

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**ESCUELA CIENCIAS SOCIALES,  
PUBLICIDAD**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS JÓVENES DE 18 A  
24 AÑOS, RESIDENTES DEL GAM, PARA APOYAR LA  
MÚSICA NACIONAL COSTARRICENSE DEL GÉNERO  
POP.**

**GÉNESIS LEÓN ROJAS**

**SAN JOSÉ, ABRIL 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

La música en general permite a los artistas expresar su sentir, sus vivencias y su cultura, por tanto, existe una estrecha relación entre la música y los jóvenes en la sociedad ya que los músicos se basan en su contexto social para crear música y los jóvenes desean identificarse con expresiones artísticas que interpreten sus vivencias, al crear música los músicos toman en cuenta el ritmo, las letras y estructura. Pero, ¿Estarán tomando en cuenta todos los factores para que su música sea un éxito?, los jóvenes ven mucho más allá de las melodías o letras ya que estos mismos pasan tiempo con sus amigos, universidad o trabajo y se encuentran en una edad donde se definen como personas en sus gustos y preferencias.

La música nacional costarricense cuenta con grandes exponentes entre ellos Marfil, Mal País, Gandhi, Los Ajenos, entre muchos otros más, que han dejado huella en el mercado musical costarricense; pero aun así ¿Estos habrán explotado todo su potencial para el éxito? Es necesario saber que quiere escuchar y ver el mercado joven en Costa Rica en cuanto a música para que de esta forma los músicos nacionales puedan tomar decisiones que los lleve al éxito, es importante saber cuáles son los factores que influyen en los jóvenes, para apoyar la música nacional costarricense del género pop, y así generar más afinidad e identificación por parte de los jóvenes con la música nacional costarricense, por tanto es necesario realizar una propuesta de mejora para poder orientar al mercado musical y acercar al público joven a la música costarricense por lo que se plantea realizar un plan integrado de comunicación que será generado gracias a los resultados de la investigación y las conclusiones de la misma.

## Tabla de contenido

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	10
Planteamiento del problema de la investigación .....	10
Objetivos de la Investigación .....	11
Justificación de la investigación.....	12
Antecedentes de la investigación .....	13
Proyecciones de la investigación.....	16
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	17
1. Cultura musical .....	17
2. Géneros musicales .....	20
3. Música del género POP .....	25
4. Música costarricense.....	27
5. Música costarricense del género POP.....	31
6. Gustos y preferencias de la población joven.....	33
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
Enfoque de la investigación .....	37
Método de investigación .....	37
Muestra de la investigación.....	39
Instrumentos de medición de la investigación.....	41
Proceso para la recolección de datos .....	42
Método de análisis de los datos.....	49
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	50
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	66
CONCLUSIONES .....	66
RECOMENDACIONES .....	68
CAPÍTULO VI: PLAN DE COMUNICACIÓN.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	87
ANEXOS.....	90
ANEXOS CAMPAÑA.....	105

**Tabla de figuras**

Figura 1.....	43
Figura 2.....	44
Figura 3.....	45
Figura 4.....	46
Figura 5.....	47
Media mix.....	79

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Planteamiento del problema de la investigación

Esta investigación tiene como fin ayudar y orientar a los músicos nacionales del género pop, en vista de que parecen existen muchos prejuicios alrededor de estos cómo su profesionalismo, porque como músicos no tienen que graduarse de una universidad para poder ejercer y popularmente se comenta que ellos no son profesionales y que solamente pierden el tiempo.

Al igual que el prejuicio anterior existen otros dos muy importantes: uno es la creencia de falta de planes de comunicación y otro la calidad de sus producciones audiovisuales. Tales planteamientos se consideran hipótesis y no es posible aseverar nada, ya que con esta investigación podremos descubrir si estos pensamientos son reales o no.

Cómo se mencionaba anteriormente esta investigación tiene como fin ayudar a los artistas que se dediquen a la música original nacional del género pop, ya que puede ser que no reciban el apoyo que merecen, y no necesariamente por tener malas composiciones.

También ayudaría la investigación a que la música pop nacional pueda ser escuchada por más jóvenes dentro y fuera de Costa Rica, ya que se espera responder a la inquietud sobre si hay algunos factores que están siendo deficientes en las producciones musicales.

Además, para orientar a los músicos nacionales del género pop para que puedan tener un mejor apoyo por parte de los jóvenes costarricenses, y que puedan forjar una carrera mucho más sólida en la música pop.

Este estudio es viable, aunque parece no existe un interés de la población para ayudar a realizar la investigación, por otro lado hay varios músicos nacionales que se dedican a

interpretar música nacional del género pop tales como: Walter Antioco, Angie Valverde, Xiomara Ramírez, Vanessa González, Debi Nova, Percance, Ghandi y Los Ajenos.

Una de las deficiencias que pudieran tener los artistas nacionales podría ser su manera de comunicarse con su público, pues uno de los factores generadores de éxito o bien de adeptos es el uso eficiente de los canales de comunicación dentro de los que de alguna manera se espera que el cantante sea parte de la vida de un fan, es decir, que se genere cierto vínculo.

Por lo anteriormente descrito, se desea responder el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles factores influyen en los jóvenes de 18 a 24 años para apoyar a la música original costarricense del género pop, en San José?

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Definir los factores que influyen en los jóvenes entre los 18 y 24 años de edad, a la hora de apoyar la música nacional del género pop, en el GAM durante el año 2017.

#### **Objetivos específicos**

- Analizar los gustos y preferencias de la población joven del GAM, relacionados con la música y los diferentes géneros de esta que se ofertan en la actualidad.
- Describir los factores presentes en la música costarricense del género pop en el nivel de estructura y de contenido.
- Determinar aquellos factores de la música costarricense del género pop, que funcionan como elementos de preferencia por parte de la población joven del GAM.

### **Justificación de la investigación**

Si los músicos costarricenses del género pop pudieran tener un panorama más amplio de cómo se maneja su imagen y lo que su mercado meta percibe de ellos y ellas, para sus próximos lanzamientos podrían considerar esos aspectos y así lograr una mayor audiencia y un mayor apoyo en sus carreras artísticas.

Para que los artistas conozcan los distintos factores que pueden influir a la hora de recibir apoyo, será útil saber cuáles son los elementos que determinan tal decisión, los músicos podrían tomarlo en cuenta para analizar sus canales de comunicación y otros elementos dentro de su propuesta y ver si ocupan cambios en algún área.

Los costarricenses se pueden sentir identificados con los artistas que al convertirse en personas exitosas y figuras públicas de nacionalidad costarricense eso genera orgullo en la población, al apreciar la calidad de artistas que son de Costa Rica.

La investigación es relevante socialmente, debido a que los costarricenses se pueden sentir identificados con los artistas al convertirse en personas exitosas y figuras públicas de nacionalidad costarricense, eso genera orgullo en la población, al apreciar la calidad de artistas que son de Costa Rica.

En implicaciones prácticas esta investigación ayudaría a aumentar o generar apoyo hacia los músicos nacionales del género pop, ya que por distintos factores no reciben el apoyo que ellos deberían de poseer.

Los costarricenses se pueden sentir identificados con los artistas que al convertirse en personas exitosas y figuras públicas de nacionalidad costarricense, eso generan orgullo en la población, al apreciar la calidad de artistas que son de Costa Rica.

Tanto músicos como otros artistas, podrían ampliar su panorama y conocer que el apoyo de las personas puede verse afectado por factores no tan relacionados con su trabajo en sí.

El lapso de investigación para el informe final de este documento es de diez semanas, que es el tiempo estipulado por la universidad, para realizar la investigación.

### **Antecedentes de la investigación**

Según la Real Academia Española, En la terminología del pop es se refiere a un estilo musical de origen angloamericano nacido al final de los años cincuenta del siglo XX, caracterizado por la creación de canciones de ritmo marcado acompañadas de instrumentos eléctricos y batería, y que busca lograr una grandifusión comercial (Real Academia Española, 2016).

En la historia de la música pop se encuentra que el término “pop”, derivado del inglés “popular music”, que surgió ya en 1926 en Estados Unidos como concepto opuesto a los géneros musicales clásicos, para describir una canción con mucha popularidad y gancho para un gran público, se denominaba la “pop song” (Höchemer, 2014) .

La historia del mercadeo es un poco confusa y controversial, sin embargo Jaime Pérez dice que es importante identificar que su finalidad principal es la conexión entre la oferta y la demanda, presupuesto del equilibrio del mercado; lo cual nos remonta a épocas muy remotas, aún antes de Cristo, en las cuales las comunidades ya se especializaban en la elaboración o el cultivo de diferentes productos, debido a condiciones climáticas y de suelo, así como al

talento natural de producción, de forma que dejaran de ser autosuficientes para cubrir sus necesidades básicas y encontraran en el intercambio o comercialización. La solución para suplir otras necesidades (Perez Posada, 2015).

Teóricamente la producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión. Abarca desde aspectos financieros (el capital), recursos técnicos y logísticos (los medios) hasta qué tareas se hacen cada día (el trabajo) (Hurí, 2014).

En la historia se plantea que El audiovisual es una industria cultural que reúne los requisitos esenciales para ser considerada como tal. Aunque todavía despierte cierto recelo el uso de esta expresión porque une dos conceptos que provienen de fuentes contrapuestas, dado que “industria” alude al proceso económico de producciones de bienes materiales y “cultura”, a una actividad creadora de contenidos simbólicos, en las últimas décadas, el término se ha incorporado definitivamente al lenguaje de las ciencias sociales (Madedo, 2013) .

De la producción musical se puede aportar que es quien “engloba toda una serie de procesos que podrían abarcar desde la propia creación de la idea musical hasta su plasmación en el soporte de grabación (CD, casete,...).Y cumple con un proceso de composición, grabación, mezcla y masterización” (INTEF, 2010).

La tesis de la Universidad Pedagógica Nacional, México que tiene como tema: ¿Qué hace la música pop con los adolescentes?, expresa que hay una fuerte estereotipación negativa por parte de los adolescentes hacia a quienes les gusta la música pop en español, ya que los consideran “fresas”, superficiales y “personas cerradas” a comparación de otras propuestas musicales (Gomez, 2009).

La investigación: Industrias culturales y música pop: ¿productoras de jóvenes consumidores?, de la Universidad Autónoma Metropolitana, México. Delimita que para la juventud el pop es una música que desempeña un papel importante en sus sentimientos, en sus relaciones sociales, en conformar grupos de amigos y divertirse. Este género es una forma de interacción a través del baile, de expresión de sus sentimientos; quizá por tal motivo a los hombres no les gusta decir abiertamente que les gusta el pop, que lo escuchan, para que no se les relacione con cuestiones sentimentales, cursis (Noriega, 2007).

La tesis denominada: Existencia y estructura de planes de mercadeo para las producciones musicales de artistas nacionales pertenecientes a ACAM, durante el año 2011, de la Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica. Con respecto al objetivo, que plantea determinar los diferentes canales de distribución que utilizan los artistas pertenecientes a ACAM para las producciones de este tipo, se puede concluir que en Costa Rica existe un déficit de disco- tiendas, por lo que la mayoría de artistas nacionales vende sus producciones en los mismos puntos de venta (Mata, 2012).

No obstante, las casas disqueras internacionales (Universal Music y Sony BMG) llevan ventaja a la hora de ofrecer sus discos en algunos comercios, debido a que su nombre es sinónimo de éxito en ventas para muchos distribuidores. Por otra parte, el hecho de que las producciones de artistas nacionales sean independientes, generan cierta desconfianza por lo que no se le da tanto respaldo o apoyo, como si la tienen aquellas producciones respaldadas bajo sellos disqueros.

Elementos comunicacionales que inciden en la aceptación de un solista costarricense del género “pop”, Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica. La mayoría de los managers concordaron en que lo que genera lealtad o fans en la construcción de la marca de una artista pop

es crear un balance adecuado ente el look del artista y la propuesta musical de este. Se deben compensar y no distanciar. También acotaron que se deben producir melodías llamativas, y que la dirección de la imagen del artista debe ser bien manejada. (Chinchilla, 2015)

### **Proyecciones de la investigación**

La investigación planteada resulta conveniente para los músicos costarricenses del género pop, ya que les permitirá tener un panorama más amplio para sus próximos lanzamientos y para el mantenimiento de la música que poseen, así podrán tener una mayor audiencia y un mayor apoyo en sus carreras artísticas.

Esta investigación ayudaría a aumentar o generar apoyo hacia los músicos nacionales del género pop, ya que por distintos factores no reciben el apoyo que ellos deberían de poseer.

Con la investigación se quiere determinar cuáles son los factores presentes en la música pop que influncian a los jóvenes para apoyar este género musical.

En otro objetivo lo que se espera es analizar los gustos y preferencias de estos jóvenes para poder obtener una buena base de sus percepciones y así poder entender mejor el problema.

En uno de los objetivos se pretende describir estos factores a nivel de estructura y contenido de la música pop nacional.

Y por último se espera determinar los factores que funcionan como elemento de preferencia para estos jóvenes.

## CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

### 1. Cultura musical

Los antecedentes en la cultura musical provienen desde la edad media y esta siempre ha sido fundamental en la historia de la humanidad.

“La cultura musical será entendida como el conjunto de procesos que en lo artístico, lo económico y lo social se interrelacionan para hacer posible la creación, la circulación y el consumo masivo de la música” (Fernández Medina, 2012, p. 1).

La música es más que solo entretenimiento, es un estilo de vida, una forma de ver el mundo, de entender parte de lo que representa la existencia del ser, “la necesidad de crear y escuchar música es el rasgo más misterioso y admirable de la humanidad” (Hormigos Ruiz, 2008, p. 1).

La música ha existido y ha sido parte importante de la humanidad desde hace mucho tiempo atrás la etimología deriva de la palabra “musa” que en la mitología griega se refería a las “...deidades de los montes Parnaso y Helicón que velaban por las ciencias y las artes y de donde procede la inspiración para los creadores y, una de las nueve musas, Euterpe, era la guardiana de la música” (Hormigos Ruiz, 2008, p. 1).

La expresión artística del individuo se relaciona directamente con su contexto social y cultural lo que además constituye un derecho, esto de una u otra manera nutre su conocimiento y su aprendizaje de manera tal que contribuye a su formación integral. La música es una expresión del arte por tanto es importante hablar del arte y la identidad en las personas, los gustos y preferencias artísticas completamente ligadas al lugar y entorno en donde nos desenvolvemos, además de la cultura en la cual se ha crecido (Valderrama, 2005).

“Es claro que la expresión artística del individuo está ligada de una manera directa a su contexto cultural, a su inserción social, a todo aquello que de una u otra manera nutre su conocimiento y su visión y que le ayuda a formarse” (Valderrama, 2005, p. 1).

En la cultura musical se incluye los gustos y preferencias relacionados directamente con los diversos géneros musicales, de los que se hará referencia más adelante. Valle (2011) menciona como dato curioso que a las personas que les gusta el rock, por ejemplo, menosprecian los demás géneros musicales, ya que sienten que sus gustos y conocimiento musical son superiores.

Hormigos (2008) manifiesta que la música como elemento cultural se ha ido transformando y modelando a través del tiempo por lo que cada época refleja y marca a la sociedad de acuerdo con la música de cada una creó y cada sonido expresa su visión temporal de la vida de manera particular por medio de valores, sentimientos y costumbres.

“El arte de los sonidos es, desde hace siglos, un terreno intercultural. La música ha sido siempre una forma de expresión cultural de los pueblos y de las personas a través de la que se expresa la creatividad. La música es un arte, pero las manifestaciones musicales van unidas a las condiciones culturales, económicas, sociales e históricas de cada sociedad.” (Hormigos Ruiz, 2008, p. 146).

La finalidad de la música es no sólo la expresión y la creación de sentimientos y emociones, sino también el cumplimiento de la función comunicativa a través de la transmisión de ideas, la música va más allá de un sonido es parte del mundo y comunica a las personas el sentir del mismo. La música forma parte de las personas, pero también las personas forman parte de la

música con sus vivencias, cultura, creencias y muchas otras cosas que definen la pauta en la cultura musical (Hormigós, 2008).

