas tradicionales y los valores comunitarios (Yungán, 2018).

El imaginario colectivo es esencial para comprender de una manera más amplia a la cultura y la sociedad, esta incluye características culturales, creencias, tradiciones y costumbres que caracterizan a una comunidad se basa en las experiencias individuales y colectivas de los miembros de la sociedad estudiadas desde las actividades de su vida cotidiana.

Según Almeida (2023).

El imaginario colectivo es básicamente el conjunto de rasgos culturales (creencias, tradiciones y costumbres) y recuerdos que son propios de una determinada sociedad, los mismos que se han generado desde la individualidad y de la manera en la que cada persona percibe los sucesos, símbolos, etc., y que al mismo tiempo vienen a formar parte de su cultura (p.21,22)

2.1.8. Impacto del Imaginario Colectivo en la Sociedad

Cada persona tiene una inspección diferente en cuanto a los eventos los símbolos y las interpretaciones que influyen en sus antecedentes tanto sociales históricos e incluso personales y familiares que trabajan de manera interconectada para crear una Red compartida de significados que es la consolidación y la transmisión de generación en generación y esto hace que la cultura arraigue en una sociedad

Según Johana (2017) “El imaginario colectivo es la interacción dinámica que se va construyendo por medio de las imágenes que se generan de un lugar, las cuales afectan el comportamiento y la relación que las personas o la comunidad tiene sobre él” (p.22)

Las tradiciones y las costumbres son la fuente principal del imaginario colectivo en donde existen rituales celebraciones y prácticas cotidianas que pueden reforzar los valores y las creencias basado en la cultura que proporciona un sentido de identidad y pertenencia y sirven como un mecanismo de cohesión social.

Según Yaulema (2018) “Imaginario se define ‘a un campo de imágenes diferenciadas de lo empíricamente observable. Los imaginarios corresponden a elaboraciones simbólicas de lo que observamos o de lo que nos atemoriza o deseáramos que existiera’ “(p.20)

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Comunicación

Es un proceso fundamental en la que las personas intercambian información sus sentimientos e incluso sus ideas es un proceso fundamental debido a que este puede ser verbal o no verbal y tiene diferentes contextos primero es interpersonal puede ser masivo o incluso grupal.

Así como Aguilar (2019) afirma que la comunicación es importante “Para mejorar la interacción con otras personas” (p.2) La comunicación es efectiva para establecer relaciones y construir comunidades cohesivas esto quiere decir que es un proceso mediante el cual se puede comprender la información que se desea transmitir y como esta se establecen en las construcciones de una sociedad.

Los modelos de comunicación pueden ayudar a entender cómo la información fluye un modelo conocido es el modelo de Shannon y Weaver que describe como el proceso de comunicación incluye un emisor un canal, un receptor, un mensaje y también existe el ruido que puede interferir en la transmisión correcta del mensaje (Jensen, 2021).

La importancia de la claridad el intercambio y la precisión del acto comunicativo es esencial para comprender el mensaje que se desea transmitir, es así que podemos mencionar que la comunicación es la base de cualquier sociedad y comunidad humana.

La comunicación no verbal es importante en las interacciones pues se conoce que todo comunica las expresiones faciales las posturas las expresiones y los gestos que pueden crear significados profundos, con sólo un movimiento se puede indicar aprobación o sugerir incomodidad o rechazo (Mancera, 2019).

Ahora bien, es importante comprender que la comunicación en el contexto digital ha evolucionado debido a que se transmite información por mensajería instantánea y las redes sociales así también como las plataformas de comunicación que sea muy accesible y rápida basado en la desinformación y la falta de interacción. Para Guichot, Boix, Carrillo, Sierra y Vázquez (2018) mencionan que: “También ha habido evoluciones en temas como el tratamiento de la comunicación en las redes sociales o en materia de la llamada lucha contra la desinformación” (p.3)

Otro aspecto importante es la comunicación intercultural es importante comprender como las diferentes culturas interactúan entre sí y surgen a partir de las diferentes valores y normas comunicativas la apertura es esencial, así como la empatía para superar las barreras comunicacionales. La comunicación es de vital importancia para el funcionamiento de cualquier transmisión de información y las teorías de la comunicación han enriquecido también la manera en que los procesos comunicativos se desarrollan (Vilches, 2020).

Es importante comprender que la comunicación es la clave para poder resolver conflictos es decir con una correcta comunicación las personas pueden superar las barreras no sólo de comunicación sino también que fomenta un ambiente en donde se valora la forma de ver las cosas de manera positiva y comprendiendo la necesidad de la comunicación en la vida cotidiana de las personas (Bonifaz, 2023).

2.2.2. Teoría Antropológica Cultural

Es una rama de la antropología que estudia como las estructuras humanas se van desarrollando cómo cambian e interactúan a lo largo del tiempo se basa en la comprensión de las costumbres, creencias e incluso las prácticas sociales que pueden ser características de los grupos de las personas.

Uno de los conceptos fundamentales es la estructura del relativismo cultural que plantea cómo son comprendidas las creencias y los valores basándose en el contexto cultural de forma específica las etnias y las culturas que se van desarrollando y diferenciando uno de otra (Vizer, 2018).

La recolección de información es clave para comprender a través de la observación en periodos prolongados la vida se desarrolla en un entorno es decir la cultura es el símbolo principal de esta teoría que representan las costumbres, el lenguaje y el arte que transforman las identidades colectivas.

La teoría funcionalista argumenta que la cultura cumple funciones específicas es decir se desarrollan en un sistema social mucho más amplio en donde existen estructuras que son subyacentes entre los seres humanos esta perspectiva sugiere que las personas comparten patrones cognitivos que se van cambiando a partir de un enfoque interpretativo (Balbi, 2020).

Las experiencias cotidianas y la importancia del contexto social histórico analizan que los fenómenos culturales sean específicos es aquí en donde se muestra la tradición y la modernidad que son relevantes para en comprender la antropología cultural contemporánea son examinando como las localidades responden a procesos globales basándose en la migración o el turismo (Otero, 2020).

La teoría antropológica cultural aborda cuestiones como el poder y la desigualdad social y como existe las diferencias entre las razas del género las clases sociales que influye la comprensión sobre cómo se interactúan con los factores de la sociedad. En la actualidad las tradiciones se han visto afectadas por la cantidad de información y cambios tecnológicos digitales que se van transmitiendo que dan lugar a nuevos fenómenos culturales esto quiere decir que se puede adquirir una comprensión sobre las prácticas ideologías culturales basándose en la tecnología (PARCO, 2024).

2.2.3. Cultura

La cultura es un conjunto de conocimientos valores y creencias que se comparten por un grupo social específico es importante considerar que elementos tangibles e intangibles se toman en cuenta para comprender las normas sociales y las tradiciones. Para Marcuse, Bulygin y Valdés (2019) “La cultura debe hacerse cargo de la pretensión de felicidad de los individuos” (p.13)

La cultura se va adaptando al tiempo evoluciona y cambia a partir de los cambios sociales o tecnológicos que son más significativos y pueden transformarse para reflejar nuevas realidades, es el proceso de socialización se basa en las generaciones que enseñen a las nuevas generaciones costumbres y formas de vida esto quiere decir que asegura la continuidad cultural y permite los cambios de generación.

Las manifestaciones artísticas se basan principalmente en la identidad o la historia que tomó en cuenta el lenguaje como la transmisión de significados compartidos dentro de una comunidad específica los idiomas reflejan perspectivas sobre el mundo y cómo se relacionan estas con nuestro entorno.

Para Monsiváis (2019) “El patrimonio común de las sociedades hispanoamericanas en el uso de la lengua española, en la práctica de la misma religión, aunque con realidades y concepciones espirituales e ideologías que están divididas” (p.156)

Las creencias religiosas son importantes debido a que proporciona rituales comunicativos importantes durante momentos significativos que fortalece el vínculo entre las personas, los espacios públicos en donde se celebran festividades comunitarias ferias agrícolas y diferentes actos y ceremonias refuerzan la identidad colectiva esto quiere decir que una de las personas que tienen intereses comunes (Flores y Sánchez, 2018).

La cultura no es aislada está interconectada mediante intercambios no solamente de ideas o pensamientos sino también intercambio comercial que es un fenómeno conocido como transcultural esto permite que elementos de diferentes tradiciones se combine y se creen dinámicas diferentes.

Es decir que para Krotz (2019). “La preeminencia de lo social y el hecho de que la sociedad se haya convertido en un principio casi sagrado” (s.p) La identidad y la cultura son términos importantes para comprender cómo se va fomentando el enriquecimiento intercultural esto se basa en la identidad y como se simpatiza con las experiencias ajenas en donde la diversidad humana enriquece el diálogo intercultural.

2.2.4. Imaginario Colectivo

El imaginario colectivo es un conjunto de representaciones que son compartidos por un grupo social que está determinado por diferentes influencias eso quiere decir que las percepciones y el comportamiento cotidiano se manifiesta a través de diferentes narrativas esto quiere decir que existen elementos presentes en diferentes cultural.

Para García (2022). “En suma, las bases materiales y simbólicas de una nación” (p.78) Los imaginarios colectivos son fundamentales para cohesionar a sociedad esto les permite establecer un sentido frente a la realidad es complejas y los individuos pueden identificarse con valores compartidos en donde se refuerza una pertenencia grupal o se profundiza eventos históricos (Botto y Méndez, 2018).

Las narrativas configuran identidades nacionales que van otorgando significado a la construcción de los imaginarios contemporáneos es importante considerar que en la actualidad también se pueden ver influenciadas por la cantidad de información presentada, las redes sociales, las películas y las representaciones culturales se basan en el desarrollo de un pensamiento crítico que se basa en un aspecto del imaginario colectivo y su capacidad (Li, 2019).

2.2.5. Costumbre

Las costumbres se basan en la diversidad y son influenciadas por las diferentes comunidades o sectores de la población que tienen diferentes maneras de desarrollarse en su vida cotidiana, principalmente en las cosas que hacen o en el pensamiento que tienen acerca de la vida.

Para Hurtado (2018):

El origen histórico de la sociedad colonial, sus características estructurales y la rígidas jerarquías, sumados o factores geográficos y demográficos, con el correo del tiempo dieron origen a paradigmas que formaron creencias y editaron las conductas de los habitantes (p.21)

La agricultura sostenible utiliza costumbres se pueden ver influenciadas por la población indígena, mestiza y afroamericanos, las tradiciones y costumbres ancestrales se van transmitiendo a través del paso de los años y de generación en generación, la comida típica durante festividades importantes las comunidades rurales (Thompson, 2019).

Para de Moya, Tornero y Valero (2024) la costumbre “Convive con el ser humano en todos los contextos de la vida y se alimenta de los modos de pensar, vivir y sentir de cada época” (p.154) La ropa también es una parte importante de las costumbres que se van desarrollando a partir de la época y las necesidades de las personas la vestimenta tradicional incluye elementos representativos que pueden unir y diferenciar a las comunidades, así también la música y los instrumentos están incluidas en estas prácticas fundamentales.

2.2.6. Tradiciones

Las tradiciones son un reflejo del sincretismo cultural hecho esto hecho que la cantidad de símbolos y signos se vayan combinando con elementos que se van desarrollando dentro de una sociedad en el caso de Ecuador podemos decir que la mezcla entre indígenas españoles y africanos hacen que se pueda combinar las tradiciones.

Para Hernández-Ramírez (2018) “La patrimonialización de la cultura, entendida como un proceso socialmente construido por el que las sociedades revalorizan determinados elementos materiales e inmateriales en un ejercicio de reinterpretación de la memoria y la tradición” (s.p)

Cada región tiene una importancia que simboliza la cantidad de tradiciones en las que se pueden ver envueltas las personas la preservación y la transmisión de tradiciones refleja no solamente un pueblo o nacionalidad, sino que puede reflejar la riqueza cultural que existe (Palma, 2020).

Las comunidades trabajan activamente para mantener viva sus tradiciones a través de diferentes eventos y festividades culturales en donde se van comunicando de diferente manera y mantienen viva sus expresiones y tradiciones esto es importante para comprender que tanto nacional como internacionalmente se debe tener clara cuáles son las características que hacen diferente a cada comunidad (Schrott, 2021).

2.2.7. Provincia de Chimborazo

Chimborazo es una provincia que está situada en el centro del Ecuador es conocida por el volcán Chimborazo que es el pico más alto del país su economía está basada en la ganadería y la agricultura, su población es en su mayoría de indígenas y mestizos.

Su riqueza cultural proviene de su población diversa en donde existen indígenas chuleo y grupos étnicos de mestizos en donde las parroquias tienen sus características tradicionales y culturales que van construyendo una combinación cultural impresionante, tiene varias zonas climáticas que van desde valles templados que permiten el crecimiento de flora fauna y el turismo (Espín, Flores y Pinos, 2018).

La gastronomía es variada existen platos tradicionales que refleja las influencias coloniales y también indígenas su historia se basa en qué la ciudad principal de la provincia es Riobamba conocido como ciudad de las primicias Para Guevara, y Aguagallo (2020) “La diversidad de saberes ancestrales gastronómicos y su aprovechamiento para el fortalecimiento del turismo cultural en la ciudad de Riobamba” (p.65)

Aquí se firmó la primera constitución del Ecuador la primera iglesia, la primera plaza de toros y el primer estadio olímpico a medida que avanza el tiempo la cultura se mantiene, la ciudad de las primicias cuenta con una gastronomía y música impresionante (Villalva e Inga, 2021).

2.2.8. Música

La música en Chimborazo es un elemento central de la identidad cultural debido a que puede combinar diferentes ritmos influencias modernas de las expresiones artísticas de la actualidad la bamba el pasillo y el San Juanito son características que reflejan la cosmovisión andina (Llanga e Insuasti Cárdenas, 2019).

Los instrumentos tradicionales son importantes en las presentaciones musicales locales las celebraciones comunitarias y la música juegan un papel crucial para combinar diferentes narraciones y eventos que pueden ser evidencia de las experiencias cotidianas de los pueblos andinos (Barenboim, 2023).

Las influencias contemporáneas hacen que los músicos adopten diferentes instrumentos modernos combinándolos con los autóctonos y sus letras abordan temas sociales relevantes para expresar la lucha e identidad contemporánea (López-Cano, 2018).

2.2.9. Orquestas

Las orquestas por su parte juegan un papel fundamental en la provincia de Chimborazo en donde pueden fortalecer a los diversos géneros musicales e interpretar diferentes tipos de música que incorporan ritmos innovadores y las orquestas participan activamente en festivales regionales e internacionales (Avenburg, 2018).

En este caso es importante considerar que la cultura musical es bien vista fuera del país y la formación musical de las orquestas se basa en los talentos locales la instrucción y la representación que fomenta el interés de la música de los pobladores.

Fuentes y Alvarado (2021) “Las prácticas orquestales regulares, compartiendo de manera horizontal con personas que no están diagnosticadas o calificadas en listas de educación especial” (p.28) Las orquestas colaboran con diferentes artistas que incorporan sus estilos y representaciones cada orquesta en la actualidad tiene su propio estilo musical en donde se enfoca en los géneros tradicionales y experimentan funciones modernas, son esenciales a la preservación de la música en la innovación del panorama artístico ecuatoriano (Herrera, 2022).

2.2.10. Orquesta “La Corporación”

La orquesta "La Corporación" fue fundada en el año 2005 en relación con la transformación de la música tropical en el Ecuador, la orquesta ha sido una de las agrupaciones musicales más representativas de la provincia de Chimborazo, caracterizándose por la fusión de géneros como la cumbia, el merengue y la salsa con una vibra ecuatoriana que atrae a jóvenes y adolescentes (González Barreno, 2018).

