



CIENCIA SURCOS

REVISTA CIENTÍFICA EDUCATIVA
EDICIÓN II
2024 / 2025



**Revista Digital de Divulgación Científica Ciencia Surcos
(Edición II – 2024)**

Comité Científico Revista Ciencia SURCOS II. Ed. ®

- PhD. Marco Vinicio Pérez Narváez
- Licda. Mónica Janneth Monroy Buitrón
- Ing. Ligia Elizabeth Secaira Flores
- Ing. Cristian Eduardo Secaira Flores
- Mgr. Alexis Javier Solórzano Cabrera
- Psco. Cl(ef). Luciana Martina Secaira Vásconez

ISBN: 978-9942-7105-2-9



La escasez de oportunidades laborales para profesionales dentro de la industria musical en Ecuador

The scarcity of job opportunities for professionals within the music industry in Ecuador

A escassez de oportunidades de emprego para profissionais da indústria musical no Equador

Juan Manuel Dávila Martínez

Unidad Educativa Surcos. Quito, Ecuador

ID ORCID: 0009-0007-8586-1801

juan.davila_est@colegiosurcos.edu.ec

Ignacia Isabel Bastidas Baidal

Escuela de Educación Básica “Francisco Robles”

isabe2b18@gmail.com

Verónica Alexandra Bustillos Cayo

U.E. Doctor José María Velasco Ibarra

veronicabustillos@yahoo.com.mx

María Fernanda Veintimilla Buri

Unidad Educativa Archidona

mariaf.veintimilla@educacion.gob.ec

maferu1@hotmail.com

Samantha Paola Pazmiño Maya

Unidad Educativa SURCOS

samantha.pazmino@colegiosurcos.edu.ec

Fecha de recepción:29/09/2023

Fecha de aprobación:28/06/2024

Resumen

El presente artículo denominado “La escasez de oportunidades laborales para profesionales dentro de la industria musical en Ecuador” tuvo como objetivo analizar las razones principales que convierten al Ecuador en un país con escasa producción musical, alto consumo de piratería y la falta de apoyo para artistas independientes. Se empleó la metodología PRISMA para sistematizar el objeto de estudio. De los artículos seleccionados se sintetizaron los más apropiados, que componen el 16.66 % de artículos, garantizando un abordaje científico desde diferentes contextos: macro, meso y micro. Las conclusiones revelan que los países subdesarrollados, concretamente Ecuador, carecen de un sistema educativo integral, donde pocos niños descubren su vocación y aquellos que lo hacen no reciben la orientación adecuada. Además, los sellos discográficos que producen música para entretenimiento no reciben suficiente atención y apoyo, lo que les impide capitalizar adecuadamente sus proyectos y los obliga a centrarse en la producción de publicidad.

Palabras clave: Industria musical, Ecuador, oportunidades laborales

Abstract

This article called “The scarcity of job opportunities for professionals within the music industry in Ecuador” aimed to analyze the main reasons that make Ecuador a country with little musical production, high consumption of piracy and lack of support for artists. independent. The PRISMA methodology was used to systematize the object of study. Of the selected articles, the most appropriate were synthesized, which make up 16.66% of articles, guaranteeing a scientific approach from different contexts: macro, meso and micro. The conclusions reveal that underdeveloped countries, specifically Ecuador, lack a comprehensive educational system, where few children discover their vocation and those who do do not receive adequate guidance. Furthermore, record labels that produce music for entertainment do not receive enough attention and support, preventing them from adequately capitalizing on their projects and forcing them to focus on producing advertising.



Keywords: Music industry, Ecuador, job opportunities

Resumo

Este artigo denominado “A escassez de oportunidades de trabalho para profissionais da indústria musical no Equador” teve como objetivo analisar os principais motivos que fazem do Equador um país com pouca produção musical, alto consumo de pirataria e falta de apoio aos artistas independentes. A metodologia PRISMA foi utilizada para sistematização do objeto de estudo. Dos artigos selecionados, foram sintetizados os mais adequados, que perfazem 16,66% dos artigos, garantindo uma abordagem científica a partir de diferentes contextos: macro, meso e micro. As conclusões revelam que os países subdesenvolvidos, especificamente o Equador, carecem de um sistema educativo integral, onde poucas crianças descobrem a sua vocação e aquelas que o fazem não recebem orientação adequada. Além disso, as editoras discográficas que produzem música para entretenimento não recebem atenção e apoio suficientes, impedindo-as de capitalizar adequadamente os seus projectos e forçando-as a concentrar-se na produção de publicidade.

Palavras-chave: Indústria musical, Equador, oportunidades de emprego

Introducción

La investigación aborda la escasez de oportunidades laborales para profesionales de la industria musical en Ecuador, destacando la importancia de una elección acertada por parte de los estudiantes que aspiran a convertirse en productores musicales profesionales. Para comprender mejor el tema, se explican algunos conceptos clave.

La creatividad y producción se refiere al desarrollo de nuevas composiciones e interpretaciones musicales y su recreación a través de medios tecnológicos para fines de comercialización y distribución masiva. La difusión y distribución implican la socialización de la música a través de escenarios, medios de comunicación, giras, eventos y plataformas digitales. Por último, la contextualización se refiere a la comprensión social de la música, su participación en la industria y las dinámicas políticas, sociales y normativas que la regulan (Calderón, 2018).

Es fundamental reconocer la importancia de la industria musical, que se refleja en las grandes cantidades de dinero que se invierten, producen e ingresan. Además, la música se utiliza en otros campos profesionales como la publicidad, la electrónica de consumo y las telecomunicaciones (Álvaro, 2020).

Esta investigación tiene como objetivo plantear estrategias que promuevan una industria musical sólida en Ecuador, buscando entender las razones de las deficiencias que enfrentan los países subdesarrollados en este ámbito.

Desarrollo

A continuación, se especificarán conceptos, teorías y estrategias que puedan explicar y dar contexto al problema, extrayendo la información de los documentos leídos y citados. Empezando con definiciones globales, pasando por teorías de los autores, para concluir con un plan final:

1. Conceptos

1.1. Concepto de Música

La música es una expresión cultural y artística fundamental conceptualizada como una forma de arte con sonidos dispuestos armoniosa y rítmicamente. Esta definición, por ende, capta la complejidad y riqueza de la música como fenómeno cultural y social. La música puede transmitir emociones, contar historias, expresar ideas y conectar a las personas a nivel emocional mediante una combinación de sonido, ritmo y melodía. La música es importante en la construcción de la identidad cultural y la preservación del patrimonio sociocultural, es un fenómeno patrimonial dinámico que abarca diversos géneros, estilos y formas. En otras palabras, la diversidad de la música refleja la diversidad de la experiencia humana y ayuda a enriquecer el tejido cultural de las sociedades de todo el mundo (Gómez, 2020).