Según Hormigos y Cabello (2009) la música no solo es cultura, ya que es también un elemento social que cambia y se dinamiza con los cambios que puedan suceder a nivel social, la música se revela como un arte eminentemente social, provisto de una dimensión colectiva enmarcada dentro del ámbito cultural.

La música es una acción comunicativa, ya que en ella interactúan más de dos individuos que serían: el compositor, el ejecutante y el oyente; pero también se cuestiona la importancia que tiene la parte verbal y musical en una canción (Morin, 2009).

Hormigos (2009) cómo sociólogo expresa muy bien la interrelación entre la música y la cultura, él refleja que la música tiene varias vertientes: el arte, la comunicación y el consumo; por su parte Attali (1995) manifiesta que “el arte lleva la marca de su tiempo, de ahí que sea necesario establecer una relación entre la música y el ámbito social, económico, político y cultural de cada sociedad, para poder conocer qué es lo que se intenta expresar mediante los sonidos de una determinada época” y es por eso hay tantos ritmos, géneros y letras tan variados, todo depende de la cultura.

## **2. Géneros musicales**

Tal y como se expresó en el apartado anterior, existen varios géneros musicales. Según la Real Academia Española (2017) la palabra género de define en las artes, principalmente en la literatura, como cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido.

Un género musical responde a un orden categórico donde se reúnen diferentes criterios musicales de acuerdo a su función, es decir, puede ser música para danza, religiosa, para producciones cinematográficas, según el instrumento o tecnología que se utilice, y además es muy importante el contexto social y cultural en el que se genera. La industria discográfica utiliza principalmente los géneros de música moderna relacionada a criterios tales como el ritmo y la instrumentación siempre relacionado al entorno, es por esto que se le conoce a los géneros como estilos musicales, entre estos se menciona por ejemplo el jazz, el flamenco, el rock o el pop, entre otros (Bellas Artes, 2006).

Valle (2011) expresa en un artículo que existen muchos géneros musicales en todo el mundo, algunos son Pop, Rock, blues, Metal, Jazz, Música clásica, Country, Electrónica, Hip Hop, Banda, Vernácula, Norteña, Polka, Danzón, Bolero, Salsa, Cumbia, Bachata; estos han existido a lo largo de muchos años, pero que además de estos hay cientos de subgéneros que son diferentes a los mencionados anteriormente.

Gerald Salazar, director ejecutivo y coreógrafo del grupo costarricense de Bailes Populares Querube, cuyos estudios lo capacitan como especialista en bailes populares y ritmos latinos, menciona las siguientes características propias de los de los géneros musicales más conocidos:

- Salsa: como género musical se da a conocer a principios de los años setenta, nace en Nueva York donde hay una colonia de inmigrantes cubanos y puertorriqueños, pero también de otras zonas de América Latina. Este género es producto de la fusión de varios ritmos y estilos tales como el cha-cha-cha, la guaracha, el danzón, la pachanga, la rumba el mambo y el jazz. Otras teorías indican que esta fusión musical provenía de la fusión entre jazz, reggae, rock y samba. Y una tercera opinión define que su fusión proviene de ritmos cubanos, la conga, el jazz y el rock. Como quiera que sea es una fusión y se le denominó salsa pues este nombre es más comercial y mercadológico. La salsa no es un género puro sino una mezcla, cuyo carácter ideológico incluye temas de amor, de política y de barrio.

Dentro de sus modificaciones se mencionan otros tipos de salsa como la salsa dura o salsa brava, este género específico se utiliza en contraste con la salsa romántica que predomina desde finales de 1980.

- Merengue: nace en Santo Domingo, República Dominicana durante la colonia a manera de sátira para representar la situación sociocultural de la época, al independizarse de los haitianos. Proviene del vocablo muse rengue que era uno de los nombres que se le otorgaban a las danzas africanas de las costas de Guinea. También desciende de la contradanza europea del siglo XIX, y en 1850 fue censurado por considerarse vulgar, nocivo y falto a la moral. Alrededor de 15 años después, ese género musical empieza a ser tocado por bandas de pequeños pueblos y por otras grandes orquestas que se interesan en ese ritmo festivo. A lo largo de los años algunos países como Venezuela, Colombia y Puerto Rico han desarrollado modificaciones a este ritmo, en la misma República Dominicana existen otras modalidades de merengue y es posible encontrar dos grandes tipos algunos músicos de formación académica establecieron el merengue de salón, y los campesinos que lo ejecutan

con su forma original de estructura africana se relacionan más con el merengue folklórico. Su estructura narrativa relata letras jocosas, de amor o de crítica social y lo que interpreta el solista es lo que se denomina merengue.

- Bolero: género musical que se origina en Santiago de Cuba y en España. Este género atrae a muchos intérpretes de manera que se mantiene vivo a través de la historia. En España descende de la melodía gitana de nombre “volare”, pues con sus movimientos al ritmo de esta música simulaban el vuelo de un ave. Se reinventó en varios países pero el que más lo cultivó fue Cuba y surgió por la habanera folklórica, el danzón y la contradanza. Con su difusión por medio de la radio empieza su evolución al mezclarse con otros ritmos cubanos y aparecen así el bolero son, el bolero “cha” y el bolero mambo. El bolero llega a Cuba procedente de España a principios del siglo XIX, se abre una escuela para la enseñanza de este ritmo y poco a poco este género va deformando sus elementos españoles y surge un bolero puramente cubano. Esta es una de las expresiones culturales más fuertes de Latinoamérica y hace referencia a la seducción, al deseo, al amor idealizado, a la lejanía, y a la pasión erótica.

- Swing criollo costarricense: Este género musical surge de un baile estadounidense de los años treinta muy popular conocido como swing, era popular a tal manera que se utilizaba para mercadear y comercializar cualquier producto. Fue la forma en la que la cultura negra entra en el ambiente laboral de los blancos, y el ritmo que acompañaba esos particulares pasos era el blues. El swing fue traído a Costa Rica por los trailers que visitaban salones de baile entre los años 40 y 50. La cultura popular costarricense ha logrado híbridos culturales y artísticos y el swing criollo costarricense es una muestra de ello, pues como baile es la manera de interpretar moverse al ritmo de la cumbia colombiana.

- Bachata: música de origen dominicano con influencia de merengue y bolero. Este género se considera como música de “amargue”, debido a sus temas de desamor o despecho. Surgió en zonas urbano-marginales y en los burdeles de Santo Domingo entre los años 60 y 70. Los medios de comunicación inician su difusión a partir de los años 80.
- Vallenato: este género surge de la costa caribeña colombiana, específicamente de la Región de Valledupar y es de ahí de donde se deriva su nombre. Fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de Colombia el 29 de noviembre del 2013 por el Ministerio de Cultura. Este género forma parte de la cultura musical colombiana y se realizan concursos para determinar cuál músico es el mejor al tocar el acordeón en las interpretaciones vallenatas.
- Soca: este género nace en Trinidad y Tobago como resultado de la mezcla del soul y el calypso, por lo que su nombre deriva de las primeras sílabas de estos géneros: So-Ca. Usa mucha percusión y sus letras principalmente son de contenido social y de humor, aunque también las hay de contenido sexual orientado a los jóvenes.
- Reggaeton: existe una disputa acerca de su origen, algunos dicen que nace en Panamá y otros que en Puerto Rico. A Panamá fue llevado por habitantes jamaquinos que llegaron a colaborar con la construcción del canal de ese país y claramente llevaron con ellos su reggae de Jamaica. Los panameños lo traducen para cantarlo en español pero con más elementos electrónicos y fue el productor Michael Ellis, manager del cantante “El General”, quien lo llama reggaeton pues quería que se viera con mayor grandeza (como grandulón o cabezón, etc.). Posteriormente los cantantes puertorriqueños hacen lo mismo de cantar el reggae en español y surgen músicos del género como Don Omar, Daddy Yankee, Wisin y Yandel, etc. Al principio tiene mucho contenido sexual, pero luego los músicos se dan cuenta que su

propuesta no era del todo aceptada y empezaron con una propuesta más enfocada al amor, al despecho, etc.

- Hip-Hop: su origen es urbano y su máxima expresión se da en las calles, es un género musical totalmenteailable y a veces incorpora melodías cantadas.
- Jazz: nace en Estados Unidos a finales del siglo XIX y le da mucha importancia a la improvisación, su ritmo se caracteriza por ser cambiante. Proviene de ritmos africanos combinados con folclor anglosajón.
- Música electrónica: ritmo que se genera con tonos puramente electrónicos creados en laboratorio. Este género se desarrolló en talleres de la radio en Colonia, Alemania a partir de los años 90.
- Ska: surge en Jamaica en los años 60 y mezcla los géneros musicales mento, calypso, swing y boogie. Es de ritmo contagioso y su contenido ideológico se fundamenta en la lucha contra el racismo
- Psicodélica: es un género variante del pop que se desarrolló en los años setenta y era interpretado por grupos como The Doors, Grateful Dead y Syd Barret, quienes lo que trataban era de extrenar sus experiencias alucinatorias a través de las melodías.
- Tango: nace en el río La Plata, entre Buenos Aires, Argentina y Montevideo, Uruguay, a inicios del siglo XIX. Originalmente un baile de burdel y mal visto por las altas esferas, pero que con el tiempo se convirtió en un ícono de la música en América del Sur, especialmente en Argentina aunque también se desarrolla en Uruguay, de tal manera que fue

declarado en el 2009 como parte de la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

- Pop: este género corresponde a una abreviación de “popular”, nace por influencia del Rock and Roll. La primera vez que se le llamó “pop” fue en 1926, en los Estados Unidos, pero es hasta finales de los 50 que se usa el término con mayor fuerza. Su origen tiene la influencia de géneros musicales negros como el rythm y el blues y también la folk británica. Su objetivo es atraer al público por lo que sus composiciones son cortas y que le gusten a la mayoría. Entre los artistas más reconocidos del género pop están Michael Jakson, Madonna, Chayanne, Ricky Martin, etc.

### **3. Música del género POP**

En esta investigación se hace referencia específicamente al género pop que se define según la Real Academia Española (2017) como un “estilo musical de origen angloamericano nacido al final de los años cincuenta del siglo XX, caracterizado por la creación de canciones de ritmo marcado acompañadas de instrumentos eléctricos y batería”.

Hormigos (2008), hace la relación entre los jóvenes y la música pop “La música popular, tanto en su vertiente de consumo como en su potencialidad expresiva, adquirió un papel fundamental en la construcción de la identidad entre los jóvenes de las sociedades” (pág. 149).

El interés del pop no es exclusivo de ningún país o clase sociocultural, tampoco relacionado a ningún estrato educativo, no obstante se puede relacionar más con la edad, siendo la población joven la que mayor importancia le da a este género musical, por tanto, los jóvenes

se han convertido en el mercado de música pop, no importa la nacionalidad o clase en la que se desenvuelvan (Frith, 1980).

Según EcuRed ( 2013) la música pop es un estilo de música que ha dominado las listas de ventas desde su aparición, a principios de la década de 1960, y que ha recibido etiquetas de toda clase, dada su extrema facilidad para adoptar influencias ajenas. Las canciones pop se basan en la repetición de melodías en torno a una construcción clásica de estrofa, estribillo, estrofa, estribillo, puente y estribillo.

Firth (1980) expresa que los sociólogos que trabajan con música pop no sólo se enfrentan a la sociedad en sí, sino a todos los antecedentes presentes en una canción, a los ídolos musicales, grabaciones y a todos los estilos musicales que existen, y todos estos procesos surgen como consecuencia de decisiones estratégicas tomadas tanto por los creadores como también por los consumidores de este género musical, por lo que se puede deducir que la música lleva toda una estrategia para que funcione en el mercado musical.

Hormigos (2008) expresa que hay distintos grupos de muchas y diversas culturas, que a su vez comparten otras culturas y subculturas y que los gustos por el en el pop se asocian a las diferentes formas de vida de todos estos grupos y son múltiples los estudios sociológicos que explican y reafirman la relación entre cultura y música.

Firth (1980 ) expresa que la música popular no refleja algo popular o porque se adapte a alguna tendencia, es más bien porque comprende la cultura, es decir, la música popular es popular por su estructura, pero va más allá a las ventas, la imagen y la comercialización de la misma, las ventas por ejemplo son solo una parte de la popularidad que puede tener un músico, la cultura popular no es exclusiva de la música, pueden haber expresiones diversas de

arte popular, el pop es un negocio que sabe vender la música con opciones de mercado segmentadas y dirigidas al público, acotando que los productos musicales siempre tienen un significado social.

El mismo autor explica que las personas escuchan música pop para ser parte de algo y para pertenecer a ciertos grupos de la sociedad, en el pop se ve ciertamente reflejada la identidad de los consumidores ellos tienden a identificarse con las letras y melodías de la música, este mismo autor expresa que las personas son muy directas cuando alguna canción no les gusta hasta tienden a ser agresivos con sus comentarios en contra de la canción.

#### **4. Música costarricense**

La música nacional ha evolucionado con forme pasan los años, y es cada vez más grande la cantidad de músicos costarricenses que hay y de distintos géneros musicales que estos manejan.

“La música costarricense es muy diversificada, de muy buena calidad y se inscribe cada vez más el porvenir de nuestros músicos contemporáneos en una perspectiva internacional” (Montcalm, 2007, pág. 1)

La música nacional ha evolucionado con el paso de los años y gracias al aporte de la cultura resulta una mejor expresión del arte y de pensamientos, el músico Alejandro Cardona (2012) expresa que el mercado musical en Costa Rica se encuentra en proceso de cambio, y también indica que los músicos y compositores costarricenses son influenciados por músicos foráneos.

Meléndez (2012) explica que la música nacional costarricense es una mezcla de ritmos, al igual como sucede con la cultura costarricense, ya que son ritmos adquiridos desde Europa y

establecidos en las provincias dependiendo de sus costumbres, tal y como sucedió con el vals en Cartago que se impregnó en sus características.

Así como se conformaron ritmos foráneos en Costa Rica, muchos de ellos se han fusionado y mezclado, así creando nuevas expresiones musicales conformadas por ritmos provenientes mayormente desde Europa, pero a su vez también influido por los suramericanos y en una época tardía de los mexicanos.

Alejandro Cardona (2012) expresa que la música nacional tiene muchas carencias y ciertas características que hacen que el público pueda definir si es música costarricense o no, pero además de esto existen muchos tipos de expresiones musicales costarricenses y que éstas han venido forjándose con ritmos foráneos a lo largo de la historia, expresa que en Costa Rica la música se conformó con ticos replicando la música de élite española en los cafetales, palmeras y pueblos marginados.

Alejandro Cardona (2012) rescata que los costarricenses al igual que los latinoamericanos tuvieron mucha creatividad en el mestizaje e hibridación de la música ya que respondieron a su vivencia diaria y al reto cultural de involucrar los ritmos foráneos y adaptarlos.

El periódico digital El Guardián CR (2017) hace mención del reconocimiento a la agrupación Marfil al ser galardonada con el premio Emilia Prieto y el premio Nacional de la Cultura Magón 2016, estos otorgados por su labor cultural, el aporte al fortalecimiento del entorno y del desarrollo cultural costarricense, gracias al trabajo multifacético, visionario y comprometido que se plasma en múltiples publicaciones tanto de carácter técnico, como sobre todo de naturaleza divulgativa y educativa.

El diario La Nación (2017) menciona que la agrupación marfil fue otorgado con estos premios mencionados anteriormente por que ejemplifica la diversidad cultural costarricense mediante la expresión de sonoridad costarricense afrocaribeña, por los sonidos propios limonenses, expresando su cultura y haciendo la mezcla del calypso, bolero, cumbia, soul, soca, reggae y otros.