El repertorio de La Corporación es diverso, desde ritmos tropicales populares en América Latina hasta composiciones que incorporan instrumentos y sonidos andinos, reflejan la identidad y representación cultural (Benítez Torrez, 2023).

Desde sus inicios, La Corporación ha tenido un impacto significativo en el imaginario colectivo del Chimborazo, sus canciones y actuaciones están vinculadas a celebraciones, festivales y tradiciones locales, fortaleciendo el sentido de pertenencia de la comunidad a la música y sus valores culturales, ha alcanzado varios hitos, presentándose en varios festivales y eventos en Chimborazo.

Es importante conocer sobre la trayectoria de la orquesta La Corporación ya que ha participado en diversas iniciativas de diferentes eventos, han apoyado causas sociales, promueve la cultura a través de la música, aquí se ha fortalecido en su éxito comercial y ha aportado el desarrollo social de Chimborazo, ha reconocido el ámbito local.

Su género musical se basa en las distintas ciudades del país, es así que esta orquesta ha compartido escenario con varios e importantes artistas en el país, la música ecuatoriana y

latinoamericana le han permitido mantenerse vigente en la actualidad, es así como se ha considerado en la historia del Ecuador.

La orquesta La Corporación es un símbolo de la identidad musical en Chimborazo es una referencia de la cultura ecuatoriana, es así que en el ámbito musical ha llevado a fortalecer un vehículo de la identidad y la transformación social, es así que esta orquesta ha logrado contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural (González Barreno, 2018).

2.2.11. Análisis de Contenido

El análisis de contenido es un método de investigación cualitativo que se utiliza para interpretar y sistematizar datos obtenidos de textos, imágenes, grabaciones de audio y otros materiales de comunicación, el objetivo es identificar patrones de contenido, temas y significados específicos para que los investigadores puedan comprender mejor los mensajes e ideas expresados en el conjunto de datos (Cañadas, Gómez y Pinzón, 2018).

Este método implica varios pasos que normalmente incluyen recopilación de datos, codificación, clasificación y análisis temático, también puede ser cuantitativo, midiendo la frecuencia de palabras o conceptos específicos, o cualitativo, centrándose en la interpretación del tema y el contexto de la expresión.

Para Juarez y Tobón (2018) “El proceso de determinación de validez de contenido de un instrumento de investigación articula elementos inherentes como son la connotación de expertos, su selección, y el tipo de evaluación que estos realizan al instrumento” (p.1)

El investigador codifica el contenido utilizando palabras clave o frases representativas y agrupó estos elementos para sacar conclusiones, el análisis de contenido se utiliza ampliamente en estudios de comunicación, sociología, antropología y ciencias políticas porque permite el descubrimiento de narrativas, valores e ideas culturales expresados en el contenido (Herrera, 2018).

2.2.12. Entrevistas

Las entrevistas son una herramienta importante en la investigación cualitativa porque permiten obtener información directa de los sujetos, las entrevistas públicas son particularmente útiles para capturar las experiencias y percepciones de los miembros de la empresa y del público sin limitaciones, las entrevistas con miembros que revelan motivaciones, influencias y experiencias personales (Puga y García, 2022).

La preservación y promoción de la música ecuatoriana son valiosas para comprender la conexión emocional del público con la orquesta, puede enriquecer el análisis y proporcionar una perspectiva más amplia sobre el significado de la orquesta (Lopezosa, Codina y Freixa, 2022).

Preparar una guía de preguntas clara y bien estructurada es esencial para obtener información relevante durante cada entrevista, las entrevistas deben transcribirse y analizarse utilizando métodos cualitativos como el análisis temático para identificar patrones de significado (Agoff y Herrera, 2019).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Variables

3.1.1. **Variable independiente:** La Orquesta “La Corporación”

3.1.2. **Variable dependiente:** Imaginario colectivo en la provincia de Chimborazo

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	Variable Independiente
Nombre	La Orquesta “La Corporación”
Definición	Agrupación musical reconocida en Ecuador desde 2004, conformada por 13 músicos que interpretan géneros nacionales y participan activamente en la vida cultural de Chimborazo.
Categoría	Cultura musical
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conocimiento de la Orquesta - Participación en eventos culturales - Percepción artística - Valor simbólico-cultural
Técnicas e Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica: Análisis Instrumento: Matriz de análisis - Técnica: Revisión bibliográfica Instrumento: Ficha documental - Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista
VARIABLE	Variable Dependiente
Nombre	Imaginario colectivo en la provincia de Chimborazo
Definición	Conjunto de mitos, símbolos y representaciones compartidas que influyen en la percepción de identidad cultural de la población.
Categoría	Antropología de la comunicación
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Representación simbólica - Identificación cultural - Influencia en la identidad local - Presencia en relatos o festividades
Técnicas e Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista

	- Técnica: Revisión documental Instrumento: Ficha documental - Técnica: Análisis de contenido Instrumento: Matriz de análisis
--	--

Nota: La presente tabla contiene fuente y elaborado por Renato Moran (2024)

3.2. Método de investigación

3.2.1. Metodología Mixta

La investigación cualitativa se enfoca en la comprensión de fenómenos sociales es decir se utiliza diferentes métodos como grupos focales la observación y la exploración de las experiencias y percepciones principalmente los entornos en donde se puede proporcionar una comprensión de un contexto en las perspectivas individuales.

Uno de los puntos más importantes de la investigación cualitativa es la capacidad para entender la diversidad y la complejidad de los seres humanos esto quiere decir que explora temas que tienen que ver con sus pensamientos y sentimientos de una forma mucho más completa.

Según Sandoval (1996) “El marco de observación y de análisis está orientado por la formulación previa de hipótesis y preguntas, que pretenden anticipar el comportamiento de la realidad objeto de estudio” (p.30) Se basa en el enfoque de la interpretación y la comprensión en contextos sociales y los comportamientos esta metodología es subjetiva y puede generar resultados mucho más amplios.

La investigación cualitativa se enfoca en la recolección y análisis de datos precisamente numéricos estas buscan establecer algún tipo de patrones y generalizar resultados de investigaciones a través de técnicas estadísticas los datos cuantitativos se obtienen mediante encuestas cuestionarios y experimentos, un aspecto clave de la investigación cuantitativa es la capacidad para medir las variables de manera objetiva.

La investigación cuantitativa se basa en su enfoque en la objetividad y la réplica habilidad de los resultados esto hace que exista una metodología que sea amplia y su capacidad para explorar contextos y fenómenos sociales más allá de la comprensión de las experiencias (Cárdenas, 2018).

Esta metodología utiliza enfoques cuantitativos y cualitativos en donde se estudia de manera más compleja un fenómeno que aborda aspectos numéricos y experiencias (Chaves-Montero, 2018). Una de las características principales es que la metodología mixta integra datos de manera secuencial se enfoca o refuerzan las teorías encontradas y son reflexivas debido a que utilizan técnicas de estudio que se enfoca en una revisión general (Pacheco y Blanco, 2015).

Uno de las ventajas principales es que la metodología mixta mejora los resultados de las investigaciones profundizan las mediciones estadísticas y responden preguntas amplias (Pole, 2009).

3.3. Según la finalidad de la investigación

3.3.1. Investigación Aplicada

La investigación aplicada utiliza un enfoque en un sistemático esto con la finalidad de encontrar soluciones a problemas o preguntas específicas en donde se puede incluir a investigaciones individuales o grupales.

Según Lozada (2014) “La investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto” (p.34)

Una investigación no sistemática busca que las soluciones se den directamente esto llama a que exista una toma de decisiones informada y la investigación tradicional se combina con las hipótesis para poder comprobarlo (Nicaragua, 2018).

3.4. Según su alcance

3.4.1. Método descriptivo

Proceso mediante es un proceso mediante el cual la investigación se basa en el análisis de los límites del estudio esto con la finalidad de analizar cómo se resuelven las hipótesis y definir preguntas de investigación que son los fenómenos que se van a estudiar así también definir y proponer las preguntas que se responderán con la investigación

Según Gonzáles, Gallardo y Chávez (2020) El alcance correlacional, también llamado nivel correlacional, tiene la finalidad de evaluar la relación que existe entre dos variables mediante la aplicación de técnicas estadísticas, así mismo, mediante la medición de una variable se va a conocer cómo se comporta la otra variable. (p.4)

Se identifican las variables que se pueden medir, estudiar y analizar las diferentes variables en donde se analizan datos en estudios descriptivos, influye en la recolección de limitaciones y gráficos para desarrollar la generalización de los resultados del estudio, como el tamaño de la muestra o el diseño del estudio (Álvarez-Risco, 2020).

3.5. Según su diseño

3.5.1. Método no experimental

Es un enfoque metodológico en el cual el investigador se basa en la observación y análisis de fenómenos en contextos naturales, así pues las características identificar las relaciones y analizar tendencias, realizar estudios transversales puesto que se puede explorar las variables y analizar disciplinas como sociología, comunicación y derecho por su enfoque práctico, ético y flexible (Lancheros, 2012).

3.6. Método de campo

3.6.1. Método documental

Se basa en la obtención datos en diferentes contextos que sean relevantes con esto se puede comprender los comportamientos en contextos cambiantes, se presentan desafíos

como el costo y el tiempo, así como el riesgo de sesgo en la recopilación de datos (Villalta, 2016).

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Encuestas

Permiten recopilar datos cuantitativos reales acerca de la percepción y opiniones de las personas con respecto a la Orquesta La Corporación, así se obtendrán datos numéricos que respalden el trabajo investigativo. Esta técnica se la aplicó a la muestra de los habitantes de la provincia de Chimborazo y se lo realizó de manera segmentada (Díaz, et all. 2019).

3.7.2. Entrevista

Permiten recopilar datos cualitativos de personas clave que están involucradas en el mundo de la música y que pueden aportar con información más detallada para analizar el impacto que ha tenido en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo se las realizó a tres personas (Fontana, Frey, Denzin y Lincoln, 2015).

3.7.3. Investigación Documental

La revisión documental es una técnica de investigación que se basa en la recopilación el análisis evaluación de la información que existen en documentos que ya están escritos o sea digital o físico que busca comprender interpretar y contextualizar el tema de estudio esto permite que exista una confianza la identificación de las tendencias o conocimientos (Gómez, Carranza y Ramos, 2017).

3.8. Instrumentos

3.8.1. Cuestionario

Los cuestionarios son herramientas de recolección de datos que permite que exista un conjunto estructurado de preguntas diseñadas para obtener información específica de los encuestados estos se utilizan comúnmente investigaciones cuantitativas y cualitativas para analizar las percepciones y comportamientos de las personas (Meneses, 2016).

3.8.2. Guía estructura de preguntas

La guía de preguntas es un instrumento que contribuye a investigar profundamente aspectos claves orientadas a la exploración y la comprensión de significados desde diferentes perspectivas en donde se adaptan a los objetivos de los estudios y el perfil de los participar (Escudero, 2009).

3.9. Población

La población considerada fue la totalidad de la provincia de Chimborazo, con un total de 471.933 habitantes, según el INEC (2022), estos datos se usarán para realizar la encuesta y obtener datos cuantitativos. Por otro lado, se seleccionó un grupo de personas vinculadas al ámbito artístico y mediático, para realizar una entrevista, debido a que pueden ofrecer su

perspectiva sobre el impacto que ha tenido la Orquesta La Corporación en la vida cultural de Chimborazo desde su fundación en 2005.

Tabla 2: Personas a Entrevistar

Nombre	Rol
Marcelo Benavides	Gerente y creador de la orquesta “La Corporación”
Luis Manzano	Maestro de ceremonias y presentador de eventos a nivel nacional
Renato Llangarí	Docente de música y director de la orquesta “Mapalé”

3.10. Muestra

Para el desarrollo del trabajo aplicaré un muestreo por conglomerados se agrupará por cantones pertenecientes a la provincia en donde el mayor número de encuestas serán las provincias con mayor población y una menor cantidad en los cantones con poca población, se tomará en cuenta hoy el tamaño de la muestra aplicando la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = N * Z^2 * p * q / d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

Z = Nivel de confianza.

D = Nivel de presión absoluta

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso (1-p)

$$n = 471.933 * 1,962 * 0,5 * 0,5 / 0,052 * (458.581 - 1) + 1,962 * 0,5 * 0,5$$

$$n = 385$$

Tabla 3: Muestra

Cantón	Habitantes	%	Muestra
Alausí	43,000	9.1%	35
Chambo	12,000	2.5%	10
Chunchi	13,000	2.8%	11
Colta	45,000	9.5%	36
Cumandá	13,000	2.8%	11
Guamote	46,000	9.7%	37
Guano	44,000	9.3%	36
Pallatanga	12,000	2.5%	10
Penipe	7,000	1.5%	6
Riobamba	227,933	48.3%	193
Total	471,933	100%	385

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de Encuestas

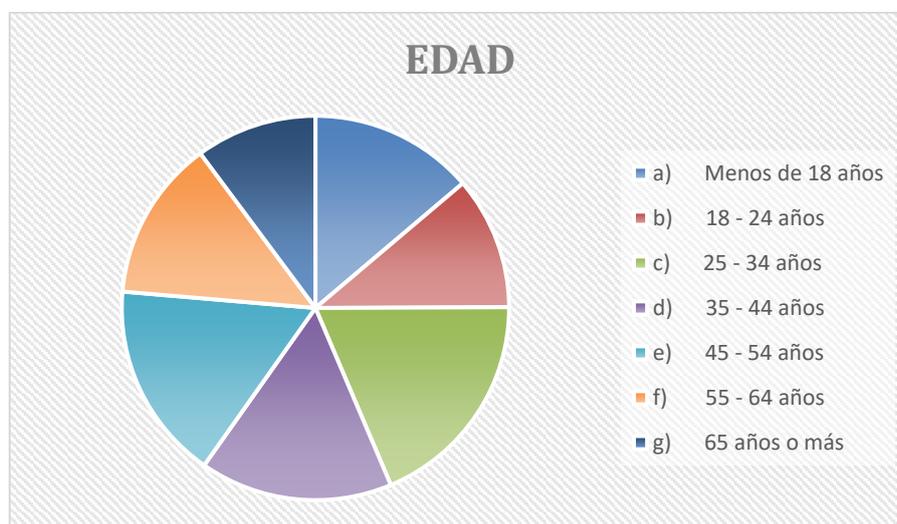
Con el fin de realizar una caracterización de la información obtenida a través de la encuesta, se realiza una tabulación, análisis e interpretación de esta.

1) Señale su Edad

Tabla 4: Edad

¿Cuál es el rango de su edad?	EDAD
a) Menos de 18 años	53
b) 18 - 24 años	43
c) 25 - 34 años	72
d) 35 - 44 años	62
e) 45 - 54 años	64
f) 55 - 64 años	52
g) 65 años o más	39
TOTAL	385

Gráfico 1: Resultados de la pregunta sobre la edad de los encuestados



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de encuestados representan a jóvenes de 25 a 34 años y los jóvenes de 18 años son los que menos han participado en esta encuesta.

Interpretación

La distribución hectárea y el alcance generacional se muestra en el gráfico, en donde las edades están analizadas y se puede observar que la orquesta “La Corporación” ha logrado permear en diferentes grupos de la provincia de Chimborazo, la presencia de un público diverso de edades sugiere que la orquesta también ha trascendido generaciones y se ha ido adaptando los gustos y preferencias de cada grupo.

La presencia de la juventud entre 18 a 35 años indica que “La Corporación” también es conocida por las nuevas generaciones y esto tiene que ver con el repertorio en donde la interacción en las redes sociales y la participación en eventos populares pueden hacer que la orquesta sea más visible (García, López y Montes, 2020).