1.2. Concepto de géneros musicales

Gómez (2020) argumenta que los géneros musicales refieren a un sistema de clasificación que permite diferenciar distintos estilos de música en función de una variedad de características sonoras, estructurales, temáticas e históricas. Por consiguiente, esta conceptualización da una visión de la complejidad y diversidad de la expresión artística en la música. Cada género musical tiene características únicas que lo distinguen de otros, ya sean, sonoras como lírica o su desarrollo histórico. Dichas singularidades permiten que los géneros musicales sean reconocibles y significativos para los oyentes y musicólogos.

Existe una amplia gama de géneros musicales que abarcan diferentes estilos, desde rock y pop hasta jazz, blues, música electrónica, hip-hop, reggae, clásica y más. Cada uno tiene su propia historia, influencia cultural y comunidad de seguidores que ayudan a enriquecer el panorama musical mundial. La clasificación de géneros musicales no es estática, sino que evoluciona con el tiempo a medida que surgen nuevos estilos y se fusionan diferentes influencias culturales. Esta dinámica de cambio y adaptación refleja la naturaleza creativa y en constante evolución del arte musical.

1.3. Concepto de Industria Musical

En la industria musical se incluye una serie de entidades, empresas y profesionales involucrados en el proceso de producción, distribución y marketing musical. Conviene subrayar que esta conceptualización proporciona una visión integral de la compleja red de actores involucrados en la creación y distribución de obras musicales, así como en la generación de ingresos asociados a estas actividades. Los principales actores de la industria musical son las compañías discográficas, quienes son responsables de producir y promover grabaciones musicales, y los editores musicales encargados de gestionar los derechos de autor y publicar partituras y letras. Además, los órganos rectores desempeñan un papel vital en la gestión de las carreras y logros de artistas y grupos musicales. En relación con este contexto, las plataformas de transmisión de música desempeñan un papel fundamental en la industria musical al brindar servicios de distribución digital a través de Internet. Estas plataformas actúan como intermediario entre los creadores de música y los oyentes, facilitando el acceso a una amplia gama de obras musicales y generando

ingresos a través de suscripciones y publicidad. A su vez, los promotores de conciertos y eventos musicales también son una parte importante en esta industria, dado que organizan presentaciones en vivo y giras de artistas para llegar a una audiencia global. Mediante estos eventos se promocionan a los artistas y álbumes, sin mencionar que constituyen una importante fuente de ingresos para músicos y promotores. Bajo una perspectiva financiera, la industria musical es un campo importante en el que se genera ingresos mediante la venta de licencias musicales y otros servicios relacionados en grabaciones, conciertos, películas, programas de televisión y publicidad. Adicionalmente, la industria de la música fomenta el empleo de una amplia variedad de profesionales, que van desde músicos y productores hasta ingenieros de sonido y agentes de promoción y ventas (Gómez, 2020).

1.4. Factores contribuyentes a la escasez de oportunidades laborales en la música

1.4.1. Inequidad en las remuneraciones

En su artículo, Sabogal (2013) destaca que la remuneración desigual de cantantes y orquestas étnicas por parte de las compañías discográficas representa un gran desafío para la industria musical actual. Esta conceptualización explora cómo esta disparidad económica puede influir en las decisiones de los artistas de producir y grabar de manera independiente, subrayando las implicaciones significativas para la autonomía artística y la diversidad cultural.

El autor manifiesta que, históricamente, los sellos discográficos han desempeñado un papel crucial al proporcionar recursos financieros y logísticos para la producción y promoción musical. Sin embargo, la distribución desigual de las ganancias entre artistas y compañías discográficas plantea preocupaciones, especialmente para músicos locales que a menudo enfrentan dificultades para recibir una compensación justa. Esta inequidad puede atribuirse a contratos desfavorables, estructuras de poder desequilibradas y prácticas comerciales opacas. Como resultado, muchos cantantes y bandas pueden encontrar insuficientes sus ingresos para mantener una carrera musical sostenible y satisfacer sus necesidades financieras básicas. En respuesta, muchos optan por producir y grabar de forma independiente, buscando mayor control y autonomía sobre su trabajo e ingresos. Sabogal menciona que, la tecnología digital ha democratizado enormemente la producción musical, permitiendo a los artistas crear y distribuir música de forma independiente a

través de plataformas en línea y redes sociales. Sin embargo, la transición a la producción independiente presenta desafíos como la falta de recursos financieros, experiencia en negociación y redes de publicidad y distribución. Además, el mercado musical altamente competitivo dificulta que los artistas independientes se destaquen y lleguen a una audiencia más amplia.

En términos más amplios, la desigualdad salarial en la industria musical no solo afecta a los artistas individuales, sino también a la diversidad cultural y la representación. Cuando las consideraciones económicas predominan sobre las artísticas, puede limitar la diversidad de voces y perspectivas que crean y consumen música.

1.4.2. Competencia incrementada

La remuneración desigual de los cantantes y orquestas por parte de las compañías discográficas representa un desafío significativo para la industria musical actual. Esta disparidad económica influye en las decisiones de los artistas de producir y grabar de forma independiente, y tiene implicaciones importantes para la autonomía artística y la diversidad cultural. La disponibilidad de tecnología y la democratización en la producción y distribución de música en línea han transformado profundamente la industria musical, permitiendo a los artistas crear y distribuir su música de manera autónoma a través de plataformas digitales y redes sociales. Sin embargo, este acceso ampliado para los músicos también conlleva nuevos desafíos, como la necesidad de construir y mantener relaciones significativas con los fans a través de diversas plataformas de redes sociales. Según Sabogal (2013), la reducción de costos en la grabación y la facilidad para distribuir música por Internet han permitido a los músicos producir y promover su trabajo de manera más accesible. No obstante, este mismo acceso ha saturado el mercado musical y ha intensificado la competencia por la atención y el apoyo de los oyentes.

En este contexto, los músicos se enfrentan al desafío de destacar entre una multitud de opciones, enfatizando la singularidad de sus creaciones y estableciendo una conexión genuina con su público. El éxito en este entorno competitivo radica en la capacidad de desarrollar y mantener relaciones sólidas con los fanáticos en diversas plataformas de redes sociales, donde el compromiso y la participación son cruciales. Las redes sociales son herramientas fundamentales para los músicos, permitiéndoles compartir música, narrar historias sobre sus canciones, interactuar con sus

seguidores y construir comunidades en línea. La capacidad de interactuar significativamente con los fans no solo fortalece la conexión emocional entre el artista y la audiencia, sino que también fomenta la promoción orgánica y el crecimiento sostenible de la base de seguidores (Sabogal, 2013). En este sentido, mantener una presencia efectiva en redes sociales requiere un esfuerzo continuo y una estrategia cuidadosamente planificada. Los músicos deben dedicar tiempo y recursos a crear contenido relevante y atractivo, responder rápidamente a los comentarios y mensajes de los fans, y mantener una voz auténtica y coherente a lo largo de todas sus interacciones en línea.