Carlos Quirse (2009) investigador de la Universidad de Costa Rica menciona que el costarricense muchas veces tiene conductas o pensamientos en contra de la patria ya que se siente traicionado por la misma, ya que se vendió una idea del país “más feliz” cuando en realidad se expresa en el mercado que el tico es vagabundo y consumista, o sea que el tico desea salarios más altos sin mucho esfuerzo.

Laura Salas (2012) periodista del diario electrónico CrHoy.com acota que los ticos están cediendo la identidad a los extranjeros en cuanto al arte, ya que la cultura costarricense ha venido afectándose por paradigmas estadounidenses y europeos, el consumismo y los medios masivos han aportado al desarraigo cultural costarricense ya que no apoyan el talento musical de Costa Rica, y sólo aportan al consumismo por el cual los ticos están cautivados y por el cual dejan de lado lo nacional, no sólo música sino también poesía, literatura y demás expresiones artísticas.

La misma periodista expresa que en la radio se escucha lo que las personas desean escuchar, pero no se puede pretender que las nuevas generaciones apoyen la música nacional si no tienen opción de escucharla, no les puede gustar lo que aún no conocen, pero tampoco hay interés en los medios de comunicar la música costarricense, un punto importante es que los

músicos muchas veces prefieren esconder el sello costarricense y más bien tratar de imitar a artistas foráneos.

René Montiel (2015) tiene un pensamiento diferente a todo que se dice en la “calle”, el expresa que el tico es nacionalista y muestra como ejemplo las salas de cine llenas con la película costarricense “Maikol Yordan de Viaje Perdido” y que además es la película con más taquillas vendidas en Costa Rica, también Montiel escribe que las radios no están obligadas a colocar música nacional en la programación, que sí los artistas desean estar en la radio y llenar sus conciertos deben de trabajar por eso.

Montiel desmiente que no se pueda vivir de la música en Costa Rica pero acota que el problema es dedicarse a la música original, que es más factible estar presente en el “mercado” musical con “covers” de canciones foráneas y que a las personas les guste, porque en el país ganar dinero con música extranjera tropicalizada es fácil y deja bastantes ganancias al cantante o agrupación, pero aclara que no es una formula escrita ya que puede ser que el mercado se comporte de forma distinta con un artista u otro.

Este mismo escribió que los músicos nacionales pueden llenar lugares con dos factores los cuales son trabajo y “ponerse de moda” pero para estar de moda es necesario trabajar por ello y llenar un lugar ya que no todos pagarán por ver a un músico con una guitarra al hombro por ser costarricense, por lo que los artistas deben de trabajar para cumplir sus objetivos.

Alexa Corrales (sf.) expresa que los ticos pierden su identidad muy fácil al dejarse influenciar por culturas y conductas extranjeras, y uno de los puntos que toca es la música nacional ya que esta misma no se oye porque el público “tico” no apoya los productos artísticos costarricenses.

Al hablar de música nacional costarricense es necesario citar a grandes exponentes de la música nacional que han forjado una historia en el mercado musical costarricense. Gandhi por ejemplo gracias a la nota de la revista digital 89decibeles (2013) el grupo inicia en 1993 cuando Federico Miranda y Luis Montalbert se conocen en el colegio, aquí empieza su carrera y tocan en la escuela de bellas artes de la UCR, sus shows involucraban teatro, pintura, escenografía e iluminotécnica, gracias a esto fueron creciendo en popularidad.

Grupo Malpaís (sf.) describe su música como un lugar lejano en donde encontrar los sentidos, es una agrupación fundada en el año 1999 con 6 integrantes, con una mezcla entre el jazz, la música clásica y el rock; esta agrupación tuvo bastante identificación en los ticos desde los 15 años y hasta los 80 años.

## **5. Música costarricense del género POP**

El músico costarricense Alejandro Cardona en el artículo refuerza que la música popular costarricense ha tenido que reestructurarse para lograr adaptarse al mercado musical internacional “La música popular ha tenido que enfrentarse a la dinámica masificadora y transnacional de las industrias culturales; antes debió enfrentarse a los procesos de conquista”(Cardona, 2012, pág.1) la música comercial no puede dejar de lado la evolución del mercado ya que este cambia constantemente y los músicos deben de tomarlo en cuenta.

Los investigadores Megías y Rodríguez concluyeron que el pop es el género de preferencia por los jóvenes, ya que destaca el pop de los demás géneros esto como resultado de que este género engloba toda la simbología que tiene la cultura de los jóvenes y que esto suele tener como resultado grandes éxitos en las ventas y éxitos internacionales.

Así como fue necesario citar a los exponentes más grandes e icónicos de la música nacional costarricense, también es necesario mencionar a los artistas del género pop que están vigentes y que es necesario mencionarlos para efectos de la investigación.

Debi Nova ha colaborado con grandes artistas internacionales y ha estado en los top diez de Billboard con varias de sus canciones, esta artista firmó un contrato discográfico en los Estados Unidos, además de ser participante en formatos muy famosos de la televisión estadounidense (Debi Nova, Sf.).

La agrupación Los Ajenos (sf.) fue formada en el año 2009 por Luis Gabriel Loría, “Fofó” y José Calvo, que decidieron darle un giro alegre y festivo al proyecto, estos mismos han integrado a más músicos a la banda, han recorrido varios países de Latinoamérica con su música y han puesto a bailar a miles de costarricenses.

Ronny Delgado (2016) periodista de La Nación realizó una nota de la cantante Vanessa González expresando que la misma pasó de ser arquitecta para dedicarse totalmente a la música desde el 2015, y esta misma se define como romántica al realizar canciones de desamor gracias a sus experiencias amorosas.

Según 89decibeles (2016) la agrupación Patterns se formó en el año 2012, en octubre de ese mismo año lanzaron su primer sencillo al mercado llamado “Sunny days”, la cual alcanzó la primera posición en las listas de popularidad de emisoras como Radio Hit y 979; el primer álbum de la agrupación fue en el año 2013; en el año 2014 la vocalista Michelle González decidió retirarse del grupo y seguir su propio camino al igual que el guitarrista, posteriormente se incorporó un nuevo guitarrista y una nueva vocalista de origen guatemalteco.

Walter Antioco (2016) compositor y cantante costarricense del género pop, su primer álbum fue lanzado en el 2014 titulado como “Un momento, un espacio), aunque lanzó sus primeros sencillos desde el año 2012 y 2013, sus canciones han sonado en las principales radios del país y sus canciones han sido enviadas al extranjero para ser lanzadas en esos lugares correspondientes a Latinoamérica.

Molina (2013) periodista de La Nación realizó una entrevista a Angie Valverde en la época de lanzamiento de su primer disco por el cual la artista trabajó durante seis años para poder sacarlo al mercado, fue parte de la agrupación 506 en el año 2007 y se ha dedicado a componer, tocar guitarra y cantar desde los 14 años, sus canciones están ligadas al desamor.

Xiomara Ramírez (2017) es una artista que creció en una familia de músicos como su padre Víctor Ramírez y su Tío Gerardo Ramírez voz principal de Los Hicsos, Xiomara empezó su carrera musical con la agrupación juvenil “Klase A” en el año 2005, en el año 2012 presentó su disco producido por Luis Alonso Naranjo ex integrante de Escats, que fue una agrupación romántica.

## **6. Gustos y preferencias de la población joven**

Megías y Rodríguez concluyen que la música es parte del “ser joven”, la música es parte importante en la vida de los jóvenes, ya que estos mismos se identifican con la música y los músicos de su preferencia; en su investigación exponen que los jóvenes pasan la mayor parte del tiempo escuchando música del género de su preferencia.

### Definición de población joven

Población según la Real Academia Española es un grupo formado por las personas que viven en un lugar específico, pero específicamente según la Organización de las Naciones Unidas

población joven es una parte de la población total con un rango de edad entre los 15 y 24 años.

Según la Comisión Económica para América Latina y Caribe el criterio más simple para definir la población joven es la edad, ya que es más fácil y certera la segmentación o separación entre una población y otra, y no hay problemas o grandes confusiones en su medición.

#### Comportamiento del consumidor joven

Gómez (2012) expresa que los jóvenes en su comportamiento del consumidor es en base a la información obtenida en las nuevas tecnologías tales como las redes sociales y el internet en sí.

En la revista digital Puro Marketing (2013) definieron que los jóvenes gastan la mayoría de su dinero en ropa, alimentación y tecnología, y aunque normalmente en algunos casos no es su dinero participan activamente en las decisiones de compra, ya que es el momento de formación de su conducta como consumidores.

Una característica importante de los jóvenes como consumidores es que son influenciados muchas veces por su familia y amigos, no es necesariamente por sus propios pensamientos (Bravo, Fraj y Martínez, sf.) .

#### Consumo musical

Según Pérez (2013) la música forma parte importante en la vida de las personas, pero aún más en los jóvenes independientemente de su edad o categoría socio-cultural, “Los jóvenes y su música, fiel reflejo de lo que son, los convoca y configura. Bastaría recordar la

proliferación de formas musicales, modas, estilos, actividades lúdicas, bailes y lenguajes asociados a los jóvenes que surgió a partir de los años' 50 y que se extiende y multiplica en progresión, casi geométrica, hasta nuestros días.” (Perez, 2013, p. 10) .

de esta manera se entiende que la música es parte primordial de los jóvenes o de cualquier persona, de cualquier edad y en cualquier momento de su vida se identifican con los géneros musicales de su preferencia, al igual con sus artistas favoritos.

La música va más allá de lo que se piensa, se ve a jóvenes en todas partes del mundo cantando canciones en otro idioma que no es el propio, pero el sonido y la composición musical los une con las canciones y los demás jóvenes que comparten las mismas preferencias.

Pérez 2013, pág. 148, expresa que “Tenemos otros medios de comunicación como el lenguaje musical que, sin ser un lenguaje estrictamente, trasciende a los anteriores y es el más sublime de todos. Es el lenguaje universal por antonomasia porque supera las barreras del idioma y hace un recorrido que finaliza aposentándose en los sentimientos.”

Pérez (2013) expresa que la música va evolucionando al igual que sus plataformas, es decir los lugares donde se puede escuchar la música, es un mercado que evoluciona, ahora por ejemplo las plataformas son web y facilita a las personas la compra o reproducción del material.

Hormigos y Cabello 2009 expresan “Consideramos que la música popular, dentro del más amplio concepto de cultura popular, es un elemento esencial en la construcción de la identidad juvenil.” En esta cita textual se liga estrechamente la cultura, la música popular y los jóvenes, lectura que es un completo referente a esta investigación por la correlación de

estas mencionadas anteriormente, los autores relatan que los jóvenes escuchan lo que son, lo que sienten y piensan.

Así mismo gracias a la música se percibe el mundo de forma distinta, que es una forma diferente de conocer personas y sus culturas; casi lo definen como un lenguaje o forma de comunicación, a la vez expresan que la música ayuda a comprender las situaciones además de ser una expresión artística. La expresión artística de la que hablan los autores depende del contexto cultural, y la música expresa sentimientos, formas de pensar, creencias, condiciones económicas y culturales.

Hormigos y Cabello 2009 expresan “Consideramos que la música popular, dentro del más amplio concepto de cultura popular, es un elemento esencial en la construcción de la identidad juvenil.” En esta cita textual se liga estrechamente la cultura, la música popular y los jóvenes, lectura que es un completo referente a esta investigación por la correlación de estas mencionadas anteriormente, los autores relatan que los jóvenes escuchan lo que son, lo que sienten y piensan.

Así mismo gracias a la música se percibe el mundo de forma distinta, que es una forma diferente de conocer personas y sus culturas; casi lo definen como un lenguaje o forma de comunicación, a la vez expresan que la música ayuda a comprender las situaciones además de ser una expresión artística. La expresión artística de la que hablan los autores depende del contexto cultural, y la música expresa sentimientos, formas de pensar, creencias, condiciones económicas y culturales.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Enfoque de la investigación**

Para esta investigación el enfoque que se va a utilizar es el enfoque cualitativo, ya que lo que se quiere investigar son opiniones y pensamientos de los jóvenes, además de esto es importante saber cuál es el pensamiento de los músicos nacionales. Siendo así para poder recaudar bastante información para poder responder el problema de investigación y tener la percepción de ambas vías de información.

### **Enfoque cualitativo**

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

### **Método de investigación**

El tipo de investigación establecido para esta investigación es descriptivo- exploratorio, ya que se debe explorar el tema al no ser común y ser un tema poco estudiado, ya que no se encuentra mucha información de investigaciones o de teoría, y es descriptivo ya que se desea especificar las características o factores del problema.

## **Exploratoria**

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## **Descriptivo**

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## **Paradigma**

El paradigma de esta investigación es interpretativo ya que este busca explicaciones sociales y culturales de los humanos, así como comprender la realidad diversa en la que se desenvuelven las personas, también está destinada a descubrir los fenómenos sociales y culturales definidos como problema de investigación.

### **Paradigma interpretativo**

Según Heidegger el paradigma interpretativo se refiere a la interpretación de la interacción social en la que propone que se deben estudiar las interpretaciones y significados que las personas le dan cuando interactúan, en distintas situaciones y la realidad social en la cual viven, esto es

constante y los significados que se le otorgan pueden modificarse por otros, estos cambios son importantes para el interaccionismo simbólico.

### **Muestra de la investigación**

#### **Población de la investigación**

Una población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

#### **Población 1.**

Jóvenes residentes del Gran Área Metropolitana, Costa Rica

#### **Población 2.**

Músicos costarricenses

#### **Muestra**

Es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

#### **Criterios de selección**

La selección de la muestra es por conveniencia, ya que según James H. McMillan Y Sally Schumacher el muestreo por conveniencia es un método no probabilístico de seleccionar sujetos que están accesibles o disponibles para la investigación.

La muestra se compone de aquellos que sean más convenientes, se seleccionan los individuos más cercanos para participar (Cohen, Manion, & Morrison, 2003).

El investigador no puede decir en confianza que los individuos son representativos de la población, sin embargo, la muestra provee información útil para responder preguntas e hipótesis (Cresswell, 2001).

### **Tipos de muestra**

En esta investigación se utilizará el tipo de muestra no probabilística, ya que no se pretende cuantificar nada sino más bien explicar y desarrollar los pensamientos o factores que los jóvenes poseen a la hora de apoyar la música nacional costarricense original del género pop.

#### **No probabilística**

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág.176)

#### **Muestra 1.**

Jóvenes residentes del GAM, Costa Rica de 18 a 24 años, que les guste la música.

#### **Muestra 2.**

Cinco músicos costarricenses del género pop original.

**Tabla 1. Unidades de análisis**

Unidad	Definición
<b>Gustos y preferencias</b>	<p>Según la RAE, 2016 preferencia es la elección de alguien o algo entre varias personas o cosas y gusto tiene como significado que es la facultad de sentir o apreciar lo bello o lo feo. .</p> <p>Por tanto es importante en la investigación saber cuáles son los gustos y preferencias de los jóvenes para poder tener una base en la investigación, esto nos servirá para entender la mentalidad de la muestra seleccionada.</p> <p>En esta unidad se ven conformados los gustos y preferencias musicales, visuales, artísticos y de pasatiempos.</p>
<b>Factores a nivel de estructura y contenido</b>	<p>Según la RAE, 2016 un factor es un elemento o causa que actúan junto con otros, estructura se define como la distribución y orden con que está compuesta una obra y contenido es un tema o idea tratados.</p> <p>En esta unidad la definición que se debe utilizar son los elementos a nivel de estructura musical (verso/coro) y el contenido de las canciones de los músicos nacionales o sea las letras de las mimas.</p>
<b>Factores como elemento de preferencia</b>	<p>Según la RAE, 2016 un factor es un elemento o causa que actúa junto con otros, un elemento se define como una parte constitutiva o integrante de algo y preferencia, es decir es la elección de alguien o algo entre varias personas o cosas.</p> <p>En esta unidad se puede definir como los factores como parte de las preferencias en la música del género pop costarricense.</p>

### **Instrumentos de medición de la investigación**

#### **Grupo focal**

También conocido como “Focus Group”, algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupal, la cual consiste en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

#### **Cuestionario**

#### **Entrevista a profundidad**

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

### **Proceso para la recolección de datos**

#### **Fuentes primarias**

Se realizará un focus group con los jóvenes y se realizarán tres sesiones con 10 personas cada uno, se procederá después de definir la muestra a enviar un correo a las personas para coordinar con cita y solicitar su participación en el focus group, previo se solicita la autorización para grabar la sesión. La sesión se realizará en un aula de un centro universitario privado costarricense, para que los participantes puedan llegar y obtener discreción.