La consolidación del grupo de 35 a 54 años tiene una participación importante y esto sugiere que “La Corporación” ha sido parte de momentos clave como fiestas matrimonios, eventos comunitarios y han consolidado su presencia en el imaginario colectivo.

Para Hormigos (2023):

El cruce de variables sociodemográficas, culturales y educativas con el lugar de escucha, tiempo y forma de exposición, y el análisis de las temáticas de las canciones más escuchadas, nos llevan a concluir que hoy la música es un elemento comunicativo esencial en la configuración de la identidad juvenil (p.6)

Por otro lado, el grupo de 55 años en adelante tiene una trayectoria y legado hacen que la orquesta represente una conexión con el pasado y los recuerdos de la juventud basado en las tradiciones arraigadas en Chimborazo.

La distribución equilibrada entre diferentes grupos de edad puede señalar que la orquesta actúa como un puente entre generaciones unas familias y comunidades al entorno de la música.

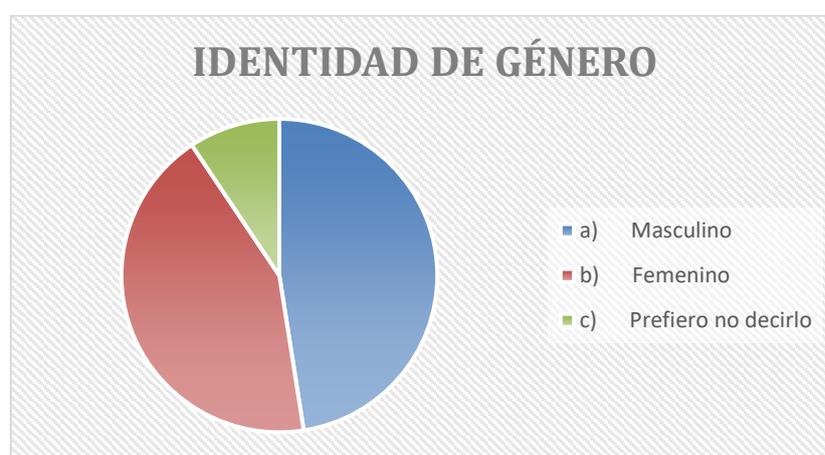
Sin embargo, para mantenerse relevantes a lo largo del tiempo han tenido que adaptar su estilo musical incorporando nuevos géneros y tendencias en la participación en eventos significativos para la comunidad como fiestas patronales, celebridades locales y eventos familiares han hecho que la presencia la orquesta “La Corporación” en el imaginario colectivo está ligada a la identidad cultural de la provincia de Chimborazo.

2) Señale su Identidad de Género

Tabla 5: Género

¿Cuál es su identidad de género?	Género
a) Masculino	183
b) Femenino	166
c) Prefiero no decirlo	36
TOTAL	385

Gráfico 2: Resultados de la pregunta sobre la identidad de género de los encuestados.



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de encuestados representan al género masculino, seguido por el género femenino y una cantidad menor pero representativa de personas que prefieren mantener su identidad de género en secreto.

Interpretación

La identidad de género y la distribución representativa muestra que el análisis es crucial en la interpretación y la representación de género equitativa, hace que el impacto y la percepción de la orquesta “La Corporación” varía según el género, las mujeres podrían tener recuerdos emocionales, mientras que los hombres pueden tener una relación con la música por haber estado presente en eventos familiares o sociales el rol de género puede ser relevante para este tipo de investigaciones.

La música de la orquesta “La Corporación” puede estar ligada a roles y expectativas de género en la sociedad de los Chimborazo, por ejemplo, si estas canciones pueden ser más populares entre un género u otro y pueden estar asociadas a momentos específicos de la vida en donde el género juega un papel importante (Zaro, 1999).

En la participación en eventos de “La Corporación” ha podido variar según el género, existen diferentes análisis de asistencia a los eventos la interacción con la música y la participación en actividades en razonadas con orquesta por esta razón la transmisión de la música.

Las preferencias musicales pueden variar según el género es importante realizar si los diferentes géneros musicales están diferenciados en el repertorio y reflejan directamente en este análisis porque los roles que pueden influir en la percepción de la orquesta por parte del público.

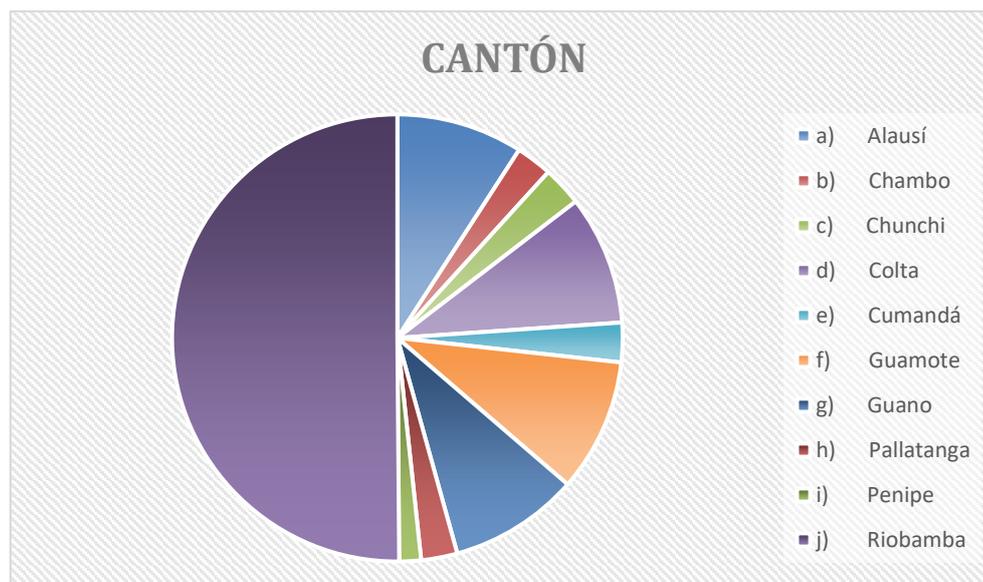
La música evoca diferentes emociones en hombres y mujeres es importante analizar las diferencias emocionales de la música de la orquesta “La Corporación” y como se puede relacionar con recuerdos y experiencias.

3) Señale su Cantón

Tabla 6: Cantón

Señale su Cantón	CANTÓN
a) Alausí	35
b) Chambo	10
c) Chunchi	11
d) Colta	36
e) Cumandá	11
f) Guamote	37
g) Guano	36
h) Pallatanga	10
i) Penipe	6
j) Riobamba	193
TOTAL	385

Gráfico 3: Resultados de la pregunta sobre el cantón al que pertenecen las personas encuestadas



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de encuestados representan al cantón Riobamba en base a una investigación y la aplicación de la fórmula de la muestra en donde se encontró que el cantón con más población en la provincia es Riobamba y la menor es Penipe.

Interpretación

Después de analizar estudios acerca de la población en la provincia de Chimborazo se utilizó el cálculo de la muestra para poder hallar el número exacto de encuestas que se deberían realizar en cada sector, la concentración de la muestra fue en la ciudad de Riobamba que sugiere también que es la capital provincial y tiene mayor exposición de eventos y presentaciones en esta ciudad.

La presencia de estos cantones indica que la orquesta le corporación también puede llegar a diferentes provincias la distribución es importante para entender el alcance y también la penetración de la orquesta en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo en donde se puede conectar con diferentes públicos y comunidades dentro de las provincias adaptándose a sus gustos y preferencias música.

La música de la orquesta “La Corporación” está ligada a la identidad cultural de cada cantón y puede llegar a representar tradiciones, el sentir de las personas y sus costumbres por esta razón es importante analizar si existen diferencias entre cómo es percibir a la orquesta la corporación y cómo se valora en cada cantón.

La presencia de diferentes cantones está relacionada con la participación equitativa y de acuerdo con la distribución geográfica que está influenciada por la cantidad de habitantes de cada sector (Paynter, 2024).

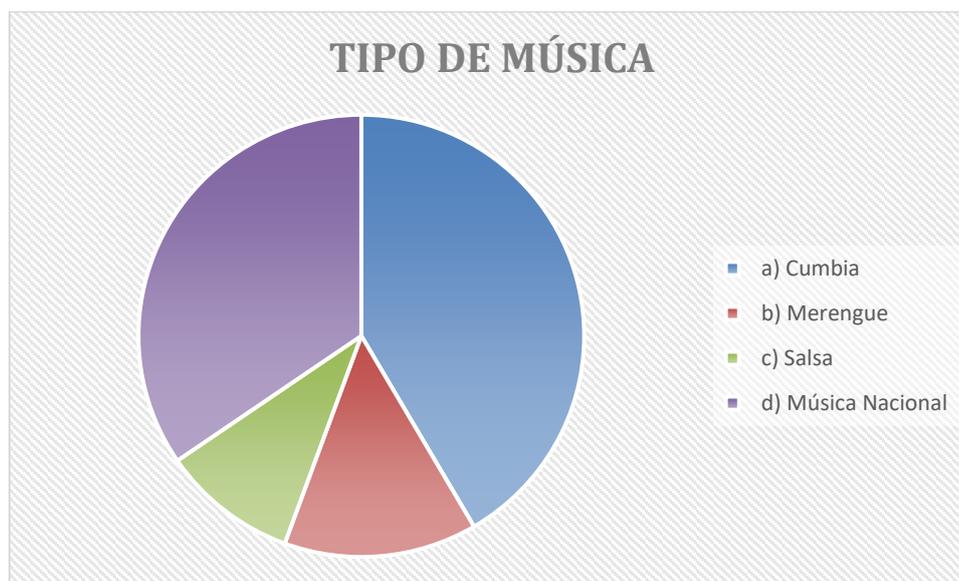
La presencia de la orquesta “La Corporación” en diferentes cantones contribuye a una investigación que integre a todos los cantones de la provincia en donde la presencia de la orquesta la corporación sería una manera de crear sentido de pertenencia entre diferentes cantones.

4) ¿Qué tipo de música disfrutas más en las presentaciones de la Orquesta La Corporación?

Tabla 7: Tipo de Música

¿Qué tipo de música disfrutas más en las presentaciones de la Orquesta La Corporación?	TIPO DE MÚSICA
a) Cumbia	160
b) Merengue	54
c) Salsa	38
d) Música Nacional	133
TOTAL	385

Gráfico 4: Resultados de la pregunta sobre el tipo de música que los ciudadanos prefieren escuchar.



Elaboración: Propia

Análisis

En este caso la cumbia es el género preferido de los encuestados y en menor medida la salsa.

Interpretación

El análisis del tipo de música interpretado por la orquesta “La Corporación” es fundamental para comprender la identidad cultural y musical de la provincia de Chimborazo los recuerdos y las emociones son parte de la memoria colectiva en donde el análisis de los géneros musicales contribuye a comprender el significado de la cultura y la interpretación de la música para comprender el impacto de esta en la provincia.

En el gráfico se muestra que la cumbia es el género musical más popular entre la música debido a que la orquesta ha tenido un éxito interpretando la cumbia lo que ha contribuido significativamente a que tenga una presencia en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo la cumbia es un género popular en América Latina y su presencia está ligada a la identidad y las celebraciones populares de la región es un género versátil que se adapta diferentes contextos y eventos (Olazo Dávalos, 2021).

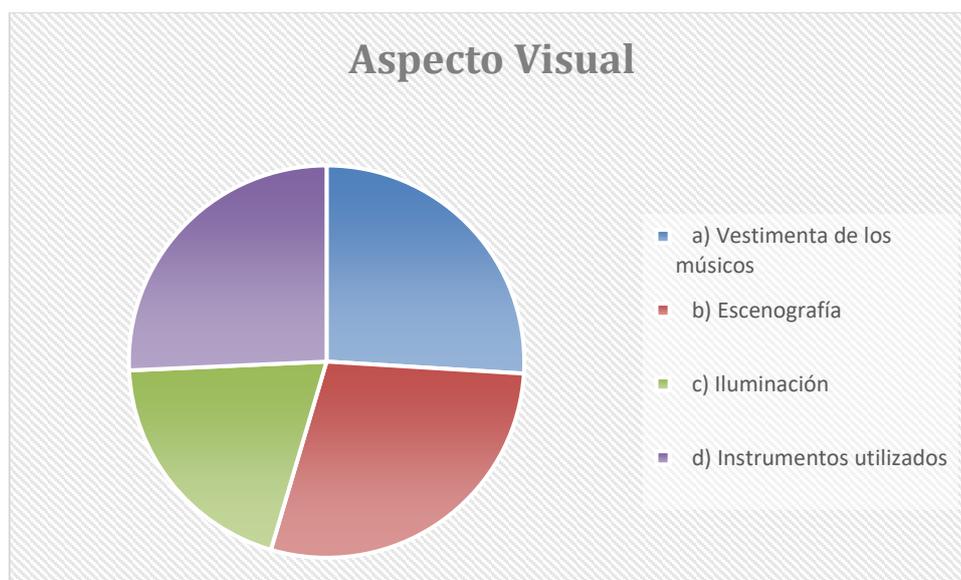
La presencia de otros géneros como el merengue, la salsa y la música nacional indican que la orquesta tiene un repertorio amplio, lo que permite llegar a diferentes públicos adaptarse a los gustos musicales la inclusión de estos géneros sugieren que la orquesta la corporación tiene preferencias musicales basadas en la población de Chimborazo a lo largo del tiempo y la diversidad de géneros en el repertorio hace que la orquesta enriquezca su oferta musical (González Peña, 2022).

La música nacional tiene presencia en la provincia de Chimborazo por qué interpreta música tradicional ecuatoriana que refuerza la conexión con la identidad cultural de Chimborazo aquí la música nacional refleja la valoración de la tradición y abarca una variedad de géneros y ritmos (Naranjo, 2023).

Los ritmos bailables como el merengue y la salsa son ideales para fiestas y celebraciones la orquesta la corporación ha tenido éxito animando eventos con estos ritmos porque la presencia de estos se refleja la influencia de la música latina y la provincia de Chimborazo la inclusión de diferentes géneros muestra la capacidad para la orquesta la corporación de diversificar su repertorio y mantenerse relevante.

5) ¿Cuál es el aspecto visual que más te atrae durante una presentación?

Gráfico 5: Resultados de la pregunta sobre instrumento visual más importantes para los chimboracenses



Elaboración: Propia

Análisis

La escenografía es el aspecto visual más importante para los chimboracenses y la iluminación es el elemento visual menos importante para ellos.

Interpretación

Para comenzar este análisis es importante comprender que existen aspectos visuales que la orquesta “La Corporación” debe tomar en cuenta para entender cómo se está relacionando su presencia en el imaginario colectivo basado en la imagen porque los aspectos visuales de la música influyen en la experiencia del público.

Hay diferentes aspectos para comprender qué aspectos pueden ayudar a entender mejor como el público percibe y recuerda las presentaciones de la orquesta “La Corporación” analizar los aspectos visuales a lo largo del tiempo y los cambios que han influido en su imagen y en su relación con el público es de vital importancia.

Pon una parte la vestimenta de los músicos puede reflejar identidad y profesionalismo porque según un elemento clave en la imagen de una orquesta aquí se transmite elegancia y un estilo particular que se conecta con el público (Román, 2022).

La vestimenta puede estar diseñada para complementar el estilo musical en este caso se puede evocar recuerdos y emociones en el público el estilo de la vestimenta a lo largo del tiempo puede convertirse en un elemento distintivo de la imagen.

La escenografía contribuye a crear un ambiente visual, en donde se puede contemplar a la música esto es importante porque existen diferentes elementos que refuerza la temática del evento cuando una escenografía está bien diseñada se puede tener un impacto visual en el público lo que mejora la experiencia musical y es necesario comprender que se debe adaptar al espacio en donde se está presentando la orquesta.