1.4.3. Limitaciones Geográficas

Existen limitantes geográficas que agravan la situación de la industria musical en Ecuador. Entre ellas destacan la falta de apoyo social, la incapacidad para proporcionar esquemas de financiamiento, subsidios y apoyo institucional, así como la carencia de políticas públicas e inversión adecuada en cultura y música. Estos factores impiden el desarrollo de la industria y limitan las oportunidades de crecimiento. Adicionalmente, en muchas zonas geográficas del país, la escasez de espacios culturales y de música en vivo dificulta el trabajo de los artistas, especialmente de aquellos que residen fuera de los principales centros urbanos (González, 2008).

1.5. Educación y formación profesional

1.5.1 Importancia

La educación y la formación son clave en el desarrollo de proyectos musicales exitosos. El artículo revisa los pensamientos y conclusiones presentados, enfatizando la necesidad de una adecuada preparación de los músicos que quieran emprender proyectos en la industria musical. El documento subraya que cualquier persona que quiera llevar a cabo con éxito un proyecto musical necesita una formación profesional. Esta formación proporciona las herramientas necesarias para abordar los aspectos técnicos, creativos y comerciales de la industria. Cabe mencionar que, sin la preparación adecuada, será difícil completar las tareas involucradas en la gestión de un proyecto musical. Además, algunos espacios educativos mencionados están diseñados para empoderar a los actores musicales y apoyar el desarrollo de proyectos en la industria. Estos incluyen talleres, cursos

de inmersión y boot camps de emprendimiento musical organizados por diversas instituciones educativas y culturales. Estos programas brindan oportunidades de aprendizaje práctico y establecimiento de contactos, contribuyendo significativamente al crecimiento y la profesionalización de la comunidad musical (Cedano, 2021).

2. Teorías

2.1. Teoría de la competencia imperfecta

La teoría de la competencia imperfecta sugiere que, en mercados con importantes barreras de entrada, como la industria musical, donde históricamente han dominado las grandes discográficas, la competencia puede ser limitada. Esta teoría se refiere a la capacidad de las empresas dominantes para mantener su poder y limitar la entrada de nuevos artistas al mercado. El resultado es una distribución desigual de las oportunidades de empleo, donde los recursos y el reconocimiento tienden a concentrarse en manos de unos pocos actores establecidos, mientras que los artistas emergentes luchan por ingresar a la industria y competir en igualdad de condiciones. Por lo tanto, esta teoría tiene implicaciones significativas para comprender la dinámica laboral en la industria musical. Subraya la importancia de eliminar las barreras de entrada y promover la competencia justa para asegurar un entorno equitativo y dinámico para todos los participantes del sector (Sabogal, 2013).

2.2. Teoría del capital humano

Desde la perspectiva del capital humano, se podría argumentar que la escasez de ofertas laborales en la industria musical podría deberse a una falta de habilidades específicas o a un desarrollo insuficiente del talento entre los artistas. En un mercado altamente competitivo, los artistas que carecen de las habilidades necesarias para destacar pueden enfrentar mayores dificultades para encontrar trabajo (Sabogal, 2013).

2.3. Teoría de la segmentación del mercado laboral

Sabogal (2013) señala que el mercado laboral puede dividirse en diferentes niveles de acceso y oportunidades, lo cual resulta en escasez de oportunidades para ciertos grupos de trabajadores. En el ámbito de la industria musical, esta segmentación se refleja en el desequilibrio entre los artistas independientes y los grandes sellos discográficos, que dominan el mercado. Los artistas independientes a menudo carecen de los recursos financieros y la infraestructura necesaria para competir en igualdad de condiciones con estas empresas, lo que genera una desventaja significativa y limitadas oportunidades de empleo. Este segmento del mercado laboral musical subraya la importancia de eliminar las disparidades estructurales y promover un entorno más inclusivo y equitativo para todos los participantes de la industria, asegurando así un acceso equitativo al empleo y oportunidades de desarrollo profesional.

2.4. Corrupción en países menos desarrollados

En regiones que atraviesan cambios institucionales, como es el caso de los países subdesarrollados, la corrupción burocrática puede actuar como un obstáculo significativo para el progreso, generando efectos adversos que impactan el crecimiento económico de manera negativa (Danaher et al., 2014). La eficiencia con la que las instituciones nacionales responden a las necesidades individuales, a menudo reflejada en la burocracia, puede estar correlacionada con la propensión promedio a la piratería en un país, como lo muestra el concepto de Robin Hood. Esta asociación subraya la importancia de implementar medidas institucionales efectivas para mitigar el comportamiento ilícito de los consumidores, como el intercambio ilegal de archivos, lo cual puede incrementar el potencial de ingresos para los creadores de contenido (Myrthianos et al., 2016).

2.5. Piratería en países subdesarrollados

En cuanto al concepto de compras alternativas, Liebowitz (2006) destaca las implicaciones económicas del intercambio ilegal de archivos. Este fenómeno implica que, al acceder a contenidos sin pagar, se crea un entorno donde los creadores no reciben compensación por su trabajo. Esta práctica, incentivada por la disponibilidad de contenido gratuito, ha generado serios problemas para los ingresos de los creadores de contenido, afectando negativamente su bienestar económico. La

presencia de adquisiciones por poderes subraya cómo las actividades ilegales pueden socavar la viabilidad económica de industrias que dependen de la protección de la propiedad intelectual. Por lo tanto, es crucial abordar las repercusiones económicas y legales del intercambio ilegal de archivos para proteger los derechos de los creadores de contenido y asegurar la sostenibilidad de las industrias creativas (Myrthianos et al., 2016).

3. Estrategias

3.1. Impacto psicológico en la música

La música impacta psicológicamente en varios aspectos de la experiencia humana, desde su capacidad para influir en los estados de ánimo y evocar emociones específicas, hasta la expresión emocional para los oyentes. Además, la música puede actuar como un recurso para el descanso y la relajación, ayudando a reducir el estrés y la ansiedad diaria. También desempeña un papel crucial en el desarrollo de la identidad y en la construcción de conexiones sociales, ya que las personas a menudo se identifican con géneros musicales o canciones específicas que pueden fortalecer su sentido de pertenencia a un grupo o cultura. Sin embargo, es importante reconocer que la música también puede tener efectos negativos. En ciertos contextos, puede evocar recuerdos dolorosos o emociones negativas, lo cual puede ser difícil para personas que están pasando por un trauma o duelo. En sí, los efectos psicológicos de la música son diversos y complejos, con el potencial de impactar profundamente en las emociones y la personalidad de un individuo. Comprender esto es crucial para aprovechar los beneficios terapéuticos de la música y minimizar los posibles riesgos asociados en diferentes contextos, tanto en la investigación como en la práctica clínica (Schoenfeld, 2014).