El segundo instrumento es una guía de entrevista a profundidad, que se realizará con 5 músicos nacionales del género pop, se abordarán en el lugar de elección de los mismos y donde tengan más comodidad. Cuando se selecciona la muestra se procede a llamar a las personas para coordinar con cita y solicitar una entrevista, previo se solicita la autorización para grabar la entrevista.

#### **Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias de esta investigación son mayormente en trabajos de investigación y tesis realizadas anteriormente. Son tesis ya que no hay mucha información en donde adquirir información que sea de relevancia para esta investigación.

También se consultarán y utilizan páginas web de interés para la investigación y así obtener un panorama amplio del problema, y conocer sobre los factores y sobre la música del género pop.

Otra fuente importante son los vídeos y la música en sí de los artistas además de todas las fuentes importantes de Social Media de varios de los músicos para poder generar u obtener un mejor criterio con respecto al tema.

En el grupo focal se procederá a mostrar a los jóvenes ciertos videos de músicos costarricenses para mostrar y poder definir los gustos de los jóvenes en cuanto a la música y a la parte visual o estética de los videos, por lo que se procederá a enlistar los videos que se presentarán a los jóvenes.

**Tabla 2. Lista de videos musicales utilizados para la recolección de datos**

Nombre	Intérprete	Álbum	Año
“Al día siguiente”	Walter Antioco	“Un momento un espacio”	2016
“No miro atrás”	Vanessa González	“No miro atrás”	2014
“Sólo quiero que estés bien”	Xiomara Ramírez	-	2011
“El idiota”	Los Ajenos	“El idiota”	2016
“Cosa de dos”	Angie Valverde	“Migajas de amor”	2013

También se procederá a mostrar los “fan page” de Facebook a los participantes del grupo focal, esto para tener información importante de sus gustos y preferencias acerca del contenido y estética en cuanto a redes sociales, por lo que se adjuntarán las capturas de los “Fan page” de los músicos costarricenses.

Figura 1. “Fan page” Walter Antioco

← Walter Antioco

# AGUACERO

## WALTER ANTIOCO

ADQUIRILA EN

Spotify Apple MUSIC amazon  
DEEZER iTunes

#aguacero

Walter Antioco

@walterantioco

MÁS INFORMACIÓN MENSAJE

Me gusta Seguir Compartir Guardar

Músico/banda en San José

INICIO EVENTOS OPINIONES INFORMACIÓN

Figura 2. “Fan page” Vanessa González



The image shows a screenshot of a Facebook fan page for Vanessa González. At the top, there is a search bar with the text "Vanessa González" and a magnifying glass icon. To the left of the search bar is a back arrow. Below the search bar is a large banner image of Vanessa González smiling, with her hand near her face. The banner also features the text "VANESSA GONZALEZ" in large white letters and "¡Les deseo un 201... lleno de salud y prosperidad" in smaller white letters. Below the banner is the profile picture of Vanessa González, which is a smaller version of the banner image. To the right of the profile picture is the name "Vanessa González" with a blue checkmark icon, and the handle "@vanessagonzalezoficial". Below the name and handle are two buttons: "VER VIDEO" (blue background, white text) and "MENSAJE" (white background, blue border, blue text). Below these buttons are four icons: a thumbs up icon for "Me gusta", a RSS icon for "Seguir", a share icon for "Compartir", and a bookmark icon for "Guardar". Below the icons is a horizontal line, and below that is the text "Músico/banda en San José". At the bottom of the page is a navigation bar with five tabs: "INICIO" (underlined), "INFORMACIÓN", "FOTOS", "VIDEOS", and "EVENTOS".

Figura 3. “Fan page” Xiomara Ramírez



The image shows a screenshot of a Facebook fan page for Xiomara Ramírez. At the top, there is a search bar with the text "Xiomara" and a magnifying glass icon. Below the search bar is a large banner image of Xiomara Ramírez, a woman with dark hair and tattoos, wearing a black top. Underneath the banner is a profile picture of Xiomara Ramírez and her name "Xiomara" with the handle "@xiomaramusica". Below the profile information are two buttons: "ENVIAR CORREO E..." (Send Email) and "MENSAJE" (Message). Below these buttons are four icons representing actions: "Te gusta" (Like), "Siguiendo" (Following), "Compartir" (Share), and "Guardar" (Save). Below the icons is the text "Músico/banda" (Musician/Band). At the bottom of the page are navigation tabs: "INICIO" (Home), "INFORMACIÓN" (Information), "TIENDA" (Store), "EVENTOS" (Events), and "FC" (Friends).

Figura 4. "Fan page" Los Ajenos



Figura 5. “Fan page” Angie Valverde



The image shows a screenshot of a social media fan page for Angie Valverde. At the top, there is a search bar with a magnifying glass icon and the text "Angie Valverde". Below the search bar is a large profile picture of Angie Valverde, a woman with long, curly red hair, wearing a black top and red tights, sitting on a red Vox amplifier and playing a green electric guitar. Below the profile picture is a smaller square profile picture of her. To the right of the profile picture, her name "Angie Valverde" is displayed in a large font, followed by her handle "@AngieValverdeOficial" in a smaller font. Below the name and handle are two buttons: "USAR APLICACIÓN" (Use Application) in a blue box and "MENSAJE" (Message) in a white box with a blue border. Below these buttons are four icons representing actions: a thumbs-up icon for "Me gusta" (Like), a RSS icon for "Seguir" (Follow), a share icon for "Compartir" (Share), and a bookmark icon for "Guardar" (Save). Below the action icons is the word "Artista" (Artist). At the bottom of the page is a navigation bar with five tabs: "INICIO" (Home), "PUBLICACIONES" (Posts), "VIDEOS" (Videos), "FOTOS" (Photos), and "INF" (Information). The "INICIO" tab is currently selected, indicated by a blue underline.

### **Método de análisis de los datos**

El método de análisis de los datos será con técnicas cualitativas; la acción esencial consiste en que se reciben datos no estructurados, a los cuales se les proporciona una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes: visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras), b) auditivas (grabaciones), c) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y d) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de enfoque), además de las narraciones del investigador (anotaciones o grabaciones en la bitácora de campo, ya sea una libreta o un dispositivo electrónico). (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **ENTREVISTA A PROFUNDIDAD**

La entrevista fue realizada a cinco músicos nacionales Vanessa Gonzales, Xiomara Ramírez, Angie Valverde, Walter Antioco y Andrés Jiménez integrante de Los Ajenos, estos expresaron sus pensamientos con los temas definidos en la guía de entrevista, a quienes se les realizó una serie de preguntas con un determinado orden, que simule una conversación pero que tenga determinada estructura para no perder el rumbo objetivo, y que les permita expresarse libremente. En ese apartado de análisis habrá algunos verbatim entrecomillados que no responde a citas textuales sino a respuestas literales de las personas entrevistadas, de ahí que no incluyan numeración de página ni cita, sino que representan el análisis de la presente investigación.

### **Percepción**

El primer tema fue la percepción que tienen los jóvenes acerca de su música, todos los músicos tuvieron en común el mismo pensamiento,; manifestaron que lo que hacen es diferente a los demás. Los músicos perciben que su música es única y que no se parece a la de los demás músicos nacionales, poseen ciertos elementos cada uno que los hace diferente de los demás en la percepción del público, se acota que la percepción puede ser diferente, ya que sus ritmos y letras no se parecen una con otra, Vanessa por ejemplo expresa que su música es muy emocional, Xiomara que su música es romántica y que se relaciona con los sentimientos, Angie es romántica pero su música es feminista, Walter expresa que su música es muy emotiva y siempre con el tema de amor, por otro lado Andrés Jiménez de Los Ajenos expresa que su música es movida y divertida.

*“Los jóvenes perciben nuestra música como música de fiesta, es la “charanga” lo que se ha vuelto muy popular en esas edades.”* Los Ajenos

*“Mi música la perciben como una música muy dinámica, muy emocional, es una manera sencilla de comunicar los sentimientos, es una crítica con sarcasmo y humor.”* Vanessa González

*“Mi música es muy sentimental, las letras uno las puede asociar con muchas cosas, la pueden percibir dependiendo la situación.”* Xiomara Ramírez

*“Perciben mi música bien, pero no es comercial y tampoco está de moda, la mayoría son mujeres.”* Walter Antioco

*“Perciben mi música como fresca y diferente, y a veces un poco feminista, de hecho la mayoría de mi público es femenino.”* Angie Valverde

### **Perfil del joven**

Otro tema es el perfil del joven que los escucha, si tienen alguna característica diferente a los demás o si piensan que no es necesario que sean diferentes, los músicos no conocen exactamente cómo son los jóvenes que los escuchan, pero gracias a su tipo de música y letra, si poseen características diferentes entre el público de un músico y otro, expresan que las características de su música y la percepción de su música va ligada estrictamente al perfil de los jóvenes, algunos serán esos jóvenes románticos que les gusta dedicar canciones o por otro lado los que les gusta divertirse, pasarla bien e ir a fiestas. Se puede decir que los músicos saben que es un público muy diverso en cuanto a la música popular se refiere y así lo manifestaron.

*“Les gusta disfrutar la vida, por ejemplo nuestra canción “me vale un cu’” es un himno para muchos ya que habla de esa rebeldía que muchos jóvenes tienen.”* Los Ajenos

*“Creo que no tienen nada de diferente, tal vez un poco open mind” Angie Valverde*

*“Creo que son los románticos, que dedican las canciones.” Walter Antioco*

*“Son personas que han sufrido o que han vivido, tienen algún un sentimiento encontrado.”*

Vanessa González

*“Son de todas las edades eso es muy motivador, son personas que se identifican con la música.”*

Xiomara Ramírez

## **Diferenciación**

Un tema por considerar son los elementos que los diferencian uno con otro, puede ser que los jóvenes apoyen más a un músico que a otro por estos elementos, si se unen sus pensamientos los elementos que los diferencian son el profesionalismo, relaciones o colaboraciones, la interpretación, autenticidad y sus letras. Ninguno de los músicos coincidió en los elementos que los diferencia con los demás, y los elementos fueron de varias categorías en la música.

*“Nos diferencia que no somos músicos de fin de semana es un trabajo estable que nos mantiene a todos, vivimos de esto no tenemos otro trabajo, además nos sentimos diferentes porque creemos en la inversión, en la innovación y el trabajo en grupo. Nos gusta trabajar en grandes shows.” Los Ajenos*

*“Mi personalidad y la conexión que genero con el público” Angie Valverde*

*“Siempre me gusta grabar videos con mis canciones, y soy muy autentico, transparente. No me gusta aparentar o tener poses, prefiero ir de menos a más.” Walter Antioco*

*“Es la manera de decir las cosas muy clara, de usar el sarcasmo y el humor en mis presentaciones y mis productos.” Vanessa González*

*“Trato de apadrinarme, llevarme bien con todos, y de realizar colaboraciones importantes.”*

Xiomara Ramírez

Además de las diferencias de ellos como músico, también es importante definir que los diferencia en su música, ya que podría ser un factor importante. El mensaje, la honestidad en su música, la letra y la interpretación son elementos que ellos expresan que son diferenciadores en su música y que por supuesto están de la mano con su actitud como músico.

*“Tenemos de todo, somos flexibles con nuestra música, tal vez ese sea el elemento que nos diferencia.” Los Ajenos*

*“Cien por ciento el mensaje, no es una letra hueca tiene sentido, es realista, también me diferencia creo que el sonido fresco.” Angie Valverde*

*“Sí, creo que es muy honesta, además de la interpretación.” Walter Antioco*

*“La letra es el elemento clave que diferencia.” Vanessa González*

*“A la hora de interpretar y grabar una canción, vivo la canción para poder transmitir el sentimiento.” Xiomara Ramírez*

### **Plataformas musicales y redes sociales**

En la actualidad existen varias plataformas para poder escuchar música, y mucho más práctico para los consumidores, los músicos nacionales han incursionado en las plataformas digitales para comercializar su música, Deezer, Spotify, iTunes, Google Play y Claro música. También

YouTube, pero es más una plataforma para video, no para música en sí. Por ejemplo Angie Valverde sólo tiene su música en Claro Música, ya que posee una alianza comercial con Claro Costa Rica y al poseer este patrocinio no puede subir su música a cualquier de las demás plataformas.

Aun así hay bastante diversidad de plataformas para que los consumidores puedan elegir la de su elección, quien tiene mayor diversidad de plataformas es Walter Antioco así como lo dijo el mismo

*“Estoy en todas las plataformas que pueda”.*

En el pasar del tiempo han venido evolucionando las redes sociales, por tanto los músicos poseen redes sociales para promocionarse, mas no todos poseen sus redes sociales activas, postean en sus redes cada vez que algo interesante en sus carreras sucede o simplemente postean cuando lo ven necesario. Aunque también están los que tienen sus redes totalmente activas que tienen contenido que genera expectativa en el público y además contenido interesante para este mismo. Todos estos expresan que las redes sociales activas influyen bastante en el apoyo hacia ellos, que a las personas les gusta mantenerse informados y sentirse parte de su carrera. Las redes sociales que utilizan ellos son Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat en su mayoría.

*“Nuestras redes son activas siempre, eso claro que influye ya que la gente quiere un contacto con la banda, subimos expectativas, fotos, videos y la agenda semanal para que la gente esté enterada de todo.”* Los Ajenos

*“No mucho, no tengo constancia en las redes a veces si están actualizadas y a veces no. Y eso influye creo que a la gente le gusta que uno publique cosas.”* Angie Valverde

*“Totalmente activas, e influye un montón la gente quiere ver qué pasa.”* Walter Antioco

*“Totalmente activas, e influye bastante las redes son parte primordial donde la gente participa e interactúa conmigo.”* Vanessa González

*“Tengo mis redes bastante activas, todos los días trato de publicar cosas, de compartir con la gente las cosas que hago, los proyectos. E influye mucho porque la gente se siente incluida, al estar más en contacto con uno, es más inmediato.”* Xiomara Ramírez

### **Comunicación y mercado musical**

Uno de los temas era con respecto a la comunicación, si poseen plan de comunicación y si lo creen importante. La mayoría de los músicos no poseen un plan de comunicación, solo el grupo Los Ajenos tienen un plan de publicidad, que creen que es importante para el manejo de su publicidad. Por otro lado hay varios músicos que no creen indispensable tener un plan de comunicación. Todos los músicos entrevistados poseen managers que manejen su carrera artística, pero no están bien manejados, ya que es necesario tener una base de trabajo en la comunicación y un artista debe de estar vigente y con movimiento en el mercado.

*“Hay un plan y poseemos Manager, publicista y diseñador. Y cuando se acerca un video o canción nueva se realizan giras de medios con una estrategia.”* Los Ajenos

*“Un plan de comunicación no, solo cuando hay una nueva canción hago uno de difusión.”* Angie

Valverde

*“Tengo un plan, pero lo hago yo mismo.”* Walter Antioco

*“Está en desarrollo el plan, quiero dar a conocer como es Vanessa día a día, esperamos generar contenido viral con colaboraciones importantes con comediantes, queremos contenido más estructurado.”* Vanessa González

*“No poseo un plan de comunicación sinceramente, no es algo que vea indispensable.”* Xiomara  
Ramírez

Existen artistas que poseen se desenvuelven como un personaje para su imagen, hay otros que no tienen nada definido en cuanto a su imagen y aquellos que poseen una imagen estructurada, pero no son un personaje en su vida artística. En el caso de los músicos nacionales del género pop existe esta misma diversidad hay unos que no lo ven necesario, la mayoría tienen algún elemento en su imagen que los diferencia de los demás ya sea su cabello, su forma de vestir o de maquillarse.