La iluminación es fundamental para crear una atmósfera adecuada principalmente en un evento de índole musical en donde se resaltan los efectos visuales y generan diferentes estados de ánimo la iluminación puede ayudar a enfocar la atención al público en momentos claves de las presentaciones la tecnología de la iluminación avanzado mucho en los últimos años y lo que permite es crear elementos visuales que sean mucho más valorados (Gomez, 2021).

Los instrumentos utilizados por su parte son fundamentales para definir un sonido y su estilo musical, en cuanto la elección de los diferentes instrumentos refleja las preferencias musicales de las personas basadas de las tradiciones musicales de la región.

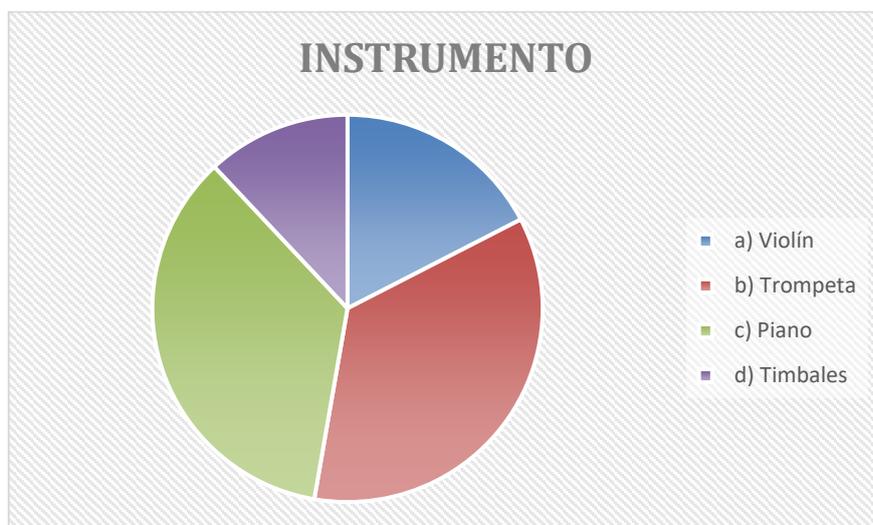
Debe existir una claridad y variedad de instrumentos utilizados para influir en el sonido de la orquesta y se puede optar por instrumentos tradicionales e incorporar instrumentos modernos.

6) ¿Qué instrumento te llama más la atención en las presentaciones de la orquesta?

Tabla 8: Instrumento

¿Qué instrumento te llama más la atención en las presentaciones de la orquesta?	INSTRUMENTO
a) Violín	67
b) Trompeta	136
c) Piano	136
d) Timbales	46
TOTAL	385

Gráfico 6: Resultados de la pregunta sobre el instrumento preferido durante las presentaciones de la orquesta



Elaboración: Propia

Análisis

La trompeta es el instrumento preferido para los chimboracenses durante las presentaciones de la orquesta la corporación y el violín es en instrumento menos importante para los encuestados.

Interpretación

El análisis de los instrumentos utilizados por la orquesta en “La Corporación” es importante para entender su estilo musical los instrumentos utilizados por la orquesta contribuyen a la identidad musical y estos pueden contribuir a comprender la identidad de la música de la orquesta “La Corporación”.

La trompeta es el instrumento preferido por los encuestados, es un instrumento de viento que se utiliza para dar melodías y ritmos importante en la selección de diferentes estilos musicales es lo que instrumento utilizado géneros como la salsa el merengue y la cumbia transmite energía y vitalidad y contribuye un ambiente festivo en las presentaciones (Raschieri, 2023).

El piano también es un instrumento destacado que juega un papel importante en la música de la orquesta “La Corporación” ya sea como un instrumento que acompaña a la selección rítmica o un instrumento solista es versátil porque se adapta variedad de géneros musicales y explica su predominio en la orquesta, el piano es un instrumento que boca recuerdos y emociones de las personas y que puede crear un sentido de pertenencia y conexión con la música de la orquesta “La Corporación” (Pérez, 2022).

El violín es un instrumento de cuerda frotada que se utiliza para melodías y armonías en el análisis de las encuestas el violín juega un papel importante en la selección del tipo de música que se presentará en la orquesta la corporación se transmite elegancia y emotividad y podría contribuir a la atmósfera de la presencia de la orquesta de la corporación el violín es un instrumento con la larga tradición musical popular ecuatoriana lo que puede explicar su presencia y la orquesta (Hoffmann, 2023).

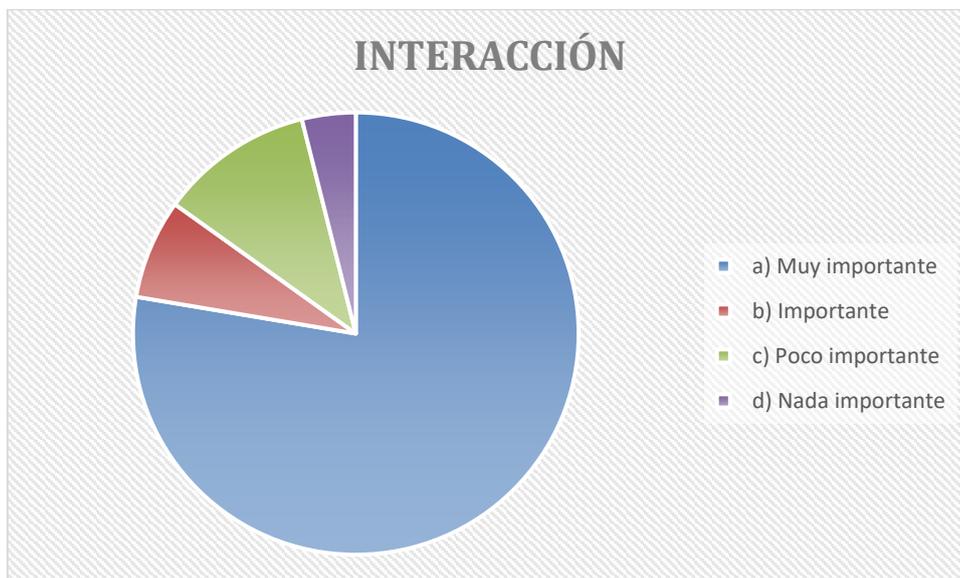
Los timbales son instrumentos de percusión que sirven para crear patrones y juegan un papel importante en la sección de percusión de la orquesta en la corporación, los timbales son instrumentos que transmiten dinamismo y energía que contribuye a un ambienteailable en las presentaciones de la orquesta “La Corporación” estos instrumentos son utilizados para la música latina que explica la presencia de la orquesta en el imaginario colectivo.

¿Qué tan importante consideras la interacción entre los músicos y el público durante el concierto?

Tabla 9: Interacciones

¿Qué tan importante consideras la interacción entre los músicos y el público durante el concierto?	INTERACCIÓN
a) Muy importante	299
b) Importante	28
c) Poco importante	43
d) Nada importante	15
TOTAL	385

Gráfico 7: Resultados de la pregunta sobre la importancia de la interacción de la orquesta con su público



Elaboración: Propia

Análisis

La interacción de la orquesta con su público es muy importante desde el punto de vista de las personas encuestados y una cantidad pequeña de los chimboracenses consideran que es no es importante.

Interpretación

El gráfico representa la percepción de la interacción de la orquesta “La Corporación” con su público la mayoría de las personas que consideran que la interacción es muy importante, lo que sugiere que la orquesta debe generar un vínculo con su audiencia este aspecto es importante en la cultura de la provincia de Chimborazo en donde las agrupaciones musicales no solamente entretienen, sino que fortalece la identidad y la cohesión social.

El hecho de que la mayoría de respuesta se ubiquen en la categoría muy importante indica que la orquesta “La Corporación” no sólo ofrece música, sino que también experiencias significativas para sus seguidores la cercanía se basa en las presentaciones en vivo y la participación de diferentes eventos en donde la percepción positiva hace que la música actúe como puente entre la orquesta y la gente.

El menor porcentaje de encuestados consideran que la interacción es importante y que la orquesta tiene un impacto relevante algunos seguidores pueden percibir que hay oportunidades de mejora en la conexión con la audiencia

Las respuestas se indican que la interacción es poco importante una importante son minoritarias, sin embargo, refleja que las personas no esperan tener un contacto directo con la orquesta sin embargo se pueden identificar estrategias para fortalecer la relación para intensificar la interacción del público en redes sociales o en los eventos en los que participa la orquesta.

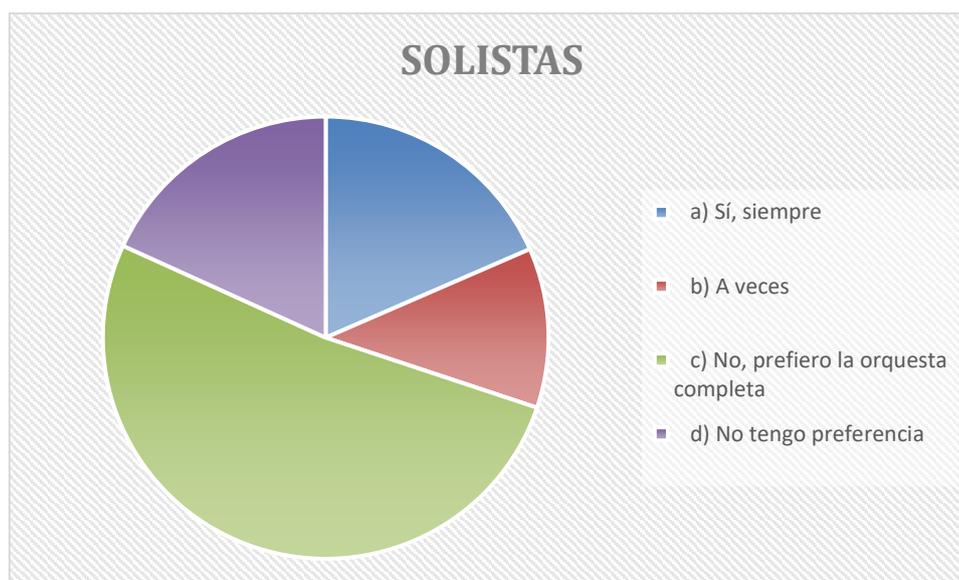
El impacto cultural de la orquesta “La Corporación” y la provincia de Chimborazo refleja la importancia de la interacción de las personas con la agrupación el papel de la música en la vida cotidiana y la capacidad de generar comunidad hace que la orquesta según referente y símbolo de identidad y tradición en la provincia (Tanco y Martínez, 2021).

7) ¿Te gusta que la orquesta incluya solistas en sus presentaciones?

Tabla 10: Solistas

¿Te gusta que la orquesta incluya solistas en sus presentaciones?	SOLISTAS
a) Sí, siempre	71
b) A veces	45
c) No, prefiero la orquesta completa	199
d) No tengo preferencia	70
TOTAL	385

Gráfico 8: Resultados de la pregunta sobre la presencia de los solistas en las presentaciones



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas prefieren a la orquesta completa al momento de sus presentaciones, pocos encuestados consideran que los solistas son importantes en algunas ocasiones, pero no en su mayoría de interpretaciones.

Interpretación

La opinión del público sobre la inclusión de solistas de las presentaciones de la orquesta “La Corporación” hace que prefieran la orquesta completa en lugar de actuaciones individuales de solistas lo que sugiere que el público valora el conjunto musical y la interpretación.

Existe un porcentaje significativo de personas que disfruta la presencia de solistas, lo que indica que estos pueden aportar un elemento diferenciador y atractivo basado en ciertas publicaciones en donde el segmento radica que los talentos individuales destacan dentro de la orquesta.

El segmento que indica no tener preferencia también es relevante porque sugiere que una parte del público no diferencia entre las dos modalidades de canto, esto hace referencia a la calidad de música y la interpretación en general los seguidores de la orquesta “La Corporación” en específico valora la cohesión del grupo sobre las interpretaciones individuales porque el repertorio dolor que es que está diseñado para trabajar en conjunto.

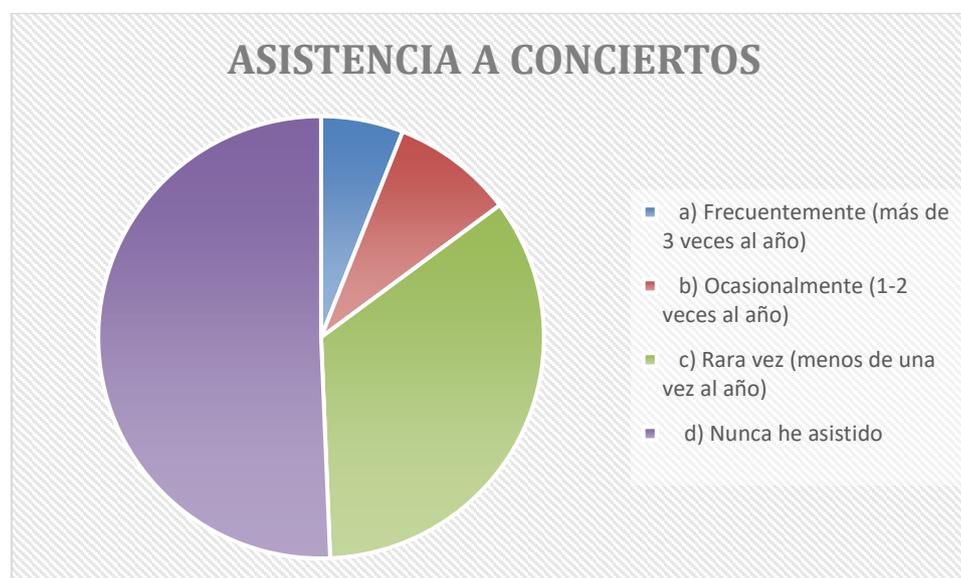
Los resultados pueden ser clave para la planificación de futuras presentaciones si bien los solistas pueden aportar diferentes toques emocionales es fundamental que existan estrategias para equilibrar modalidades, en donde se incluyen solistas y en ciertas ocasiones no pierden la esencia de la orquesta completa, en conclusión una parte importante valora la participación de solistas en momentos determinados pero lo orquesta “La Corporación” podría beneficiarse y encontrar un equilibrio entre ambas modalidades.

8) ¿Qué tan seguido asistes a conciertos de la Orquesta La Corporación?

Tabla 11: Frecuencia de conciertos

¿Qué tan seguido asistes a conciertos de la Orquesta La Corporación?	ASISTENCIA A CONCIERTOS
a) Frecuentemente (más de 3 veces al año)	23
b) Ocasionalmente (1-2 veces al año)	34
c) Rara vez (menos de una vez al año)	133
d) Nunca he asistido	195
TOTAL	385

Gráfico 9: Resultados de la pregunta sobre la frecuencia de asistencias a presentaciones de la orquesta



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas no han asistido a presentaciones de la orquesta “La Corporación” mientras que una parte de los encuestados han asistido ocasionalmente a las presentaciones de la orquesta.