3.2. Gestión musical dentro de la educación

La gestión cultural emerge como un elemento crucial en la actividad profesional, fomentando la exploración y la curiosidad hacia la música. Este enfoque reconoce la importancia de integrar la gestión cultural en la educación musical, fortaleciendo un entorno académico que destaque el rol de los graduados en la sociedad y en el ámbito musical. Se busca promover la



visibilidad y conciencia de la gestión cultural entre los estudiantes, sensibilizándolos sobre sus capacidades. De igual manera se sugiere reflexionar constantemente sobre las necesidades del entorno, ajustarse a los cambios en un mundo globalizado y comprender cómo estos afectan la preparación profesional de los graduados de las escuelas de música. Además, el autor subraya la importancia de reconocer y promover las competencias y habilidades de los graduados en música, así como comprender el aspecto humano de la profesión. Se enfatiza la necesidad de fomentar el trabajo en equipo, desarrollar habilidades de liderazgo y cultivar relaciones interpersonales sólidas, fundamentales tanto para el éxito en la industria musical como para la preparación integral de los músicos para enfrentar los desafíos del mundo moderno (Calderón Flórez, 2018).

3.3. Apoyo a Emprendimientos Musicales Independientes

Este documento describe varias iniciativas y programas, tanto públicos como privados, destinados a apoyar a las empresas musicales independientes. Los ejemplos incluyen iniciativas como Enfoca, Modulación y Plantario, que tienen como objetivo capacitar a agencias y organizaciones del sector musical para construir y presentar proyectos culturales viables y sostenibles. Estos programas también buscan fortalecer la gestión, planificación y organización de los participantes, contribuyendo así al desarrollo y profesionalización de la industria. Por otro lado, es notable la iniciativa del Ministerio de Cultura de lanzar un diplomado en desarrollo de proyectos y gestión cultural, orientado a fortalecer la capacitación de quienes lideran el dinamismo cultural del país. El objetivo de esta iniciativa es dotar a los participantes de las habilidades necesarias para gestionar de manera eficaz y sostenible proyectos culturales. Además, el documento subraya la importancia de que los graduados en educación musical mantengan una mentalidad abierta hacia diversos géneros musicales, grupos, escenarios y prácticas. Reconocer el valor de estas expresiones en la academia y la sociedad es fundamental para promover la diversidad cultural y fomentar la inclusión en el campo de la música (Schoenfeld, 2014).

3.4. Regulación y Protección de los Derechos de Autor

De acuerdo con Calderón (2018) la regulación y protección de los derechos de autor son esenciales en la gestión cultural, especialmente en el ámbito musical y otras artes. Esto requiere un profundo entendimiento de las leyes y políticas de derechos de autor, así como del contexto legal

y las instituciones responsables de su aplicación. Los gestores culturales deben estar bien versados en estos principios y prácticas para asegurar la protección de los derechos de los autores y artistas. Además, es importante abordar los desafíos de capacitación en este campo. Los profesionales de la gestión cultural deben mantenerse actualizados sobre las políticas y prácticas de derechos de autor, así como sobre los avances legales y tecnológicos que afectan la propiedad intelectual y la distribución de contenido musical digital. Esta preparación es crucial para enfrentar los retos actuales y futuros en la gestión de los derechos de autor.

De acuerdo con la educación musical en la Universidad Nacional de Educación, es relevante considerar la conveniencia de incorporar la gestión de derechos de autor al plan de estudios. Dada la importancia de este tema en el actual panorama musical y cultural, proporcionar una formación integral a los estudiantes en esta área les ayudará a abordar de manera efectiva y responsable las cuestiones legales y éticas relacionadas con la producción, distribución y promoción de la música. La inclusión de la gestión de derechos de autor en el plan de estudios mejorará la preparación académica de los estudiantes y fomentará una cultura de respeto por la propiedad intelectual y la creatividad en la industria musical (Calderón Flórez, 2018).

3.5. Fomento de Espacios Culturales y Plataformas de Exhibición

Se exploraron diversas estrategias utilizadas en la industria musical para promover espacios culturales e instalaciones de exhibición. Estas estrategias incluyen la creación de programas de radio, actuaciones musicales televisadas, revistas online y colaboraciones entre marcas y artistas para promocionar contenidos de manera discreta. También se enfatiza la importancia de la promoción a través de las redes sociales, el uso del marketing en red y la creación de contenido viral para atraer a una audiencia más amplia.

En definitiva, estas estrategias tienen como objetivo llevar música de alta calidad a los medios y al público, explorando nuevas formas de conectarse con los seguidores y utilizando plataformas digitales para llegar a audiencias en todo el mundo. Mediante una combinación de medios tradicionales y digitales, la industria musical busca maximizar su alcance y visibilidad, al mismo tiempo que promueve la diversidad cultural y la accesibilidad. Estas estrategias reflejan la adaptación continua de la industria musical a los cambios en el panorama de los medios y la

tecnología, así como su compromiso con la innovación y la creatividad en la promoción musical (Álvarez, 2015).

3.6. Desarrollo de Políticas Culturales y de Fomento a la Industria Musical

En la industria musical actual se han identificado varios desafíos que requieren estrategias innovadoras para abordarlos. En este contexto, Álvarez (2015) manifiesta que existen siete áreas principales de acción:

- **Adaptarse a las nuevas tecnologías y modelos de negocio:** la transición al streaming y las descargas digitales ha transformado el panorama de la industria musical. Adoptar estas tecnologías es fundamental para seguir siendo rentable y relevante en un entorno cada vez más digital.
- **Transparencia de los sistemas de pagos y regalías:** promover la transparencia de los sistemas de pago y regalías es clave para garantizar una compensación justa y equitativa para los trabajadores creativos. Garantizar la transparencia y la integridad del proceso de compensación generará confianza y colaboración en toda la cadena de valor de la industria musical.
- **Excelencia y relevancia en la industria:** encontrar excelencia y relevancia es esencial para captar la atención y el compromiso de los fanáticos en un mercado saturado de opciones. La innovación y la diferenciación son claves para destacar en un entorno competitivo y dinámico.
- **Priorizar el desarrollo tecnológico:** dar prioridad a los desarrollos tecnológicos en la industria musical es fundamental para impulsar la innovación y la eficiencia en todos los aspectos de la producción, distribución y promoción musical.
- El uso de herramientas y plataformas digitales avanzadas puede aumentar la creatividad y la productividad de los profesionales de la industria.
- La flexibilidad y la agilidad son esenciales para seguir siendo relevantes y competitivos en un mercado en constante cambio.
- **Adoptar la economía colaborativa:** explorar la economía colaborativa puede fortalecer la industria de la música al fomentar la colaboración y el intercambio de recursos entre

diferentes actores de la industria. La colaboración y la sinergia pueden crear oportunidades innovadoras y sostenibles para todos los involucrados.