*“En tarima es que nos transformamos en personajes momentáneos, pero en la vida cotidiana no.”* Los Ajenos

*“Mi imagen o lo que me representa es mi cabello rojo, a veces me reconocen por esa característica. Es una imagen trabajada desde hace tiempo atrás.”* Angie Valverde

*“Creo que soy simplemente yo, me gusta mantener mi esencia no importa el look.”* Walter  
Antioco

*“Sí, aunque como por temporadas, esto es más como para darle una línea a la comunicación, por ejemplo el PinUp que me definió por mucho tiempo.”* Vanessa Gonzales

*“Sí, bastante estructurada aunque apenas soy una artista en desarrollo. Creo que me identifica.”*  
Xiomara Ramírez

El último tema que se trató es qué consideran ellos que se podría cambiar en el mercado musical costarricense, ya que es donde los músicos locales se desenvuelven, todos poseen opiniones diversas, la unión entre los músicos es un elemento que consideran importante, ya que opinan que no hay un apoyo mutuo, por lo menos de consejería, los patrocinios es un tema que la mayoría consideró importante. Expresan que las marcas no creen en el talento tico y no les dan la importancia que ellos creen merecer, tampoco hay una industria musical regional y mucho menos en Costa Rica ya que no hay disqueras cercanas que puedan patrocinar sus discos, ellos deben de asumir la totalidad de la inversión en sus discos o sencillos.

*“Falta una industria musical, se trabaja casi que con las uñas, se invierte mucho dinero y no hay disqueras en Centroamérica que puedan patrocinar un disco, y creemos que se debe apoyar mucho más la música nacional no solo por ser nacional sino porque es buena.”* Los Ajenos

*“El apoyo de las marcas, donde no creen en el artista nacional, ya que se ocupa ese apoyo en patrocinios.”* Angie Valverde

*“Es muy difícil, hace falta la unión entre los músicos, si nos unimos el mercado se fortalece, debemos de apoyarnos entre nosotros mismos. Además de eso hay un desinterés cultural donde omiten muchas veces a los solistas porque no son una banda. Ocupamos ayuda del gobierno, que las clases de música no solo sean llevar una flauta, que sea una clase en serio, también ocupamos ayuda de los medios que no sean tan impermeables que crean en el talento musical costarricense y nos den un espacio.”* Walter Antioco

*“Creo que lo que se debería de mejorar es el apoyo a la música costarricenses, si bien es cierto en los 80’s hubo un gran auge de grupos y música, creo que ahorita estamos volviendo a nacer con música original de cada agrupación, y si se apoya debe ser porque es buena la música no*

*porque es tica, muchas veces los ticos menos preciamos lo que se puede hacer acá, hay música de excelente calidad.” Vanessa Gonzales*

*“Creo que debe de mejorar bastante, aunque comparado con otros años ahora está mejor, debemos de dejarnos guiar por gente que sepa y crear música de calidad, por supuesto es importante apoyarnos entre artistas.” Xiomara Ramírez*

Se puede expresar que los músicos dentro de un mercado tan pequeño como lo es Costa Rica están muy separados en sus pensamientos y forma de trabajo, no hay coherencia uno de otro, la mayoría no están bien asesorados por sus managers y creen que la comunicación no es importante ni el mantenimiento continuo en sus redes sociales, no tienen un flujo de trabajo establecido la mayoría de ellos. Sólo el caso de Vanessa Gonzales y asimismo Los Ajenos están mejor estructurados y tienen mejores consejos de parte de sus respectivos managers, por tanto los demás músicos deben de tomar como ejemplo y seguir los pasos de estos dos músicos anteriores para poder tener más afinidad y acercamiento con los jóvenes o en general con su público.

## **GRUPO FOCAL**

Se realizó un focus group donde participaron jóvenes pertenecientes a la muestra seleccionada y esta técnica posee varios pasos para poder llegar a la información necesaria, estos jóvenes en su mayoría son estudiantes universitarios. En sus ratos libres les gusta compartir con sus amigos, ver series o películas y también escuchar música. Con respecto a la música, que es el tema primordial a la totalidad de los participantes les gusta la música y sus géneros preferidos son el pop, reggae y roots.

## **Redes sociales y plataformas musicales**

Un tema importante fue el uso de redes sociales y la totalidad de los participantes utilizan las redes sociales para interactuar, en su totalidad utilizan Facebook, WhatsApp e Instagram, y varios de los participantes utilizan además de las anteriores usan Twitter, YouTube, y Pinterest, por tanto se aprecia que las redes sociales son un elemento clave para la comunicación con los jóvenes.

Las plataformas para escuchar música han evolucionado completamente y los participantes afirman que ya no escuchan música en discos, prefieren tener Playlist digitales en donde puedan escuchar la música de su preferencia y sin tanta complicación.

Los jóvenes expresaron que escuchan música nacional e internacional, que no creen que haya una diferencia entre una u otra, mientras sea bueno no les importa si es costarricense o no, mientras les guste la música no ven alguna diferencia en la música nacional. También la mayoría han escuchado música pop nacional, pero no conocen el significado del pop como género musical, los participantes expresaron que no sólo escuchan pop nacional sino también de distintos géneros mencionan que los grupos mayormente escuchados por ellos son Malpaís, Evolución, Percance y Los Ajenos.

## **Percepción música nacional**

Para poseer opiniones más puntuales de la música nacional y los materiales realizados por los músicos, a los participantes se les enseñó 1:00 minuto de vídeo oficial de algunos artistas nacionales del género pop, tales como Xiomara, Vanessa Gonzales, Los Ajenos, Angie Valverde y Walter Antioco.

El primer video fue “El Idiota” de los Ajenos las opiniones fueron muy diversas y los participantes se sintieron con libertad de criticar el video, algo muy peculiar es que siendo una producción tan grande para el video oficial ninguno de los participantes habían visto el video pero sí habían escuchado la canción. La mayoría opinó que la introducción del video es demasiado larga y que hubieran adelantado esa parte ya que no es llamativa y no aporta nada al video, aportaron que es una canción que pondrían en sus playlist ya que les llama la atención y es divertida.

El video que se colocó de la cantante Xiomara Ramírez fue “Sólo quiero que estés bien” y la respuesta fue positiva, ya que las opiniones fueron buenas y por lo menos dos participantes empezaron a cantar la canción, aunque sí piensan que es mejor la canción que el video y algunos participantes externaron que este video lo vieron varias veces en Teletica Canal 7, y sólo un participante indicó que no le gustó ni la canción ni el video.

El siguiente video fue el de Walter Antioco, los participantes en su totalidad indicaron que nunca habían visto ese video, y sólo una participante dijo que había escuchado esa canción en la radio, a la mitad de los participantes les gustó su música y a la otra mitad no, el video no les gustó ya que externaron que:

*“Es un video como los de hace un montón de rato atrás, eso de la modelo guapa ya no se usa y se ve hasta polo” Participante femenina*

Uno de los participantes en todo el focus fue bastante crítico y este expresó que la guitarra ni siquiera iba al tiempo que iba la canción, es decir que no había sincronización entre la parte musical y el video.

De la cantante Angie Valverde se colocó el video “Cosa de dos”, las opiniones hacia la producción audiovisual y musical fueron bastante negativas, a ningún participante le gustó el video, la música ni la letra, porque piensan que es un material aburrido y sin sentido ya que no encuentran sentido en la secuencia de video; ninguno había visto el video o escuchado la canción, ni siquiera conocían a la cantante Angie Valverde, sólo después la recordaron dos personas gracias a su aparición en un formato de Teletica.

El video seleccionado de la cantante Vanessa Gonzales fue “No miro atrás”, los participantes expresaron que es un excelente video y que era el mejor de todos, les gustó el ritmo de la canción, una participante dijo que era una canción “pegajosa” y los demás acertaron, había un participante que es un “enamorado” de Vanessa Gonzales y hasta cantaba la canción, a todos los participantes les gustó la dirección fotográfica del video y la imagen retro que da, un comentario que llamó la atención fue el de una participante que comentó que ella pensaba que esa canción era de Paty Cantú que es una cantante mexicana, la mitad del grupo había escuchado esta canción.

En general se puede expresar que la mayoría de los músicos tienen problemas en su comunicación, y que casi nadie ve su material o simplemente no los conocen, de igual forma los músicos invierten en producciones audiovisuales, pero poseen muchos problemas como lo expresaban los participantes en imagen, calidad de video, continuidad, sincronización y grandes problemas en conceptos e ideas, ya que son videos muy básicos y sin conceptualización.

Dentro del grupo focal los participantes expresaron a cuál concierto irían de estos músicos nacionales: todos irían a ver a Los Ajenos, les gusta lo alegre y concepto de fiesta una persona iría a ver a Xiomara y un hombre a Vanessa.

## **Redes sociales de músicos nacionales**

Luego de presentar los videos se procedió a proyectar los “Fan Page” de cada músico en Facebook para poder describir la percepción de los participantes, las opiniones entre cada músicos fueron muy variadas y hay negativas y positivas, hablan desde la imagen hasta el manejo de sus redes sociales.

La primer página mostrada fue la del grupo Los Ajenos, y expresaron que era una página normal, no había nada llamativo en ella, que más bien no proyecta alegría porque tiene imágenes muy oscuras y que por esto no refleja lo que en realidad son Los Ajenos,

*“Si alguien no los conoce y ve la página pensaría que es un grupo muy aburrido” Participante masculino.*

Xiomara Ramírez tuvo una mejor aceptación de su “Fan page” los participantes externaron que la página tiene una armonía con los productos musicales que crea, les gusta la frescura que refleja la página y la interactividad con el público que posee, la cantante contesta todos los comentarios de sus posteos y gracias a esto sienten como si fuera su perfil personal de Facebook.

Walter Antioco no tuvo buenos comentarios con respecto a su página, la primera expresión de uno de los participantes fue “ISH” expresión utilizada por muchos “ticos” para dar a entender que algo está muy mal, describen esta página como normal, las fotos no se ven bien, a primera vista no se entiende que es un cantante, más bien expresaron que parecía la página de un escritor de terror o misterio.

De la cantante Angie Valverde no hubieron muchas opiniones, ya que los participantes fueron muy directos y críticos, no les gustó nada su página la creen muy aburrida y sin gracia, hasta hubo un comentario de un participante que decía:

*“Su Fan Page es igual de aburrido que su música”*

Por último se les presentó la página de Vanessa González y los comentarios fueron totalmente positivos. Expresaron que la imagen de la página es muy bonita y va acorde a su imagen como músico, igual comentaron que es casi un hecho que la página es manejada o por lo menos orientada por algún profesional en comunicación.

### **Comunicación y mercado musical**

A este nivel de focus se aprecia que los participantes van siendo más críticos con sus comentarios u observaciones, en general piensan que la mayoría de páginas no están bien manejadas desde su imagen, comunicación y contenido; en la imagen de sus redes no expresan quiénes son y cómo es su música al igual con la comunicación, otro problema es que la mayoría no posee ayuda profesional en comunicación y no aprovechan al cien por ciento los medios digitales, que puede ayudarles a posicionarse como músicos pop.

En general los participantes comentan que la música es de buena calidad de la misma manera que hay muy poco apoyo por parte de los medios para darlos a conocer, ya que no conocían a algunos de los músicos presentados. Indicaron que un ejemplo de música nacional excelente es Debi Nova, aunque algunos no estaban de acuerdo con esto ya que decían que era diferente ya que esta cantante no estaba en Costa Rica, igual aportan que Percance tiene una buena producción audiovisual y les gusta su música.

Los participantes expresan que el apoyo de los costarricenses hace falta y también de los medios ya que cuando escuchan música en la radio sólo ponen música internacional y no le dan la oportunidad a la música nacional, de igual forma los jóvenes expresan que es importante que busquen asesoría para que más personas los conozcan y puedan cumplir sus metas como músicos, que busquen patrocinios si no tienen el presupuesto necesario, pero es este comentario se ve un problema que poseen los músicos que es la falta de apoyo por parte de las marcas como lo expresaron los músicos en la entrevista.

Por último los jóvenes dijeron que si enviaban un mensaje a los músicos nacionales les dirían que *“Sigán adelante, que no dejen sus sueños, que busquen darse a conocer más y más, que busquen personas que les ayuden”*.

## **CRUCE DE INSTRUMENTOS**

En la entrevista los músicos dieron su punto de vista y en el focus group los jóvenes dieron sus opiniones acerca de la música nacional del género pop, los dos tuvieron una armonía en sus respuestas al mencionar que la música nacional es buena, pero que no se le da el apoyo que se merece por parte del público y los medios de comunicación.

La mayoría de músicos no poseen un plan de comunicación y otros no lo encuentran necesario o útil, pero los jóvenes expresan que si es necesario que alguien los ayude con su imagen, publicidad, patrocinios, producción audiovisual y en producción musical, ya que notan que son

elementos importantes para que les guste pero también son puntos deficientes entre los músicos nacionales del género pop.

Los músicos expresan, en su minoría, que no dan mantenimiento a sus redes sociales, pero que lo ven importante para influir en el público, los jóvenes ven importante cambiar la imagen de muchos de los artistas que fueron presentados ya que no hay coherencia entre su música y sus redes sociales.

También los jóvenes y músicos igualaron en su respuesta con respecto a las plataformas para escuchar música, los músicos al estar en plataformas digitales pueden ser escuchados por los jóvenes ya que es donde escuchan su música, y la radio los jóvenes la utilizan más para entretenerse con programas como revistas pero no para escuchar música como tal, pero creen que es importante que los músicos nacionales estén sonando en la radio.

Por último con respecto al mercado musical, los jóvenes y músicos expresaron que deben las marcas involucrarse más con los músicos nacionales, ya que podrían patrocinarlos y así ayudarlos a posicionarse en el mercado, también creen que la cultura es parte importante para el apoyo de la música nacional, el comunicar que también la música de Costa Rica es buena por cualquier medio.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

1- A los jóvenes les gusta ver películas, series, escuchar programas de comedia con figuras que sean de su agrado y también utilizar sus redes sociales. Les gusta escuchar música mayormente del género pop, pero también les gusta escuchar reggae y roots, no les importa que sea música nacional o internacional; pero no es que conozcan bien la música nacional ya que no hay comunicación que se las muestre para que las puedan consumir.

Los jóvenes están completamente ligados a las nuevas tecnologías, sus dispositivos móviles son parte importante de su diario vivir por lo cual las plataformas digitales de música son su elección, de igual forma las redes sociales y de contenido son el medio de comunicación de los jóvenes, ya que este es el medio por el cual conocen y se enteran de los acontecimientos importantes y de su agrado, ya que el contenido en redes sociales es completamente segmentado y dirigido al público de su preferencia.

2- La música nacional pop posee una estructura musical pop al igual que la internacional, no hay una diferencia de una a otra esta estructura es estrofa, estribillo, estrofa, estribillo, puente y estribillo; en su contenido las canciones de los músicos nacionales del género pop en su mayoría cuentan historias de amor, desamor o rebeldía.

La estructura dentro de la música costarricense se vio influenciada por la música europea y sur americana por tanto la alegría y ritmos rápidos identifican al consumidor; los músicos nacionales del género pop expresan en sus letras sentimientos y pensamientos de ellos mismos como compositores, y en su mayoría prefieren el pop romántico para sus

canciones a diferencia de Los Ajenos, ya que su música es mucho más alegre y “movida”, estos mismos por estas características tienen más afinidad con los jóvenes que los demás.

- 3- Los factores de la música costarricense del género pop que funcionan como elementos de preferencia en los jóvenes son: la calidad de las producciones, la imagen integral de los músicos nacionales, la interacción entre el músico y el público, y el ritmo y las letras en el ámbito musical.