Interpretación

La frecuencia con la que el público asista a los conciertos de la orquesta “La Corporación” se observa que la mayoría de encuestados asisten con regularidad, la opción más frecuente es más de tres veces al año lo que indica que existe una fuerte base de seguidores comprometidos con las presentaciones de la orquesta

En el segundo segmento corresponde a quienes asisten al menos una vez al año lo que sugiere que hay un grupo de personas que conocen la orquesta, pero no tienen el hábito de asistir con regularidad

Por otro lado, el menor público asiste ocasionalmente es decir una a dos veces al año lo que indica que no representa una audiencia y esto podría incrementar la asistencia a la orquesta a través de diferentes promociones y difusiones efectivas

El segmento más pequeño nunca ha asistido a un concierto de la orquesta la corporación esto sugiere que existen personas que aún no ha tenido la oportunidad de ver la orquesta en vivo pero tal vez están familiarizadas con su trabajo debido a que se puede considerar que la orquesta “La Corporación” tiene una base sólida de seguidores y es conocida en la provincia de Chimborazo

Un alto porcentaje de asistentes frecuentes es el indicativo del impacto de la orquesta en la cultura del Chimborazo en donde es un atractivo para la comunidad que ha logrado mantener una conexión con su público y se consolida con el público fiel que es un referente en la escena de la música local

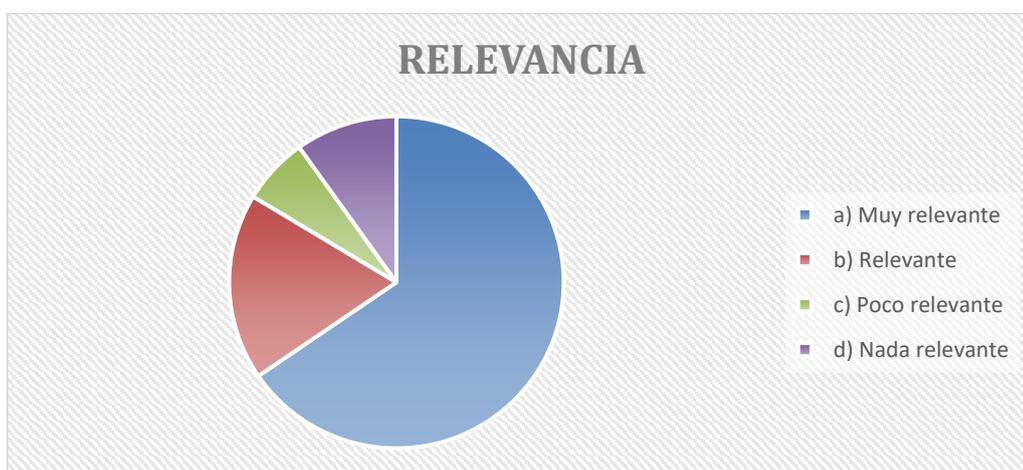
9) ¿Qué tan relevante consideras el repertorio elegido por la orquesta para su audiencia?

10)

Tabla 12: Relevancia

¿Qué tan relevante consideras el repertorio elegido por la orquesta para su audiencia?	RELEVANCIA
a) Muy relevante	252
b) Relevante	70
c) Poco relevante	25
d) Nada relevante	38
TOTAL	385

Gráfico 10: Resultados de la pregunta sobre la relevancia de la orquesta “La Corporación” para los chimboracenses



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas refieren que la orquesta es muy relevante en la provincia y una parte de las personas encuestadas consideran que la orquesta es poco relevante.

Interpretación

El impacto de la identidad cultural se fundamenta en la escena musical en donde se ha construido un repertorio alineado a las preferencias locales y su selección de los temas se basan en la incorporación de géneros tradicionales y contemporáneos que refuerzan la identidad musical de la provincia de Chimborazo

La mayor parte del público considera que lo que está en “La Corporación” es muy relevante esto hace que exista una conexión fuerte entre la audiencia y la orquesta la selección de las canciones depende de los gustos expectativas culturales de la provincia de Chimborazo a pesar de que la orquesta es relativamente joven a partir de sus dueños de creación es importante analizar la presencia de la misma en la audiencia de la provincia de Chimborazo.

Por otro lado, la respuesta es poco relevante y nada relevante representan a la minoría lo que implica que hay algunos sectores que no se identifican con lo que es “La Corporación” tal vez su presencia en donde se puede analizar el repertorio que podría significar la necesidad de que se hizo una mayor diversificación de la música y se puede emplear de esta manera la audiencia.

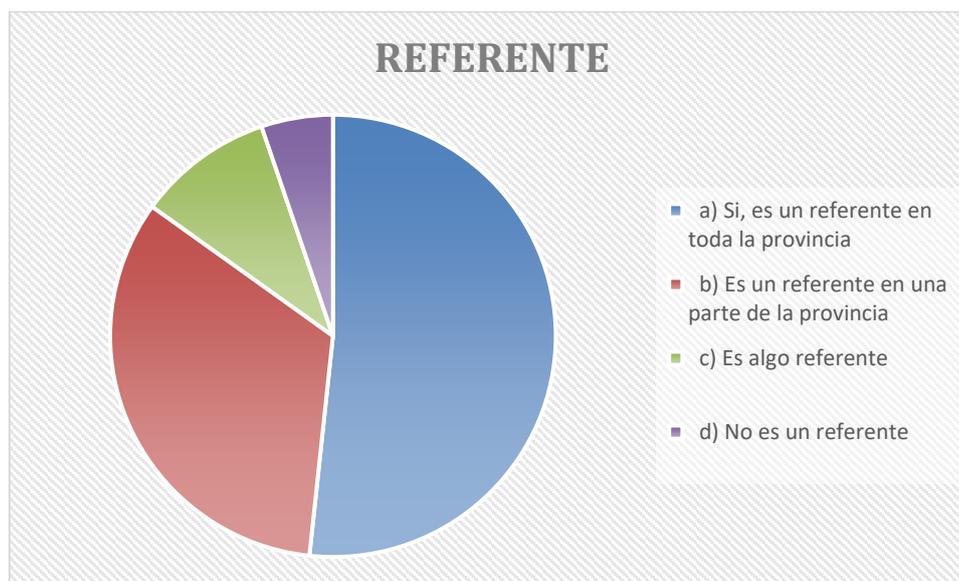
El repertorio de la orquesta “La Corporación” es valorada por la audiencia su precio es de percepción es positiva, sin embargo, existen opiniones menos favorables que sugieren que debe haber oportunidades de innovar y fortalecer el impacto del repertorio y la puesta en escena de la música.

11) ¿Consideras que la Orquesta La Corporación es un referente musical en las agrupaciones de la provincia de Chimborazo?

Tabla 13: Referente

¿Consideras que la Orquesta La Corporación es un referente musical en las agrupaciones de la provincia de Chimborazo?	REFERENTE
a) Si, es un referente en toda la provincia	199
b) Es un referente en una parte de la provincia	128
c) Es algo referente	38
d) No es un referente	20
TOTAL	385

Gráfico 11: Resultados de la pregunta acerca de la referencia de la orquesta “La Corporación” en Chimborazo



Elaboración: Propia

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la orquesta es un referente en toda la provincia, y la minoría consideran que no es un referente musical a nivel provincial.

Interpretación

La Orquesta “La Corporación” es un referente musical en la provincia de Chimborazo se debe a su aceptación en la misma en donde existen oportunidades de fortalecer para mejorar su alcance sin embargo algunas localidades se consideran que su identidad está adentro de la escena de la música nacional.

La mayor cantidad de respuestas en la categoría y es un referente a la provincia de Chimborazo sugiere que la orquesta al posicionarse y tener una presencia significativa en la provincia siendo ampliamente reconocida por la comunidad.

La segunda categoría con más votos es un referente en una parte de la provincia indica que se puede influenciar según la localidad pero que sigue teniendo un impacto en los centros urbanos como en Riobamba y los eventos culturales son clave para la zona rurales para que puedan llegar a más personas y se den a conocer

“La Corporación” se mantiene vigente desde su creación ya consolidado un estilo y repertorio único para su audiencia su impacto es un referente que no solamente se debe su trayectoria, sino que más bien también tiene conexión con las preferencias de las personas al escuchar algún tipo de ritmo.

Si bien la percepción mayoritaria positiva el hecho de que algunas personas consideren que no es relevante indica que se podría fortalecer la presencia ciertos sectores esto se puede lograr a través de una difusión de medios digitales y presentación de diferentes cantones bajo la participación de festivales musicales locales.

4.2. Análisis de Encuesta

El estudio de la encuesta muestra una notable presencia de la Orquesta “La Corporación” entre la población de la Provincia de Chimborazo, en especial entre los adultos jóvenes de 25 a 34 años dados el grupo etario más representativo de la muestra, esto significa que la orquesta ha pues conseguido atraer la atención de una generación activo tanto social como en términos culturales, lo que es bien para su evolución futura.

Por su parte, la baja participación del segmento menor a 18 años muestra una línea de penumbra hacia audiencias más jóvenes, atravesado de estrategias de promoción ajustadas a sus hábitos percibidos de consumo cultural, en materia de distribución territorial, Riobamba es el cantón que contingencia mayor proporción en la encuesta, similar a su densidad poblacional.

Pero también se observa una participación diversa de otros cantones como Guamate, Colta y Guano lo que indica que el alcance de la orquesta supera el epicentro urbano y tiene una fuerte presencia en la zona rural, este recorte territorial es una condición necesaria para el acreditamiento como referente cultural provincial de “La Corporación”.

Desde el estudio de las preferencias musicales, una tendencia marcada del público a una cumbia, una segunda opción hacia la música nacional, reconocer el vínculo emotivo con géneros tradicionales y festivos que forman parte de la identidad cultural de la región.

Este dato analiza al papel del repertorio en la creación del vínculo entre la orquesta y resalta que el repertorio es calificado por mayoría de intencionados “muy relevante” en la implementación de este criterio, lo que corrobora que la programación musical de “La Corporación” se ajusta a gustos y demandas del público chimboracense.

En el campo visual y performático, la escenografía es sin duda el más destacada; frente a la iluminación es mucho menor, por lo que puede ser porque la escenografía se agrega algo que es narrativo y simbólico, además de sonar la trompeta desarrolla instrumentos como el piano son los más sensacional, es un deseo por sonidos de carácter y protagonistas del espectáculo musical.

Estas percepciones pueden ayudar de más interés que de lecciones para futuras decisiones estéticas y artísticas, en el escenario. La interacción entre artistas y espectadores es también partida clave de toda experiencia de concierto, y se trata de algo que se valora “muy en positivo” la mayoría.

Aunque la asistencia a conciertos todavía es baja, la mitad de los intereses ha sido siempre al concierto o prácticamente nunca ha asistido a la presentación, lo que significa un reto en cuanto a la división y al acceso a los eventos de la productora. Por último, el reconocimiento de “La Corporación” como referente musical en toda la provincia en más del 50 % de los encuestados.

4.3. Matriz de análisis de las entrevistas

Tabla 14: Análisis de entrevistas

Entrevista N° 1 Tgo. Olger Marcelo Benavides Creador de la Orquesta “La Corporación”	
Cuestionario	Respuestas
¿Cuál ha sido tu experiencia personal al formar la orquesta la corporación?	<p>Es un sueño para mí, el no solo formar una agrupación de música, sino formar la mejor agrupación de música de todos los tiempos de las ciudades de Riobamba.</p> <p>Eso ha conllevado muchos riesgos, experiencias, iniciativas y creaciones También obviamente hemos tenido algunos intentos eh que no han salido muy bien, pero eso nos ha servido como experiencia para ahora eh realizar la lo que es la Corporación Orquesta para la ciudad de Riobamba. Esa es la mejor experiencia que yo he tenido el haber cumplido mi sueño de toda la vida.</p> <p>.</p>
¿Cuál ha sido la percepción del público de la orquesta?	<p>Bueno, la percepción del público de la orquesta es fantástica porque desde que nosotros propusimos en escenario desde la primera vez de hace algún tiempo atrás prácticamente 21 años eh el público lo acogió con muy buena manera, muy buena forma, con nos demostró que nos respalda desde el inicio.</p> <p>La verdad, el formato de la orquesta con la experiencia que la hemos tenido eh nos ayudó para poder haber hecho una orquesta que de que dé mucho de qué hablar y que pueda ser representante de toda una ciudad.</p>
¿Qué crees que distingue a la corporación de otras orquestas en Chimborazo y Ecuador tanto en estilo musical como en impacto cultural?	<p>Nosotros hemos roto el formato de la orquesta tradicional que llegaba al escenario y tocaba.</p> <p>Entonces, el formato que nosotros hemos puesto para lo que es la identidad de la orquesta es la interactividad con el público.</p> <p>Siempre desde el inicio lo que estamos haciendo es brindar un entretenimiento</p>

musical para los invitados, para la gente en general, pero interactuando siempre, interactuando en todo momento haciéndoles partícipes de la fiesta, haciéndoles partícipes del evento y el impacto que se generó eso es la aceptación desde el inicio y total hasta el estos últimos días eh el impacto que tienen orquesta eh en los eventos públicos, privados de carácter social ha sido siempre muy bueno, muy bueno, muy bueno.

¿Cómo ha evolucionado la orquesta desde su creación en 2004 y cuáles han sido los hitos más importantes en su trayectoria?

La orquesta desde el 2004 ha evolucionado bastante, empezamos siete personas, llegamos a ser 15. Han pasado eh más de 18 a 20 personas por la orquesta ya en estos 21 años. Pero siempre hemos mantenido un formato de ya cuando se estableció ya eh tuvimos nuestra empezamos a tener nuestra trayectoria. Hemos tenido un formato de 12 personas donde hemos alcanzado, digamos así, eh muchos reconocimientos, mucha aceptación de parte del público.

¿Qué tipo de conexión han desarrollado con el público de Chimborazo y cómo consideran que han contribuido a la vida cultural de la provincia?

Yo creo que hemos hecho bastante conexión porque prácticamente hemos de estado en todos los cantones, en las fiestas principales de cada uno de los cantones de la provincia. No solo una vez, en toda esta trayectoria hemos sido eh bastante solicitados, gracias a Dios, por nuestro trabajo llegando al punto de que eh para separar las fechas de fiestas de diferentes cantones nos hacen con bastante anticipación. Hablamos de una anticipación de meses, por no decirlo prácticamente de un año en el caso de las fiestas que son más tradicionales

¿Cómo ha contribuido la vida cultural de la provincia?	<p>La contribución para la vida cultural de la provincia es muy simple.</p> <p>Nosotros hemos tratado siempre de primero la identidad, la identidad de nosotros, el querer a nuestra tierra.</p> <p>Donde estamos, nosotros somos muy recíprocos y siempre manifestamos que somos riobambeños. Somos una orquesta de riobambeños.</p>
¿Qué desafíos han enfrentado como orquesta para mantenerse relevantes en un entorno cultural y musical cambiante?	<p>El desafío que nosotros siempre tenemos pendientes para mantener la orquesta en nuestro entorno.</p> <p>Es en realidad es el tiempo que nos ha tocado vivir ha sido bastante complejo.</p> <p>Por las circunstancias políticas, por las circunstancias naturales, por las emergencias que hemos tenido tanto de salud, económicas, culturales y todo eso. Es bastante complejo sostener una orquesta. Bastante complejo porque vos estás hablando con incluido el equipo técnico de 21 familias.</p> <p>Esta es una empresa de 21 familias fácilmente eh que algún momento lo más práctico o lo más eh común es de caer. Entonces, el tiempo a nosotros nos ha enseñado de que debemos tener bastante eh tino, digámosle así, por ese lado.</p>
¿Qué significado tiene para ustedes de representar a la región en eventos locales y nacionales y qué metas tienen para el futuro de la orquesta?	<p>El significado de representación es grande y al mismo tiempo es un compromiso muy fuerte porque llegar a ser catalogado como la orquesta de los riobambeños por el mérito del de que así nos diga el público mismo es un compromiso bien grande. Es muy serio. Nosotros como como músicos eh muchas veces tenemos ese anhelo, de que la gente se sienta representada por lo que hacemos.</p> <p>.</p>
¿Y qué metas eh tiene para el futuro la orquesta?	<p>La las metas a corto plazo es seguir trabajando, innovando lo que es la música,</p>

innovando lo que es la imagen, eh seguir eh con el marketing digital que ahora es muy importante, la emoción de la orquesta tiene que basarse en eso, entonces siempre debemos estar pendientes y actualizándonos en ese ámbito y a largo plazo, obviamente, seguir buscando eh nuevas alternativas donde nosotros podamos seguir eh o dejar un hermoso legado para la ciudad y para las generaciones que nos vienen, como por ejemplo, grabaciones, canciones de eh videos y lo más importante, abrir el camino en lo que es del país para la gente de Riobamba para que pueda seguir eh la creciendo la expectativa para el público del Ecuador.