- **Sistema de pago de licencias digitales mejorado:** mejorar el sistema de regalías digitales es esencial para garantizar una distribución justa y equitativa de los ingresos de la música. La implementación de soluciones efectivas y transparentes en esta área ayuda a proteger los derechos de los artistas y fortalece la industria en su conjunto.

Estas estrategias abordan los desafíos actuales y emergentes que enfrenta la industria musical, creando un entorno sostenible y rentable para los artistas y los sellos discográficos en la era digital. La implementación efectiva de estas medidas puede contribuir significativamente a la reactivación y desarrollo de la industria en un contexto de rápido avance económico y tecnológico (Álvarez, 2015).

3.7. Estrategias para la integración musical en la infraestructura

En el ámbito de la infraestructura cultural y los espacios musicales, el caso de San Miguel se considera un ejemplo destacado de la integración de la música y el branding. Este caso ilustra la implementación exitosa de varias estrategias para fortalecer la conexión entre una marca y la música. Estas estrategias incluyen programas de radio, actuaciones musicales en televisión y revistas en línea, todas destinadas a aumentar el conocimiento de la marca San Miguel y enriquecer el panorama cultural al proporcionar una plataforma para artistas emergentes y establecidos. Además, la organización de conciertos acústicos y eléctricos se considera parte de las estrategias de promoción e ingresos de los artistas. Este caso muestra la importancia de que las marcas colaboren con la industria musical en la creación de espacios culturales y oportunidades para los músicos. Asimismo, enfatiza el importante papel de las marcas como intermediarias en la distribución y promoción de la música, contribuyendo tanto al desarrollo artístico como al fortalecimiento de la identidad de la marca en el mercado (Álvarez, 2015).

3.8. Promoción de la formación profesional y técnica

Álvarez (2015) menciona diversas estrategias para promover el crecimiento de la industria musical, especialmente en el ámbito digital. Aunque no se mencione directamente a la promoción

de la formación profesional, existen ideas que podrían ser aplicadas en este contexto. En este sentido, una estrategia clave es adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado. La industria musical enfatiza la importancia de plataformas digitales como el streaming, la radio por Internet y el uso extendido de redes sociales, incluyendo plataformas como YouTube. Del mismo modo, en la promoción de la formación profesional, es crucial aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa.

Otro aspecto crucial que se señala es la creación de contenido personalizado y atractivo. En el ámbito musical, esta idea se materializa en aplicaciones como iLetters, que ofrecen a los usuarios una experiencia enriquecida con letras autografiadas por los artistas. En la educación profesional, esta misma idea puede aplicarse mediante el desarrollo de contenido de aprendizaje personalizado y de alta calidad, que motive a los estudiantes y los haga sentir parte de una experiencia única.

Además, el documento destaca estrategias para colaboraciones con marcas y la organización de eventos en vivo. Estas actividades pueden adaptarse para promover la formación profesional, estableciendo alianzas con empresas, organizando eventos de aprendizaje interactivos y proporcionando experiencias prácticas que enriquezcan el proceso educativo de los estudiantes. Estas estrategias son fundamentales para aumentar la visibilidad y relevancia de la formación profesional en un entorno cada vez más digital.

3.9. Implementación de programas de apoyo y financiamiento para emprendimientos musicales

Schoenfeld (2014) describe la situación de la industria musical ecuatoriana, especialmente en el género de música electrónica, como rezagada, los artistas enfrentan serias dificultades para obtener apoyo financiero y promover sus proyectos musicales. Menciona que la carencia de infraestructura musical dificulta el acceso a fuentes tradicionales de financiación, como sellos discográficos o compañías de discos. No obstante, los artistas han optado por la autogestión, aprovechando las tecnologías de la información y la facilidad de distribuir música por Internet como estrategia para darse a conocer. Frente a este panorama, implementar programas de apoyo y financiamiento dirigidos específicamente a artistas de música electrónica sería beneficioso para el desarrollo de los negocios musicales en Ecuador. Estos programas podrían incluir subvenciones para producción musical y gestión de eventos, así como estrategias de promoción online y

distribución musical a través de plataformas virtuales. Además, es crucial considerar la financiación de la educación y la formación en gestión musical y marketing para fortalecer las habilidades de autogestión de los artistas y aumentar su éxito en entornos digitales y competitivos. Evaluar la efectividad y el impacto de estas iniciativas en el desarrollo de la industria de la música electrónica en Ecuador proporcionará información valiosa para la creación de políticas efectivas y programas de apoyo que respondan adecuadamente a las necesidades de esta industria en evolución.

4. Metodología

Para este estudio, se utilizó la metodología de sistematización PRISMA, lo que garantiza información precisa y contextualizada con el objeto de estudio, considerando cada una de sus fases:

4.1. Fase 1: Identificación

Se identificaron aproximadamente 48 registros relevantes. La mayoría de los artículos fueron encontrados utilizando el motor de búsqueda Filetype y operadores booleanos como AND, OR y NOT, con un total de 12 artículos registrados, de los cuales 11 procedían de repositorios universitarios, además, se localizaron 27 artículos mediante diversos criterios booleanos.

4.2. Fase 2: Cribado

Una vez identificados los datos se procede a la fase de cribaje, que permite analizar profundamente cada estudio consultado, para identificar elementos duplicados y eliminados. En este proceso se identificaron los siguientes datos: se registraron 26 documentos y se eliminaron 22.

4.3. Fase 3: Idoneidad

En esta fase se genera un espacio selectivo de información con base en el objetivo de investigación, se seleccionaron registros para evaluar su elegibilidad, obteniendo los siguientes resultados: tras la lectura selectiva, se conservaron 8 artículos. Por otro lado, se excluyeron 15 artículos por las siguientes razones: 6 de ellos se relacionaban con el estudio de aversión al riesgo

y no a la pérdida, 3 no eran estudios empíricos o no identificaban regiones específicas, y finalmente, 6 artículos se excluyeron por salir del contexto económico o utilizar tareas de difícil interpretación.