Los jóvenes prefieren ritmos alegres o canciones románticas que los identifiquen sin que la letra de la canción sea “tonta”, tal como sucede con los productos audiovisuales ya que los jóvenes prefieren algo diferente a lo que se ve comúnmente ya que no les llama la atención y simplemente no seguirían más a un artista por este factor, otro dato que se debe de recalcar es la comunicación, el tener una imagen congruente entre lo que son y lo que comunican puede causar una gran diferencia entre la preferencia o no de un músico costarricense.

- 4- La última conclusión es derivada con respecto al objetivo principal, por tanto se define que los factores que influyen en los jóvenes costarricenses a la hora de apoyar la música pop nacional costarricense son: la comunicación integral, los productos audiovisuales, las letras de las canciones y el poseer una imagen definida para mejorar su posicionamiento.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones planteadas van dirigidas a los músicos costarricenses, ya que la información recabada en la investigación resulta importante para el apoyo y orientación del mercado musical costarricense y se derivan de acuerdo a los factores determinados como importantes para el apoyo de la música nacional costarricense.

- Se recomienda a los músicos costarricenses pensar en el mercado joven a la hora de componer sus canciones ya que va ligado a los factores por los cuales los jóvenes siguen o no a un artista, pensar en letras con un sentido diferente que no solo se hablen de “amor” sino más bien que expresen distintos temas de interés juvenil como la fiesta, los amigos, la rebeldía, una historia, el desamor y muchos temas más que puedan relacionarse con la realidad juvenil y estos acompañadas por ritmos afines con el público joven.
- Se aconseja a los músicos buscar un profesional en comunicación que les plantee un camino a seguir en su imagen y comunicación, que estos temas sean integrales junto a su música, el estar activos en una red social con contenido interesante para el público puede hacer la diferencia y además de esto teniendo una imagen personal y gráfica que sea afín al público meta, esto puede definirlos como artistas y los diferenciará de los demás no sólo por su música sino también por un valor agregado como lo es la imagen integral.
- Se sugiere a los músicos nacionales contratar productoras audiovisuales profesionales que determinen los detalles importantes que pueden resultar de preferencia, no hacer un video por hacerlo, sino más bien pensarlo y realizar un guion que marque la pauta del video, plantear conceptos acorde al público meta que sean interesantes, revisar la calidad de los videos, desde la colorización, musicalización, transiciones y todos los elementos clave

desde las tres etapas de la producción audiovisual que son la pre-producción, la producción y la post- producción. Además de realizar un casting para modelos que no necesariamente por ser apuestas serán los indicados para la producción.

## **CAPÍTULO VI: PLAN DE COMUNICACIÓN**

En este capítulo se desarrollará una propuesta de mejora para el problema de investigación gracias a los resultados de la investigación “Factores que influyen en los jóvenes de 18 a 24 años, residentes de San José, para apoyar la música nacional costarricense del género pop.”

El fin de esta propuesta es aumentar el apoyo de la música nacional del género pop en Costa Rica, por tanto se plantea realizar una campaña de comunicación dirigida a jóvenes para que conozcan la música costarricense y la apoyen.

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo general**

Posicionar la música nacional costarricense del género pop en los jóvenes de 18 a 24 años residentes de San José, Costa Rica, en los meses abril, mayo y junio del año 2017.

#### **Objetivos específicos**

Comunicar al público meta la variedad de música nacional del género pop que existe en el mercado costarricense.

Dar a conocer de forma creativa y empática las nuevas alternativas de música nacional del género pop que incursionan en el mercado nacional costarricense.

Generar identificación por parte del público meta hacia la música nacional costarricense del género pop.

## **Segmentación**

### **Aspectos Geográficos:**

Región: Centroamérica

País: Costa Rica

Provincia: San José

Demográficos:

Género: Hombres y Mujeres

Edad: 18 a 24 años

Ciclo de vida: Identidad vs difusión de identidad e Intimidad frente aislamiento

### **Aspectos Psicográficos:**

#### **Culturales:**

Cultura: Costarricense

Subcultura: Jóvenes universitarios

Clase social: Media baja/ media media

#### **Sociales:**

Grupos de referencia: Pertenencia

Familia: La mayoría viven solos y otra parte viven con sus familias

Papeles y status: Jóvenes sin estabilidad económica ni laboral, la minoría trabaja en lo que estudia.

### **Aspectos Personales:**

Ocupación: Estudiantes universitarios

Estilo de vida: Les gusta estar con sus amigos en los ratos libres, salir a los bares, ver series online, interactuar en redes sociales y escuchar música. También hay jóvenes dentro del segmento que trabajan y no poseen mucho tiempo libre.

Situación Económica: Inestable, aunque algunos trabajen no tienen estabilidad.

Personalidad y Auto concepto: Jóvenes extrovertidos con ganas de superarse.

Tiempo libre: Les gusta estar con sus amigos, salir a los bares, ver series online, interactuar en redes sociales y escuchar música.

### **Psicológicos:**

Motivación: Los motiva encontrar o conocer música nueva y apoyar los nuevos proyectos nacionales.

Percepción: No tienen una percepción estructurada ya que no conocen la música nacional en su totalidad, pero si expresan que la música nacional es buena en su mayoría pero que no hay un gran apoyo hacia ella.

Aprendizaje: Aprenden a consumir y apoyar el talento costarricense después de conocerlo.

Creencias y actitudes: Creen que la música nacional es poco variada, que no se le da el manejo visual y comunicativo que se debería de dar. Están abiertos a apoyar la música nacional ya que la creen buena.

Conductual:

Comportamiento de compra: Buscan encontrar música que les llame la atención, siguen redes sociales de su agrado y se enteran de las nuevas noticias musicales.

Proceso de decisión del comprador:

Reconocimiento de necesidades: El consumidor busca música que sea de su agrado.

Búsqueda de información: El consumidor busca información musical en las principales plataformas musicales, en redes sociales y también en algunos medios de comunicación.

Evaluación de alternativas: Evalúan la música que más les llame la atención en cuanto a melodía, ritmo y letra.

Decisión de compra: Elige el la música de su agrado.

Comportamiento posterior a la compra: Escuchan seguido la música elegida, la comparten en sus redes sociales y con sus amigos.

Producto o servicio:

Campaña “Escuchá Costa Rica”, servirá como plataforma de comunicación para los músicos nacionales costarricenses.

Producto Principal:

Música nacional costarricense

Producto Real:

Dar a conocer a los jóvenes la diversidad de música nacional existente en el mercado.

Producto Aumentado:

La música nacional es toda, es un estilo de vida.

## **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Comunicar una plataforma de apoyo para los músicos nacionales llamada “Escuchá Costa Rica” patrocinada por el Ministerio de Cultura y Juventud esta estará en distintos medios de comunicación accesibles y comprende las noticias principales, contenido musical, presentación de nuevos artistas, presentación de nuevos sencillos y de noticias de interés; para lograr un acercamiento de los jóvenes con la música nacional para esto es necesario crear un lenguaje coloquial para lograr empatía con los jóvenes.

Los medios que se utilizarán para la campaña serán muy variadas para generar frecuencia, pero también son elegidos por su afinidad con el público joven y por ser tácticas que funcionan con una inversión que se adecua al bajo presupuesto que existe.

La campaña se basará en social media, utilizando Facebook, YouTube e Instagram donde el contenido será variado, desde fotos de los músicos nacionales, sus producciones musicales y audiovisuales y también videos de los artistas para acercar a la comunidad joven con la música nacional, para que el “Fan Page” de Facebook pueda ser efectivo es necesario optimizar la página o posts cada semana.

Se utilizará Spotify y Dezeer como medio de apoyo pautando en los playlist que se acercan al mercado meta, también estas pautas tendrán como finalidad aumentar las reproducciones de la música nacional en estas plataformas y en aumentar los seguidores de las redes sociales de “Escuchá Costa Rica”.

Un medio que no hay que dejar de lado es la radio, aunque no necesariamente como pautas, sino como una función integral entre radio y redes sociales, se pretende realizar menciones como contenido en programas con público meta joven y que sean graciosos o divertidos, esto para generar réplicas en redes sociales de “Escuchá Costa Rica”.

Se determinó importante el acercamiento y la interacción entre el público y los músicos por lo que se plantea utilizar publicidad BTL, para realizar activaciones cerca de universidades esto trata de realizar conciertos espontáneos en ubicaciones específicas con los músicos nacionales costarricenses y generar réplicas para redes sociales.

## **ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Para esta campaña se plantea realizar un evento tipo coctel para el lanzamiento de “Escuchá Costa Rica” el día 21 de abril del año 2017, para así hacer oficial el inicio de la campaña, el concepto del evento será relacionado con el concepto creativo de la campaña, predominará la música nacional, por lo que los invitados principales serán los músicos costarricenses y con invitados de organizaciones importantes, productoras musicales y audiovisuales, e invitados de prensa para la exposición del evento en medios.

Concepto: Lanzamiento de campaña “Escuchá Costa Rica”

Código de vestimenta: Semi-formal

Día: 21 de abril del año 2017

Hora: 7:00pm

Locación: Hard Rock Café, San José, Costa Rica, esto por la afinidad de esta cadena con la música internacional y nacional.

Difusión del evento: Invitación

Protocolo:

- Recepción de invitados y periodistas
- Discurso del representante del Ministerio de Cultura
- Presentación de la campaña al público a cargo del presentador
- Cocktail con música a cargo de 5 músicos nacionales
- Despedida con material promocional de la campaña y un disco de música nacional

## **ESTRATEGIA CREATIVA**

### **Problema de comunicación**

La música pop nacional es poco conocida, ya que la mayoría de los músicos no encuentran importante la comunicación para dar a conocer sus producciones.

### **Producto/ Marca**

Atributos:

- Plataforma para apoyar y dar a conocer la música pop nacional

- Contenido interesante y novedoso para el público meta
- Unificación de los músicos nacionales

Promesa básica:

Brindar toda una experiencia a los jóvenes gracias a la música nacional costarricense

Beneficio:

Nueva música para el público joven

Reason Why:

Diversidad en el mercado musical costarricense

### **Concepto de la campaña**

La campaña pretende generar posicionamiento a la música nacional, por tanto se necesita realizar un acercamiento al público meta, el concepto de la campaña es “Dale chance a la música nacional” que pretende acercar a los jóvenes a la música nacional, a que le den una oportunidad al trabajo de los músicos “ticos”, aunque es una campaña patrocinada por el Ministerio de Cultura se plantea no mencionarlo, sólo en actividades de protocolarias, ya que si se menciona al público meta puede parecerle aburrido y poco orgánico por lo que no se generaría la afinidad de los jóvenes con la música costarricense.

### **Tono de comunicación**

El tono de la comunicación para la campaña será coloquial, para poder crear cercanía con el público meta.

20% Racional

80% Emocional

### **Colores**

Los colores a utilizar serán completamente llamativos con tonalidades muy cercanas al género artístico pop, tonos tales como el morado, turquesa y naranja son los seleccionados para su uso, de igual forma los tonos neutros como el blanco y negro serán utilizados para generar un balance.

### **Tipografía**

La tipografía adecuada para utilizar debe de expresar jovialidad y frescura, una tipografía redonda y sin serifas es la mejor opción para el público joven.

## **PLAN DE MEDIOS**

### **Objetivos de medios**

Objetivo General

Dar a conocer la campaña “Escuchá Costa Rica”, a través de medios digitales, tradicionales y BTL, durante los meses abril, mayo y junio de 2017.

Objetivos Específicos

- Generar frecuencia y alcance en el público meta gracias a los medios seleccionados
- Producir interacción con el público meta en los medios de comunicación establecidos

### **Estacionalidad**

La campaña tendrá una duración de 11 semanas, de los meses abril, mayo y junio del año 2016.

Inicia el 19 de abril y termina el 28 de junio del año 2017.

## **Estrategia de medios**

### Selección de medios y justificación

Los medios seleccionados son de baja inversión ya que el presupuesto para la campaña es bastante reducido, se pretende utilizar Facebook, Instagram y YouTube como medios afín en el público joven, las plataformas online de música como Spotify y Dezeer son utilizadas mayormente por jóvenes, radio puede generar muchas réplicas en redes sociales mientras sea utilizado como mención y no como cuña, BTL genera cercanía e interacción con el consumidor. Todos los medios seleccionados permiten una adecuada segmentación.

### Tipo de estrategia

En la campana se va a utilizar una estrategia continua con el fin de posicionar y generar interacción continua con el público meta, para que los consumidores se identifiquen con la campaña “Escuchá Costa Rica”

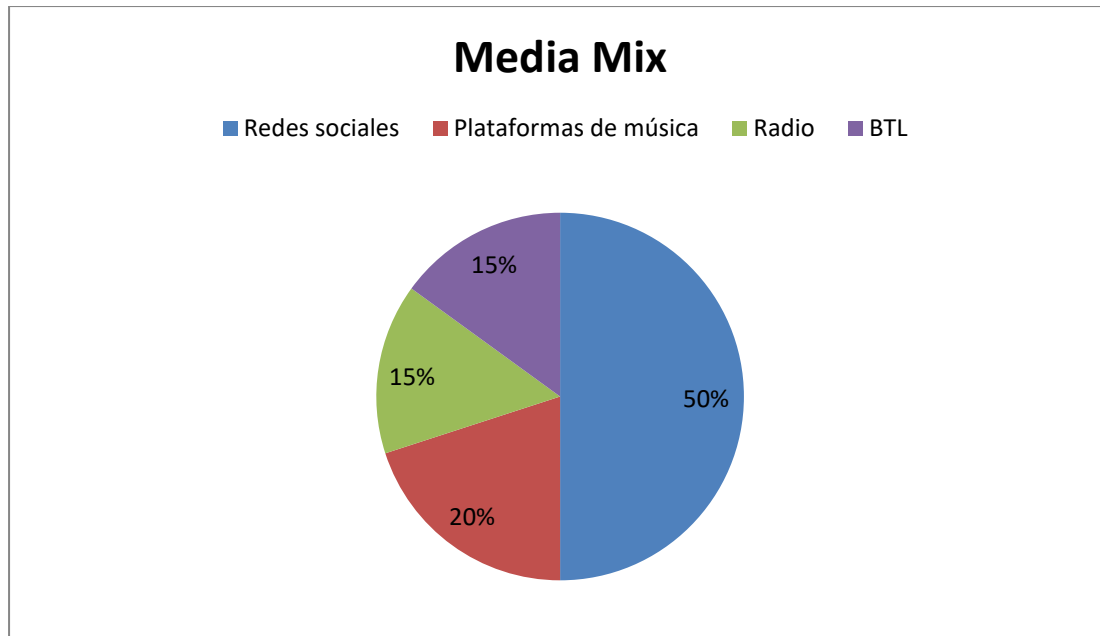
### Tácticas de medios

- Facebook: Generar contenido diario y pautar una vez a la semana para lograr un aproximado de 400 000 impresiones mensuales desde la página de “Escuchá Costa Rica”, también tener menciones desde otras páginas gracias a alianzas con los músicos costarricenses.
- Instagram: Generar contenido diario y pautar una vez a la semana, ya que es una red social ligada con Facebook.

- YouTube: Generar contenido semanal con contenido interesante para el público cómo “retos” y “tags”.
- Spotify y Dezeer: Pautar para promocionar los playlist de música nacional y las redes sociales de “Escuchá Costa Rica”, en estas plataformas se segmentará por medio de playlist dirigidas a un público joven.
- Radio: En radio se usarán menciones en programas de contenido juvenil como “El circo OK” y “El mañanero 40”, y después de la mención se procede a poner una canción nacional, la idea de radio es generar contenido interesante para redes sociales y generar replicas por parte de los oyentes.
- BTL: Se pretende realizar dos conciertos por mes cerca de universidades en donde haya interacción con el público y donde el evento sea muy espontaneo, este medio también funciona para generar contenido en redes sociales.