¿Cómo contribuye la Orquesta la Corporación a la cultura?

Hemos contribuido porque hemos abierto el camino, no nosotros nunca hemos sido egoístas, hemos abierto el camino para los otros compañeros también recomendándoles a las demás a las demás agrupaciones en su momento para que también se hagan conocer por otro lado por con diferentes managers o productores de eventos.

Entonces, siempre hemos estado pendientes de que la gente del país en general conozca la música que se hace acá en la provincia y especialmente en la ciudad de Riobamba.

Entrevista N° 2 Lic. Luis Manzano

Presentador de eventos, maestro de ceremonias reconocido a nivel de la provincia y de todo el Ecuador.

Cuestionario	Respuestas
<p>¿Conoce usted a la orquesta La Corporación?</p>	<p>La orquesta “La Corporación” inicio en la presentación de eventos, hace más o</p>
<p>¿Qué referencias me podría dar?</p>	<p>menos una década, empieza a sonar una agrupación con mucha fuerza, con mucha</p>

vitalidad musical, con mucha personalidad diría yo, que inmediatamente empezó a distinguirse de las existentes en aquel entonces.

Entonces esto llamó la atención de la gente que venía de una fase un poco crítica en el tema musical y me refiero un poco crítica porque se habían desplazado en muchas agrupaciones musicales que hacían música en vivo y habían acaparado prácticamente todo el escenario musical tanto privado como público, habían acaparado los discomóviles y los sistemas de sonido.

¿Cuál es el papel de la orquesta “La Corporación en la provincia de Chimborazo hablando de?

Yo creo que la historia musical en la provincia se divide en dos partes, con la experiencia he visto pasar por a muchas agrupaciones, muchas orquestas, pero sin el afán a lo mejor de caer en el campo de la exageración existe un antes de “La Corporación” y después de “La Corporación” con esto lo que quiero decirle es que aquí ha habido agrupaciones de élite.

De hecho los músicos a nivel de orquestas más reconocidos han sido chimboracenses sin embargo, esta agrupación se mantuvo y gran parte de los integrantes que en aquel entonces fundaron, dejaron un legado, dejaron posicionado el nombre y a lo mejor cada uno pues incursionó en otros en otras agrupaciones, en otros ambientes,

¿Qué impresión tiene usted de la orquesta la corporación?

El momento que ellos aparecen como una propuesta musical muy interesante manejando ritmos variados, siempre buscando una estética en base al respeto que se debe el público.

Ellos empiezan a coger una personalidad musical, si cabe el término, que ha sido la parte medular de existencia de esa orquesta.

Eso significa que, a partir de su trabajo, ellos han realizado un gran aporte cultural

	<p>primero porque se han encargado de mantener los ritmos tradicionales, por ejemplo, con todos sus matices musicales.</p>
<p>¿Cómo conoció a la orquesta la corporación?</p>	<p>Tuve el gusto de estar en el lanzamiento precisamente de ellos en el primer evento fue un evento público que lo hicimos en el sector del Hospital San Juan, recuerdo. Y ahí tuve el honor de presentarlos desde su primer evento luego pues sus primeros inicios en sus primeros años en espectáculos públicos y privados, siempre tuve el honor de ir siendo testigo ocular y presencial de los avances y del y de cómo iban posicionándose en el en el ámbito música.</p>
<p>¿Qué característica de la orquesta “La Corporación” podría mencionar’</p>	<p>“La Corporación” siempre ha estado preocupada de brindar un buen espectáculo, no solamente porque se trate de una feria grande o aquí una plaza al barro o qué sé yo las oportunidades que hay, es que han sido muchísimas y siempre ellos lo han tomado con mucha seriedad. Lo que significa que para ellos es tan de tanta responsabilidad un evento, sea pequeño, sea grande, sea en el top de los empresarios, o sea, pues, en algún estrato social mediano bajo, no hay problema.</p>
<p>¿Cree que la orquesta ha influido en la identidad cultural de la provincia?</p>	<p>Es un referente y por hoy y creo que, así como varias agrupaciones tienen orquestas referenciales por decir, aquí en el Ecuador, las agrupaciones en la producción del Chimborazo siempre van a tener como referencia “La Corporación”. Entonces, el propiciar este tipo de elementos sobre todo a las orquestas jóvenes, sobre todas las agrupaciones jóvenes que están apareciendo es decir en convertirse ya en un modelo a seguir.</p>

<p>¿Cómo percibe la relación de la orquesta con el público local en términos de conexión y de relevancia?</p>	<p>En sus presentaciones, es ese apego con el público es una orquesta que siente la alegría de sus seguidores, la alegría de su público que conecta desde el primer instante.</p> <p>Ellos han diseñado una estrategia que no es muy común porque hay veces en que las agrupaciones ya tienen establecido una forma de relacionarse con el público.</p> <p>Desde el saludo, desde la presentación y con “La Corporación” sucede algo distinto, desde la primera eh melodía que entregan a su público saben de qué manera llegar.</p>
<p>¿Cuál cree que es la principal ventaja que tiene la orquesta “La Corporación”</p>	<p>Pueden llegar a los jóvenes, los más tan jóvenes, los adultos, los adultos mayores o incluso en niños y es precisamente por esa debilidad, por esa suspicacia que tienen que conectar con la cultura.</p> <p>Son las estrategias comunicacionales que ellos tienen en base a la experiencia que no tienen ningún inconveniente</p> <p>Entonces, por eso que “La Corporación” puede estar en un evento de música estrictamente nacional, como puede estar en un evento con reggaetón y eso lo hemos podido ver en varios escenarios.</p>
<p>¿Cuál es el impacto que ha tenido la orquesta en cada una de sus presentaciones?</p>	<p>Tanto de manera rural como de manera urbana El mejor indicativo de un pacto adecuado que puede tener una agrupación musical es devolver.</p> <p>Porque si bien es cierto, pues a nivel de espectáculo se maneja mucho el tema publicidad.</p> <p>Pero cuando un grupo, cuando una orquesta, en este caso, no cumple las expectativas del público, simplemente realiza una visita de una vez y no vuelve más.</p>
<p>Defina la orquesta “La Corporación” en una sola palabra</p>	<p>Excelencia.</p> <p>.</p>

Entrevista N° 3 Msc. Renato Llangarí
Gerente y propietario de la Orquesta Mapalé de la provincia de Chimborazo.

Cuestionario	Respuestas
Desde su experiencia, ¿Cuál es el papel fundamental de la puesta en escena como la nación, escenografía, vestuario en el impacto de una presentación de la orquesta?	<p>Basándonos en los diferentes shows que se ha podido vivenciar, es muy importante tener en claro que la parte visual eh conlleva a la parte musical.</p> <p>Entonces, no podemos decir que podemos tocar excelente sin que la gente no vea eh una imagen correcta de la dicha agrupación.</p> <p>Entonces, el impacto que debería tener eh tal como como la puesta de cena debería ser impecable en el momento de manejar el técnico las luces, cuando mandar más luces, eh del pro del show tener más situaciones como pirotecnia fría, qué sé yo, eh cámara de humo y todo eso conlleva a que en la parte visual vaya y se fusiona de con la con lo auditivo.</p>
¿Cómo cree que la interacción con el público puede enriquecer la experiencia de un concierto de orquesta?	<p>Es muy importante en esta situación porque hay dos diferentes públicos, puedo yo así clasificarlos, los que son eventos eh al aire libre o públicos o los que son eventos privados o corporativos, la interacción es muy diferente.</p> <p>La gente en un evento público está netamente sabe que va a un evento y por ende ya hasta va con esa imagen de que va a pasar bien o va a bailar o ya va a estar eh en un momento de sana distracción.</p> <p>Pero cuando es un evento privado tiene un papel muy importante la parte de la de la orquesta porque tiene que interactuar mucho, tiene que eh comenzar a encender al público que netamente sienta esa energía.</p>
¿Cuál es la importancia del estilo musical en la identidad de una orquesta?	<p>Es muy importante esta situación ya que el público te puede conocer por género, el público es el que se va a sentir identificado va a decir, "No, esta orquesta toca de todo", "esta orquesta solo toca cumbia o</p>

	<p>esta orquesta toca música más nacional” Entonces, es muy importante que dejemos en claro esta situación, hay versatilidad musical.</p>
<p>¿Qué estilos musicales considera que tienen mayor relevancia o potencial para el desarrollo de las orquestas?</p>	<p>En esta parte cabe recalcar que hay existe la música eh nacional estilizada, es la que a un pasillo a un a una tonada le hicieronailable. Entonces, eso fue la eso fue el boom en los años que ya hablemos de hace algunos años que, por ejemplo, Don Medero se hizo famoso así por las canciones que tocaba eran canciones de pasillos, canciones de tonadas, de albazos. y les hizoailables.</p>
<p>¿Cómo ha evolucionado el concepto de orquesta en Ecuador a lo largo del tiempo?</p>	<p>El el concepto de orquesta hay una situación que para mí la gente lo tiene un poco eh confundida o lo maneja de una manera muy errónea porque el tema de orquesta es tener eh familias musicales, en este caso área de percusión, área de vientos, eh armonía, voces , en sí, eso sería una orquesta.</p>
<p>¿Qué consejos les daría a los jóvenes músicos ecuatorianos que aspiran formar una orquesta o o formar y y también formar parte de una orquesta profesional?</p>	<p>Es una lucha eh inalcanzable, no puedo decir ya uno se pone en la orquesta, ya tiene los instrumentos y listo y ya que vengan los eventos. Es no desmayar, no desmayar y sobre todo ser un músico muy profesional en este sentido, ser dedicado a su instrumento, ser dedicado a lo que quiere ser. Lo único que yo puedo decirles es que trabajen por si su sueño es tener una orquesta, si su sueño es formar en una orquesta, trabajar en sus sueños que demandan mucho sacrificio.</p>
<p>¿Cómo se puede fomentar el interés y la participación de nuevas audiencias en los conciertos de orquesta, especialmente entre los jóvenes?</p>	<p>Es muy importante considerar esta situación de que en la música la música trae bastante a la a la gente que en sí conoce de prácticamente el evento, con la</p>

	música que nosotros vayamos a interpretar.
¿Cuál es su visión sobre el futuro de las orquestas en Ecuador?	Los cambios que se podría anticipar o en sí ver la evolución se podría decir, es que se tiene en claro que no básicamente no contempla el mismo margen, o sea, cada orquesta tiene su estilo. Básicamente en el mundo de la música de las orquestas, por lo general eh se maneja bastante el cover, entonces la orquesta tiene que estar al día y música que sale, una música que está en auge.
¿Cuál es el papel de la orquesta “La Corporación” en la provincia de Chimbará?	La Orquesta “La Corporación” ha sido una de las agrupaciones que ha inspirado, que ha inspirado, o sea, yo desde pequeño he tenido ese sueño de tener una agrupación y se ha visto que ya “La Corporación” ya tiene sus años también, entonces, por ahí también va una parte esencial que es inspirar.

4.3.1. Análisis e Interpretación de las Entrevistas

El fundador de la orquesta, el tecnólogo Olge, Marcelo Benavides evidencia es Narrativa en la perseverancia y el compromiso de la identidad de Riobamba, su discurso se centra en la orquesta como un emprendimiento cultural, y señala que ha amplificado sacrificios y aprendizajes de esta forma, resalta la interactividad como un sello distintivo de la orquesta, la corporación, rompiendo con el formato tradicional y buscando siempre la participación con el público Así resalta la capacidad de la orquesta para presentarse en todo tipo de eventos cometiéndose en un referente cultural de la provincia.

El presentador de ceremonias licenciado Luis Manzano otorga un valor simbólico a la orquesta la corporación en donde amplifica que la agrupación ha marcado un mito musical y cultural que resalta la versatilidad, el profesionalismo y la conexión emocional, con el público que se convierte en un modelo para otras agrupaciones para llegar a grupos diversos, manteniendo la excelencia y relevancia social.

Renato Llangarí por su parte desde una perspectiva técnica y de gestión musical, el gerente de la orquesta Mapalé subraya la importancia de los aspectos visuales y la interacción con el público para lograr un impacto integral en los shows, también enfatiza la necesidad de una identidad musical clara y versatilidad para ganar terreno en la escena nacional, su visión es más crítica y formativa, alentando a los jóvenes músicos a perseguir sus sueños con disciplina.

4.3.2. Discusión

El licenciado Renato Llangarí creador de una orquesta reconocida en la provincia de Chimborazo considera que “La Corporación” es un símbolo musical que muestra identidad y la percepción coincide con los resultados de la encuesta en donde el 84% de los encuestados señalaron que al escuchar la orquesta si tiene un vehículo con sus raíces culturales esto quiere decir que la música y la identidad territorial resaltan en el papel que cumple la orquesta en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo.

Volver Benavides por su parte creador de la orquesta “La Corporación” comenta que existen algunos retos que surgieron al crear la orquesta pero al integrar este grupo de música talentoso dejan un legado en la provincia esta idea se refuerza con el dato del 71% de los encuestados que han escuchado a la orquesta de la corporación en eventos sociales o familiares que demuestra que la música de la orquesta se transmite de generación de generación y permanece consolidado en la presencia de la memoria colectiva.

Así también Luis Manzano quién es presentador de eventos maestro de ceremonias reconocido en la provincia de Chimborazo, considera que cada show es una experiencia diferente y esta afirmación se vincula los resultados en la encuesta en donde el 65% del público encuestados indicó que asista a los eventos de la orquesta la corporación por la puesta en escena como un componente importante en el impacto cultural de la provincia de Chimborazo

Así también Benavides señala que lo importante es mantenerse en auge crean una presencia consolidada con covers y adaptaciones musicales modernas por esta razón el 58% de los encuestados manifestaron que las presentaciones de la orquesta “La Corporación” es elegidos por su tipo de música que a pesar de qué es variado conserva raíces culturales importantes.

Los hallazgos de esta investigación revelan que “La Corporación” no es simplemente una agrupación musical, sino un símbolo vivo de identidad cultural en la provincia de Chimborazo, esta interpretación se fortalece al considerar que el 84% de los encuestados afirman que al escuchar a la orquesta sienten una conexión directa con sus raíces culturales, lo cual evidencia que el grupo musical ha logrado encarnar elementos clave del imaginario colectivo local.

De acuerdo con Castoriadis (1983), el imaginario colectivo se constituye por representaciones sociales que permiten a una comunidad interpretarse a sí misma. Bajo esta perspectiva, “La Corporación” actúa como vehículo simbólico de identidad territorial, al integrar géneros nacionales con una puesta en escena que evoca pertenencia, memoria y orgullo cultural.

El testimonio del licenciado Renato Llangarí, creador de la orquesta, refuerza esta lectura al afirmar que la agrupación “es un símbolo musical que muestra identidad” esta apreciación se refleja en los datos: el 71% de los encuestados ha escuchado a la orquesta en

eventos sociales o familiares, lo que indica que su música ha sido transmitida generacionalmente, insertándose así en la memoria colectiva de los chimboracenses.