4.4. Fase 4: Inclusión

Una vez realizadas las fases de identificación, cibaje e idoneidad, se han seleccionado 8 artículos tras la revisión sistemática:

- **Artículo 1:** El artículo denominado **“La renovación de la musicología en América Latina a través de los estudios en música popular es un campo de estudio en constante evolución y relevancia”** pretende analizar los desafíos y oportunidades que surgen en la intersección de diversas disciplinas, con el objetivo de contribuir a establecer perspectivas latinoamericanas en la musicología contemporánea. Al examinar en detalle los marcos teóricos y metodológicos utilizados en los congresos profesionales, se busca profundizar en la comprensión de la música popular como un fenómeno complejo y multifacético. Además, enfatiza la importancia de desarrollar métodos analíticos específicos que consideren la diversidad de voces, textos literarios y escénicos en este campo de estudio. El objetivo final es promover el diálogo interdisciplinario y enriquecer la comprensión de la música popular latinoamericana y su papel en la configuración de la identidad cultural y social de la región.
- **Artículo 2:** **“Impacto de la Servitización Digital en la Industria Musical: Un Estudio de la Actitud y Comportamiento del Consumidor”** Este estudio examina el impacto de la servitización digital en la industria de la música, con especial énfasis en las actitudes y el comportamiento de los consumidores. Los resultados sugieren una tendencia "Robin Hood" entre los consumidores de música digital, especialmente en países con instituciones burocráticas sólidas. Estos hallazgos resaltan la importancia de combinar esfuerzos regulatorios con estrategias educativas para abordar el comportamiento del consumidor en entornos digitales.
- **Artículo 3:** El objetivo del artículo **“En Experiencia de Desarrollo de un Proyecto Musical en el Ecosistema de la Industria Musical”** fue integrar la experiencia empírica y el conocimiento conceptual con la gestión de proyectos musicales, enfatizando la

importancia de enriquecer el proceso artístico con herramientas que permitan desarrollar una mejor práctica musical. Se destaca la importancia de incorporar este tema en la formación musical profesional, considerando la evolución de la industria musical y las oportunidades actuales para artistas y emprendedores musicales. El modelo de secuencia propuesto muestra la interacción del proyecto musical, el apoyo de la industria musical y la realización de objetivos comunes.

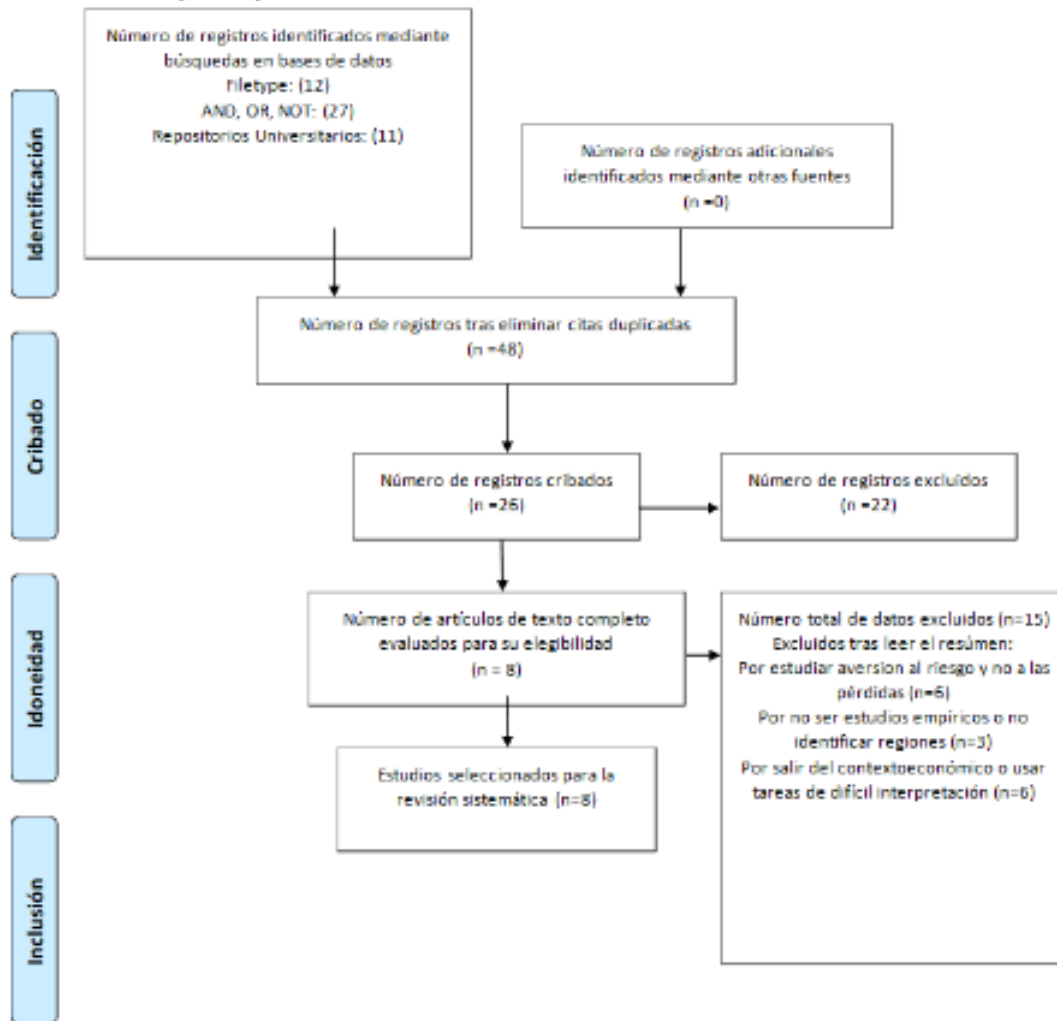
- **Artículo 4:** El artículo titulado “**La Industria Musical, la Cibernética y el "Streaming": Un Análisis de la Evolución Musical desde los Años 80 hasta la Actualidad**” tiene como objetivo investigar el impacto de la digitalización en la industria musical, centrándose en el surgimiento y evolución de plataformas de streaming como Spotify y Apple Music. Para lograr esto, se empleó un enfoque metodológico mixto que combina análisis de datos cuantitativos sobre el crecimiento de las plataformas de streaming con entrevistas cualitativas realizadas a expertos de la industria musical. La conclusión resaltó la importancia de adaptarse a los cambios tecnológicos en la industria musical, destacando cómo las plataformas de streaming han transformado la forma de consumir y distribuir música, así como las implicaciones para los artistas y la sostenibilidad económica del sector.
- **Artículo 5:** En el estudio “**La Industria Musical y las Redes Sociales: Estrategias Digitales para Promocionar su Música en la Web**” se examina la evolución de la industria musical en la era Web 2.0, centrándose en las estrategias de marca, el marketing y la influencia de las redes sociales. Se destaca el giro hacia las industrias creativas, el papel crucial de la tecnología en la distribución musical y la importancia de la autopromoción de los artistas a través de plataformas como YouTube y las redes sociales. Además, se analizan los desafíos y oportunidades que las plataformas digitales ofrecen a los músicos, así como el panorama cambiante del consumo de música.
- **Artículo 6:** En “**La Música como Profesión: Una Aproximación desde el Caso de la Escuela Universitaria de Música**” se explora la cuestión de la música como profesión utilizando métodos cuantitativos y cualitativos. Para ello, se emplearon análisis de segmentación de datos secundarios y entrevistas a estudiantes. Los resultados revelan la

conexión entre el trabajo de los estudiantes y sus carreras, así como sus percepciones subjetivas sobre sus trayectorias profesionales. Además, se revisa el concepto de capital cultural de Bourdieu y se hace referencia a investigaciones nacionales e internacionales relevantes.