### **Mezcla de medios**

Como medios principales se utilizarán Facebook, Instagram y YouTube, los medios secundarios serán las plataformas digitales para escuchar música en este caso Spotify y Dezeer, los medios de apoyo a utilizar serán radio y BTL.



### Media Flowchart

Redes Sociales	Mes 1	Mes 2	Mes 3
<b>Total de Msjs</b>	4	4	4
<b>Inversión</b>	Ø96 000	Ø96 000	Ø96 000
<b>Dólares</b>	\$170	\$170	\$170

Plataformas de música	Mes 1	Mes 2	Mes 3
<b>Total de Msjs</b>	6	6	6
<b>Inversión</b>	Ø408 000	Ø408 000	Ø408 000
<b>Dólares</b>	\$720	\$720	\$720

Radio	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Total de Msjs	4	4	4
Inversión	∅500 000	∅500 000	∅500 000
Dólares	\$882	\$882	\$882

BTL	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Total de Msjs	2	2	2
Inversión	∅5 670 000	∅5 670 000	∅5 670 000
Dólares	\$10 000	\$10 000	\$10 000

Inversión total por mes: ∅6 674 000

Inversión total en medios de la campaña: ∅20 022 000

## PLAN DE SOCIAL MEDIA

Para redes sociales se utilizará el mismo tono de comunicación de toda la campaña, y toda la misma táctica de creatividad propuesta anteriormente, esto ya que es una sola campaña que necesita una unidad en tono de comunicación, público meta e imagen.

### Objetivos

Objetivo general

Aumentar la comunidad en redes sociales de “Escuchá Costa Rica” en los meses de campaña propuestos.

Objetivos específicos

- Aumentar la visibilidad en redes sociales de “Escuchá Costa Rica”
- Generar viralización con el contenido de la campaña “Escuchá Costa Rica”

### **KPI'S (Key performance indicators)**

Las mediciones con las palabras clave se realizarán cada semana, para conocer el alcance generado en los objetivos propuestos, en su repercusión y su grado de éxito en cada una de las redes sociales seleccionadas.

- Participación: “comentarios”, “shares” y “reacciones” “me gusta” en Facebook, “vistas” y “me gusta” en You Tube; y por último “likes” en Instagram.
- Autoridad: “hashtags” y “menciones” de “Escuchá Costa Rica” en todas las redes sociales.
- Influencia: Seguidores y fans en todas las redes sociales de “Escuchá Costa Rica”

### **Estrategia de social media**

Para esta campaña se implementará la estrategia de marketing de contenidos, donde el público se ve atraído por el contenido diverso e interesante de las redes sociales, y donde todos los medios de la estrategia de medios forman parte, ya que fueron seleccionados estratégicamente para generar contenido en las redes sociales de “Escuchá Costa Rica”.

El mayor contenido va a provenir de los músicos costarricenses, en segundo lugar el BTL unido con RRPP generarán contenido para las redes sociales, por último radio junto con los programas “El mañanero 40” y con “El circo OK” por medio de conversaciones coloquiales y menciones

que el público las perciba orgánicas generarán contenido humorístico para las redes sociales de “Escuchá Costa Rica”.

## **Canales**

- Facebook: Esta red social se utilizará como plataforma principal en donde el contenido que se utilizará serán posts de imágenes con mención a la música nacional o a algún músico costarricense en específico, con videos realizados por los músicos, pero nunca se va a postear solo con texto ya que no se tendría “engagement” con el público objetivo, para ciertos momentos se utilizará el “hashtag” #EscucháCR, este mismo posee esta abreviación para simplicidad del público. En esta red social se pautará una vez cada semana para no sobresaturar, una de las ventajas es que se puede ligar la pauta con Instagram sin ningún costo adicional, por lo que se puede generar presencia en ambas redes.
- Instagram: Se utilizará como red social secundaria, con contenido similar a Facebook pero no exactamente igual ya que no tendría sentido tener dos redes sociales con el mismo contenido en ambas, además de esto Instagram permite un contacto más directo con el público en eventos especiales como los planteados en el BTL, donde se pueden generar “histories” en el momento del evento sin llegar a saturar la red social en sí y colocarles “Hashtags” (#EscucháCR) para que el administrador de las redes sociales pueda encontrar las fotos del público de mejor manera.
- YouTube: Esta red no es necesariamente social, es una red de contenido, pero poco a poco se ha convertido en una red social, más en el público meta seleccionado para la campaña ya que les atraen las plataformas web, por tanto en YouTube se utilizarán entrevistas con

un tono humorístico en la comunicación para que resulte interesante al público de YouTube y este lo replique en las distintas redes sociales.

**Tabla 3. Calendario de posteos**

Semana 1	Características	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Facebook	Hora	12:00PM	1:00PM	5:00PM	6:00PM	3:00PM	4:00PM	3:00PM
	Texto	¿Vos le darías el chance?	Un mensaje muy cool de -----	Apenas para dedicarle esta canción a tu novia	Hay para todos los gustos	Hoy un nuevo video con _____	¿Y si nos ponemos a bailar?	Desde lo más romántico hasta la fiesta...
	Menciones	#EscucháCR	"nombre"	#EscucháCR		#EscucháCR	"nombre"	#EscucháCR
	Gráfico	Arte música nacional	Video invitación	Arte de canción músico nacional	Arte música nacional	Arte de músico nacional	Arte de músico nacional	Arte música nacional
Instagram	Hora	5:00PM	6:00PM	12:00PM	11:00AM	6:00PM	1:00PM	7:00PM
	Texto	¿Hoy que querés escuchar?	Seguí nuestro playlist en Spotify y Dezzter	_____ te invita a escuchar música nacional	Hay muchos músicos que apoyar	Llegale a la música nacional	Salite de lo común	Apoyá tu música
	Menciones	#EscucháCR	#EscucháCR	#nombre	#EscucháCR		#EscucháCR	#EscucháCR
	Gráfico	Arte música nacional	Arte música nacional	Video de músico nacional	Arte música nacional	Arte música nacional	Arte música nacional	Arte música nacional
YouTube	Hora					3:00PM		
	Texto					Hoy un nuevo video con _____		
	Menciones					#EscucháCR		
	Gráfico					Contenido audiovisual		

**PRESUPUESTO TOTAL**

<b>Medios</b>	€20 022 000
<b>Diseñador</b>	€1 500 000
<b>Locución</b>	€200 000
<b>Estudio de grabación</b>	€200 000
<b>Audiovisuales</b>	€3 000 000
<b>Community manager</b>	€1 500 000
<b>Relacionista público</b>	€1 500 000
<b>Evento</b>	€10 000 000
<b>TOTAL</b>	€36 922 000

Este presupuesto será aprobado y pagado por el Ministerio de Cultura y Juventud ya que es el patrocinador oficial de la campaña “Escuchá Costa Rica”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 89decibeles. (sf.). *89decibeles*. Recuperado el Abril de 2017, de <http://www.89decibeles.com/wiki/gandhi>
- 89decibeles. (sf.). *89decibeles*. Recuperado el Abril de 2017, de <http://www.89decibeles.com/wiki/patterns>
- Botero, M. (26 de setiembre de 2010). *Gerencie*. Recuperado el 28 de junio de 2016, de <http://www.gerencie.com/%C2%BFque-es-mercadeo.html>
- Chinchilla, A. (AGOSTO de 2015). ELEMENTOS COMUNICACIONALES QUE INCIDEN EN LA ACEPTACIÓN DE UN SOLISTA COSTARRICENSE DEL GÉNERO POP. COSTA RICA: Universidad Internacional de las Américas.
- Delgado, R. (2016). *La Prensa Libre*. Recuperado el Abril de 2017, de <https://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/65516/vanessa-gonzalez:-de-arquitecta-a-cantante->
- Fernández Medina, C. y. (2012). *EuMed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/fmdm.html>
- Gomez, L. S. (2009). *¿Qué hacen los adolescentes con la música pop en español?* México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Grupo Malpaís. (sf.). *Grupo Malpaís*. Recuperado el Abril de 2017, de [http://www.grupomalpais.com/grupo\\_malpais.php](http://www.grupomalpais.com/grupo_malpais.php)
- Hernandez, F. y. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc GrawHill.
- Höchemer, A. (30 de enero de 2014). *elepe*. Recuperado el 20 de junio de 2015, de Elepe: <http://www.elepe.com/noticia/breve-historia-del-pop-1190>
- Hormigos Ruiz, J. (2008). *Música y sociedad: análisis sociológico de la cultura musical*. Madrid: Ediciones y Publicaciones Autor.
- Hurí. (2014). Obtenido de <http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>.
- INTEF. (2010). *INTEF*. Obtenido de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/60/cd/04\\_elaudio/1\\_produccion\\_musical.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/60/cd/04_elaudio/1_produccion_musical.html)

- Intef. (2013). *Intef*. Recuperado el 29 de junio de 2016, de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/60/cd/04\\_elaudio/1\\_produccion\\_musical.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/60/cd/04_elaudio/1_produccion_musical.html)
- Madedo, J. M. (2013). *Palermo*. Recuperado el 2017, de [http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial\\_05onaindiaWEB.pdf](http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial_05onaindiaWEB.pdf)
- Mata, A. (abril de 2012). EXISTENCIA Y ESTRUCTURA DE PLANES DE MERCADEO PARA LAS PRODUCCIONES MUSICALES DE ARTISTAS NACIONALES PERTECIENTES A ACAM, DURANTE EL AÑO 2011. Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas.
- Merca20. (2014). Breve historia de la publicidad. *Merca20*.
- Molina, M. (2013). *La Nación*. Recuperado el Abril de 2017, de [http://www.nacion.com/ocio/musica/Angie-Valverde-Costa-Rica-presenta\\_0\\_1362863764.html](http://www.nacion.com/ocio/musica/Angie-Valverde-Costa-Rica-presenta_0_1362863764.html)
- Montiel, R. (2015). *89decibeles*. Recuperado el Abril de 2017, de <http://www.89decibeles.com/columnas/san-jose-imposible/5-mitos-sobre-el-arte-en-costa-rica-que-hay-que-dejar-de-crear>
- Noriega, D. M. (2007). Industrias culturales y música pop. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Perez Posada, J. (2015). *Blogspot*. Obtenido de <http://jaimeaperezp.blogspot.com/2012/06/resena-historica-del-mercadeo.html>
- Perez, O. (2013). *CIEC*. Obtenido de <http://www.ciec.edu.co/wp-content/uploads/2015/05/40.-CULTURA-MUSICAL-PARA-DIALOGAR-CON-LOS-J%C3%93VENES-CIEC.pdf>
- Pride, W. M. (2012). *Marketing 2014*.
- Puon, L. (17 de julio de 2013). *Merca3.0*. Recuperado el 29 de junio de 2016, de <http://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>
- Real Academia Española. (s.f.).
- Salas, L. (Febrero de 2012). *Crhoy.com*. Recuperado el Abril de 2017, de <http://www.crhoy.com/archivo/influencia-extranjera-costa-rica/entretenimiento/farandula/>
- Valderrama, G. (2005). Arte e identidad. *Vestigium*.
- Valle, G. (2011). *GuanaJoven*. Obtenido de <http://jovenes.guanajuato.gob.mx/generos-musicales/>
- Walter Antioco. (sf.). *Walter Antioco*. Recuperado el Abril de 2017, de <http://www.walterantioco.com/artista/walter-antioco/>
- Wikipedia. (2016). *Wikipedia*. Recuperado el 28 de junio de 2016, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n\\_audiovisual](https://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n_audiovisual)

Wikipedia. (sf.). *Wikipedia*. Recuperado el Abril de 2017, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Debi\\_Nova](https://es.wikipedia.org/wiki/Debi_Nova)

Wikipedia. (sf.). *Wikipedia*. Recuperado el Abril de 2017, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Los\\_Ajenos](https://es.wikipedia.org/wiki/Los_Ajenos)

Xiomara Ramirez. (2017). *Facebook*. Recuperado el Abril de 2017, de <https://www.facebook.com/pg/xiomaramusica/about/>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### Guía entrevista para músicos

1. Presentación
2. ¿Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?
3. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?
4. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?
5. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?
6. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?
7. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?
8. ¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)
9. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?
10. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

### ANEXO 2

#### Guía de focus group

##### 1. Presentación

El mediador se presenta.

Presentación de los integrantes. (Nombre, edad, residencia y ocupación)

Tiempo de duración: 40min, es el tiempo estimado.

##### 2. Explicación introductoria

Se les invitó a esta reunión para abordar temas que respondan a las inquietudes de la investigación que tiene como tema “Factores que influyen en los jóvenes de 18 a 24 años, costarricenses residentes de San José, para apoyar la música nacional del género pop costarricense”. Para una tesina de la Universidad Internacional de las Américas.

La sesión se grabará, para poder ver los resultados, pero siéntanse cómodos y libres de decir lo que piensan.

Por favor que hable sólo una persona a la vez cuando levante su mano se le cederá la palabra.

Si alguno tiene una opinión diferente a los demás, es importante que lo exprese.

¿Alguna duda?

### **3. Rompe hielo**

¿Dónde estudian o trabajan?

¿Qué tipo de música escuchan? (¿Por qué?)

¿Qué hacen en sus ratos libres?

¿Cuáles redes sociales usan?

¿Les gusta la música nacional? (¿Por qué?)

### **4. Preguntas generales**

¿Qué les parece la música pop nacional?

¿Qué les llama la atención de cada uno de estos músicos? (Se presentará 1:00min de video de cada músico)

¿El video les llamó la atención? (¿Porqué?)

¿Dónde habían visto esos videos antes?

## **5. Preguntas de transición**

¿Qué les parece las Fanpage de Facebook de cada músico? (se les presentan)

¿Qué cambiarían de sus páginas de Facebook?

¿Qué les llama la atención de cada uno? (se presentaran fotos de cada uno)

¿Qué les cambiarían?

## **6. Preguntas específicas**

¿La calidad de la música es buena? (¿Por qué?)

¿Tienen los músicos una buena imagen? (¿Por qué?)

¿Los videoclips son buenos? (¿Por qué?)

¿Compraría su música? (¿Por qué?)

¿Dónde escucharía su música?

## **7. Preguntas de cierre**

¿Qué cambios harían en los músicos para que mejoren?

¿Qué debería de cambiar en Costa Rica para que apoyen más a los músicos?

¿Qué mensaje mandarían a los músicos?

## ANEXO 4

### TRANSCRIPCIÓN LITERAL ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

#### Los Ajenos

1. Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?

Los jóvenes perciben nuestra música como música de fiesta, es “charanga” lo que se ha vuelto muy popular en esas edades.

2. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?

Les gusta disfrutar la vida, por ejemplo nuestra canción “me vale un cu’” es un himno para muchos ya que habla de esa rebeldía que muchos jóvenes tienen.

3. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?

Nos diferencia que no somos músicos de fin de semana es un trabajo estable que nos mantiene a todos, vivimos de esto no tenemos otro trabajo, además nos sentimos diferentes porque creemos en la inversión, en la innovación y el trabajo en grupo. Nos gusta trabajar en grandes shows.

4. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?

Tenemos de todo, somos flexibles con nuestra música, tal vez ese sea el elemento que nos diferencia.

5. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?

Usamos Youtube, Spotify y itunes, además de la radio.

6. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?

Sí claro, nuestras redes son activas siempre, eso claro que influye ya que la gente quiere un contacto con la banda, subimos expectativas, fotos, videos y la agenda semanal para que la gente esté enterada de todo. utilizamos Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram.

7. ¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)

Hay un plan y poseemos Manager, publicista y diseñador. Y cuando se acerca un video o canción nueva se realizan giras de medios con una estrategia.

8. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?

En tarima es que nos transformamos en personajes momentáneos, pero en la vida cotidiana no.

9. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

Falta una industria musical, se trabaja casi que con las uñas, se invierte mucho dinero y no hay disqueras en Centroamérica que puedan patrocinar un disco, y creemos que se debe apoyar mucho más la música nacional no solo por ser nacional, sino porque es buena.