Desde una mirada antropológica, la música no solo se escucha, sino que se vive, se celebra y se recuerda en este sentido, la afirmación de Luis Manzano, maestro de ceremonias y presentador de eventos, quien sostiene que “cada show es una experiencia diferente”, se vincula con los datos de la encuesta, donde el 65% del público asiste a los eventos de la orquesta por su puesta en escena. Esto revela que la experiencia musical va más allá del sonido: se trata de un acto cultural performativo que impacta sensorialmente y refuerza la cohesión comunitaria (Hall, 1997).

Por otra parte, la permanencia de la orquesta en la preferencia del público responde también a su capacidad de adaptación, en palabras de Benavides, también fundador de la agrupación, “lo importante es mantenerse en auge”, lo que se logra mediante covers y adaptaciones musicales modernas.

Esto se evidencia en los resultados, donde el 58% de los encuestados prefieren a la orquesta por su tipo de música, que, a pesar de ser variada, conserva raíces culturales sólidas. Este balance entre lo moderno y lo tradicional permite a “La Corporación” proyectar una identidad cultural dinámica, en constante renovación, pero anclada en lo local.

En resumen, los resultados cuantitativos y cualitativos revelan que “La Corporación” no solo forma parte del paisaje sonoro de Chimborazo, sino que también cumple un papel articulador en la construcción del imaginario colectivo, aportando a la memoria social, la identidad cultural y la transmisión simbólica intergeneracional.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La presente investigación permitió comprender de manera integral la relación entre la música popular regional y la configuración del imaginario colectivo en la provincia de Chimborazo, tomando como eje central de análisis a la orquesta “La Corporación”, a través de la revisión de la literatura académica, se estableció un marco conceptual robusto que articuló las categorías de imaginario colectivo, cultura popular y música regional, reconociendo a la música no solo como expresión artística, sino como una herramienta de cohesión social, memoria simbólica y representación identitaria.

En cumplimiento del segundo objetivo, el análisis cualitativo de testimonios de músicos, presentadores, productores y otros actores culturales, junto con la revisión de registros audiovisuales, permitió identificar claramente la influencia de la orquesta “La Corporación” en la construcción del imaginario colectivo chimboracense entre 2015 y 2022, la orquesta ha logrado posicionarse como un símbolo festivo y emotivo que conecta con las tradiciones, los valores comunitarios y la identidad local, trascendiendo el ámbito musical para insertarse en la memoria colectiva como referente cultural.

Se diseñó una propuesta de plan de comunicación estratégica con enfoque digital, cuyo propósito es fortalecer la visibilidad de la orquesta y fomentar su conexión con audiencias más jóvenes y diversos públicos esta propuesta parte del diagnóstico actual de la presencia digital del grupo, e incorpora el uso de redes sociales, formatos audiovisuales breves, transmisiones en vivo y contenidos con valor narrativo y emocional, alineados con las tendencias de consumo cultural contemporáneo.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda que “La Corporación” desarrolle una línea editorial para redes sociales basada en el rescate y difusión de las tradiciones de Chimborazo, incorporando formatos como entrevistas con personajes locales, videos de backstage y repertorios musicales con contexto histórico-cultural esto permitirá no solo entretener, sino también educar y conectar emocionalmente con distintas audiencias, reforzando su papel como referente del imaginario colectivo provincial.

Para ampliar su impacto y sostenibilidad, la orquesta debería establecer convenios con universidades, museos, casas de la cultura, GADs cantonales y operadores turísticos, con el fin de desarrollar actividades conjuntas conciertos pedagógicos, festivales, talleres, exposiciones multimedia que fortalezcan su anclaje territorial y promuevan la circulación cultural estas alianzas pueden posicionar a la orquesta como un emblema vivo del patrimonio inmaterial de la región.

Es recomendable que los miembros de “La Corporación” accedan a talleres o capacitaciones en gestión de redes sociales, storytelling digital, derechos de autor y producción audiovisual esto contribuirá a que puedan generar contenido estratégico de manera autónoma y profesional, mejorando su posicionamiento en plataformas digitales, su interacción con las audiencias y su proyección a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

Plan de Comunicación Orquesta “La Corporación”

6.1. ANTECEDENTES

La orquesta “La Corporación” nació en 2005 en la provincia de Chimborazo, Ecuador, con el propósito de ofrecer un repertorio variado de música tropical, cumbia, merengue y otros géneros populares desde su fundación, se ha caracterizado por su calidad interpretativa y su capacidad de conectar con el público, convirtiéndose en un referente dentro del ámbito musical de la región.

A lo largo de los años, la orquesta ha experimentado una evolución significativa, tanto en términos de integrantes como de repertorio. Inicialmente, comenzó como un grupo de músicos locales que interpretaban covers de éxitos nacionales e internacionales, con el tiempo, lograron consolidar su identidad musical y desarrollar un sonido propio.

Las redes sociales dan una posibilidad más amplia a sus audiencias, generando una influencia más amplia entre audiencia y medio, se agreguen también los contenidos con los que las audiencias interactúan, generando una perspectiva más apegada a una comunicación horizontal, los creadores tienen el mismo poder de interactuar con las audiencias que consumen los contenidos, analizarlas y trabajar en pro de lo que le gusta a la gente.

Es decir, en realidad todo gira alrededor de los contenidos, son los que dan la posibilidad a que exista una interacción entre audiencias y medios, los contenidos dan la oportunidad a crear un debate entre la audiencia, lo que hace que se alimente y sobre salga más sobre otros (Scolari, 2010).

Hoy las redes sociales son indispensables para la sociedad, y el acceso a Internet lo convierte en un medio de masas, donde cada uno puede informarse de diversos temas en las ediciones digitales de los periódicos, expresar sus ideas en blogs o subir material audiovisual como en YouTube.

En la actualidad las redes sociales como Facebook, Instagram, X antes conocida como Twitter, TikTok, entre otros., han generado gran impacto por la inmediatez y el nivel de interacción con los usuarios.

Mismo que se ha denominado, la convergencia de medios, como expresa Pérez y Acosta (2003). esto “se refiere al flujo de contenido a través de múltiples plataformas de medios, la cooperación entre industrias de medios y el comportamiento migratorio de las audiencias en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (pg.3). Este fenómeno implica que los contenidos transitan entre todo tipo de medios, ya sean nuevos, tradicionales o multiplataforma.

La convergencia mediática es un proceso cultural más que un punto final tecnológico, y ha favorecido una nueva estructuración empresarial de los medios de comunicación. Este concepto ha cobrado cada vez más relevancia en la era de las tecnologías de la información y las comunicaciones, donde las fronteras tradicionales entre diferentes plataformas se han diluido por la digitalización, la conectividad o la participación de los usuarios.

6.2. MARCO TEÓRICO

6.2.1. Redes sociales

En 2004 las redes sociales son plataformas en las que podemos comunicarnos y relacionarnos con las demás personas, donde se han convertido hoy en una parte cotidiana de la vida en donde las personas interactúan y tienen perfiles donde pueden conversar con personas de diferentes lugares del mundo.

Una de las características de las redes sociales es democratizar la comunicación donde la información de los medios tradicionales puede compartirse a una audiencia más global de forma instantánea. Las redes sociales han transformado cómo nos relacionamos con los demás porque el consumo de información en esta era digital ha sido diferente y también ha requerido una consideración que garantiza un impacto positivo y sostenible a largo plazo (Ikemiyashiro, 2017).

6.2.2. Guion

Thomas Harper Ince fue el primer gran productor, que lanzó la propuesta del guion como tal, a partir de 1912, trayendo consigo técnicas modernas de producción, el cual exigía a los directores de su agencia regirse a un guion perfeccionista el cual estaba detallado el diálogo y el tipo de acciones que se van a tomar en el rodaje, de esta forma el guion fue formando parte de la industria cinematográfica, televisiva y actualmente los guiones se lo utilizan para creación de contenidos visual, audiovisual o solo audio.

De acuerdo con Cárdenas y Castro (1994) proponen dos formas: “el guion literario, el cual abarcaba todo el texto en términos visuales y el diálogo de los protagonistas, y el guion técnico en el que constaba los planos y secuencias de las escenas” (pg. 2). Mismos que permitían el rodaje de cualquier producto audiovisual, el guion literario se centra en la narración y el diálogo, mientras que el guion técnico se centra en la planificación técnica y visual de la película o cualquier otro producto visual, detallando aspectos como la cinematografía, la iluminación y el sonido.

6.2.3. Planificación

La planificación es un proceso de acciones y estrategias metodológicamente organizadas con el fin de cumplir un objetivo específico. Sirve para establecer ideas, técnicas y prever acciones, circunstancias que podrían ocurrir en la búsqueda de los objetivos.

Para Saavedra (2019). La planificación “Se convierte, para cada persona, en un proceso que hace parte de su vida cotidiana, por cuanto determina aquello que va a realizar durante el día, durante el año a lo largo de su vida” (p.30).

Es decir, la planificación va desde la necesidad, hasta otorga un sentido de control a los que buscaban cumplir objetivos. Es necesario tomar en cuenta, que la planificación busca organizar y estructurar tareas en beneficio de un proceso. Por lo que es importante añadir temas como presupuestos, cronogramas y demás acciones que ayudarán a cumplir con los objetivos de la planificación.

Entonces, según esto Pérez y Reeves (2023) menciona que en todo proceso de planeación debemos ser conscientes que cuando iniciamos su diseño, el nivel de incertidumbre es alto. Los recursos con los que contamos pueden variar bastante (...) Sin

embargo, la gestión de la incertidumbre no debe menguar la importancia del proceso de planeación en una empresa, sino más bien debería estar inmersa en ella (p.117).

De acuerdo con esto, es necesario establecer la importancia de una planificación en el desarrollo de un proyecto. Para esto, es crucial tener en cuenta todas las ventajas de tomar la planificación como instrumento metodológico para establecer acciones específicas que ayudaran en el proyecto para no caer en la improvisación.

6.2.4. Comunicación

La comunicación es un proceso de intercambio de información entre seres humanos. La teoría realiza estudios sobre este proceso, teniendo en cuenta factores como medios, ruido, herramientas de comunicación y demás factores que intervienen en el proceso de la comunicación.

Así, Chuquipiondo, (2021). Teoría menciona que, obviamente existe una gran diferencia entre una teoría y un concepto; mientras la primera es la descripción de un fenómeno; la segunda es una opinión, la cual también se podría definir como una representación de una situación, sin rigor de estudio (p.2395).

En el estudio de la comunicación, se analizan factores sociales en los cuales se mantienen evidentes los elementos con los que conviven las personas para generar comunicación entre los demás. Dentro de estos estudios se han creado teorías específicas en casos en donde se ha analizado de qué manera las personas interactúan, preguntándose, por qué interactúan, cómo interactúan y de qué manera interactúan.

Entonces, según López y Gómez (2022). Argumenta que “Las teorías de la comunicación y de los efectos siguen siendo útiles en la medida en que explican la relación entre los ciudadanos, el mensaje, los medios y el aparataje de la sociedad digital” (p.24).

Las teorías de la comunicación han ayudado a entender cómo funciona la comunicación en una sociedad que está en constante exposición e influencia. Por esta razón, las teorías han ayudado de gran manera a establecer estrategias, tácticas y acciones para poder llegar mejor aún público.

6.2.5. Sociedad Digital

La sociedad digital surge en el desarrollo de la tecnología cuando esta afectó a la sociedad en años pasados, pero esto no quiere decir que haya sido como una problemática simplemente fue un gran cambio que tuvo que pasar la humanidad. El adaptarse a estos cambios para algunos fue difícil mientras que para otros fuera lo más sencillo del mundo.

González (2010) realiza un análisis sobre los medios de comunicación porque ellos fueron los que más presenciaron estos cambios y tuvieron que adaptarse. Experimentaron nuevas formas de interacción con las audiencias, proceso que se le denominó sociedad digital. Este acontecimiento tecnológico se hizo presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana y dio como resultados nuevos hábitos de consumo que alteran directamente la interactividad de los medios con las personas.

Otro aspecto de las audiencias digitales es que se dieron cambios mediáticos en el escenario, debido a la gran cantidad de dispositivos tecnológicos que fueron apareciendo poco a poco. Desde esta perspectiva se estima el brindar contenidos diferentes a las

audiencias a través de las plataformas digitales, yendo más allá de solo informar, sino que también de generar participación y retroalimentación (Fernández, 2013).

6.3. Recopilación de Información

6.3.1. Antecedentes

El nombre de la orquesta ha sido un retro porque este representa la identidad de la agrupación, al inicio la orquesta tenía el nombre de “La Corporación Latina”, pero se necesitaba un nombre que represente al grupo que tienen un mismo objetivo, por esta razón se buscó un nombre mucho más comercial.

La orquesta “La Corporación” surge de la ilusión de formar un grupo de música de la ciudad de Riobamba, en base a las experiencias con diferentes orquestas se fue madurando las ideas y experiencias para formar a “La Corporación” en el cual se pueda sacar el talento de personas de diferentes lugares el país.

La evolución de la orquesta se dio gracias al público para satisfacer las exigencias de los ciudadanos, la adaptación a los géneros modernos, los colores corporativos que se eligieron basados en los discos de acetato que representa el cambio de época, siempre conservando las raíces de la orquesta tradicional con sus colores anaranjado, amarillo y el negro.

6.4. Análisis FODA

6.4.1. Análisis Externo

Oportunidades	Amenazas
Crecimiento en plataformas como YouTube, TikTok, Instagram y Facebook	Competencia creciente
Colaboraciones con artistas nacionales e internacionales	Cambios en los gustos y consumo musical
Apoyo institucional local y nacional	Falta de cultura musical
Participación en festivales de música	
Capacidad de creación de redes sociales con contenido periódico	Impactos económicos y sociales

6.4.2. Análisis Interno

Fortalezas	Debilidades
Trayectoria consolidada	Falta de infraestructura propia
Talento artístico diverso	Personalización administrativa limitada
Conexión emocional con el público	Dependencia de eventos
Estilo musical variado	Falta de identidad comunicacional
Presencia en varias provincias	Escasa presencia en redes sociales
Reconocimiento regional	Falta de canales oficiales de transmisión de información

6.5. Nombre de la Marca

La orquesta "La Corporación" surgió en el 2005 en la provincia del Chimborazo el nombre "La Corporación" no fue elegido por casualidad, su fundador deseaba proyectar una imagen consolidada, profesional y estructurada de manera musical con enfoque empresarial y cultural.

La palabra "corporación" evoca unidad, potencia colectiva, estructura, tres elementos que eran el espíritu del grupo, para ello el nombre quería ser diferente a otras orquestas clásicas, mostrando un concepto actual, ambicioso y versátil.

Con el tiempo, el nombre de "La Corporación" ya era eco en la región, mueve especialmente en fiestas populares, patronales, fiestas comunitarias, donde el nombre estaba ligado no solo a la música, sino a calidad, entrega y unión al origen social.

6.6. Imagen de Marca

Logotipo



La creación del logotipo de "La Corporación" fue inspirada en un disco de acetato fue diseñado para representar la música de orquesta en un disco icónico del siglo XX que evocaba una época dorada en la música en donde las diferentes generaciones la reconocen en la actualidad y demuestra profundidad y actualización.

El logotipo de la orquesta la corporación quiso mostrar una propuesta artística que no olvida sus raíces ni su creación es así que es una fusión clara entre la música y contigua y la contemporánea que se caracteriza por sus repertorios modernos y géneros tradicionales.

El logotipo incorpora elementos visuales y colores corporativos que transmiten energía y elegancia en donde se identifica la orquesta la corporación en el escenario y su presencia no solo se limita a las fiestas populares sino también que ha logrado posicionarse a nivel provincial.