- **Artículo 7:** El artículo “**Formalización de la Carrera de Música a Nivel Universitario en Quito**” pretende analizar la importancia de combinar la educación académica con la creatividad musical. Los métodos utilizados incluyeron investigación documental, recolección de evidencia mediante entrevistas y encuestas, y métodos descriptivos y cualitativos. Se encontró que la educación musical formal e informal desempeña un papel fundamental en el desarrollo de habilidades creativas y artísticas, destacando la necesidad de integrar ambos enfoques para brindar una educación musical significativa.
- **Artículo 8:** “**El estancamiento de la industria musical en Guayaquil**” de José Segarra, examina los factores que influyen en el desarrollo de los músicos en Guayaquil. La falta de inversión, el apoyo limitado de los medios y la piratería se consideran amenazas a las carreras musicales y al crecimiento de la industria local. El estudio combina enfoques histórico-lógico, analítico-sintético e inductivo-deductivo para identificar obstáculos específicos en esta ciudad y proponer soluciones. Se enfatiza el valor de la práctica artística como constructora de cultura, enfatizando la necesidad de abordar cuestiones que aseguren el desarrollo sostenible en el sector de la música. El trabajo de Segarra ofrece una perspectiva crítica sobre la situación actual, destacando la urgencia de tomar medidas para superar los obstáculos y mejorar la profesionalidad de los músicos locales. Este análisis proporciona una base sólida para futuras investigaciones y acciones encaminadas a revitalizar la escena musical de la ciudad.

4.5. Porcentaje total de elementos sistematizados

Se analizaron 48 artículos y, tras aplicar la metodología PRISMA, se categorizaron 8 como idóneos, lo que representa el 16.66% del total de artículos revisados.



Nota: Dávila J. (2024): Sistematización metodología PRISMA.

Conclusiones

La investigación sobre la escasez de oportunidades laborales en la industria musical ecuatoriana reveló varias conclusiones significativas, tanto a nivel social como competitivas a nivel global. Debido a la insuficiente inversión en educación musical, existe un escaso interés entre los jóvenes del país por esta área. Muchos productores profesionales en la industria nacional han tenido que aprender de manera autodidacta. Además, la saturación de música independiente dificulta que los sellos musicales locales alcancen visibilidad en el mercado principal. Asimismo, Ecuador, junto

con otros países en desarrollo, enfrenta el desafío de la piratería, lo que desvaloriza considerablemente el trabajo de autores y productores discográficos.

En cuanto a soluciones propuestas para fomentar empleos en el campo musical, es crucial diversificar las carreras dedicadas a la música más allá de las ingenierías en sonido para evitar que los estudiantes prefieran estudiar en países más competitivos. Impulsar el talento nacional debería ser una prioridad, ya que la industria musical solo puede prosperar si cuenta con un público que consuma sus productos. Implementar programas continuos de promoción para la industria musical ecuatoriana podría incrementar tanto la oferta como la demanda, fortaleciendo así la competencia artística en toda Latinoamérica.

Conflicto de intereses

Los Autores no tienen ningún conflicto de interés relacionado con la presente investigación; por lo que permiten el uso y divulgación a través de la revista Ciencia Surcos (by).



Para citar el presente artículo: Dávila, J. Et, al. (2024). La escasez de oportunidades laborales para profesionales dentro de la industria musical en Ecuador. Revista Ciencia Surcos. II edición.

Referencias bibliográficas

Álvarez Rubio, C. (2015). La reinención de la industria musical: nuevos caminos para la comercialización de los productos musicales.

Anchatuña López, Y. M. (2022). *El juego rítmico y la memoria visual de los niños de 4 a 5 años* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Educación Inicial).



**Revista Digital de Divulgación Científica Ciencia Surcos
(Edición II – 2024)**

- Angulo Granda, A. T. (2016). *Del escenario al ciberespacio: colaboración y comunidad digital en las nuevas prácticas de visibilización de tres bandas de música alternativa de Quito en redes sociales* (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador).
- Angulo Granda, A. T. (2019). *La difusión de la música alternativa en la comunidad virtual*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Arcos Vargas, A. (2008). *Industria Musical en Colombia: una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones*.
- Asuaga, C. (2011). *La cultura en el Uruguay. Una mirada desde las Ciencias Económicas*. Vol I.
- Balmaceda, P. (2006). *Análisis Económico de la Industria Discográfica. Seminario de título Ingeniería Comercial, mención Economía. Santiago de Chile*.
- Barberà, A. R. (2010). *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano* (Vol. 30). Ediciones Akal.
- Calderón Flórez, V. S. (2018). *La gestión cultural en el desarrollo profesional del Licenciado en Música. Experiencias de cinco egresados de la Licenciatura en Música de la Universidad Pedagógica Nacional*.
- Calle Pensánte, S. (2016). *Plataforma digital de promoción y difusión musical*.
- Campoverde, P., & Rennella, P. (2021). *El Movimiento Musical Indie En El Ecuador y Sus Prácticas Comunicativas Durante El Confinamiento Por La Pandemia Del COVID-19. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO, Quito*.
- Cannova, M., Chambó, J., Pons, R., & Zagrakalis, A. (2015). *El sonido del botón rojo. La producción musical de América latina en el marco del panamericanismo*. Revista X Jornadas Nacionales de investigación en Arte en Argentina y América latina.



**Revista Digital de Divulgación Científica Ciencia Surcos
(Edición II – 2024)**

- Castaño Palacio, J. C. (2022). Plataforma Cultural Sonamos Latinoamérica Antioquia: un plan estratégico de gestión 2023–2027, para la construcción de conocimiento en torno a las Músicas Latinoamericanas.
- Cayón, G. M. D. (2009). *Trabajo de grado para optar por el título de: “Comunicador (a) Social, énfasis: organizacional”* (Doctoral dissertation, PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA).
- Cedano Montoya, D. A. (2021). Experiencia de desarrollo de un proyecto musical en el ecosistema de la industria musical.
- Celentano, E. ¿Mainstreaming Migration para la gobernanza inclusiva de las migraciones? Un estudio sobre la escuela pública italiana.
- Díaz Fernández, S. (2021). Subversión, postfeminismo y masculinidad en la música de Bad Bunny.
- de la Fuente, M. (2020). Cómo funciona la música. David Byrne. *EU-topías. Revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*, 155-156.
- Díaz, N. (2016). Centro de difusión de la música y danza afroperuana”. *EL CARMEN-CHINCHA*.
- Faure Carvallo, A., Gustems Carnicer, J., & Navarro Calafell, M. (2020). Producción musical y mercado discográfico: homogeneización entre adolescentes y reto para la educación. *Revista Electrónica de LEEME*, 2020, num. 45, p. 69-87.
- Fernández, A. F. A. (2023). La música popular como poder blando cultural. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 18(1), 17-36.
- GARCIA PEREZ, M. E. R. C. E. D. E. S. (1997). Catalogación y análisis de la producción musical de resurrección María de Azkue y Aberasturi (Doctoral dissertation, Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea).