### **Angie Valverde**

1. Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?

Perciben mi música como fresca y diferente, y a veces un poco feminista, de hecho la mayoría de mi público es femenino.

2. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?

Creo que no tienen nada de diferente tal vez un poco open mind

3. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?

Mi personalidad y la conexión que género con el público

4. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?

Cien por ciento el mensaje, no es una letra hueca tiene sentido, es realista, también me diferencia creo que el sonido fresco.

5. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?

Uso Claro música y Spotify

6. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?

No mucho, no tengo constancia en las redes a veces si están actualizadas y a veces no, utilizo Facebook, Twitter e Instagram .Y eso influye creo que a la gente le gusta que uno publique cosas.

¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)

Un plan de comunicación no, solo cuando hay una nueva canción hago uno de difusión.

7. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?

Mi imagen o lo que me representa es mi cabello rojo, a veces me reconocen por esa característica. Es una imagen trabajada desde hace tiempo atrás.

8. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

El apoyo de las marcas, donde no creen en el artista nacional, ya que se ocupa ese apoyo en patrocinios.

**Walter Antioco**

1. Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?

Perciben mi música bien, pero no es comercial y tampoco está de moda, la mayoría son mujeres.

2. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?

Creo que son los románticos, que dedican las canciones.

3. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?

Siempre me gusta grabar videos con mis canciones, y soy muy autentico, transparente. No me gusta aparentar o tener poses, prefiero ir de menos a más.

4. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?

Sí, creo que es muy honesta, además de la interpretación.

5. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?

Uso todas las que existen acá (risas).

6. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?

Totalmente activas, e influye un montón la gente quiere ver qué pasa, utilizo Facebook, Snapchat e Instagram.

¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)

Tengo un plan, pero lo hago yo mismo.

7. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?

Creo que soy simplemente yo, me gusta mantener mi esencia no importa el look.

8. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

Es muy difícil, hace falta la unión entre los músicos, si nos unimos el mercado se fortalece, debemos de apoyarnos entre nosotros mismos. Además de eso hay un desinterés cultural donde omiten muchas veces a los solistas porque no son una banda. Ocupamos ayuda del gobierno, que las clases de música no solo sean llevar una flauta, que sea una clase en serio, también ocupamos ayuda de los medios que no sean tan impermeables que crean en el talento musical costarricense y nos den un espacio.

### **Vanessa González**

1. Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?

La perciben como una música muy dinámica, muy emocional, es una manera sencilla de comunicar los sentimientos, es una crítica con sarcasmo y humor.

2. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?

Son personas que han sufrido o que han vivido, tienen algún un sentimiento encontrado.

3. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?

Es la manera de decir las cosas muy clara, de usar el sarcasmo y el humor en mis presentaciones y mis productos.

4. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?

Sí, la letra es el elemento clave que diferencia.

5. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?

iTunes, y Spotify

6. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?

Totalmente activas, e influye bastante las redes son parte primordial donde la gente participa e interactúa conmigo, utilizo Facebook, Twitter e Instagram.

¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)

Está en desarrollo el plan, quiero dar a conocer como es Vannesa día a día, esperamos generar contenido viral con colaboraciones importantes con comediantes, queremos contenido más estructurado.

7. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?

Sí, aunque como por temporadas, esto es más como para darle una línea por ejemplo el PinUp que me definió por mucho tiempo.

8. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

Creo que lo que se debería de mejorar es el apoyo a la música costarricenses, si bien es cierto en los 80's hubo un gran auge de grupos y música, creo que ahorita estamos volviendo a nacer con música original de cada agrupación, y si se apoya debe ser, porque es buena la música no porque es tica, muchas veces los ticos menos preciamos lo que se puede hacer acá, hay música de excelente calidad.

### **Xiomara Ramírez**

1. Cómo cree usted que los jóvenes perciben su música?

Muy sentimental, las letras uno las puede asociar con muchas cosas, la pueden percibir dependiendo la situación.

2. ¿Los jóvenes tienen alguna característica especial para poder seguirlo a usted?

Son de todas las edades eso es muy motivador, son personas que se identifican con la música.

3. ¿Qué lo diferencia a usted de los demás músicos?

Trato de apadrinarme, llevarme bien con todos, y de realizar colaboraciones importantes.

4. ¿Su música tiene algún elemento que lo diferencia?

A la hora de interpretar y grabar una canción, vivo la canción para poder transmitir el sentimiento.

5. ¿Usted qué plataformas de música utiliza, para compartir su música?

iTunes, Google Play y Spotify

6. ¿Tiene sus redes sociales activas? ¿Cuáles utiliza? ¿Cree que eso influya en su apoyo?

Sí, tengo mis redes bastante activas, todos los días trato de publicar cosas, de compartir con la gente las cosas que hago, los proyectos, uso Instagram y Facebook. E influye mucho, porque la gente se siente incluida, al estar más en contacto con uno, es más inmediato.

¿Posee usted plan de comunicación? (¿Por qué?)

No poseo un plan de comunicación sinceramente, no es algo que vea indispensable.

7. ¿Tiene una imagen estructurada (personaje)?

Sí, bastante estructurada aunque apenas soy una artista en desarrollo. Creo que me identifica.

8. ¿Qué cree usted que se debe de mejorar en el mercado musical costarricense?

Creo que debe de mejorar bastante, aunque comparado con otros años ahora está mejor, debemos de dejarnos guiar por gente que sepa y crear música de calidad, por supuesto es importante apoyarnos entre artistas.

## **ANEXO 5**

### **FOCUS GROUP TRANSCRIPCIÓN RESPUESTAS**

- Escuchan todo tipo de música (mencionan POP, Reggae y Roots)

- Utilizan redes sociales FB, Instagram, Tweeter, YouTube, WhatsApp, pinterest...

- Usan lista de Spotify

- Escuchan música nacional e internacional, pero no por su origen sino por la canción propiamente

- Les gusta el POP pero no saben qué significa POP

- Grupos nacionales más posicionados: Malpaís, Evolución, Percance, Los Ajenos

### **VIDEOS**

1) Los ajenos

Les llama mucho la atención

Ninguno había visto el video

Lo seguirían viendo y lo pondrían en su playlist

## 2) Xiomara

Hay dos personas que empiezan a cantar la canción

Piensen que es mejor la canción que el video

A un participante no le gusta ni el video ni la canción

Ya habían visto el video por Teletica

## 3) Walter A

No les gusta el video

La música gusta a la mitad, la otra mitad no

Imagen no va de acuerdo a la melodía (cuando toca la guitarra)

Una persona había escuchado la canción

Nadie había visto el video

## 4) Angie Valverde

A nadie le gustó el video

Es aburrido

La historia es monótona

Nadie sabe quién es la cantante

No les gusta la letra

No les gusta la música

No se entiende la secuencia

## 5) Vanessa González

Excelente video

Hay un fan enamorado, ya había visto el video, se sabe la canción, es groopie

Les gusta la tendencia retro

Les gusta la melodía (pegajosa)

Una participante creía que esta cantante era Pati Cantú

¿A CUAL SHOW IRÍA?

Todos verían a Los Ajenos, les gusta lo alegre y concepto de fiesta

Una persona (mujer) iría a ver a Xiomara

Un hombre (el groopie) a Vanessa

FAN PAGES

#### 6) Los ajenos

Pagina Normal

Le dan like porque saben que el grupo existe y lo saben, lo conocen, por apoyo pero no por la página

Es muy oscura (apagada)

No refleja lo que realmente es

#### 7) Xiomara

Les gusta mucho más

Es interactiva

Se siente como si fuera el perfil personal y eso les gusta, les encanta que la cantante les responda personalmente

Es muy fresca

## 8) Walter A

ISH...

Demasiado normal

Parece de un escritor de misterio no cantante

Las fotos no gustan, son raras

## 9) Angie Valverde

No parece página de cantante

Es tan aburrida como su música

## 10) Vanessa González

Imagen agradable

Se nota que una persona profesional en imagen, relaciones públicas o comunicación está a cargo (community manager)

### PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- La calidad de la música nacional es buena
- Debi Nova es excelente en todo
- Videos de Percance son muy buenos
- Hay poco apoyo a la música nacional en Costa Rica
- Debería de existir más apoyo
- Realizar cambios, buscar presupuesto y dar más presencia en medios

- Debe de haber comunicadores detrás de todas las imágenes
- En Costa Rica debería incursionarse más en cultura, más presencia en radio para los cantantes, más conciertos y alianzas
- Mensaje para músicos: que sigan adelante, que no dejen sus sueños, que busquen darse a conocer más y más, que busquen personas que les ayuden.

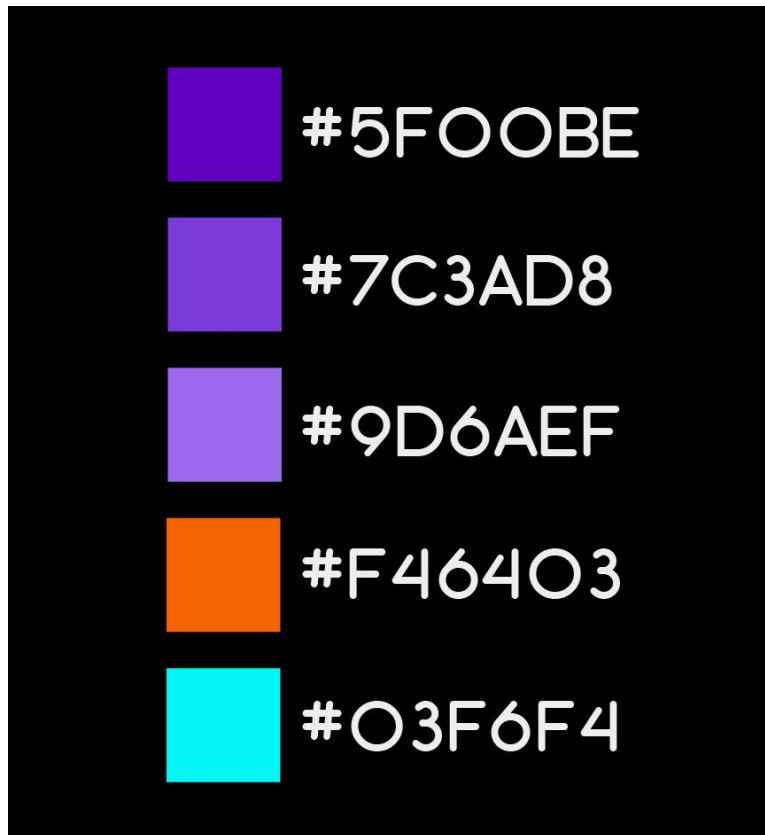
## ANEXO 6

### ANEXOS CAMPAÑA

#### Logo



#### Paleta de color



**Deezer**

*VI.*

*-Música-*

Escuchá la música más chiva

*-Música-*

De lo más romántico hasta la fiesta

*-Música-*

Escuchá Costa Rica, seguí este playlist de música nacional

*-Música-*

Búscanos en Facebook e instagram como Escuchá Costa Rica.

*-Música*

*V2.*

**-Música-**

Seguí el mejor playlist

**-Música-**

Con los mejores artistas nacionales del género pop.

**-Música-**

Apoya tu música,

Dale chance a...

Escuchá Costa Rica.

**-Música-**

Búscanos en Facebook e instagram, como Escuchá Costa Rica.

**-Música-**

**Spotify.**

**V1.**

**-Música-**

Salíte de lo común,

Buscá el nuevo playlist: Escuchá Costa Rica y encontrá más de 100 canciones pop nacionales.

**-Música-**

Llegale a las nuevas propuestas.

Dale chance a...

Escuchá Costa Rica.

**-Música-**

**V2.**

**-Música-**

Te gusta lo nuevo.

Y te gusta descubrir nuevos rumbos.

**-Música-**

Para vos que tenés hambre de música nueva,

Descargá el nuevo playlist: Escuchá Costa Rica.

Artes



Llegale a la  
música de...

LOS AJENOS



ESCUCHÁ COSTARICA

Dale chance a la música de...

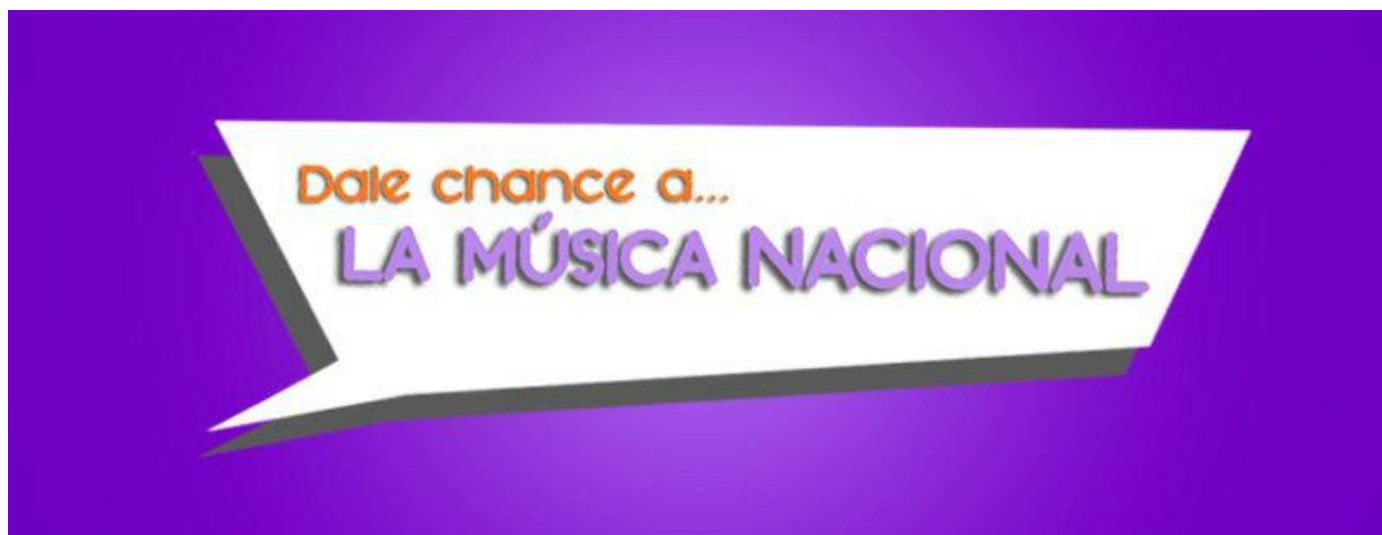


ESCUCHÁCOSTARICA

VANESSA  
GONZÁLEZ

## Redes Sociales

Cover Facebook



Ejemplo de optimización en Facebook



**Escuchá Costa Rica**

Publicidad

Este es un espacio para promover la música nacional costarricense!

**Escuchá Costa Rica**  
Comunidad  
41 Me gusta

Dale chance a...  
**LA MÚSICA NACIONAL**

Like icon

## Página de Facebook

[Página](#)
[Mensajes](#)
[Notificaciones](#)
[Estadísticas](#)
[Herramientas de publicación](#)
[Configuración](#)
[Ayuda](#)



**Escuchá Costa Rica**  
 @EscuchaCostaRica

- Inicio
- Eventos
- Opiniones
- Información
- Videos

Te gusta [▼](#)
 Siguiendo [▼](#)
 Compartir [▶](#)
 ...

Más información [⚠](#)

Escribe algo...

¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?  
 Help more people discover your Page by inviting friends to like it.

## Perfil de Instagram

escuchacr [▼](#)
[🔗](#)
[+3](#)
[⋮](#)


 0 publicaci...
 0 seguidores
 0 seguidos

[Editar tu perfil](#)

**Escuchá Costa Rica**  
 Dale chance a la música nacional... Escuchá Costa Rica!  
[facebook.com/escuchacostarica](https://facebook.com/escuchacostarica)

[🏠](#)
[☰](#)
[👤](#)
[🔖](#)