6.7. Misión

Ser una orquesta referente para el país, que brinde experiencias musicales de alta calidad que promueva la identidad cultural de la provincia de Chimborazo y Ecuador, a través de la

interpretación de diversos géneros, adaptándonos a los nuevos ritmos con pasión y compromiso, de esta manera fortalecer el vínculo con el público en cada presentación

6.8. Visión

Ser un referente a nivel nacional, liderando la puesta en escena musical ecuatoriana, incorporando la innovación, excelencia artística y responsabilidad social, de esta manera proyectar el talento local a nivel nacional e internacional.

6.9. Objetivos estratégicos

Objetivo general

Fortalecer la presencia digital de la orquesta “La Corporación” a través de estrategias efectivas en redes sociales que promuevan su identidad artística, aumenten su visibilidad y generen una comunidad virtual activa y comprometida.

Objetivos específicos

Diseñaron un plan de comunicación adaptado al contenido digital que se pueda manejar de manera creativa y constante a través de diferentes plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube.

Incrementar la interacción del público mediante dinámicas y participaciones a través de concursos en vivo encuestas y respe esas personalizadas con comentarios y mensajes

Utilizar herramientas digitales para evaluar el alcance de la participación y el crecimiento de la comunidad de las redes sociales para ajustar estrategias de comunicación según las preferencias del público objetivo.

6.10. Plan de acción general del proyecto

Plan de acción		Diciembre				Enero				Febrero			
SEMANAS DE TRABAJO		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Acción	Actividad												
Propuesta del plan de comunicación para la heladería Alhambra Ice Cream	Estructuración de una encuesta	X											
	Aprobación de la encuesta y delimitación de la muestra objetiva		X	X		X							
	Aplicación de la encuesta a muestra ya establecida						X						
	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta								X			X	
Elaboración de los contenidos multimedia	Elaboración del mensaje en relación a los resultados de la encuesta										X		
	Definición de los soportes y formatos										X	X	
	Elaboración del contenido											X	
	Edición del material audiovisual											X	
	Reunión de trabajo para aprobar contenido, y realizar correcciones											X	X

6.11. Plan semanal de acción de contenidos

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
08h00- 09h30	Revisión del nivel de aceptación e interacción de los contenidos publicados en la semana pasada además de establecer nuevas estrategias para mejorar las cifras de interactividad y visualización en todas las plataformas	Revisión de los contenidos realizados para Instagram, Facebook.	Revisión de los contenidos realizados para Tik Tok	Producción de productos publicitarios.	Actualización de las redes sociales con todos los contenidos.
09h30-11h00	Producción del contenido para Instagram	Producción de contenidos para Tik Tok	Publicación de todos los contenidos producidos en la semana para las plataformas de Tik Tok	Promoción de todos los contenidos que se van a emitir en los días posteriores creación de videos, flyers, promociones e historias para las plataformas de Facebook e Instagram	Responder a comentarios e interacciones en las diferentes plataformas publicadas
11h00-12h30	Producción de contenido para Facebook	Publicación de contenido para Instagram	Publicación de todos los contenidos producidos en la semana para las plataformas de Facebook	Publicación de reels e historias promocionales del contenido	Publicación de contenidos en las redes.

6.12. Seguimiento y monitoreo

El análisis de los contenidos y la aceptación de este se realizará cada semana con matrices en donde se evidenciará realmente de aceptación de los productos comunicacionales, el plan de comunicación se evaluará cada 15 de cada mes con reuniones establecidas de trabajo.

Los objetivos de la evaluación se basan en lograr evaluaciones coherentes con los objetivos generales del plan de comunicación utilizando métricas y herramientas de evaluación específicas para medir el rendimiento y el impacto de las métricas.

Las métricas se evaluarán a partir de análisis cuantitativo y cualitativo en donde el alcance la casa la tasa de participación y el crecimiento de ventas hace que se implementen estrategias de línea base en donde se comparan resultados y se evalúan los impactos.

La periodicidad y el seguimiento hacen que la evaluación de este plan sea a largo plazo en donde se establecen procesos de seguimiento y monitoreo constante del desempeño de los ajustes necesarios en donde se analizan los datos recopilados y se genera información de forma clara y precisa.

Analiza la retroalimentación y compartir los resultados de la evaluación del equipo de comunicación principalmente en una retroalimentación y la discusión de los resultados esto hace que las estrategias y las técnicas para la producción de contenido sea cada vez mejor.

BIBLIOGRAFÍA

- Agoff, C., & Herrera, C. (2019). Entrevistas narrativas y grupos de discusión en el estudio de la violencia de pareja. *Estudios sociológicos*, 37(110), 309-338.
- Aguilar, J. E. (2019). Comunicación asertiva.
- Aguirre, M. G. (2012). Historia de la Música del Ecuador. *Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.
- Almeida Mejía, A. F. (2023). *El impacto de la Orquesta Dinastía Almeida en el imaginario colectivo de la provincia de Chimborazo en el periodo 2015–2022* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo).
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. América del Norte. Argentina. *Runa*, 39(1), 95-116.
- Avenburg, K. (2018). Disputas en el orden simbólico: orquestas infantiles y juveniles en Balbi, F. A. (2020). Etnografía, comparación y teoría antropológica. Barenboim, D. (2023). *La música despierta el tiempo* (Vol. 459). Acantilado.
- Benítez Torrez, D. A. (2023). Informe final práctica administrativa: Funciones de control político y normativo del concejal sobre la gestión de la administración distrital a través de las normas existentes.
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*, 193-203.
- Bonifaz Campos, A. D. (2023). Branding político como herramienta de comunicación de imagen para los candidatos a la alcaldía de la ciudad de Riobamba en las elecciones seccionales 2023.
- Botto, M. N., & Méndez Spensieri, M. (2018). El imaginario colectivo sobre internet de los nativos digitales argentinos que ingresan a la universidad. *Questión*.
- Bú, R. C. (1994). *Simulación: un enfoque práctico*. Editorial Limusa.
- Cañadas, M. C., Gómez, P., & Pinzón, A. (2018). Capítulo 3: Análisis de contenido.
- Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa.
- Chaves-Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social. In *Rompiendo barreras en la investigación* (pp. 164-184). Universidad Técnica de Machala.

- Chaves-Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social. In *Rompiendo barreras en la investigación* (pp. 164-184). Universidad Técnica de Machala.
- Chimborazo. *Cumbres*, 6(2), 65-82.
- de Moya Martínez, M. D. V., Tornero, A. S., & Valero, S. M. (2024). Costumbres musicales en redes sociales durante y tras el Gran Confinamiento. *El oído pensante*, 12(1), 152-175.
- Espín Rada, D., Flores Pareja, K., & Pinos Guerra, M. (2018). Diagnóstico turístico de la parroquia palacio real, provincia de Chimborazo, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 358-366.
- Flores, A. M. P., & Sánchez, V. M. M. (2018). Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión. *Revista de humanidades*, (34), 11-38.
- Fuentes, I. Q., & Alvarado, R. A. (2021). Prácticas inclusivas en orquestas infanto-juveniles: Un estudio de caso en Chile. *Artseduca*, (28), 140-151.
- García, A. C. (1993). Análisis documental: el análisis formal. *Revista general de información y documentación*, 3(1), 11.
- García, E. A. (2022). Vecinos y camaradas. Portugal en el imaginario colectivo del leninismo español. *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 125(1), 267-294.
- García-Jiménez, A., López, M. C. L. D. A., & Montes-Vozmediano, M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 25(48).
- Gomez, F. D. B. (2021). *Música, color y arquitectura*. CP67.
- González, J. L. A., Gallardo, M. R. C., & Chávez, M. C. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 237-247.
- González Barreno, C. P. (2018). *Plan de marketing para la Orquesta La Corporación, de la ciudad de Riobamba provincia del Chimborazo período 2017* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- González Barreno, C. P. (2018). *Plan de marketing para la Orquesta La Corporación, de la ciudad de Riobamba provincia del Chimborazo período 2017* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).

- González Barreno, C. P. (2018). *Plan de marketing para la Orquesta La Corporación, de la ciudad de Riobamba provincia del Chimborazo período 2017* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- González Peña, J. E. (2022). El merengue y la salsa en los procesos de formación musical en el colectivo de niños " Los Melódicos" del barrio Castilla de la ciudad de Bogotá.
- Guevara, M. R. V., & Aguagallo, C. F. I. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de
- Guevara, M. R. V., & Aguagallo, C. F. I. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Cumbres*, 6(2), 65-82.
- Guichot Reina, E., Boix Palop, A., Carrillo Donaire, J. A., Sierra Morón, S. D. L., & Vázquez Alonso, V. J. (2018). *Derecho de la comunicación*. Madrid: Iustel,
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica*, 2(5), 55-60.
- Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía.
- Herrera, C. D. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático.
- Herrera, E. (2022). *Técnicas de arreglos para la orquesta moderna*. Antoni Bosch editor.
- Hoffmann, E. T. A. (2023). *El Violín de Cremona: Obsesión y misterio en la música de Cremona*. Good Press.
- Hormigos, J. (2023). Estudio de los factores comunicativos que definen la percepción social de la música en la juventud española. *El oído pensante*, 11(1), 32-58.
- Hurtado, O. (2018). *Las costumbres de los ecuatorianos*. Debate.
- Jensen, K. B. (2021). La comunicación y los medios.
- Jácome, E. M., & García, G. T. (2015). Potencial turístico de la microcuenca del río Chimborazo, cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, Ecuador. *European scientific journal*, 11(23).
- Johana Patricia, A. P. (2017). *Análisis de los cursos permanentes de la casa de la cultura Benjamín Carrión núcleo de Chimborazo en el imaginario colectivo de los jóvenes de 15 a 25 años, en el periodo julio–diciembre de 2016* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2017).
- JUAREZ-HERNANDEZ, L. G., & Tobón, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Revista espacios*, 39(53).

- Krotz, E. (2019). Sociedades, conflictos, cultura y derecho desde una perspectiva antropológica. *Expropiación liber al. Un ensayo sobre la transformación de recursos locales en mercancías globales*, 63(11), 03.
- Li, C. (2019). Diseño editorial, Retórica cultural e imaginario colectivo: cubiertas de libros de literatura contemporánea china en España. *Dialogía. Revista de lingüística, literatura y cultura*, 13, 39-83.
- Llanga Vargas, E. F., & Insuasti Cárdenas, J. P. (2019). La influencia de la música en el aprendizaje. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo*, (junio).
- López-Cano, R. (2018). Música dispersa. *Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital*. Barcelona: Musikeon.
- Lopezosa, C., Codina, L., & Freixa Font, P. (2022). ATLAS. ti para entrevistas semiestructuradas: guía de uso para un análisis cualitativo eficaz.
- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50.
- Mancera, A. M. C. (2019). Comunicación no verbal. In *Guía práctica de pragmática del español* (pp. 206-215). Routledge.
- Marcuse, H., Bulygin, E., & Valdés, E. G. (1967). *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Sur.
- Mesías, O. (2010). La investigación cualitativa. *Universidad central de Venezuela*, 38.
- Monsiváis, C. (2019). *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*.
- Naranjo Alvarado, L. A. (2023). *Exploración de la Música Nacional Divulgada en Producciones Audiovisuales Ecuatorianas* (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2023).
- Nicaragua, E. (2018). Metodología de la investigación e investigación aplicada para Ciencias Económicas y Administrativas. *Revista de La Universidad Autónoma*, 1(1), 1- 89.
- Olazo Dávalos, J. A. (2021). La cumbia fusión y el desarrollo de una escena musical “alternativa” en Lima: los casos de Bareto, La Nueva Invasión y Olaya Soundsystem. *Orientación intelectual de revista Universum. Revista general de información y documentación*, 28(1), 119.
- Otero, E. (2020). *Teorías de la comunicación* (Vol. 2). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Pacheco, E., & Blanco, M. (2015). Metodología mixta: su aplicación en México en el campo de la demografía. *Estudios demográficos y urbanos*, 30(3), 725-770.
- Pacheco, E., & Blanco, M. (2015). Metodología mixta: su aplicación en México en el campo de la demografía. *Estudios demográficos y urbanos*, 30(3), 725-770.
- Palma, R. (2020). Tradiciones peruanas.
- PARCO, F. I. P. (2024). UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA.
- Paynter, J. (2024). *Oir, aquí y ahora:; Una introducción a la música actual en las escuelas*. Melos.
- Pérez, J. L. C. (2022). Piano para danza: metodología y desarrollo curricular. *AV NOTAS revista de investigación musical*, (12), 34-52.
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Renglones, revista arbitrada en ciencias sociales y humanidades*, 60, 37-42.
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Renglones, revista arbitrada en ciencias sociales y humanidades*, 60, 37-42.
- Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Cultura-hombre-sociedad*, 28(1), 154-176.
- Puga, J. V., & García, M. C. (2022). La aplicación de entrevistas semiestructuradas en distintas modalidades durante el contexto de la pandemia. *Revista Científica Hallazgos21*, 7(1), 52-60.
- Raschieri, A. A. (2023). ¿Qué es un clásico?: dos hápax fantasmales en Ennodio (dict. 9 y epist. 9.34). *Myrtia*, 38.
- Rebollo-Bueno, S. (2019). Social media, interacción y publicidad. Percepción de los formatos y contenidos en la Web 3.0. *Pensar la publicidad*, 13, 191-207.
- Román, A. (2022). *Composición musivisual: Guía para la creación de música audiovisual*. Visión libros.
- Salazar-Gómez, E., & Tobón, S. (2018). Análisis documental del proceso de formación docente acorde con la sociedad del conocimiento. *Revista espacios*, 39(53).
- Sandoval Casilimas, C. A. (1996). Investigación cualitativa.
- Sandoval Casilimas, C. A. (1996). Investigación cualitativa. Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa

- Sandoval, J. M. (2009). *Música patrimonial del Ecuador* (p. 129). Ministerio de Cultura del Ecuador.
- Schrott, A. (2021). Las tradiciones discursivas.
- Solórzano Callacando, J. C. (2016). *Orquesta la corporación y su incidencia en la opinión pública de los habitantes de la zona Urbana del cantón Riobamba en el período 2005 a 2014* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2016).
- Tanco, M. G., & Martínez, I. C. (2021). Interacción performer-público en la elaboración de sentido de la música. *Investigación Joven*, 7.
- Thompson, E. P. (2019). *Costumbres en común*. Capitán Swing Libros.
- Torres Peñafiel, N. D. R., & Bell Heredia, R. E. (2017). Procedimiento para fomentar una cultura organizacional autóctona en los gobiernos autónomos descentralizados municipales de la provincia de Chimborazo, Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 206-215.
- Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones sobre
- Vilches, L. (Ed.). (2020). *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital* (Vol. 36). Editorial Gedisa.
- Villalta, M. A. (2016). Educación intercultural en Latinoamérica: Análisis de las investigaciones de campo en la región. *Psicoperspectivas*, 15(1), 130-143.
- Villalva, M., & Inga, C. (2021). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (13), 129-142.
- Vizer, E. A. (2018). Notas para una ontología de la comunicación II: sobre las "Materialidades de la comunicación". *Palabra Clave*, 21(2), 553-592.
- Yaulema Rodríguez, D. J. (2018). *Análisis de centro deportivo olmedo como patrimonio inmaterial en el imaginario colectivo de los Riobambeños, periodo octubre 2016-marzo 2017* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2018).
- Yungán Lema, J. V. (2018). *Las canciones infantiles bilingües en la identidad cultural de los niños y niñas de 3 a 5 años de la unidad educativa intercultural bilingüe provincia de Chimborazo* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Maestría en Educación Inicial).
- Zaro, M. J. (1999). La identidad de género. *Revista de psicoterapia*, 10(40), 5-22.

ANEXOS