**Revista Digital de Divulgación Científica Ciencia Surcos
(Edición II – 2024)**

- González, J. P. (2008). Los estudios de música popular y la renovación de la musicología en América Latina: ¿La gallina o el huevo? *Trans. Revista Transcultural de Música*, (12).
- Hidalgo Verdezoto, M. N. (2016). *Utilización de la técnica de grabación binaural como herramienta de producción en EP de tres temas de música contemporánea* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016).
- Hidalgo Quintuña, E. J. (2023). *La relación laboral de los músicos ecuatorianos y la inaplicación de las prestaciones legales* (Bachelor's thesis, Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas. Carrera de Derecho. Abogado de los Tribunales de la República.).
- Jimenez Martinez, D. (2020). Acercamiento a los perfiles de los profesionales de la música en Tenerife: Análisis y características del sector.
- Myrthianos, V., Vendrell Herrero, F., Bustinza Sánchez, Ó. F., & Parry, G. (2016). How does music as a digital service affect consumer attitude and behaviour?. *Universia business review*, 2016, 182-182.
- Mora, F. (2018). De cera y goma-laca: La producción de música española en la industria fonográfica estadounidense. Consejo Internacional de Organizaciones de Festivales de Folklore y de las Artes Tradicionales.
- Moreno, F., & Quiña, G. M. (2018). La industria musical argentina en tiempos del negocio digital: un análisis del lugar de las NTICs en las prácticas y discursos de sus actores. *Hipertextos*, 6.
- Marinas, L. (2019). Mujeres en la industria musical: políticas públicas para la participación, la visibilidad y la igualdad.
- Olea Inga, R. H. (2019). Exportación de música peruana a Hispanoamérica para incentivar el desarrollo de la industria de la música peruana a través de Marca Perú 2015-2018.



- Pilao Rodríguez, Á. (2020). La industria musical, la cibernética y el "streaming". Un análisis de la evolución musical desde los años 80 a la actualidad.
- Petrozzi, C. (2010). Identidades en la música peruana del cambio de milenio. El caso de Circomper. *Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas*, 5(2), 43-59.
- Pazmiño Carrera, A. C., & Pins León, A. M. (2016). *Campaña publicitaria para la banda musical ecuatoriana KROMA* (Bachelor's thesis, Quito: USFQ, 2016).
- Quiña, G. M. (2011). Cultura y hegemonía en el capitalismo contemporáneo: Sobre la necesidad de una mirada crítica en los estudios culturales latinoamericanos.
- Rodríguez Acurio, A. A. (2020). *Los medios visuales y la difusión de la música alternativa en la ciudad de Ambato* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño y Arquitectura. Carrera de Diseño Gráfico Publicitario.).
- Reyes Castillo, V. (2019). Detrás de la música. El productor musical: Un artista moderno.
- Sabogal, F. (2013). La industria musical y las redes sociales: Estrategias digitales para promocionar su música en la web. *Pontificia Universidad Javeriana*, 66.
- Salvado, M. A. (2020). Rasgos estilísticos del reggaetón mainstream, una aproximación desde la producción musical. *Etno: Cuadernos de Etnomusicología*, 15(2), 130-156.
- Sánchez Fernández, S., & Muñoz Franco, J. C. (2022). La producción musical profesional independiente en Medellín.
- Schoenfeld, A. G. Sentido y práctica en torno a la producción musical electrónica en el Ecuador.
- Segarra García, J. (2011). ESTANCAMIENTO DE LA INDUSTRIA MUSICAL EN GUAYAQUIL (Bachelor's thesis).



**Revista Digital de Divulgación Científica Ciencia Surcos
(Edición II – 2024)**

- Sosa, M. (2014). La música como profesión: una aproximación desde el caso de la Escuela Universitaria de Música. *Trabajo presentado en las XIII Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR, Montevideo*, 15-17.
- Soler-Campo, S., & Saneleuterio, E. (2022). Estudiar música y dedicarse a ello. ¿Qué factores dificultan el camino a la profesionalización a las mujeres músicas? *Artseduca*, 2022, vol. 31, p. 129-142.
- Shifres, F., & Rosaba-Coto, G. (2017). Hacia una educación musical decolonial en y desde Latinoamérica. *Revista Internacional de Educación Musical*, 5, 85-91.
- Valdivieso Villacís, J. M. (2015). *La formalización de la carrera de música a nivel universitario en la ciudad de Quito* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2015).
- Villamizar Rivera, G., & Barajas Flores, T. (2021). Marketing cultural: En la industria de la música clásica en Colombia.
- Vega, C. (2014). *Impacto de los medios alternativos en la difusión de la música alternativa independiente ecuatoriana. Caso de Estudio: Radio COCOA* (Doctoral dissertation, Tesis de Licenciatura).
- Villota, M. F. E. (2014). La educación musical en Latinoamérica: Reflexiones entre la estética decolonial y altermoderna. *Estudios Latinoamericanos*, (34-35), 41-50.
- Yánac Talaverano, D. F. (2018). Inserción en el mercado laboral de los egresados de la especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

¡Divulgar Ciencia para Cambiar el Mundo!

En un mundo en constante evolución, la investigación se erige como el pilar fundamental para transformar y mejorar la realidad educativa en todos sus ámbitos, por lo tanto; no solo se trata de transmitir conocimientos, sino de fomentar un pensamiento crítico y una cultura de investigación que permita a docentes, estudiantes y autoridades encontrar soluciones innovadoras a los desafíos actuales. En esta segunda edición de Ciencia SURCOS, destacamos la importancia de la investigación como herramienta esencial para la construcción de una educación de calidad, inclusiva y adaptada a las necesidades de nuestra sociedad.

A través de nuestras páginas, compartimos experiencias, estudios y reflexiones que invitan a la comunidad educativa a sumarse al compromiso de investigar para cambiar realidades. Creemos firmemente que el conocimiento generado desde nuestras aulas puede y debe impactar positivamente en la formación de individuos capaces de enfrentar y superar los retos actuales, les invitamos a todos a ser parte activa de este movimiento transformador, haciendo de la investigación una práctica cotidiana y fundamental en nuestro quehacer educativo.

Atentamente,
Comité Científico CS II Ed. 2024



**CIENCIA
SURCOS**

REVISTA CIENTÍFICA EDUCATIVA
EDICIÓN II
2024 / 2025

ISBN: 978-9942-7105-2-9

